

وظائف وسائل الإعلام

تمهيد

ذكرنا - سلفاً - أن فلسفات الإعلام الوضعية لا تعدو أن تكون وسائل فكرية تنظر للكيفية المثلى التي يمكن لوسائل الإعلام أن تسهم خلالها في تحقيق غايات النظرية الاجتماعية التي أفرزتها. ولما كانت النظريات الاجتماعية الوضعية تتبنى غايات متباينة - رغم إنها لا تخرج في النهاية عن غايات الكوزمولوجيا العلمانية - فقد كان من الطبيعي أن تتباين طروحات الفلسفات الإعلامية - تبعاً لهذا التباين - حول ما ينبغي أن تضطلع به وسائل الإعلام من وظائف يمكن خلالها الإسهام في تحقيق هذه الغايات، وأن تتباين - تبعاً لتباين هذه الوظائف - التصورات التي تطرحها هذه الفلسفات حول الكيفية التي يمكن خلالها لوسائل الإعلام الاضطلاع بهذه الوظائف.

ويستعرض هذا الفصل طروحات فلسفات الإعلام عن هذه الوظائف والآليات التي وضعتها كل فلسفة لضمان اضطلاع وسائل الإعلام بهذه الوظائف، وما تحقق من هذه الوظائف في أرض الواقع.

المبحث الأول وظائف وسائل الإعلام في فلسفتي الإعلام الحر

المطلب الأول وظائف وسائل الإعلام في فلسفة الإعلام الليبرالي

تشكلت فلسفة الإعلام الليبرالي حول الدور الذي يمكن لوسائل الإعلام أن تسهم خلاله في تحقيق غايات المجتمع الليبرالي على ضوء التصور الذي وضعه الفكر الاجتماعي لما ينبغي أن تكون عليه العلاقة بين الإنسان والدولة، والذي رأى أنه السبيل الأمثل لتحقيق هذه الغايات.

وعلى ضوء هذا التصور، وعلى ضوء المقدمات التي انبنى عليها، عملت فلسفة الإعلام الليبرالي على تحديد الوظائف التي يمكن لوسائل الإعلام الاضطلاع بها للقيام بهذا الدور، وسبل إلزام وسائل الإعلام بها. وفيما يلي نعرض لهذه الوظائف، وسبل إلزام وسائل الإعلام بها، وما تحقق منها في أرض الواقع في ضوء الإطار الذي رسمته فلسفة الإعلام الليبرالي لأدائها والذي عرضنا له في الفصلين السابقين.

أولاً: وظائف وسائل الإعلام في المجتمع الليبرالي

تتعترف الفلسفة الليبرالية بست وظائف لوسائل الإعلام هي: التنوير العام، خدمة النظام السياسي، خدمة النظام الاقتصادي، المحافظة على الحقوق المدنية، الحصول على الربح، الترفيه، ولا تكون الوسيلة الواحدة مسؤولة عن كل ذلك - بالطبع - ولكنها وظائف جميع وسائل الإعلام⁽¹⁾.

(1) انظر: F. S. Siebert, T. Peterson, and W. Schramm, *op. cit.*, p. 51.

P.Parney, and D. Nelson, "the Worlds Regions and Journalism in North American", J. C. Merrill, *op. cit.*, p. 337.

1 - التنوير العام

يجمع المفكرون على أن التنوير العام من الوظائف الكبرى للصحافة. ومنذ عصر ملتون يرى الليبراليون الصحافة شريكاً مهماً في البحث عن الحقيقة⁽²⁾ وذلك من خلال قدرتها على عرض مختلف الآراء والمعلومات في سوق حرة ومفتوحة أمام الجميع وخلال هذا السوق فإن الرأي الصائب سوف يتغلب في النهاية على الرأي الخاطئ⁽³⁾.

ومقابل هذا الواجب الملقى على عاتق الصحافة في الوصول إلى الحقيقة كان من الطبيعي أن يمنح الفكر الإعلامي الليبرالي الأفراد حريات واسعة في التعبير عن آرائهم دونما قيد أو رقابة.

2 - خدمة النظام السياسي

يضع الفكر الليبرالي مسؤولية كبيرة على كاهل كل من الفرد والصحافة في إقامة الحكم الديمقراطي. وحتى يمكن للفرد أن ينعم بحكم ديموقراطي سليم ينبغي له أن يعي المشكلات والقضايا التي تواجه الدولة التي يحيا في ظلها⁽⁴⁾ وكذلك حلولها ونتائجها المحتملة.

وهنا يأتي دور الصحافة متمثلاً في تزويد الناس بالمعلومات والأفكار التي يحتاجون إليها لاتخاذ قرارات سليمة، هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى تعد وسائل الإعلام أداة مهمة من أدوات توفير التغذية المرتدة (feedback) للحكومة حول القرارات والسياسات التي اتخذتها، ومعرفة مدى تأييد الجماهير لها، وتبين مواضع رضا الجماهير وتدعيمها، ومواضع انتقاداتها وتلافيها.

(2) ريفرز وآخرون. وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، مرجع سابق ص 106.

(3) عبد اللطيف. الإعلام له تاريخه ومذهبه، مرجع سابق، ص 120.

(4) ويتطلب ذلك إعطاء الصحافة الحق في الاقتراب من المعلومات الحكومية وإلا أصبح حق النشر على حد تعبير برناردشوارتز حقاً فارغاً.

B. schwartz, *Constitutional Issues: Freedom of the Press* (New York: Facts On file), p. 30.

3 - المحافظة على الحريات المدنية

تنبثق هذه الوظيفة بشكل تلقائي من الوظيفة الثانية، ذلك أن فكرة الاستقلال الذاتي للفرد تقع في صلب النظرية الليبرالية، وقد عبر جون ستيوارت مل عن هذه الفكرة بقوله «إن الحرية الوحيدة التي تستحق الاسم هي السعي وراء مصلحتنا بطريقتنا الخاصة، ما دمنا لا نحاول حرمان الآخرين من حرياتهم أو نعوق جهودهم للحصول عليها». وكل فرد هو الحارس الأمين على صحته الجسدية والعقلية والروحية. وإذ يسعى كل فرد وراء مصلحته الخاصة بطريقته الخاصة. وإذ يطور قدراته بحرية، فإن ذلك يؤدي في نظر الليبراليين عامة - إلى إثراء المجتمع⁽⁵⁾.

غير أن حرية الفرد مهددة من قبل العدو الرئيسي والتقليدي للحرية وهي الحكومة، وحتى في المجتمعات الليبرالية يمكن لأصحاب المناصب أن يستخدموا سلطتهم بطريقة خطيرة ومتقلبة، ومن ثم فإن الليبراليين يسندون للصحافة مهمة مراقبة الحكومة باستمرار، والقيام بدور الديدبان الذي يحذر الجمهور كلما تعرضت حياته الشخصية للخطر⁽⁶⁾.

وقد عبر توماس حيفرسون عن هذه النقطة بوجه خاص حينما كتب في 1816 يقول (إن موظفي كل حكومة يميلون إلى التحكم بمشيئتهم في حرية ناخبهم وممتلكاتهم... . وحينما تكون الصحافة حرة، وكل شخص يستطيع القراءة، يكون كل شيء في أمان)⁽⁷⁾ وقد كتب بعد ذلك بسنوات (إن المراقبة القوية للموظفين العموميين واستجوابهم أمام محكمة الرأي العام، تؤدي إلى الإصلاح وبغير ذلك لا بد وان يتم الإصلاح الاقتصادي) فالصحافة إذن ينبغي ألا تحمي حريتها فقط وإنما حرية المواطنين جميعاً⁽⁸⁾.

(5) ريفرز وآخرون. وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، مرجع سابق، ص 106.

(6) المرجع السابق، ص 106؛ انظر كذلك:

J. Whale, *Journalism and Government* (London: Macmillan, 1972), p. 28.

(7) ريفرز وآخرون. وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، مرجع سابق، ص 107.

(8) المرجع السابق، ص 107.

4 - خدمة النظام الاقتصادي

وذلك من خلال:

- نشر أخبار الأحداث التي تقع في عالم التجارة والصناعة والزراعة وهناك صحف متخصصة في هذه المجالات تعطي لقراءها الأفكار والأخبار والتطورات الجديدة في عالم الاقتصاد، كل في التخصص الذي يهتم به كما تعطي الحرف والمجالات العامة كمية ضخمة من الموضوعات حول الشؤون الاقتصادية والتجارية⁽⁹⁾.

- الإعلان ويعد وظيفة أساسية من وظائف الصحافة القائمة على حرية المشروع، فهو يقدم خدمة أساسية للأفراد الذين يريدون شراء شيء ما، أو يبيعون شيئاً، أو يبحثون عن وظيفة. باختصار هو وسيلة مهمة لإقناع الأفراد بشراء سلعة أو خدمة⁽¹⁰⁾.

والصحافة إذ تعمل ذلك تقوم بالإسهام في تحقيق مستوى عال من الاستهلاك وتساعد على تشجيع الإنتاج المتنوع والتنافس الاقتصادي. كما تساعد على توفير الأسعار المناسبة لصالح المستهلك⁽¹¹⁾.

5 - الترفيه

لم تهتم الفلسفة الليبرالية إلا قليلاً بالوظائف الترفيهية لوسائل الإعلام. حقيقة أن الترفيه هو أحد الوظائف الاجتماعية الست التي تنسب إلى الصحافة، ولكن لم تقدم تعليلاً فكرياً للترفيه على نحو خدمة النظام السياسي أو الاقتصادي. ويبدو أنها أدرجت الترفيه ضمن الوظائف لمجرد أن الصحافة كانت تقوم دائماً بالترفيه⁽¹²⁾ فالمتأمل في مضمون وسائل الإعلام يجد أن المواد الترفيهية تكاد تكون أبرز الأنشطة التي تقوم بها وسائل الإعلام الجماهيرية ولو من ناحية حجم

(9) المرجع السابق، ص 109.

(10) P. P. Arney and, D. Nelson, *op. cit.*, p. 310.

(11) ريفرز وآخرون. وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، مرجع سابق، ص 108.

(12) المرجع السابق، ص 323.

الوقت الذي يخصصه الناس للقراءة والمشاهدة والاستمتاع⁽¹³⁾ ويذهب عالم الاجتماع روبرت أ. بارل إلى أن وجود الصحف بشكلها الحديث، إنما يرجع فقط إلى ما اكتشفه لفيف من الناشرين منذ النصف الأول من القرن التاسع عشر، من أن الناس يفضلون الأخبار على مقالات الرأي، وأنهم يفضلون الترفيه على الشئف⁽¹⁴⁾.

وتتخذ الوظيفة الترفيهية لوسائل الإعلام في هذه الفلسفة - وفي باقي فلسفات الإعلام الوضعية - طابعاً مختلفاً عما هي عليه في فلسفة الإعلام الإسلامي، سواء في طبيعة الدور الذي تؤديه هذه الوظيفة في تلك الفلسفات، والذي يتسم بالضخامة والأهمية... لكونه يساهم في تحقيق جانب مهم من جوانب الغاية التي يسعى إليها أبناء المجتمعات العلمانية، والتي تنحصر في تحقيق السعادة في حيز هذه الدنيا، أم في طبيعة المواد التي تقدم من قبل وسائل الإعلام تحت مظلة هذه الوظيفة، والتي لا تتورع خلالها عن تقديم الجنس والفضائح والإثارة... وأي مادة يمكن أن تؤدي دوراً في هذا الصدد، طالما لا تخترق في ذلك الحدود المرسومة لها في المجتمعات العلمانية والتي عرضنا لملاحمها من قبل.

أما في فلسفة الإعلام الإسلامي فإن هذه الوظيفة لا يقف دورها عند حد الترويح عن نفس مؤمنة ليعينها على مواصلة الإضطلاع بمهامها الإيمانية، ولا تتخطى أي مادة من المواد التي تقدم في هذا الصدد أي حد من حدود أخلاقيات الشريعة الإسلامية.

6 - الربح

تعطي الأفكار الاقتصادية حول الصحافة تبريراً قوياً لهذه الوظيفة. فوفقاً للنظرية الليبرالية يمكن فقط للصحافة الحرة التي تعمل في ظل المشروعات الخاصة كما يتصورها الليبراليون التقليديون، أن تقوم بتوفير الجماهير، وخدمة

(13) براون. «وسائل الإعلام الترفيهية في العالم الغربي»، مرجع سابق، ص 265.

(14) ريفرز وآخرون. وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، مرجع سابق، ص 315-316.

النظام السياسي والنظام الاقتصادي، والمحافظة على الحقوق المدنية. فالصحافة الحرة وحدها، والتي لا تدين بفضل للحكومة، أو لأي جماعة في المجتمع. هي التي تستطيع أن تخدم قضية الحقيقة وفي نهاية الأمر حقوق الإنسان، والصالح العام. ولكي تكون الصحافة حرة في تقديم الآراء والمعلومات دون خوف، يجب أن تكون مشروعاً تجارياً خاصاً ومستقلاً⁽¹⁵⁾

سبل إلزام وسائل الإعلام بالاضطلاع بهذه الوظائف

السبيل الأساسي لضمان اضطلاع وسائل الإعلام بهذه الوظائف هو الإطار الذي وضعته هذه الفلسفة لكيفية ممارسة هذه الحرية والذي عرضنا له في الفصلين السابقين.

ورغم أن هذا الإطار يوفر لوسائل الإعلام البيئة الملائمة لاضطلاع وسائل الإعلام بهذه الوظائف، وذلك من خلال تصديده لإزالة شتى المعوقات الخارجية التي تحول بين وسائل الإعلام وبين الاضطلاع بهذه الوظائف، إلا أنه لم يعمل على وضع آليات تلزم هذه الوسائل بالاضطلاع بهذه الوظائف إذا حدث وقصرت في أدائها أو أداء بعضها⁽¹⁶⁾ واكتفت فلسفة الإعلام الليبرالي في هذا الصدد بالاعتماد على آليات الإلزام الذاتية التي رأت أنها تضمن بشكل كاف اضطلاع وسائل الإعلام بهذه الوظائف، ولم تسمح لأي جهة خارجية بالتدخل لإلزامها بهذه المسؤوليات، ولاسيما الحكومة التي هي عدو الحريات الأول. وهذه الآليات هي:

أ - رغبة وسائل الإعلام في تحقيق الربح : ذلك أنه حينما يعمل الناشر أو الإذاعي لكسبه الشخصي فإنه يعطي للمجتمع - كما لو كان عن قصد وتدبير نوع الوسيلة التي يريدها ويحتاج إليها - وقياساً على أفكار آدم سميث

(15) المرجع السابق، ص 107.

(16) فالنظرية الليبرالية تفترض أن الحصول على كل المعلومات الجديدة نتيجة طبيعية للسوق الحرة المفتوحة للمعلومات. ولم تقدم أي ضمان لتدفق المعلومات إذا شاء الأفراد أن يصمتوا؛ ريفرز وآخرون. وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، مرجع سابق، ص 121.

الاقتصادية يمكن القول. إنّ المساعدة في الوصول إلى الحقيقة مصلحة عامة، وكشف الحقيقة يحتاج إلى العديد من الأفكار والكثير من المعلومات، وما أنشره لكسبى الشخصي يخدم قضية الحقيقة ومن ثم يخدم الصالح العام⁽¹⁷⁾.

وهكذا عندما يسعى الناشر لخدمة مصلحته الشخصية في تحقيق الربح فإنه يعطي - كما لو كان عن قصد وتدبير - نوع الصحيفة التي يريدها الجمهور ويحتاج إليها وقد عبر عن ذلك «جورج سوكوليسكي» ذات مرة بقوله: «إن معركة التوزيع تصبح معركة من أجل الحقيقة»⁽¹⁸⁾.

ب - أخلاقية الإنسان وعقلانيته: وتمثل عنصر الإنقاذ في النظرية الكلاسيكية، حيث يعتقد الليبراليون أن كون الإنسان كائناً أخلاقياً، فإن سعيه لتحقيق الربح إذا لم يتمخض عن صحافة مسؤولة تتحمل الالتزامات التي يطلبها المجتمع، فإن هذا الإحساس الأخلاقي الفطري سوف يدفعه في النهاية إلى إيجاد تلك الصحافة المسؤولة⁽¹⁹⁾ ولهذا فليست هناك حاجة لفرض المسؤولية مقابل الحرية لأن الناشرين سوف يتحملونها ذاتياً⁽²⁰⁾ كما أن كون المستقبل كائناً عاقلاً سوف يجعله يسعى لإدراك الحقيقة التي توجد بين الأفكار المتلاطمة في ساحة السوق الإعلامية الحرة. وسوف يمكنه من الفصل بين الحقيقة والكذب، وبين الحسن والردىء⁽²¹⁾.

ج - عملية التصحيح الذاتي: وإذا لم يسع الناشر أو الإداعي لخدمة قضية الحقيقة سواء بدافع الربح، أو بدافع حاسته الأخلاقية فإن عملية التصحيح الذاتي سوف تعمل في النهاية على انتصار الحقيقة وإذا ما سعى البعض إلى خدمة أهداف وضيعة من نشر بعض الموضوعات في وسائلهم الإعلامية فإن النظام التنافسي الذي يتيح تعدد الأصوات والسوق الحرة المفتوحة للأفكار

(17) المرجع السابق، ص 108.

(18) المرجع السابق، ص 108.

(19) المرجع السابق، ص 108.

(20) F. S. Siebert, T. Peterson. and W. schramm, *op. cit.*, p. 4.

Ibid., p. 77.

(21) انظر:

P. M. Sandman, et al., p. 168.

والمعلومات سوف يجعل الحقيقة تنتصر في النهاية، فما يسعى بعضهم لحذفه يسعى «آخرون» لنشره، والخطأ الذي يرتكبه صحفي يصححه صحفي آخر، والأكذوبة التي يسوقها محرر يصوبها محرر آخر، ومحاولة خدمة قضية خاصة تكشفها صحيفة أو وكالة أنباء منافسة⁽²²⁾. . . وفي النهاية سوف ينتصر الحق والصواب على الزيف والبهتان وقد يبدو الكذب منتصراً مرحلياً، ولكن إذا لم ترجح الحكومة كفة على أخرى. فإن الحقيقة لابد أن تنتصر في النهاية⁽²³⁾

تقويم أداء وسائل الإعلام في المجتمع الليبرالي

الواقع أنه لا يمكن نكران الدور المهم التي لعبته الصحافة في المجتمع الليبرالي في تنوير الرأي العام في الكثير من القضايا والإسهام في الحفاظ على حريات الأفراد المدنية، وفي إتاحة الفرصة أمام الأفراد للتمتع بالحريات السياسية. كما أنه لا يمكن إنكار الدور الذي لعبته في خدمة النظامين السياسي والاقتصادي. غير أن اضطلاعها بالأدوار المنوطة بها في هذه المناحي، شابه الكثير من أوجه القصور وقد أجمل «تيودر بترسون»⁽²⁴⁾ أهم جوانب القصور التي شابت أداء وسائل الإعلام في المجتمع الليبرالي في ظل سيادة الفلسفة الإعلامية التقليدية، بصورة أعاقَت وسائل الإعلام عن أداء وظائفها على النحو المرجو، في عدة نقاط هي:

- إن وسائل الإعلام - في ظل فلسفة الإعلام الليبرالي كانت تستغل قوتها الهائلة في خدمة أهدافها الخاصة، فقد كان أصحابها يروجون لآرائهم - ولا سيما في الشؤون السياسية والاقتصادية - على حساب الآراء المعارضة.
- أنها وضعت نفسها في خدمة الأهداف الرأسمالية الكبيرة وكثيراً ما سمحت للمعلنين بالتدخل في توجيه سياسة التحرير والمادة التحريرية فيها.

(22) ريفرز وآخرون. وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، مرجع سابق، ص 108.

(23) المرجع السابق، ص 95.

(24) F. S. Siebert, T. Peterson, and W. Shramm, *op. cit.*, pp. 78-79.

- أنها قاومت التغيير الاجتماعي.
- أنها كثيراً ما أضفت اهتماماً مبالغاً فيه على الأمور التافهة والمثيرة أثناء تغطيتها للأحداث الجارية، وأن كثيراً من أبوابها الترفيحية يفتقر إلى تقديم شئ ذي مغزى.
- أنها عرضت الأخلاق العامة للخطر.
- أنها انتهكت خصوصية الأفراد دونما سبب مقنع.
- أن هناك طبقة اجتماعية وحيدة تتحكم فيها، هي طبقة أصحاب الأعمال الاحتكارية. وقد أصبح من الأمور بالغة المشقة دخول أناس جدد إلى عالم صناعة الصحافة مما عرض السوق الحرة للأفكار والمعلومات لخطر داهم. وبالإضافة إلى هذه الانتقادات هناك أيضاً عدد آخر من الانتقادات التي وجهت لأداء وسائل الإعلام لمهامها لعل أهمها:
- أنها وقعت في تجاوزات واضحة في اضطلاعها بالدور المهم المنوط بها في الرقابة على أعمال الحكومة، ولم تهتم إلا بنشر الأخبار السلبية ولم تقم بدور الوسيط ما بين الهتاف للقادة وما بين خصومتهم⁽²⁵⁾
- أنها استخدمت لزيادة رخاء مصالح ملاكها أكثر من استخدامها لتحقيق المصالح العامة، مما أضعف من ثقة العامة فيما تنشره⁽²⁶⁾.
- أن قدرتها على توفير التعددية والتنوع في الأخبار والآراء والمعلومات أصبحت محدودة في ظل أوضاعها الاحتكارية⁽²⁷⁾.
- إن التنافس فيما بين الصحف لم يعد يهدف إلى خدمة القارئ، وإنما لشرائه واستخدمت في إغراء القارئ طرقاً لا يرضاها عقل ولا تقبلها كرامة، ساعدها على ذلك رغبة الجماهير في التعرض للمواد المثيرة والمسلية والممتعة.

(25) مكاوي. أخلاقيات العمل الإعلامي، مرجع سابق، ص 180.

(26) البادي. «مشكلة الاحتكار الصحفي في المجتمع الرأسمالي»، مرجع سابق ص 152.

(27) Commission on Freedom of the Press, *op. cit.*, p. 17.

وفي ظل هذه الانتقادات كان من الطبيعي أن يسعى الفكر الإعلامي الغربي إلى طرح بديل فكري يحاول أن يتلافى هذه الانتقادات، وهو ما تمخض في طروحات فلسفة المسؤولية الاجتماعية.

المطلب الثاني

وظائف وسائل الإعلام

في فلسفة المسؤولية الاجتماعية

نظرة الفلسفة الجديدة لوظائف وسائل الإعلام

لم تطلب فلسفة المسؤولية الاجتماعية من وسائل الإعلام الاضطلاع بوظائف مغايرة لتلك الوظائف التي تبنتها الفلسفة الكلاسيكية، والتي عرضنا لها في المطلب السابق، غير أنها لم ترض عن تفسير بعض ملاك وسائل الإعلام والإعلاميين لهذه الوظائف. كما أنها لم ترض عن الطريقة التي عملت وسائل الإعلام بها على الاضطلاع بهذه الوظائف خلالها⁽²⁸⁾ فقد قبلت الفلسفة الجديدة دور الصحافة في خدمة النظام السياسي وفي تنوير الجماهير، وفي حراسة الحريات المدنية، إلا أنها رأت أن أداء الصحافة لهذه الوظائف كان قاصراً. كما أنها قبلت دور الصحافة في خدمة النظام الاقتصادي غير أنها لم تعط هذه الوظيفة الأولوية على وظائف أخرى مثل تدعيم الديمقراطية وتنوير الجماهير. كما قبلت دور الصحافة في تزويد الجماهير بالمواد الترفيهية ولكن اشترطت أن يكون الترفيه جيداً كما أنها أيدت حاجة الصحف كمؤسسات للتمويل الذاتي، ولكنها لم توافق على السبل التي تتبعها بعض الصحف لتحقيق ذلك⁽²⁹⁾.

وحتى يمكن تلافي السلبيات التي شهدتها الواقع الإعلامي وتحسين أداء وسائل الإعلام بالصورة التي تمكن من الاضطلاع بالوظائف المرجوة على أكمل وجه، عملت الفلسفة الجديدة على مطالبة وسائل الإعلام والعاملين بها - وبشكل صريح وليس ضمناً كما كان الحال في الفلسفة التقليدية - بتحمل عدد

(28) ريفرز وآخرون. وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، مرجع سابق ص 111.

F. S. Siebert, T. Peterson, and W. Shramm, *op. cit.*, p. 14.

(29)

من المسؤوليات (الالتزامات) لإنجاز هذه الوظائف على النحو المرجو. وقد تأثرت هذه الفلسفة في تحديدها لهذه المسؤوليات وسبل إلزام وسائل الإعلام بها بعدة عوامل هي :

- التغيرات التي طرأت على نظرة الفكر الليبرالي لطبيعة الإنسان وطبيعة الحقيقة وطبيعة الدولة وما ينبغي أن تكون عليه طبيعة العلاقة بين الإنسان والدولة .

- التطورات الهائلة التي شهدتها صناعة الإعلام، وبروز وسائل إعلامية جديدة ذات قدرات تأثيرية عالية .

- المساوئ التي ترتبت على تطبيق الإطار الذي وضعته فلسفة الإعلام الليبرالي لأداء وسائل الإعلام للوظائف المرجوة منها في أرض الواقع .

ورغم أن المسؤوليات التي طالبت الفلسفة الجديدة وسائل الإعلام بتحملها موجهة أيضاً للإعلاميين العاملين في هذه الوسائل إلا أن الفلسفة الجديدة طالبت هؤلاء الإعلاميين الالتزام بعدد من الأخلاقيات أثناء تأديتهم لعملهم الإعلامي

وفيما يلي نعرض لهذه المسؤوليات ثم نستعرض أهم هذه الأخلاقيات :

أ - المسؤوليات التي ينبغي على وسائل الإعلام تحملها

طالبت لجنة حرية الصحافة - التي نظرت للفلسفة الجديدة وسائل الإعلام - بتحمل عدد من المسؤوليات كضرورة للمساهمة في تحقيق أهداف المجتمع الليبرالي وهذه المسؤوليات هي

1 - إعطاء تقرير شامل وصادق وذلك لأحداث اليوم في سياق يعطي لها معنى : ويعني طلب اللجنة هذا، أن وسائل الإعلام ينبغي تكون دقيقة، ولا تكذب وأول حلقة في سلسلة المسؤولية تتمثل في الصحفي الذي يعد المصدر الأول للخبر وهذا الصحفي ينبغي أن يكون ماهراً وكفءاً وعليه أن يلجأ إلى المصادر الأكثر دقة وأن يختار الموضوعات الجديرة بالكتابة عنها كما أن عليه أن يعمل على تصنيف الحقائق كحقائق والآراء كآراء

وأن يفصل بينهما بقدر الإمكان وإن كان هذا الأمر مهماً في الأخبار المحلية فإنه أكثر أهمية في الأخبار الدولية. ذلك لأن معرفة السياسات الخارجية أمر محبب لغالبية الشعوب ومن ثم فهناك مسؤولية تتمثل في صياغة الأخبار الخارجية بشكل أكثر دقة ويمكن استيعابها بسهولة.. انه لم يعد كافياً أن تروي الواقعة بصدق ولكن من الضروري أن تذكر الحقائق المتعلقة بالواقعة⁽³⁰⁾ حتى يمكن الإحاطة بجميع ملاساتها وفهمها فهماً متكاملًا وليس فهماً مبتوراً.

2 - **العمل كمببر لتبادل التعليق والنقد:** بمعنى أن تعمل وسائل الإعلام كمببر لتبادل التعليق والنقد وأن تعتبر هذه الوسائل نفسها بمثابة وسائل عامة في النقاش والحوار العام وإن كان من غير الممكن أن تنشر وسائل الإعلام كل الأفكار التي تصل إليها إلا أنها ينبغي أن تلتزم بنشر الأخبار المهمة التي تخالف توجهاتها دون أن تتخلى عن حقها في اتخاذ موقف منها⁽³¹⁾.

وتكمن العلة التي تقف خلف مطالبة اللجنة لوسائل الإعلام بالعمل كمببر لتبادل التعليق والنقد في أنّ وسائل الإعلام تتملكها فئة قليلة، وأنّ المواطن الفرد يجد سبيله إلى وسائل الإعلام بصعوبة متزايدة. لذا فإن وسائل الإعلام ينبغي أن تتحمل مسؤولياتها في نشر مختلف وجهات النظر التي بدونها لن تجد وجهات النظر هذه سبيلها للتداول العام⁽³²⁾.

3 - **إبراز صورة ممثلة فعلاً للجماعات الشرعية في المجتمع:** وهنا يجب على وسائل الإعلام أن تصور جميع الفئات الاجتماعية بدقة وأن تكون الصور والأفكار والمعلومات التي تطرحها هذه الوسائل وتؤكد عليها ممثلة لكل هذه الجماعات المتنوعة التي يتكون منها المجتمع كما هي في الواقع ولا يعني ذلك الاقتصار على نشر ما يتعلق بهذه الجماعات وعدم التعرض لنشر نقاط ضعفها وعيوبها فذلك ينبغي أن يؤخذ في الاعتبار مثله مثل

(30) Commission on Freedom of the Press, *op. cit.*, pp. 21-23.

(31) *Ibid.*, p. 23-24.

(32) ريفرز وآخرون. وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، مرجع سابق ص 117.

نشر قيمها وطموحاتها وصفاتها البشرية. وتعتقد اللجنة أنه إذا ما تعرف الناس على الحقائق الداخلية لحياة جماعة ما فسوف يتكون لديهم بالتدرج فهماً واحتراماً حقيقيين لها⁽³³⁾.

4 - عرض وتوضيح أهداف المجتمع وقيمه: هناك مسؤوليه واضحة ملقاة على عاتق وسائل الإعلام قبل المجتمع وقيمه، ووسائل الإعلام سواء أرادت أم لم ترد تسهم بشكل أو بآخر بما تنشره عن الإخفاقات والإنجازات كل يوم في توضيح هذه الأهداف والقيم أو في التعتيم عليها. ولا يعني هذا أن اللجنة تطالب وسائل الإعلام بتحويل الحقائق وإثارة العواطف حولها لخلق صورة وردية، وإنما تطالب بتغطية واقعية للأحداث، والقوى التي تعمل ضد أهداف المجتمع وكذلك القوى التي تعمل لصالحها.

وينبغي أن تدرك وسائل الإعلام أن عليها أن تتحمل مسؤولية - مثل تلك التي يضطلع بها المربون - في بيان وتوضيح المثل العليا التي يسعى إليها المجتمع، لكونها واحدة من أقوى الوسائل التعليمية في هذا الصدد⁽³⁴⁾.

5 - تقديم المعلومات كاملة: من الواضح أن كمية المعلومات التي يحتاجها المواطنون في المجتمع الحديث أكبر بكثير من كمية المعلومات التي كانوا يحتاجون إليها في أي وقت مضى. رغم أن المواطن لا يستخدمون دائماً جميع المعلومات التي يحصلون عليها. إلا أن نشر الأخبار والآراء على نطاق واسع أمر ضروري بالنسبة للحكومة التي تقيم حكمها على الرضا. كما أن توفير المعلومات للجميع ضرورة في المجتمع الديمقراطي الذي تتغير فيه القيادات بكثرة وبحرية، بحيث قد يجد أي مواطن نفسه في يوم ما في موقع المسؤولية ولدية سلطة اتخاذ القرار⁽³⁵⁾.

ب - الواجبات الأخلاقية التي يجب أن يلتزم الإعلاميون بها

طالب الفكر الإعلامي الجديد الإعلاميين - وبشكل صريح - مراعاة عدد

Commission on Freedom of the Press, *op. cit.*, pp. 26-27. (33)

Ibid., pp. 27-28. (34)

Commission on Freedom of the Press, *op. cit.*, p. 28. (35)

من القواعد الأخلاقية أثناء ممارسة العمل الإعلامي. وقد اضطلعت موثائق الشرف التي وضعتها الاتحادات الإعلامية، والدساتير الأخلاقية للإذاعة والتلفاز⁽³⁶⁾ مهمة تحديد أهم هذه القواعد وطالبت الإعلاميين أن يتخذوا منها معياراً لقياس أدائهم الإعلامي على هداية ومن أهم هذه الوجبات الأخلاقية:

- 1 - **الموضوعية:** وذلك من خلال السعي لتحقيق المعالجة غير المنحازة أو التناول غير العاطفي للقضايا المثيرة للجدل، وعرض شتى وجهات النظر
- 2 - **الأمانة:** وتتطلب التحرر من أي التزام قبل أي جهة ذات مصلحة. ولا يكون الالتزام إلا قبل الجمهور في معرفة الحقيقة وبذلك يكون أميناً في تحمل مسؤوليته قبلهم
- 3 - **الصدق والدقة:** من خلال تحري الحصول على البيانات والمعلومات أو الآراء الصادقة من مصادرها الأساسية، وتقديم المعلومات كاملة كما ينبغي على كتاب المقالات والتحليلات والتعليقات التمسك بنفس مبادئ الدقة في الحقائق التي يتناولونها مثلما يفعلون بشأن القصص.
- وتتطلب الدقة الحصول على المعلومات الموثقة، ومن مصادرها الأساسية، كما تتطلب الاعتراف بالأخطاء والعمل على تصحيحها بسرعة وفي مكان بارز في الصحيفة⁽³⁷⁾.
- 4 - **الإنصاف:** فعلى الإعلاميين في جميع الأوقات أن يظهروا الاحترام اللائق بكرامة الناس الذين يقابلونهم، وخصوصياتهم وحقوقهم ورفاهيتهم. وذلك أثناء عملية جمع الأخبار ونشرها وذلك من خلال:

(36) انظر نماذج لهذه القواعد في: هاتلنج، جون ل. أخلاقيات الصحافة، مناقشة علمية للقواعد الأخلاقية للصحافة كما دونتها جمعية رؤساء تحرير الصحف الأميركية، ترجمة: عبد الرؤوف، كمال. القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، د.ت، ص 111-140.

W. L. Rivers, The Mass Media, 2 nd edition (New York: Harper and Row, Publishers, 1981), pp. 600-605.

(37) المرجع السابق، ص 139؛ انظر أيضاً: مكاوي، حسن عماد. «نظرية المسؤولية الاجتماعية وممارسة العمل الإخباري» مجلة بحوث الاتصال، عدد 9، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يوليو 1993، ص 236-238.

- عدم نشر أي اتهامات غير رسمية تؤثر في سمعة أو كرامة أي شخص.
- عدم محاولة انتهاك حق الشخص في الاحتفاظ بحياته الخاصة بعيداً عن الأخبار.
- عدم نشر التفاصيل غير اللائقة في موضوعات الدعارة والجريمة⁽³⁸⁾.
- هذا بالإضافة إلى عدد كبير من الإرشادات الأخلاقية التي تمكن الإعلامي - إن التزم بها - من الاضطلاع بمسؤولياته على النحو الأمثل.

آليات إلزام وسائل الإعلام بمسؤولياتها قبل المجتمع

رغم أن فلسفة المسؤولية الاجتماعية لم تحبذ الاستنجاد بالحكومة لإجبار وسائل الإعلام على تحمل مسؤولياتها إلا في حالة الضرورة القصوى⁽³⁹⁾، ولم توافق على تدخلها في شؤون وسائل الإعلام إلا فيما يتعلق بوسائل الإعلام الإلكترونية وبضوابط محددة، ورغم أنها رأت أن وسائل الإعلام ينبغي أن تتحمل هذه المسؤوليات تحملاً قائماً على التعاقد الواقع بينها وبين المجتمع والذي يضمن لهذا المجتمع خلاله الحرية الإعلامية مقابل قيامها بسد حاجته إلى المعرفة والرأي. إلا أن هذا لا يعني أن هذه الفلسفة الجديدة لم تسع إلى التماس بعض الآليات التي يمكن خلالها إلزام هذه الوسائل بمسؤولياتها إذا ما أخلت بها. ومن هذه الآليات ما ظهر مع الإرهاسات الأولى لهذه الفلسفة ومنها ما نادى به لجنة حرية الصحافة التي اكتمل بناء هذه الفلسفة على يديها. وهذه الآليات وبشيء من الإيجاز هي:

1 - **دساتير العمل:** ظهرت دساتير العمل، التي تستهدف تشجيع الممارسات الإعلامية المسؤولة، على يد بعض المنظمات الخاصة «الاتحادات الإعلامية» مثل «الجمعية الأميركية لمحري الصحف، جمعية الصحفيين المحترفين، جمعية رؤساء تحرير الصحف الأميركية»⁽⁴⁰⁾.

(38) هاتلنج. أخلاقيات الصحافة، مرجع سابق، ص 134-135.

(39) وذلك في حالة فشل تنظيم الصحافة نفسها تنظيمًا ذاتيًا وفشلها في الاضطلاع بالدور المنوط بها.

(40) مكاي. أخلاقيات العمل الإعلامي، مرجع سابق، ص 144.

كذلك استهدفت دساتير العمل، التي وضعتها الاتحادات الإذاعية، توضيح المسؤوليات الأخلاقية التي ينبغي الالتزام بها في ممارسة العمل الإذاعي. وطالبت من الإذاعة العمل في جميع الأحوال لصالح الجمهور وراحته وتلبية احتياجاته وعكست هذه الدساتير النظرة الجديدة في الفكر الاجتماعي الليبرالي إلى طبيعة الإنسان إذ أنه ليس كائنًا عقلاً تاماً في سلوكه وأنه شديد القابلية للفساد الأخلاقي. ومن ثم اهتمت بالتوصية بعمل البرامج التي ترقى الأخلاق العامة وتراعي المعايير المقبولة للذوق السليم في هذه البرامج وفي الإعلانات أيضاً⁽⁴¹⁾

2 - **مجالس الصحافة:** وهي منظمات تطوعية تسعى إلى تحسين أداء الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى. ودراسة الشكاوى المتعلقة بالممارسة الإعلامية. وهي تسمح للناس بأن ينتقدوا أداء وسائل الإعلام بدون تهديد رسمي أو قانوني لهذه الوسائل⁽⁴²⁾ كما أن لمجالس الصحافة مهمة أخرى تتمثل في حماية وسائل الإعلام من التأثيرات الضارة الواقعة عليها من قبل المجتمع أو السلطات الحاكمة. كما أنها تقوم بفض النزاعات بين الصحفيين وبين أصحاب الصحف⁽⁴³⁾.

وقد كان أول ظهور لمجالس الصحافة في عام 1916 في السويد عندما تشكلت هيئة أطلق عليها «اللجنة العادلة للصحافة» ثم تبعها ظهور عدد من الهيئات المشابهة في الدول الأوروبية⁽⁴⁴⁾.

(41) ريفرز وآخرون. وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، مرجع سابق، ص 114-115؛ وللمزيد حول هذه المواثيق والقواعد التي تحتوي عليها انظر: شمول. مسؤوليات الصحافة، ص 16-18.

(42) انظر: E.E. Dennis and J.G. Merrill, *Basic Issues in Mass Communication: A Debate* (New York: Mac-Millan Publishing Company, 1984), pp. 161-163.

(43) للمزيد حول الدور الذي يمكن أن تقوم به مجالس الصحافة في تحسين أداء العمل الإعلامي، انظر:

E. E. Dennis and J.G. Merrill, *op. cit.*, pp. 170-171.

(44) ريفرز وآخرون. وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، مرجع سابق، ص 123.

وقد أوصت «لجنة حرية الصحافة» بإقامة هيئة جديدة للتقويم، وتقديم تقرير سنوي عن أداء الصحافة⁽⁴⁵⁾. ولم تلق هذه التوصية صدى بين وسائل الإعلام الأميركية إلا في أواخر الستينيات من هذا القرن. ولم ينشأ مجلس للصحافة على المستوى القومي إلا في عام 1972، غير أن هذا المجلس صوت على حل نفسه في عام 1984⁽⁴⁶⁾.

3 - **النقد الداخلي:** وهو نوع من النقد الذي يقوم به مدققون أو محررون تعينهم الصحيفة لهذا الغرض لتلقي شكاوى القراء والرد عليها من ناحية، ولاكتشاف دقة القصص الإخبارية وتوازنها ومعالجة نقاط ضعفها من ناحية أخرى. والغاية الأساسية لعملية النقد الداخلي هو أن تصبح أسرة الأخبار أكثر حساسية من الناحية الأخلاقية للمشكلات الكامنة في مسائل مثل الدقة والإنصاف والتوازن⁽⁴⁷⁾، وقد أوصت لجنة حرية الصحافة العاملين في الميدان الصحفي بالدخول في نقد عام مشترك وجري، حتى يمكن تصحيح الأخطاء التي تقع فيها الوحدات الإعلامية نفسها، ودون تدخل من قبل الحكومة⁽⁴⁸⁾.

4 - **النقد الخارجي:** رغم أن عملية النقد الخارجي لمحتويات الصحافة قديمة قدم الصحافة نفسها. إلا أن هذا النقد كان يدور حول حالات أو مشكلات بعينها ويفتقد إلى صفة الاستمرارية. كما أنه كان يفتقد في حالات كثيرة إلى العمق. غير أن هذا النوع من النقد اتخذ - مع ظهور وانتشار وسائل الإعلام الإلكترونية - صفة المهنة عند البعض وأصبح للسينما نقادها، وللإذاعة نقادها.. وهكذا. كما ظهرت مجلات متخصصة في هذا الصدد. وخير مثال لذلك مجلة «كولومبيا جورناليزم ريفيو» الأميركية التي تعلن في كل أعدادها أن هدفها تقويم أداء الصحافة في جميع أشكالها والتنبيه لنواقصها، وقدراتها، والمساعدة على تعريف أو إعادة تعريف معايير الخدمة الشريفة المسؤولة...

Commission of Freedom of the Press, *op. cit.*, p. 100. (45)

(46) شمول. مسؤوليات الصحافة، مرجع سابق، ص 20-21.

(47) المرجع السابق، ص 18-19.

Commission on Freedom of the Press, *op. cit.*, p. 94. (48)

والمساعدة على حفظ التحسين المستمر في المهنة، والجهر بما هو حق وعدل وخير⁽⁴⁹⁾.

5 - **جماعات الضغط:** وهي مثل جماعات رجال الأعمال، النقابات العمالية، رجال الدين، الجماعات العرفية والمهنية... إلخ وتسعى هذه الجماعات إلى تحقيق الصالح العام للمجتمع من خلال ممارسة ضغوطها على وسائل الاتصال خاصة الاذاعة والتلفاز... وقد انتشرت هذه الجماعات في الولايات المتحدة وأصبحت تعرف باسم «حركة إعادة صياغة وسائل الإعلام» ويسعى أعضاء هذه الجماعات إلى محاولة تملك وسائل الإعلام والعمل فيها لتلبية حاجات القطاعات التي يمثلونها مثل المرأة، الطفل، الأقليات... إلخ كما تعمل على التأثير على وسائل الإعلام من خلال تقديم الشكاوى والاعتراضات على بعض ما تنشره هذه الوسائل. كذلك من خلال مراقبة الإعلانات وإرسال خطابات لشركات الإعلان تعبر فيها عن موافقتها أو اعتراضها على مضمون بعض الإعلانات⁽⁵⁰⁾.

6 - **التربية الأخلاقية:** لاشك أن التشكيل الأخلاقي للشخص العامل في الأخبار يعد أمراً حاسماً في تقرير كيفية تغطيته لقصة إخبارية ولخلق الضمير الأخلاقي لدى العاملين بوسائل الإعلام، لذا اهتمت الكليات التي تدرس الإعلام بزيادة عدد دروس الأخلاق الصحفية، وأخذت أيضاً تدير - على نحو أكثر تكرراً - برامج التعليم المستمر (المؤتمرات، الاجتماعات، الندوات) التي تناقش وتبحث قضايا مسؤولية الإعلام. ولاشك أنه يمكن للبرامج التعليمية الجادة بعيدة المدى أن تؤدي في النهاية إلى رفع الوعي الأخلاقي لدى الإعلامي، بصورة تجعل عمله يتسم بمسؤولية أكبر⁽⁵¹⁾.

(49) شمول. مسؤوليات الصحافة، مرجع سابق، ص 19-20؛ وللمزيد حول دور النقد الخارجي في تقويم وسائل الإعلام، انظر: مكاي. أخلاقيات العمل الإعلامي، مرجع سابق، ص 153-155.

(50) المرجع السابق، ص 155، 156، وللمزيد انظر:

W. Rivers, W Schramm, *op. cit.*, pp. 125-129.

(51) المرجع السابق، ص 23

هذه هي أهم الآليات التي رأت الفلسفة الجديدة أنها يمكن أن تسهم في إلزام وسائل الإعلام بمسؤولياتها، هذا بالإضافة إلى الدور الذي يمكن أن تقوم به الجماهير بصفة عامة في هذا الصدد. من خلال ردود الأفعال التي تصدر منها قبل وسائل الإعلام وما ينشر فيها، والتي تتمثل في إقبالها على التعرض لوسيلة ما أو إعراضها عنها، كما تتمثل في الخطابات التي يمكن أن ترسل من قبل أفرادها إلى وسائل الإعلام تعليقاً أو نقداً أو استحساناً لإحدى المواد التي نشرت بها. ولعل سعي بعض وسائل الإعلام للتعرف على اتجاهات الجمهور قبل المواد التي تنشرها من خلال المسوح الإعلامية دليل واضح على الدور الذي يمكن أن يقوم به في التأثير على كل ما تنشره وسائل الإعلام.

ويضاف لكل ما سبق فيما يتعلق بالإذاعة والتلفاز، آلية مهمة لإلزام هذه الوسيلة المهمة بمراعاة الصالح العام فيما تقدمه - في حالة كونها مملوكة ملكية خاصة - وهي التهديد الحكومي بسحب الترخيص الممنوح لها أو على الأقل عدم تجديده لها⁽⁵²⁾.

تقويم أداء وسائل الإعلام في ظل فلسفة المسؤولية الاجتماعية

لا شك أن فلسفة المسؤولية الاجتماعية أدخلت تحسينات واضحة على أداء وسائل الإعلام لمهامها في المجتمع الليبرالي، فعلى يد هذه الفلسفة أصبحت فكرة حق الجمهور في الحصول على المعلومات - وهو حق أساسي للمعرفة - عقيدة رئيسية يعتنقها المحررون الناشرون والإذاعيون⁽⁵³⁾، كما أن وسائل الإعلام أصبحت تتفق من حيث المبدأ والتطبيق، - خاصة في السنوات الأخيرة - على أن لها دوراً في النقل العام للأبناء والآراء، وهذا - لا شك - يساعد وسائل الإعلام على الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير، كما أنه يساعد في الآن نفسه على تداول أفكار ما كان بدونها أن تصل إلى الجماهير⁽⁵⁴⁾.

(52) ريفرز وآخرون. وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، مرجع سابق، ص 192-193.

(53) المرجع السابق، ص 121.

(54) المرجع السابق، ص 113.

ولقد أنجزت الصحافة الأميركية - على سبيل المثال - في هذا الصدد تقدماً يمكن تقديره منذ تقرير لجنة هتشنز، يدل على ذلك الشعبية المتزايدة للصفحات التي تشرح وجهات النظر الشخصية المعارضة للافتتاحيات، وبذلك قطعت الصحف مسافة لا بأس بها بعيداً عن التوجه المنسوب إلى «وليم بيتر هاميلتون» صاحب صحيفة وول ستريت جورنال بأن الصحيفة هي مشروع خاص لا يدين بأي شيء مهما كان للجماهير الذي لم يوفر له أي حق أو امتياز إذ أنها لا تتأثر بالمصلحة العامة، وإنها بالتأكيد ملك لصاحبها الذي يبدع إنتاجاً جاهزاً على مسؤوليته الشخصية⁽⁵⁵⁾.

كما أن كثيراً من وسائل الإعلام أصبحت تتحمل مسؤوليتها بشكل صريح في تدعيم أهداف المجتمع وقيمه وتوضيحها، ورغم وجود صراع بين هذه الأهداف والقيم - وخاصة في المجالات الاقتصادية والاجتماعية - في المضمون الذي تقدمه وسائل الإعلام، إلا أن غالبية الوسائل تظهر ميلاً قوياً إلى ضم الصفوف عندما تعرض أهداف المجتمع وقيمه التقليدية للخطر⁽⁵⁶⁾.

بالإضافة إلى ذلك لا يمكن إنكار توجه صحف الصفوة الواضح لتنفيذ ما أوصت به لجنة هتشنز حول المسؤوليات التي ينبغي أن تتحملها الصحافة قبل المجتمع من تقديم وصف صادق وشامل وبارع عن الأحداث اليومية في سياق يجعلها ذات معنى⁽⁵⁷⁾.

ورغم هذه التحسينات الواضحة وغيرها التي أدخلها الفكر الإعلامي الجديد على أداء وسائل الإعلام لبعض مهامها، ورغم الدور الذي لا ينكر لآليات الإلزام الذاتي التي ابتكرتها فلسفة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق هذه التحسينات، إلا أنه لم يكن من اليسير على هذه الفلسفة الجديدة أن تحرز تقدماً

(55) بيل، إيلي. «العودة إلى هتشنز: خمسة وثلاثون عاماً على نظرية المسؤولية الاجتماعية»، في: شمول. مسؤوليات الصحافة، مرجع سابق، ص 52.

(56) ريفرز وآخرون. وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، مرجع سابق، ص 120.

(57) شولت، هنري ف. «وسائل الإعلام كأدوات للتعليم والإقناع وتشكيل الرأي في العالم الغربي»، في مارتين - شودري. نظم الإعلام المقارنة، مرجع سابق، ص 202-203.

كبيراً في تحسين أداء وسائل الإعلام في ظل تجذر الوضع الثابت، وظل الواقع الإعلامي يعاني الكثير من المساوئ التي كانت تأمل الفلسفة الجديدة في تلافيها: فعلى سبيل المثال:

- ظل الواقع الاحتكاري قائماً دونما تغير حقيقي في ظل ضعف القوانين التي استخدمت للحد منه، بل هناك شواهد تدل على تزايد خاصة في إنجلترا وأميركا⁽⁵⁸⁾، وظل هذا الوضع يمثل قيداً على حرية التعبير نتيجة لتدخل الشركات الكبرى في شؤون الصحافة، والذي أصبح بديلاً عن التدخل الحكومي، كما أنه ظل يمثل تهديداً واضحاً للتعددية والتنوع⁽⁵⁹⁾ اللذين يمثلان حجر الزاوية في إقامة سوق حرة للأفكار والمعلومات، حتى إن الفكرة القائلة بأن الملكية الخاصة لوسائل الإعلام سوف تضمن للأفراد حق التعبير تبدو الآن في الغرب فكرة غير منطقية⁽⁶⁰⁾.

- ظل الهدف الربحي، الذي يرتبط ارتباطاً عضوياً بالملكية الخاصة لوسائل الإعلام التي أقرتها فلسفة المسؤولية الاجتماعية، مسيطراً على هذه الوسائل ومتحكماً فيما تنشره بصورة كبيرة، وإن كان هذا التحكم يبلغ مداه في وسائل الإعلام التي اتخذت من الربح غاية لها لا وسيلة للبقاء والمنافسة. ولم يحدث تغير حقيقي في السبل التي اتبعتها وسائل الإعلام التجارية لتحقيق هذا الهدف، وظل نشر كل ما يجذب أكبر عدد من أفراد الجمهور قاعدة أساسية، ولم تتورع وسائل الإعلام - في سبيل ذلك - عن التنافس في نشر المواد الهابطة والمثيرة حتى أن مصطلح «الجنس يبيع» "Sex Sells" أصبح فيما يبدو بديهياً في المجتمع الأميركي الحديث، لكون الجنس والإثارة من العناصر الأساسية التي تجلب الأرباح للمشروعات الإعلامية التجارية⁽⁶¹⁾ على الجانب الآخر مثلت حاجة

(58) حسن. الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، مرجع سابق، ص 151؛ كذلك انظر: J. C. Curran and J. Seaton, *op. cit.*, pp. 340-344.

(59) انظر: شيلر، المتلاعبون بالعقول، مرجع سابق، ص 27، 28؛ الريميحي. نمور شرسة من الورق تبدأ حرب الفضاء، مرجع سابق، ص 18.

(60) حسن. الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، مرجع سابق، ص 151.

(61) R. E. Hiebert and C. Reuss, *op.cit.* p. 161.

وسائل الإعلام التجارية لتحقيق الأرباح باباً واسعاً يلج منه أصحاب المصالح الرأسمالية للضغط على هذه الوسائل واستخدامها كأداة مهمة للترويج لأفكارهم وللدفاع عن مصالحهم، لكونهم المصدر الأساسي للإعلانات التي تمثل العمود الفقري في دخل وسائل الإعلام التجارية⁽⁶²⁾.

- لم تحقق دعوة المسؤولية لوسائل الإعلام بالتزام الموضوعية في معالجتها للقضايا التي تتناولها التزاماً حقيقياً، فقد أثبتت دراسات عديدة أن وسائل الإعلام الغربية تحيز لطرف أو أطراف معينة في الصراعات الداخلية أو الدولية، وتشوه صورة اتجاهات سياسية أو فكرية أخرى، أو دول أو حركات تحريض أو أقليات عرقية أو دينية، وهو ما يعني أيضاً انعدام العدالة في تغطية هذه الوسائل للأحداث الداخلية أو الخارجية⁽⁶³⁾.

- أشار البحث على مدى الأعوام التالية لتقرير لجنة حرية الصحافة في المؤسسات الصحفية إلى نتائج أولية تهدد الافتراض القائم على استقلالية الصحفي المسؤول أمام قرائه وضميره فحسب، فكل مؤسسة أخبارية أو إعلامية - كجريدة، أو محطة تلفاز أو محطة إذاعة - تحاول أن تتأكد من أن أعضاءها يسيرون على قواعدها الموضوعية من قبلها⁽⁶⁴⁾ والتي ترى أنها محققة للغاية التي أنشئت من أجلها.

- خلال عقد الثمانينيات حدث ما يسمى «بفجوة المصداقية» Credibility Gap حيث واجهت وسائل الإعلام الأميركية العديد من الاتهامات منها: أنها تشوه الحقائق وتعتمد على الإثارة وتقتحم الحياة الخاصة للأفراد⁽⁶⁵⁾ وفي ذلك تغيرت

(62) انظر: ريفرز وآخرون. وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، مرجع سابق، ص 58.
شيلر، المتلاعبون بالعقول، مرجع سابق، ص 31.
(63) انظر نماذج لذلك في: صالح، سليمان. «ظاهرة التحيز في وسائل الإعلام الغربية: دراسة تطبيقية على الصحافة البريطانية»، مرجع سابق، ص 81-90.
(64) شوينباخ، كلاوس. «الأخبار في العالم الغربي»، في مارتين - شودري. نظم الإعلام المقارنة، مرجع سابق، ص 63.
(65) مكاوي. أخلاقيات العمل الإعلامي، مرجع سابق، ص 81.

أخلاق الممارسة الإعلامية نحو الأسوأ خلال السنوات التالية لظهور تقرير لجنة حرية الصحافة، وقد أشارت نتائج دراسة أعدها «الجمعية الأميركية لمحربي الصحف» حول مصداقية الصحف إلى أن 78٪ من المبحوثين يعتقدون أن الصحفيين لا يهتمون بجرح مشاعر الناس أو إيذائهم⁽⁶⁶⁾ كما أشار استطلاع للرأي قام به معهد جالوب حول مصداقية الصحافة في عام 1987 أن 13,7٪ فقط هم الذين يعتقدون في مصداقيتها⁽⁶⁷⁾.

وكنتيجة لهذا الواقع الذي تعيشه أغلب وسائل الإعلام ولاسيما في الولايات المتحدة الأميركية، ذهب «هودينغ كارتر» رئيس مراسلي محطات التلفاز العامة "PBS" إلى وصف هذا الواقع بقوله: «لتوضيح الأمور بلغة بسيطة يمكن القول أن ميدان وسائل الإعلام اليوم هو غابة أخلاقية» "Ethical Jungle" يتربع على عرشها المذهب البرجماتي النفعي. والمبادئ المتفق عليها فيما يخص الممارسات اليومية قليلة، ويتفاخر كثير من السكان بالفوضى التي تدب من حولهم⁽⁶⁸⁾.

والواقع أن إخفاق فلسفة المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء وسائل الإعلام على النحو الذي كان مأمولاً يعود - كما ذكرنا آنفاً - إلى:

- تجذر الكثير من السلبيات التي أفرزتها الفلسفة الكلاسيكية في التربة الإعلامية ويدعم هذه السلبيات واقع المجتمعات الليبرالية برمتها. وهذا ما جعل أي إصلاح للواقع الإعلامي بمعزل عن إصلاح الواقع الاجتماعي بصفة عامة أمراً متعذراً.

- ضعف الطروحات التي قدمتها فلسفة المسؤولية الاجتماعية لتلافي هذه السلبيات وتحسين أداء وسائل الإعلام للمهام المنتظرة منها، ويعد ذلك نتيجة طبيعية لقيام هذه الطروحات على مقدمات لم تختلف كثيراً عن المقدمات التي

R. L. Holsinger, *op. cit.*, p. 209. (66)

C. G. Christian, *etal. op. cit.*, p. 26. (67)

(68) انظر: شمول. مسؤوليات الصحافة، مرجع سابق، ص 16.

C. G. Christian, *etal. op. cit.*, p. XI.

أقامت عليها الفلسفة الكلاسيكية طروحاتها. هذا بالإضافة إلى انطلاقها من المسلمات الكوزمولوجية نفسها التي انطلقت الفلسفة الكلاسيكية منها، وسعيها - مثلها في ذلك مثل هذه الفلسفة - للمساهمة في تحقيق غايتها. لذا كان من الطبيعي أن تكون قدرة فلسفة المسؤولية الاجتماعية على إصلاح الواقع الإعلامي قدرة محدودة. وأن يظل أداء وسائل الإعلام، ولا سيما في ظل الحريات الواسعة الممنوحة من قبل هذه الفلسفة في ممارسة العمل الإعلامي، وفي تملك وسائل الإعلام، وفي ظل ضعف آليات الإلزام الذاتي التي اعتمدت عليها لضمان الممارسة الإعلامية السليمة، مرهوناً إلى حد كبير بإرادة ملاكها وبمصالحهم الخاصة حتى ولو كانت تتعارض - في كثير من الأحيان - مع الصالح العام.

وهكذا ظلت العلة الأساسية التي كانت وراء إخفاق وسائل الإعلام في الاضطلاع بالوظائف التي نظرت لها فلسفة الإعلام الليبرالي كامنة أيضاً في فلسفة المسؤولية الاجتماعية. والواقع أن هذه العلة ستظل قائمة في أي فكر إعلامي ينطلق من فكر اجتماعي يحصر همه في تحقيق غايات أفراد مجتمعه في حيز هذه الدنيا.

وفي ظل فشل طروحات فلسفة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق التحسن المأمول في أداء وسائل الإعلام، بدأ فكر إعلامي جديد في الظهور إلى حيز الوجود تحت مسمى نظرية «المشاركة الديمقراطية» يدعو إلى محاربة العلل الكامنة وراء إخفاق وسائل الإعلام في تأدية الدور المنوط بها، وأخطرها ظاهرة الاحتكار، وفيما يتعلق بالوسائل الخاصة، والسيطرة البيروقراطية فيما يتعلق بوسائل الإعلام العامة. ويدعو إلى إعطاء المواطنين والأقليات حق الوصول إلى وسائل الإعلام وحق استخدامها، ويطالب وسائل الإعلام بخدمتهم طبقاً للاحتياجات التي يحددها هم .. ويحبذ هذا الفكر إنشاء وسائل إعلام صغيرة الحجم ويرى أنها توفر فرصاً أفضل للتفاعل والمشاركة من الوسائل الضخمة التي ينساب محتواها في اتجاه واحد⁽⁶⁹⁾ .. وما إلى ذلك من الطروحات التي

(69) حول ملامح هذا الفكر الإعلامي الجديد، انظر: D. McQuail, *op. cit.*, pp. 96-98.

يدعو هذا الفكر الإعلامي الجديد إلى تبنيها في أرض الواقع كضرورة لتلافي السلبيات القائمة في الواقع الإعلامي الحالي .. غير أن هذا الفكر لا يزال يفتقر إلى وجود حقيقي في الواقع التطبيقي⁽⁷⁰⁾.

المبحث الثاني

وظائف وسائل الإعلام في فلسفتي الإعلام الموجه

المطلب الأول

وظائف وسائل الإعلام في فلسفة الإعلام الاشتراكي

يعول الفكر الاجتماعي الاشتراكي على وسائل الإعلام في القيام بدور مهم في إقامة المجتمع الاشتراكي والإسهام في الانتقال به إلى المرحلة الشيوعية، وذلك بشكل ربما يفوق الدور الذي ينتظر من هذه الوسائل الاضطلاع به في أي فكر اجتماعي آخر.

ويمكن تقسيم الوظائف المنتظرة من وسائل الإعلام الاشتراكي - كما حددتها فلسفة الإعلام الاشتراكي - إلى وظيفتين كبيرتين يندرج تحتهما عدد من الوظائف الفرعية وذلك على النحو التالي :

أولاً: تمهيد السبيل لإقامة المجتمع الاشتراكي

ويشمل هذا الدور ثلاث مهام فرعية هي :

محاربة الفكر والواقع البرجوازي: تعد وسائل الإعلام في هذا الصدد - وكما يذهب لينين - وسيلة مهمة ورئيسية من وسائل تحرير المجتمع من الآثار الثقافية والفكرية للإقطاع والبرجوازية⁽⁷¹⁾ وذلك من خلال الدور الذي يمكن أن تقوم به في كشف مساوئ الواقع الذي أفرزته الطبقة الرأسمالية وكشف استغلالها، ومحاربة الأفكار التي تروج لها وتحاول التأثير على وعي

(70) حسن . الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، مرجع سابق، ص 157.

(71) عبد الرحمن . المدرسة الاشتراكية في الصحافة، مرجع سابق، ص 8.

ال جماهير خلالها، ومحو أي تعاطف معها⁽⁷²⁾.

نشر الوعي التقدمي (الاشتراكي): وذلك من خلال التأثير في وعي الناس ونقل الخواص المرغوبة لهذا الوعي وتقريبه من النموذج المثالي الذي ينبغي أن يسود في المجتمع الاشتراكي⁽⁷³⁾.

ويتم ذلك من خلال شرح وتبسيط طروحات الفكر الاشتراكي والأسس التي يستند إليها، والقوانين الأساسية التي يبنى عليها مختلف مقولاته، وتعليم أفراد الجماهير كيفية تفسير الأحداث، وفهم شتى الظواهر على هداها⁽⁷⁴⁾ وتعليمهم كيفية التفاعل السليم معها، وإرشادهم إلى ما ينبغي فعله - بصفة عامة - الإسهام في التعجيل بإقامة المجتمع الشيوعي.

تنظيم ودعم العمل الثوري: وذلك من خلال القيام بعدة أدوار هي:

- الإسهام في تكوين صفوة اشتراكية ديموقراطية تكون نواة لحزب حقيقي يقود العمل الثوري⁽⁷⁵⁾.

- العمل كمنظم جماعي، بمساعدة الصحافة وعن طريقها - كما يرى لينين - يأخذ كل تنظيم الشكل الذي يشارك به في كل من الأنشطة المحلية، والعمل النظامي عموماً، ويدرب أعضائه على متابعة الأحداث السياسية بعناية، وتقويم مغزاها وتأثيرها في مختلف طبقات السكان، وتطوير وسائل فعالة يؤثر بها الحزب الثوري على تلك الأحداث⁽⁷⁶⁾.

- الإسهام في زيادة فعالية جهود الحزب من خلال ربط الجماهير به وتعبئتها وراء خطواته، لتحقيق الأهداف الثورية التي يسعى إلى تحقيقها وإقامة المجتمع الاشتراكي.

(72) ميلز. «التعليم والإقناع وتشكيل الرأي العام في العالم الشيوعي»، مرجع سابق، ص 242-243.

(73) انظر في هذا المعنى: المرجع السابق، ص 240.

(74) المرجع السابق، ص 241.

(75) عبد الرحمن. المدرسة الاشتراكية في الصحافة، مرجع سابق، ص 19.

(76) ميلز. «التعليم والإقناع وتشكيل الرأي العام في العالم الشيوعي»، مرجع سابق، ص 235-236.

وقد أدرك لينين أهمية وجود صحيفة مركزية للحزب - وذلك بالإضافة للصحف المحلية التابعة له - حتى إنه ذهب إلى أنه من المستحيل القيام بالنضال السياسي ما لم يكن بمقدور الحزب ككل أن يبدي رأيه حول كل المسائل السياسية، ويعطي التوجيهات لمختلف جوانب النضال .. أن تنظيم القوى الثورية وتطوير التكتيك الثوري محال بدون بحث هذه القضايا في صحيفة مركزية⁽⁷⁷⁾.

وهكذا فالمهام المطلوب من وسائل الإعلام الاضطلاع بها لتهيئة المناخ لقيام المجتمع الاشتراكي، مهام متعددة وجسيمة، وإذا ما تحقق للحزب الاشتراكي الاستيلاء على السلطة، والقضاء على البناء الطبقي للمجتمع البرجوازي، وشرع في إقامة المجتمع الاشتراكي الذي يعد معبراً لإقامة المجتمع الشيوعي، فإن وسائل الإعلام مطالبة هنا بالاضطلاع بعدد من الوظائف لتدعيم هذه الغاية.

ثانياً: المساهمة في تحقيق غايات المجتمع الاشتراكي

تتطلب عملية الإسهام في تحقيق غايات المجتمع الاشتراكي من قبل وسائل الإعلام القيام بثلاث وظائف هي:

- تدعيم مسيرة العمل الاشتراكي وذلك من خلال العمل على:
 - تحقيق الوحدة بين أبناء المجتمع الاشتراكي⁽⁷⁸⁾.
 - ربط الجماهير بالحزب وتعبئة كل السكان لتحقيق الأهداف التي وضعها الحزب للمجتمع ككل⁽⁷⁹⁾.
 - دعم القوانين والتشريعات التي تساعد على تثبيت أركان النظام الجديد، وتنظيم علاقاته، وترسيخ قاعدته وتطويرها⁽⁸⁰⁾.

(77) عبد الرحمن. المدرسة الاشتراكية في الصحافة، مرجع سابق، ص 11.

(78) F. S. Siebert, T. Peterson and W. Schramm, *op. cit.*, p. 123.

(79) رشتي. النظم الإذاعية في المجتمعات الاشتراكية، مرجع سابق، ص 23.

(80) محسن. التنمية والتخطيط الإعلامي في العراق، مرجع سابق، ص 33، 34.

- توعية الجماهير بروح المهام الجديدة المطروحة في الميدان الاقتصادي وذلك بعد أن يتحقق الاستقرار للمجتمع الاشتراكي، وفي ذلك يقول لينين «إن الصحافة يجب أن تتحول من أداة مكرسه بصورة رئيسية للتحريض السياسي، إلى أداة جادة لتربية الجماهير في الميدان الاقتصادي»⁽⁸¹⁾.

وطالب لينين بأن تحتل السياسة ربع المساحة الكلية للصحيفة وأن تكون الأولوية في النشر للخطة الاقتصادية الموحدة، والدعاية الإنتاجية وتدريب العمال والفلاحين على العمل الإداري، والتحقق من أن القوانين والإجراءات التي تقرها المؤسسات تعطي ثمارها، وإجراء حوار مع القراء⁽⁸²⁾ وبالإضافة لذلك فإن على وسائل الإعلام أن تعمل على حث الجماهير على العمل والاجتهاد في نشر تقارير دقيقة عن كل ذلك وأن تقدر العمل الجيد وتمدحه⁽⁸³⁾.

- كشف أوجه القصور في مسيرة العمل الاشتراكي: حينما حدد لينين وظائف الصحافة قال: «إن الصحافة هي الوسيلة الرئيسية لكشف نواحي النقص في تقدم الأمة الاقتصادية والسياسي»⁽⁸⁴⁾ لذا ينتظر من الصحافة أن تعمل كقوة أساسية في السيطرة الاجتماعية، وكحارس عام ومراقب للحزب يكشف انحرافات الموظفين والمؤسسات، ويبرز الأخطاء في عمل الحزب والمنظمات الاشتراكية. وينبغي عليها ألا تتوانى في كشف الأفراد الذين يخطئون، وألا ترحم في نقدها المذنبين الذين ينفقون المال العام بلا وجه حق والمهملين في عملهم ومسؤولياتهم⁽⁸⁵⁾.

(81) عبد الرحمن. المدرسة الاشتراكية في الصحافة، مرجع سابق، ص 31.

(82) المرجع السابق، ص 31؛ ميلز. «التعليم والإقناع وتشكيل الرأي العام في العالم الشيوعي»، مرجع سابق، ص 239.

(83) حمزة. الإعلام له تاريخه ومذاهبه، مرجع سابق، ص 180، 181.

(84) رشتي. النظم الإذاعية في المجتمعات الاشتراكية، مرجع سابق، ص 61.

(85) المرجع السابق، ص 60؛ وتعد مناقشة الفرد المخطئ أو الوضع الخاطئ تحذيراً أو نموذجاً للتعامل مع المشكلات المشابهة؛ ميلز. «التعليم والإقناع وتشكيل الرأي العام في العالم الشيوعي»، مرجع سابق، ص 249.

غير أن هذا النقد لا ينبغي أن يُفهم على أنه شبيه بما يتم في المجتمعات الليبرالية، وإنما هو نقد ينبغي أن تحدد موضوعاته من قبل السلطات الاشتراكية التي تعد الأقدر على معرفة ما يمس المصلحة العامة⁽⁸⁶⁾.

وللنقد في المجتمع الاشتراكي مهام محددة هي:

- الإشراف على البيروقراطية.

- تسهيل جهود المجتمع والحزب في سعيه لإنجاز أهدافه.

- المساهمة في تدريب الجماهير للقيام بالحكم والمشاركة فيه.

- جعل الصحافة تعمل كوسيلة للاتصال بين الحزب وبين الجماهير⁽⁸⁷⁾.

ويشترط في جميع الأحوال أن يكون النقد بناءً، وألا يحدث تأثيرات غير مرغوب فيها على الجماهير، وألا يكون مدعاة لإظهار المجتمع الاشتراكي بمظهر الضعف أمام المجتمعات البرجوازية⁽⁸⁸⁾.

الترويج للفكر الاشتراكي خارجياً وتفنيد الدعاية المضادة له:

وهنا تقوم وسائل الإعلام بالعمل على شرح وتبسيط طروحات الفكر الاشتراكي، واتباع أنسب السبل الكفيلة بنشر هذه الطروحات والأسس التي يستند عليها، والغايات التي ييشر بها ويسعى إليها والتي تتمثل في القضاء على استغلال الإنسان للإنسان، وإقامة المجتمع الاشتراكي الذي يقضى على مظاهر الاستغلال هذه، ولا سيما الاستغلال الاقتصادي. والانتقال بعد ذلك لإقامة المجتمع الشيوعي... ذلك الفردوس الأرضي الذي يحقق فيه كل إنسان ما يصبو إليه.

وحتى يمكن لوسائل الإعلام أن تضطلع بهذا الدور على خير وجه فإنها مطالبة بالتصدي للأفكار والدعايات المعادية للفكر الاشتراكي وتفنيدها، وإثبات

(86) رشتي. النظم الإذاعية في المجتمعات الاشتراكية، مرجع سابق، ص 61.

(87) المرجع السابق، ص 72-76.

(88) المرجع السابق، ص 76-78.

تهاويها وكشف الأهداف الحقيقية التي تقف وراءها، والتي تهدف للحفاظ على أوضاع ومزايا البرجوازيين على حساب الطبقات الكادحة.

سبل إلزام وسائل الإعلام بهذه الوظائف

عمد الفكر الإعلامي الاشتراكي إلى عدة سبل لضمان التزام وسائل الإعلام بالاضطلاع بهذه الوظائف. ولعل أهم هذه السبل على الإطلاق هو قصر حق تملك هذه الوسائل وتعيين العاملين بها على الدولة. وهو ما فصلنا الحديث عنه في الفصل السابق.

غير أن الفكر الاشتراكي لم ير في ذلك ضماناً كافياً للإلزام وسائل الإعلام والعاملين بها إلزاماً دقيقاً بالاضطلاع بهذه الوظائف على النحو المرجو. لذا لجأ إلى عدة سبل لتحقيق هذا الالتزام وأهم هذه السبل هي:

- إعداد العاملين بهذه الوسائل إعداداً أيديولوجياً⁽⁸⁹⁾ وتعريف كل واحد منهم بدوره في تنفيذ الخطط الجماعية المدروسة، ليعمل في تناسق مع الآخرين، بما يمكنه من إنجاز المهام المكلف بها على خير وجه.

- إنشاء إدارة خاصة للدعاية والتحريك مهمتها رسم السياسات الإعلامية التي ينبغي أن تلتزم بها جميع وسائل الإعلام، وعلى جميع المستويات (قومي، إقليمي، محلي). وهذه الإدارة بها إدارات مسؤولة عن السيطرة على الصحف المركزية، وأخرى مسؤولة عن السيطرة على الصحف الإقليمية، وثالثة للسيطرة على الصحف المحلية. وفي حالة الصحف لا يتم قراءة كل هذه الصحف، وإنما النمط الأساسي أن يخضع كل قطاع من آن لآخر لجريدة واحدة أو عينة من الصحف التي تأتي تحت سيطرته للفحص الدقيق. هذا الفحص يصبح حينئذ الأساس لنقد الصحف المخالفة، أو نقد مجموعة من الصحف، كما يصبح أساساً لإصدار توجيهات محددة أو عامة، وحينما يكون الأمر أكبر من هذا تصدر قرارات من اللجنة المركزية لتعديل المسار في الاتجاه المطلوب⁽⁹⁰⁾.

F. S. Siebert, T. Peterson and W. Schramm, *op. cit.*, p. 132.

(89)

(90) انظر: رشتي. النظم الإذاعية في المجتمعات الاشتراكية، مرجع سابق، ص 42-50.

- مشاركة الصحف في النقد والإشراف: وذلك من خلال إنشاء صحيفة خاصة لهذا الغرض مهمتها الاستعراض النقدي لأداء الصحف لأدوارها، ومن خلال قيام الصحف المركزية باستعراض الصحف التي تقع في نطاقها وفي تخصصها، ويتكرر هذا النمط من الإشراف حتى أدنى المستويات الصحفية. فكل جريدة تشرف على أوجه نشاط الجرائد في المستوى الأدنى منها في البناء الإقليمي الطبقي، حتى تصل إلى صحف الحائط وتعلق عليها وتنتقدها⁽⁹¹⁾.

- الرقابة: وحتى يمكن ضمان اضطلاع وسائل الإعلام بالمهام المكلفة بها، ولتجنب عدم التزامها - رغم كل الضمانات السابقة - فإن العمل الرقابي لا ينبغي أن يكتفي بمراقبة أوجه الخروج على الخط المرسوم، وإنما ينبغي أن يهدف أيضاً إلى التأكد من اضطلاع هذه الوسائل بنشر المواد التي تحقق المهام المنتظرة منها⁽⁹²⁾.

النتائج التي تربت على تبنى هذه الوظائف في أرض الواقع

لا شك أن وسائل الإعلام الاشتراكي قامت بدور مهم في مساندة الأنشطة الثورية ونشر فكرها الاشتراكي بين جماهير الطبقات العاملة، وفي محاربة الفكر البرجوازي المضاد، ولا شك أنها قامت بدور فعال في تثبيت دعائم التطبيق الاشتراكي في الكثير من البلدان. غير أن نجاح هذه الوسائل في الاضطلاع بالوظائف التي نظرت لها فلسفة الإعلام الاشتراكي على النحو المرجو، ولا سيما تلك التي تتعلق بتدعيم مسيرة المجتمع الاشتراكي، لم يكن بالأمر الهين - مثلها في ذلك مثل باقي الوسائل التي اعتمد عليها الفكر الاشتراكي في تحقيق أهدافه - في ظل الخلل الكامن في الإطار الفكري الذي نظر لكيفية أداء وسائل الإعلام لهذه الوظائف، والذي لا يعدو أن يكون انعكاساً طبيعياً للخلل الكامن في المقولات الكوزمولوجية والاجتماعية التي انبنى عليها.

وللمزيد انظر: F. S. Siebert, T. Peterson and W. Schramm, *op. cit.*, 132.

(91) رشتي. *النظم الاذاعية في المجتمعات الاشتراكية*، مرجع سابق، ص 51.

(92) المرجع السابق، ص 39؛ غبور. «النظريات الوضعية لعلوم الاتصال الجماهيري والمجتمع الإسلامي المعاصر»، مرجع سابق، ص 52.

ولعل أكثر أوجه هذا الخلل - والتي انعكست بشدة على أداء وسائل الإعلام - تأثيراً، هي التي تمثلت، كما أشرنا لذلك سلفاً، في التفويض المطلق الذي منحه الفكر الإعلامي للحزب الاشتراكي في تحديد ملامح حرية الممارسة الإعلامية، وفي وضع التصور الأمثل لمملكية وسائل الإعلام وإدارتها، بالصورة التي تضمن نقاء هذه الوسائل من أي مادة إعلامية مناهضة للفكر الاشتراكي المستند إلى حقائق مطلقة.

وقد كان من الطبيعي أن يمثل هذا التفويض المطلق عامل إغراء للبعض في توظيف وسائل الإعلام بالصورة التي تخدم أهدافهم ومصالحهم الذاتية، حتى ولو كان ذلك على حساب التطبيق الاشتراكي السليم.

ففي ظل هذا التفويض عمل كثير من القادة على استخدام وسائل الإعلام كأداة لترديد خطبهم وقراراتهم، وأصبح على المحررين في وسائل الإعلام أن ينصتوا بشوق إلى القعقة الجليلة للحقيقة التي ينطق بها هؤلاء⁽⁹³⁾ وفي ضوء ذلك أصبح الصحفيون مجرد أجهزة جيدة للاستقبال والإرسال وأي صحفي لا يرضخ لما هو مطلوب منه يتعرض لأقصى العقوبات⁽⁹⁴⁾.

من ناحية أخرى استخدم هؤلاء القادة هذا التفويض في التنكيل بأصحاب الآراء المعارضة والزج بهم في السجون والمعتقلات وإحاقهم بمعسكرات العمل⁽⁹⁵⁾ ولم يكن هذا التنكيل من نصيب معارضي الفكر الاشتراكي فقط بل امتد لكل معارضة كان من شأنها أن تؤدي إلى تهديد استقرار هؤلاء القادة في مناصبهم، أو حتى تنال من صورتهم أمام الجماهير بما قد يسيء إليهم.

وقد كان من الطبيعي - في ظل هذا الواقع القمعي القائم على الدعاية للقادة أو القائد الأوحده الملهم، وكبت الأصوات المعارضة - أن تتأثر مصداقية وسائل الإعلام بشكل عام تأثيراً سلبياً. ذلك أنه عندما تطفح الدعاية على جوهر الإعلام

(93) F. S. Siebert, T. Peterson and W. Schramm, *op. cit.*, p. 118.

(94) انظر : المكاوي. حرية الفرد وحرية الصحافة، مرجع سابق، ص 154.

(95) غبور. «النظريات الوضعية لعلوم الاتصال الجماهيري والمجتمع الإسلامي المعاصر»، مرجع سابق، ص 46.

يفقد الناس ثقتهم في كل ما يقدم إليهم، سواء أكان حقيقة أم تأثيراً مقصوداً⁽⁹⁶⁾ وهذا ما جعل الدعاية السوفياتية - على سبيل المثال - تفقد مصداقيتها وجاذبيتها بمرور الزمان. بل وانعكس ذلك أيضاً على مواد الدعاية الثقافية، وأصبح الجمهور السوفياتي يحجم عن مشاهدتها. لذا لجأ أغلب أفراد إلى المواد الترفيهية تاركين المواد الثقافية. فقد ذكر أكثر من 60٪ من أفراد الجمهور تفضيلهم للبرامج الترفيهية عن الثقافية، ولم يكن هناك فارق في ذلك بين جمهور المثقفين وغيرهم فقد أجمع الكل على وضع البرامج الثقافية في ذيل قائمة مشاهداتهم⁽⁹⁷⁾.

على الجانب الآخر كان من الطبيعي - في ظل هذا الواقع - أن تفشل وسائل الإعلام الاشتراكية، إلى حد كبير، في القيام بواحدة من أخطر المهام التي كان ينبغي أن تقوم وسائل الإعلام بها في أي مجتمع، ألا وهي مهمة مراقبة أي انحراف أو استغلال وفضحه والدعوى لتصحيحه وللقصاص من مرتكبيه. ففي ضوء هذا الواقع لم تستطع وسائل الإعلام أن تكشف أو تعري للناس سوءات النظام الاشتراكي وأساليب الإدارة واستغلال الطبقة الحاكمة لنفوذها. ذلك أن هذه الطبقة اعتبرت أن كل محاولة للنقد ولو بطريق التلميح، مراجعة آثمة للاشتراكية، وعودة للرأسمالية يستحق مقترفوها أشد العقاب⁽⁹⁸⁾ مما جعل الفساد يستشري في جسد الكثير من المجتمعات الاشتراكية في الخفاء بصورة أسهمت في انهيار كثير منها في النهاية.

المطلب الثاني

وظائف وسائل الإعلام في فلسفة الإعلام التنموي

تعد الظروف التاريخية والمجتمعية التي تمر بها بلدان العالم النامي، من ناحية، والغايات التي تسعى هذه البلدان لتحقيقها، والماثلة في تحقيق التقدم

(96) كامل. نظريات الإعلام وقضية فلسطين، مرجع سابق، ص 77.

E. P. Mickiewicz, *Media and the Russian Public*, (New York: Praeger Publishers, (97)
1981), p. 126.

(98) الخولي، لطفي. «اجتهادات». جريدة الأهرام، عدد 10/23/1997، ص 10.

والنمو، من ناحية أخرى، بمثابة المحددين الأساسيين للدور الملقى على عاتق وسائل الإعلام في هذه البلدان. والذي يمكن تلخيصه في: «الإسهام في نقل هذه البلدان من طور التخلف إلى طور التقدم»⁽⁹⁹⁾

ورغم اختلاف التفاصيل المتعلقة بكيفية اضطلاع وسائل الإعلام بهذا الدور من بلد، إلى بلد تبعاً لظروفها الاقتصادية والسياسية والاجتماعية وما إلى ذلك، بل واختلاف هذه التفاصيل في البلد نفسه لتغير الزمان، ورغم وجود اختلافات واضحة بين علماء الاتصال حول النموذج الأمثل للكيفية التي يمكن لوسائل الإعلام الإسهام بها في عملية التنمية⁽¹⁰⁰⁾ إلا أن هناك قدراً من الملامح العامة للدور الذي ينبغي لوسائل الإعلام الاضطلاع به في أي مجتمع نام يسمح بالحديث عن هذا الدور بنوع من التعميم الذي لا يفتقر إلى الدقة.

وفيما يلي نعرض لتفاصيل هذا الدور، ثم نليه باستعراض الآليات التي تم اللجوء إليها لضمان الاضطلاع بهذا الدور، ثم نلي ذلك بتقويم هذا الدور ومدى ما حققه من نتائج في أرض الواقع.

أولاً: وظائف وسائل الإعلام في المجتمع النامي

يمكن حصر وظائف وسائل الإعلام التي أناط بها الفكر التنموي الإسهام في تحقيق غايات المجتمع النامي في ثلاث وظائف رئيسية هي:

1 - الإسهام في القضاء على الواقع المعوق للتنمية:

وذلك من خلال القيام بمهمتين هما:

(99) وهذا ما يشير إليه المعنى المقصود بمصطلح «التنمية»، التي تعرف بأنها «عملية نقل المجتمع من حالة التخلف إلى حالة التقدم. أو عملية الانتقال من الوضع الاجتماعي المتخلف إلى الوضع الاجتماعي المتقدم». - عمرو محي الدين. **التخلف والتنمية**، القاهرة: دار النهضة العربية، 1977، ص 210.

(100) فهناك نماذج اهتمت بالجوانب السيكولوجية للتنمية، والدور الذي يمكن لوسائل الإعلام الاضطلاع به في خلق الشخصية الحديثة، وهناك نماذج ركزت على الأبعاد الاجتماعية لها، وهناك نماذج تمزج بينهما.

أ - الإسهام في القضاء على الأفكار والعادات والتقاليد المنافية للأفكار التنموية: وذلك مثل الأفكار الخاطئة حول القضاء والقدر، وعدم قدرة الإنسان على اتخاذ زمام المبادرة في علاقته مع الطبيعة، والاعتقاد بأن الأعمال الشاقة تحط من قدر الإنسان، والأفكار المتعلقة بتحريم قتل بعض الحيوانات الضارة بالإنسان والنبات⁽¹⁰¹⁾ كذلك العادات المتعلقة بالإنفاق والادخار، كذلك التقاليد الأسرية المتزمتة التي تجعل الشعور بالروح الجماعية شعوراً متضائلاً، وتولد نظرة أسرية ضيقة، مما يكون مبعثاً للأنانية⁽¹⁰²⁾ وما إلى ذلك من أفكار وعادات وتقاليد يمكن بشكل أو بآخر أن تعيق العمل التنموي

وتتطلب عملية القضاء على هذه المعوقات تفنيد الأسس الفكرية التي تستند إليها وبذلك يمكن تمهيد الطريق لتغيير الأفعال التي تنبني عليها⁽¹⁰³⁾

ب - الإسهام في القضاء على الظروف المعوقة للتنمية: ولعل أهم المعوقات التي تقف في وجه التنمية تكمن في ارتفاع نسبة الأمية في هذه البلدان، وما يعنيه ذلك من انعكاسات سلبية جمة على إنسان هذه المجتمعات، وتكمن أيضاً في سيادة القبيلة والطائفية التي تهدد وحدة المجتمع وتماسكه، ولا شك أنه في ظل غياب الوحدة والتماسك لا تصبح هناك إمكانية لتحقيق أي هدف تنموي⁽¹⁰⁴⁾.

W. Schramm, *op. cit.*, p. 119.

(101)

(102) للمزيد حول العوائق التي تمثلها هذه العادات والتقاليد على العمل التنموي، انظر: محمد. الإعلام والتنمية، مرجع سابق، ص 100-103؛ وللمزيد حول معوقات التنمية بصفة عامة انظر: طلعت، شاهيناز. وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، ط3، د. ن، 1995، ص173-175؛ عبد الغني، محمود أحمد. «دور الاتصال الشخصي في التنمية الاجتماعية في المجتمع المحلي: دراسة على إحدى قرى محافظة سوهاج»، (رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أسيوط: كلية الآداب بسوهاج، 1985)، ص 81-94.

(103) G. C. Whiting, " How does Communication interface with change" in E. M. Rogers (ed.), *Communication and Development, Critical Perspectives*, (London: Sage Publication, 1976), p.111.

(104) حول انعكاسات غياب الوحدة على حياة المجتمع النامي، انظر: لول، جاك. «القيم الاخبارية في العوالم الثلاثة» في إل. هسنير (محرر)، مرجع سابق، ص 58-59.

ويمكن لوسائل الإعلام أن تقوم بعدة مهام والإسهام في القضاء على الأمية مثل⁽¹⁰⁵⁾:

- القيام بحملة إعلامية متناسقة للتعريف بالمشكلة وأبعادها وخطورها على التنمية.
- حث المثقفين على الاشتراك والتطوع في جوانب العمل الوطني لمحو الأمية كمدرسين أو إداريين أو غير ذلك.
- حث الأميين على الالتحاق بفصول محو الأمية، وذلك يحفز همهم وإعدادهم ذهنيا للتحمس لمحو الأمية.
- إعداد برامج محو الأمية في وسائل الإعلام نفسها.
- متابعة جهود محو الأمية وتشجيع النماذج الإيجابية، والنقد والتقويم المستمر.
- على الجانب الآخر يمكن لوسائل الإعلام الإسهام في توحيد المجتمع ومحو التعصب القبلي والطائفي من خلال:

- بيان مخاطر التعصب القبلي والطائفي على وحدة الكيان الاجتماعي.
- التشجيع على التماثل والاندماج مع الجماعة الكبيرة أو المهمة⁽¹⁰⁶⁾.
- تنمية الشعور بالولاء القومي علاوة على الولاء المحلي، وتوضيح المصالح المشتركة وفائدة العمل القائم على التعاون من أجل تحقيق الأهداف التنموية⁽¹⁰⁷⁾.
- تحقيق التكامل السياسي والأيدولوجي والثقافي والديني⁽¹⁰⁸⁾.

(105) محمد. الإعلام والتنمية، مرجع سابق، ص 298-299.

(106) رشتي. نظم الاتصال، ج1، مرجع سابق، ص176.

(107) لول، جاك. «القيم الاخبارية في العوالم الثلاثة» في إل. هسنير (محرر)، مرجع سابق، ص 58-59.

(108) فاسكيز، فرانسيسكو ج. «اقتصاديات وسائل الإعلام في العالم الثالث» في مارتين - شور، مرجع سابق، ص 377.

إحباط أصوات التشرزم والتفرقة والتخفيف من التناقضات بين الجماعات المتباينة⁽¹⁰⁹⁾.

2 - مساندة العمليات التنموية

وتتطلب مساندة عمليات التنمية العمل على تهيئة أذهان الأفراد لتقبل التغيير، والإسهام في بناء الشخصية المؤهلة نفسياً ومهنياً للإسهام في العمليات التنموية، والعمل على مساندة الجهود القومية الساعية لأحداث التنمية في شتى مناحي الحياة (سياسية - اقتصادية - اجتماعية .. الخ).

أ - تهيئة الأذهان لتقبل التغيير: ويمكن لوسائل الإعلام الاضطلاع بهذا الدور من خلال تقديم:

- المعلومات، ويقصد بها أي مضمون يساعد الفرد على بناء أو تنظيم جوانب الظروف المحيطة المتصلة بالحالة التي سيعمل في إطارها أو يقوم فيها بتصرف معين.
- عرض الأفكار الجديدة والمستحدثة.
- تقديم رؤية شاملة للأشياء والواقع المعيش.
- التمرد على هذا الواقع.
- التطلع إلى واقع أفضل.
- وجود نماذج قدوة (حياة الآخرين).
- الإقناع بالتغيير.
- إحداث التحول⁽¹¹⁰⁾.

ويمر الهدف النهائي وهو التحول وقبول التغيير أو التنبئ بثلاث مراحل هي:

(109) للمزيد حول الدور الذي يمكن لوسائل الإعلام الاضطلاع به في تحقيق الوحدة والتماسك، انظر: E. B. Parker and A. Mohamadi, *op. cit.*, pp. 170-171.

(110) شكري، عبد المجيد. الاتصال الإعلامي والتنمية: أفاق المستقبل وتحديات قرن جديد، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1995، ص 77-78.

إدراك ضرورة التغير، وبعد الإدراك يأتي الاقتناع بأن وسيلة معينة هي التي ينبغي أن تتبع لكي يتحقق التغير. وأخيرا تأتي مرحلة تحول الإنسان من مجرد الاقتناع إلى مرحلة السلوك وهي مرحلة المشاركة الفعلية في عملية التغير إلى الأفضل أو عملية التنمية⁽¹¹¹⁾.

ب - الإسهام في تعليم الأفراد المهارات المطلوبة لإحداث التنمية:

بالإضافة إلى الدور المطلوب من وسائل الإعلام في محو الأمية الكتابية والثقافية للأفراد نجد أنها مطالبة بنشر أساليب الزراعة المتقدمة، والأساليب الصناعية الحديثة⁽¹¹²⁾ وتدريب المهندسين والأطباء وتزويد العمال بالمهارات الفنية لتلبية احتياجات المجتمع، وتزويد الناس بأساليب العناية بصحتهم وقوتهم وما إلى ذلك..⁽¹¹³⁾

ج - مساندة الجهود القومية الساعية لإحداث التنمية في شتى المجالات:

وذلك من خلال مساندة الجهود التنموية للدولة على شتى الأصعدة (سياسية، اجتماعية، اقتصادية، زراعية، صناعية، تجارية، تكنولوجية، علمية، ثقافية... إلخ). والواقع أن تدعيم هذه الجهود على المستوى القومي يتطلب اصطلاح وسائل الإعلام بمهام عديدة منها - على سبيل المثال لا الحصر:

- ترشيد وتسخير كل الموارد والإمكانات والطاقات والوسائل لدفع عجلة النمو بإيقاع يمكن البلد النامي من اللحاق بركب الدول المتقدمة في وقت قصير⁽¹¹⁴⁾.

- دعم وشرح خطط التنمية على المستويات كافة⁽¹¹⁵⁾ ونقل الأهداف والقرارات القومية - وعلى نطاق واسع - إلى كل الأمة ونقل تقارير

(111) المرجع السابق، ص 78.

(112) رشتي. نظم الاتصال، ج1، مرجع سابق، ص 180.

(113) حجاب. الإعلام والتنمية الشاملة، مرجع سابق، ص 136.

(114) عبد الحميد. دور وسائل الإعلام في التنمية «الصحيفة»، مرجع سابق، ص5.

Ithiel de Sola Pool, "The Governance of Mass Communication" in M. Tehranian, (115) et al., (eds.), *op. cit.*, p. 138.

التقدم الذي تحققه في كل المجالات... والسريعة في نقل تلك المعلومات أساسية، فالمجهود القومي الفعال مستحيل بدون هذه السرعة⁽¹¹⁶⁾.

- تشجيع الجماهير على الإسهام في تحقيق الأهداف التنموية ونقل صوتها إلى القيادة السياسية⁽¹¹⁷⁾.

- مساندة الدولة ودعم خططها التنموية⁽¹¹⁸⁾.

- إبراز الإيجابيات وتقليل النقد إلى أدنى حد ممكن⁽¹¹⁹⁾.

3 - مراقبة مسيرة العمل التنموي

لاشك أن كل الدول حتى أكثرها ضعفاً وعدم استقرار، يجب أن تعمل على أن تحتفظ وسائل الإعلام فيها بوظيفة المفتش العمومي، كضرورة لإظهار جوانب القصور التي يمكن أن تحدث في أي مجال من مجالات العمل التنموي. ذلك لأنها الوسيلة الأقدر على العمل كمرآة تعكس أخطاء شتى المؤسسات العامة في الدولة كمقدمة أساسية لتلافيها.

وقد يكون هذا الخلل أو القصور جانباً خطيراً من قانون جديد أو وضعاً يهدد المجتمع أو جزءاً منه، أو خطأ ارتكبه مسؤول كبير أو ما شابه ذلك، وفي هذه الحالة ينبغي على وسائل الإعلام أن تقف موقفاً إيجابياً من هذه الأحداث، وألاً يقتصر دورها على التنبيه فقط ولكن ينبغي أن يمتد إلى اقتراح الحلول الرشيدة لإزالة مواطن الخلل، ليسير المجتمع في طريق التطور والتقدم⁽¹²⁰⁾.

(116) رشتي. نظم الاتصال، ج1، مرجع سابق، ص183-184.

(117) المرجع السابق، ص184.

(118) مارتن - شودري. نظم الإعلام المقارنة، مرجع سابق، ص43.

(119) هستير. دليل الصحفي في العالم الثالث، مرجع سابق، ص83.

(120) محمود أحمد عبد الغني، «دور الصحافة المصرية في تنمية المجتمع المحلي: دراسة تحليلية للصحف اليومية المصرية في الفترة من 1/1/1982 إلى 31/12/1968، مع دراسة ميدانية على عينة من شباب سوهاج (رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة أسيوط، كلية آداب سوهاج 1990»، ص40.

وعلى الجانب الآخر فإن وسائل الإعلام مطالبة بإبراز النماذج المشرقة في العمل والإنجاز، والدعوة للاقتداء بها.

سبل إلزام وسائل الإعلام بالاضطلاع بهذه الوظائف

تعتمد فلسفة الإعلام التنموي في إلزام وسائل الإعلام بالاضطلاع بهذه الوظائف على سبيلين من سبل الإلزام:

- الإلزام القائم على التخصص، وهو المائل في إلزام الإعلاميين العاملين في وسائل الإعلام التي تخضع لسيطرة الحكومة أو إشرافها أو الهيئات العامة بالاضطلاع بهذه الوظائف. وأي إخلال من قبل أي إعلامي بالدور المنوط به في الوسيلة التي يعمل بها، يعرضه للعقاب المقرر من قبل الحكومة، أو الهيئة العامة المشرفة على هذه الوسيلة⁽¹²¹⁾.

- الالتزام التطوعي «الذاتي». وهو المائل في التزام وسائل الإعلام الخاصة، البعيدة عن أي سيطرة، بالإسهام في مساندة الجهود التنموية. وقد يحدث تدخل من قبل الحكومة في شؤون هذه الوسائل أو شؤون العاملين بها، غير أن هذا التدخل يهدف - غالباً - لإجبار هذه الوسائل أو وهؤلاء العاملين، على عدم تجاوز الحدود التي وضعتها هذه الحكومة لحرية التعبير، والتي تعوق -أو تدعي أنها تعوق - مسيرة العمل التنموي لإجبارها على تدعيم هذه المسيرة.

وهذا ما جعل المنادين بالنظرية التنموية في الإعلام يرون أن الصحافة ذات الملكية الخاصة يصعب الاعتماد عليها في تحقيق المهام القومية، وأن الصحف وسائر وسائل الإعلام الخاضعة لإشراف الحكومة هي الأجهزة الوحيدة التي يمكن أن تتعرض من خلالها الجماهير لعمليات التطوير التعليمي والثقافي⁽¹²²⁾.

(121) وفي هذا الصدد تلجأ بعض الحكومات لرسم سياسات إتصالية تحدد سبل اضطلاع وسائل الإعلام بالوظائف المنوط بها على النحو الأمثل. وتعد هذه السياسات محدداً أساسياً

للمسؤوليات التي ينبغي الالتزام بها من قبل وسائل الإعلام والعاملين بها.

(122) عبد الرحمن. «دراسات في الصحافة العربية»، مرجع سابق، ص 60.

واقع الإعلام في المجتمعات النامية

الواقع أن وسائل الإعلام لم يقدر لها في الكثير من المجتمعات النامية الاضطلاع بالوظائف سالفة الذكر على النحو المأمول لعدة أسباب أهمها:

1 - قصور التصور الذي طرحته فلسفة الإعلام التنموي لكيفية أداء وسائل الإعلام لمهامها في البلد النامي. ولعل أخطر جوانب هذا القصور هي تلك الماثلة في الصلاحيات الكبيرة التي أعطيت للحكومات في البلدان النامية للتحكم في وضع ملامح الحرية الإعلامية، ولامح الشكل الأمثل لمملكية وسائل الإعلام، على النحو الذي فصلناه من قبل. فقد أدى ذلك - وعلى غرار ما حدث في المجتمعات الاشتراكية وإن كان بشكل أقل وطأة - إلى استغلال القابضين على زمام السلطة في كثير من البلدان النامية لهذه الصلاحيات بما يخدم مصالحهم الذاتية، وذلك من خلال جعلها أدوات دعائية تركز جل اهتمامها على الجوانب السياسية والدعائية، وتسليط الأضواء على أنشطة هؤلاء القادة وخطبهم وتنقلاتهم، وذلك - لاشك - على حساب الوظائف الأساسية المنتظر من هذه الوسائل الاضطلاع بها⁽¹²³⁾.

كما استخدمت هذه الصلاحيات - من ناحية أخرى - كأداة مهمة من أدوات كبت الآراء والتوجهات المعارضة، سواء تم ذلك عبر اللجوء إلى النصوص التشريعية⁽¹²⁴⁾ أم غيرها من الوسائل بالصورة التي تحول بين الأفراد وبين التمتع بحقوقهم في ممارسة الحرية الإعلامية⁽¹²⁵⁾ هذا من ناحية، وبالشكل الذي حرم المجتمع من الدور الرقابي المهم الذي يمكن لوسائل الإعلام أن تقوم به، وتنبه به إلى مواطن الخلل والقصور وتدعو إلى ما يخدمها، من ناحية أخرى.

(123) المرجع السابق، ص 32-33.

(124) عبد المجيد. «سياسات الاتصال في العالم الثالث»، مرجع سابق، ص 56؛ عبد الرحمن. «الحق في الاتصال بين الجمهور والقائمين بالاتصال»، ص 42.

(125) ولا زالت حرية الصحافة في بلدان الشرق الأوسط - على سبيل المثال - وكما جاء في مقدمة تقرير حرية الصحافة في العالم لعام 1994، ما زالت حلاً مأمولاً؛

Reporters Sans Frontières, Report Freedom of the Press Throughout the world (London. Paris: Jon Libby 1994), p. 2.

وفي ظل هذا الوضع الذي استغلت فيه أكثر الحكومات صلاحياتها لإجبار وسائل الإعلام على طاعتها، كان من الطبيعي - على حد تعبير سانوو نام⁽¹²⁶⁾ - ألا تكون وسائل الإعلام أكثر من مجرد خادمة للسلطة. وقد ترتب على ذلك نتيجة تلقائية هي انخفاض ثقة الجماهير في مصداقية أغلب ما تبثه هذه الوسائل من مواد إعلامية، مما أضعف قدرتها على تكوين أو تغيير اتجاهات هذه الجماهير بصورة تتوافق مع الأفكار التنموية الجديدة⁽¹²⁷⁾.

2 - مغايرة الكثير من الأفكار التي عملت فلسفة الإعلام التنموي - والتي تنطلق من مسلمات الكوزمولوجيا العلمانية وتهدف للإسهام في تحقيق غاياتها - على التنظير لكيفية إسهام وسائل الإعلام في نشرها، لثقافة الكثير من بلدان العالم الثالث خصوصا البلدان الإسلامية منها والتي تدين رسميا بكوزمولوجيا مغايرة تماما للكوزمولوجيا التي تروج هذه الفلسفة لأفكارها في مسلماتها وغاياتها. وهذا ما أدى إلى هيمنة الثقافة العلمانية على أغلب المواد التي تبثها وسائل الإعلام في هذه البلدان، وحصر الثقافات الأصلية لهذه البلدان في أضيق الحدود.

وقد أسهم في تحقيق المزيد من الهيمنة لهذه الثقافة أكثر من عامل هما:

أ - ولاء أغلب النخب الحاكمة والمثقفة في هذه البلدان للثقافة العلمانية التي تعلموها في مدارس الغرب ومعاهده، أو تشربوها على أيدي أتباع هذه المدارس في بلدانهم. وقد كان من الطبيعي - من ثم - أن يتم استخدام وسائل الإعلام من قبلهم كأداة مهمة من أدوات نشر هذه الثقافة، التي يرون أن السير على هداها هو الطريق الأمثل لتقدم مجتمعاتهم ولحاقها بركب الحضارة.

ب - التبعية الإعلامية للعالم الغربي، وهذه التبعية هي في جانب منها من صنع أيدي أبناء البلدان النامية وذلك من خلال سعيهم الدءوب للحصول على

(126) نام. «حرية الصحافة في العالم الثالث»، مرجع سابق، ص 434.

(127) انظر: بدر. الاتصال بالجماهير بين الإعلام والدعاية والتنمية، مرجع سابق، ص 320.

المواد الإعلامية التي تنتجها الوكالات الغربية، لا سيما المواد ذات المضامين الدرامية⁽¹²⁸⁾.

ج - التقدم التكنولوجي والإعلامي للدول الغربية، والذي خلق تبعية تكنولوجية لهذه الدول، وسوسيو قافيه للشركات المتعددة الجنسية من خلال الإعلانات، وتبعية اتصالية لوكالات الأنباء الغربية، تم تبعية أكاديمية لمعاهد وكليات الاتصال الغربية⁽¹²⁹⁾.

3 - ضعف الإمكانيات الاقتصادية لكثير من بلدان العالم الثالث، مما أعاق قدرتها على إقامة بنية اتصالية حديثة ومتكاملة تمكنها من الاضطلاع بالمهام المنتظرة منها للإسهام في العملية التنموية على النحو المرجو، وهذا السبب نفسه هو الذي جعل ثورة التوقعات المتزايدة التي استهدفت وسائل الإعلام استشارتها لدى أبناء الدول النامية كمحفز لهم لتبني الأفكار التنموية والإسهام في تطبيقها تنقلب إلى ثورة الإحباطات المتزايدة⁽¹³⁰⁾.

وفي سبيل تلافي السلبيات السابقة ظهرت أفكار جديدة تنادي بأحقية الدول النامية في التمتع بحكم ديموقراطي، وأنها لا تقل في حاجتها إلى الديموقراطية عن الدول المتقدمة، وترى أن استخدام وسائل الإعلام في التنمية لا يبرر السلطوية، وأن حرية الإعلام والتنمية ليستا قيمتين متضادتين لا يمكن الحصول

(128) فعلى سبيل المثال تستورد محطات التلفاز في البلدان النامية ما بين 40 إلى 60 في المائة من مجموع ما تقدمه من ساعات الإرسال من دول الشمال؛ أبو زيد، فاروق. **انهيار النظام الإعلامي الدولي**، مرجع سابق، ص 169؛ والغريب أن الدول النامية تجار بالشكوى بعد ذلك من الغزو الثقافي والإعلامي الغربي لها. رغم أن أي دولة من هذه الدول تسعى للحصول على هذه المواد برغبتها واختيارها التامتين، دونما أدنى ضغط من جهة خارجية؛ انظر R.L. Stevenson, *Communication, Development and the Third World: the Global Politics of Information*, (New York: Longman, 1988), p. 176.

(129) عبد الرحمن. **قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث**، مرجع سابق؛ وللمزيد حول مظاهر التبعية انظر: أبو زيد. **انهيار النظام الإعلامي الدولي**، مرجع سابق، ص 167-176؛ بخيت. «قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية»، مرجع سابق، ص 134-135.

(130) رشتي. **الإعلام الدولي**، مرجع سابق، ص 323-333.

على إحداهما إلا بالتوضيحية بالأخرى .. بينما الواقع والمنطق يقول بإمكانية الحصول عليهما معا كما دلت على ذلك تجارب الدول الصناعية⁽¹³¹⁾ هذا بالإضافة إلى الأفكار التي طرحتها مدرسة التبعية والتي تشخص مظاهر التبعية الإعلامية والثقافية للعالم الغربي، وتحاول وصف السبل الكفيلة بالقضاء عليها أو تخفيفها، وبالإضافة إلى النماذج التي طرحت تصورا جديدا للدور الذي يمكن لوسائل الإعلام القيام به في المجتمع النامي، وكيفية قيامها به، ومنها نموذج الاتصال التنموي المشارك، ونموذج الانتشار والذي أشرنا إليه سلفا.

وعلى الرغم من البدائل التي قدمتها هذه الأفكار لتلافي سلبيات فلسفة الإعلام التنموي التي تستند إلى نموذج التحديث، إلا أن واقع وسائل الإعلام لازال يعاني من هذه السلبيات بصورة لا تخطئها عين.

المبحث الثالث

وظائف وسائل الإعلام في فلسفة الإعلام الإسلامي

تعد الغايات التي طرحتها الكوزمولوجيا الإسلامية المحدد الأساسي للدور الذي ينبغي أن تلعبه وسائل الإعلام في المجتمع المسلم. ولما كانت الغاية الأساسية للكوزمولوجيا الإسلامية تتمثل في إقامة مجتمع الاستخلاف الذي تتحقق فيه العبودية المطلقة للخالق - سبحانه وتعالى - والذي يحقق لأفراده السعادة في الدنيا ويضمن لهم الخلود في نعيم الآخرة، ويسعى جاهداً لنشر الدين الحق وإعلاء كلمة الله في أرضه، فإن هذا يعني أن وسائل الإعلام في المجتمع المسلم مطالبة بالاضطلاع بعدة وظائف للإسهام في كل ذلك، هذه الوظائف هي:

ترسيخ عقيدة التوحيد في مجتمع الاستخلاف

يتطلب اضطلاع وسائل الإعلام بهذا الدور القيام بمهمتين:

(131) الأخضر. «النظريات الإعلامية المعيارية: ماذا بعد نظريات الصحافة الأربع؟!»، مرجع سابق، ص 92-100.

مقاومة الأفكار والعادات والتقاليد المنافية لعقيدة التوحيد: سواء أكانت تلك الأفكار نتيجة لانفصام الواقع الاجتماعي عن المثل الإسلامي، أم كانت إفرازا لعقائد منافية للعقيدة الإسلامية ومعادية لها مثل تلك التي صنعها الاستعمار في المجتمعات الإسلامية مثل القاديانية والبابية والبهائية⁽¹³²⁾ أم كانت أفكاراً جلبها المستعمر معه للقضاء على هوية البلدان الإسلامية وجعلها تدور في فلكه وهي الماثلة في الأفكار العلمانية التي يتبناها ويروج لها في شتى مناحي الحياة (السياسية والاقتصادية والاجتماعية، الدينية... إلخ)⁽¹³³⁾.

نشر وترسيخ تعاليم عقيدة التوحيد في النفوس: وذلك من خلال توعية المسلمين على مختلف أعمارهم وثقافتهم بتعاليم دينهم طبقاً لما جاء في القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة، وما تعارف عليه العلماء وتنمية ثقافتهم الدينية. والتوعية هنا بمثابة زرع تعاليم الدين الحنيف، والتنمية بمثابة تعهد هذا الزرع بالري وتوفير الجو الصحي له للنماء والزيادة حتى يؤتي ثماره الفكرية والعملية⁽¹³⁴⁾.

ومن خلال ذلك يمكن الإسهام في بناء الإنسان المؤهل لإقامة مجتمع الاستخلاف، الذي يجعل غايته العليا في هذا الوجود رضوان خالقه سبحانه وتعالى، ويسعى في كل حركة من حركاته وسكناته من سكناته لتحقيق هذه الغاية.

تدعيم الوظيفة العمرانية لمجتمع الاستخلاف

لا يقف الدور المنوط بوسائل الإعلام في إقامة مجتمع الاستخلاف عند حد توعية الفرد المسلم بأمور دينه وبرساته في مجتمع الاستخلاف، وإنما يمتد إلى الإسهام في توعيته بالسبل المثلى للمشاركة الإيجابية في الوظيفة العمرانية لمجتمع الاستخلاف وذلك من خلال:

-
- (132) امام، إبراهيم. أصول الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص 34 .
(133) حول سبل مقومة هذه الأفكار انظر: كحيل، عبد الوهاب. الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، القاهرة: عالم الكتب، 1985، ص 85-87.
(134) عرفة. «الإعلام الإسلامي في ضوء نظرية النظم»، مرجع سابق، ص 87 .

- القيام بالتهيئة النفسية والاجتماعية للأفراد لتهيئة المناخ لإقامة النظام الإسلامي في التنمية، وتشجيع التطبيقات المبتكرة في مجالات الإنتاج والتوزيع والتمويل وأعمال المصارف والتنمية في ميادين الزراعة والصناعة والتجارة والتعليم والصحة وغيرها⁽¹³⁵⁾.

- النهوض بالمستوى الفكري والحضاري للأفراد، وترقية اهتماماتهم ومحو الأمية الفكرية والحرفية⁽¹³⁶⁾.

- خلق الجو الحضاري الملائم للتقدم والنهضة، ونشر العلوم والفنون السليمة الهادفة وتوعية الأفراد بكل أهداف المجتمع وسبل الإسهام في تحقيقها⁽¹³⁷⁾.

- الدعوة إلى إعلاء الهمم والحث على فضيلة الجهاد والتعاون وتحقيق روح الإخاء والتكافل الاجتماعي.. وما إلى ذلك من السبل التي تساعد على تنمية الإنسان الصالح الأتقى الذي يقف على الأرض فيعمرها ويصلحها ويزيد إنتاجها⁽¹³⁸⁾.

وبالإضافة إلى الدور المنوط بوسائل الإعلام للإسهام في بناء الإنسان المؤهل للقيام بالوظيفة العمرانية لمجتمع الاستخلاف، فإنها مطالبة أيضاً بتدعيم مسيرة المجتمع المسلم العمرانية بصفة عامة، وذلك من خلال مساندة جهوده وعلى شتى المستويات السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية، (زراعية، صناعية، تجارية، والعلمية و... الخ)، ومن خلال تقوية الروابط بين أقاليمه والتوحيد بين ثقافته الفرعية المتباينة⁽¹³⁹⁾، ومن خلال تكوين الرأي العام المؤمن الواعي الذي يقدر حقيقة وجوده ومسؤولياته في كل ما يدعى إليه من أعمال تستهدف

(135) إمام. أصول الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص 313.

(136) ابن ثابت. «الحرية الإعلامية في ضوء الإسلام»، مرجع سابق، ص 121.

(137) الدميري، مصطفى. الصحافة في ضوء الإسلام، مكة المكرمة: مكتبة الطالب الجامعي، 1987، ص 83.

(138) مصطفى. يحيى بسيوني و الصيرفي، عادل. التليفزيون الإسلامي ودوره في التنمية، الرياض: عالم الكتب، 1985 ص 47-48.

(139) الدميري. الصحافة في ضوء الإسلام، مرجع سابق، ص 83.

الصالح العام⁽¹⁴⁰⁾ ومن خلال تدعيم مكانته بين مجتمعات الدنيا. والدفاع عنه ضد كل هجوم مغرض... وما إلى ذلك من مهام يتطلبها تفعيل الوظيفة العمرانية لمجتمع الاستخلاف، مجتمع أمة الشهادة، خير أمة أخرجت للناس.

كشف أي خلل أو قصور في مسيرة مجتمع الاستخلاف

وتعد هذه الوظيفة من أهم الوظائف الملقة على عاتق وسائل الإعلام في المجتمع المسلم، وفلسفة الإعلام الإسلامي لا ترى في ممارسة هذه الوظيفة مجرد حق يمكن للقائمين على أمر هذه الوسيلة الاضطلاع به أو التخلي عنه، وإنما تنظر إليه على أنه واجب لا بد من الاضطلاع به، سواء أكان هذا الخلل أو القصور متعلقاً بأمر من أمور الدين أم بأمر من أمور الدنيا، صادراً من قبل فرد، ولو كان الحاكم نفسه، أم من جماعة⁽¹⁴¹⁾ متمثلة في الامتناع عن الاضطلاع بمعروف مأمور به، أم في اقتراح منكر منهي عنه.

وهناك ثماني آيات في كتاب الله تشير بشكل أو بآخر إلى وجوب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وتمدح فاعليه وتذم تاركيه⁽¹⁴²⁾.

كما أنه هناك عدداً كبيراً من الأحاديث التي تدلل على وجوب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وتبشر فاعليه وتتنوع تاركيه ومنها - مثلاً - قوله (صلى الله عليه وسلم): - في الحديث الذي ذكرناه سلفاً (من رأى منكراً منكراً فليغيره بيده، فإن لم يستطع فبلسانه، فإن لم يستطع فبقلبه، وذلك أضعف الإيمان) وقوله: (الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر شهيد⁽¹⁴³⁾) وقوله

(140) حجاب. نظريات الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص 34.

(141) انظر في ذلك: حجاب. مبادئ الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص 89-90.

(142) وهي آيات 104، 110، 114 آل عمران، آية 157 الأعراف وآيتا 71، 112 التوبة، آية 41 الحج، آية 17 لقمان؛ ومن آداب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر: 1 - العلم والتأكد من أنه منكر أو معروف نزل. 2 - أن يكون ورعاً لا يأتي ما نهى عنه. 3 - أن يكون حسن الخلق حليماً يأمر بالرفق. 4 - ألا يتعرف إلى المنكر بواسطة التجسس. 5 - أن يأمر وينهي بالمعروف؛ الجزائري. منهاج المسلم، مرجع سابق، ص 57.

(143) ذكره السيوطي في الجامع الصغير، ورمز له بالصحة، مرجع سابق، الجزء الرابع، 410. وذكره المتقي الهندي في كنز العمال حديث (11172)، وعزاه لابن عساكر عن =

ما من نبي بعثه الله إلا كان له من أمتة حواريون وأصحاب يأخذون بسنته، ويقتدون بأمره. ثم إنه تخلف من بعدهم خلوف يقولون ما لا يفعلون. ويفعلون ما لا يؤمرون، فمن جاهدهم بيده فهو مؤمن، ومن جاهدهم بلسانه فهو مؤمن، وليس وراء ذلك من الإيمان حبة خردل⁽¹⁴⁴⁾.

وتبعاً لذلك فإن المسلم مطالب بأن يكون رقيباً على دينه في مجتمعه، كما هو رقيب عليه في نفسه وقد زوده الإسلام بأخلاق من الصراحة والشجاعة فأوجب عليه أن يفعل الخير ويدعو إليه، وينهي عن المنكر ويسعى إلى تغييره، وهذا ليس نافلة بل من صميم الدين⁽¹⁴⁵⁾ ويقتضي ذلك من حملة الأعلام وأرباب الألسنة أن يشتبكوا مع أي خلل أو قصور في أي موطن من مواطن حياة المجتمع المسلم في معارك حامية لا تنتهي إلا بإصلاح هذا الخلل، وكل حركة في هذا السبيل جهاد، فإذا بلغ الأمر حد التضحية⁽¹⁴⁶⁾ فسيد الشهداء حمزة ورجل قام إلى إمام جائر فأمره ونهاه فقتله⁽¹⁴⁷⁾.

ويشترط في اضطلاع القائمين على أمر وسائل الإعلام بهذه الوظيفة أن

= علي. انظر: الهندي، علي المتقي. كنز العمال، تحقيق: بكر صباني، وصفوة السقا، بيروت: مؤسسة الرسالة، 1989.

(144) مسلم. صحيح مسلم، كتاب الإيمان، باب كون النهي عن المنكر من الإيمان، الحديث 80 (50)، مرجع سابق.

(145) الغزالي، محمد. الاستبصار السياسي، ط3، القاهرة: دار الكتب الإسلامية، 1984، ص146.

(146) حماد. حرية الرأي في الميدان السياسي في ظل مبدأ المشروعية، مرجع سابق، ص255.

(147) من حديث جابر، عزاه المناوي في فيض القدير، حديث (3757) للشيرازي في الألقاب، وزاده في حديث (4747) عزوه للحاكم في مناقب الصحابة والديلمي والضياء المقدسي، وعزا نحوه لابن عباس عن الطبراني. انظر: محمد عبد الرؤوف المناوي، مرجع سابق. وعزاه المتقي الهندي في كنز العمال حديث (33260) للشيرازي في الألقاب، وعزاه للطبراني والضياء، وعزا نحوه في حديث (33263) للطبراني. انظر: الهندي. كنز العمال، مرجع سابق. وتعد رقابة وسائل الإعلام على تصرفات الحاكم انعكاساً طبعياً للحق الذي أعطته الشريعة علامة في الرقابة على تصرفات حكامها والتي تندرج من الوعظ بالحسنى حتى عزل الحاكم الجائر. انظر: سعيد. السلطة في المجتمع الاشتراكي. مرجع سابق، ص257.

يكونوا في نقدهم متجربين من الاعتبارات الشخصية وألا يكون للواحد منهم غرض سوى رضوان خالقه سبحانه وتعالى⁽¹⁴⁸⁾ والإسهام في نهضة أمتهم وأن يقدم النقد في أسلوب حكيم يبنى ولا يهدم وأن يتعد في أسلوبه عن السباب والبذاءة بدعوى محاربة الباطل، فإن ذلك باطل يريد أن يدفع به باطلاً⁽¹⁴⁹⁾.

إعلاء كلمة الله في أرضه «نشر رسالة مجتمع الاستخلاف»

ويتطلب القيام بهذه الوظيفة الاضطلاع بمهمتين هما:

أولاً: مواجهة الحملات الإعلامية المضادة للإسلام التي تهدف إلى تشويهه أو إبرازه في صورة التخلف وعدم المعاصرة⁽¹⁵⁰⁾. وتفنيد الأفكار التي تستند إليها وإظهار حقدتها على الإسلام وتهوي الحجج التي تستند إليها في دعواها.

ثانياً: الاجتهاد وبكل السبل في نشر رسالة الإسلام «رسالة مجتمع الاستخلاف» وإعلاء كلمة الله في أرضه، ولاضطلاع الأمة المسلمة (أمة الشهادة) بالدور المنوط بها في نشر الهدى والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ﴿كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ﴾ [آل عمران: 110]، فإنه ينبغي:

- تأهيل كوادر من القيادات المسلمة في الخارج وتكليفهم بمهمة الدعوة بين غير المسلمين.
- تزويد الرأي العام العالمي بالرؤية الإسلامية للقضايا المعاصرة.
- تعريف العالم بموقف الإسلام من العقائد والأديان والمذاهب الأخرى.

(148) حول ضرورة تجرد الإعلامي المسلم في عمله وإخلاصه لوجه الله تعالى انظر: حجاب، محمد منير. «ضوابط الممارسة الإعلامية للقائم بالاتصال في الإعلام الإسلامي» في ندوة الإعلام الإسلامي بين تحديات الواقع وطموحات المستقبل، القاهرة: مركز صالح عبد الله كامل بجامعة الأزهر، في الفترة من 3 إلى 5 مايو 1992، ص 96-97.

(149) الخطيب. الخلافة والإمامة: ديانة وسياسة، دراسة مقارنة للحكم والحكومة في الإسلام، مرجع سابق، ص 210.

(150) مدكور، إبراهيم. الإعلام الإسلامي الطباعي في الدول غير الإسلامية، القاهرة: دار المعارف، دت، ص 30-96.

- خلق جسور من التعاون مع أجهزة الإعلام والدعاية والتربية والتعليم
وقادة الفكر في دول العالم المتقدم⁽¹⁵¹⁾.

هذا بالإضافة إلى الدور الأساسي لوسائل الإعلام المسلمة الماثلة في
الإعلام عن الإسلام، وتبسيط طروحاته والإقناع بها من خلال الحكمة
والموعظة الحسنة والجدل بالتي هي أحسن⁽¹⁵²⁾.

آليات إلزام وسائل الإعلام والعاملين بها بالاضطلاع بالوظائف المكلفين بها

الواقع أن آليات إلزام وسائل الإعلام والعاملين بها بالاضطلاع بالمهام
المنوطة بها لا تختلف كثيراً عن آليات إلزامها بعد تجاوز الحدود المشروعة في
وسائلها، إلا في كونها لا تتضمن التدخل الحكومي عبر القضاء، وأنها تعول
على الالتزام الذاتي من قبل القائمين على أمر هذه الوسائل في تحمل هذه
المسؤوليات بشكل أكبر وذلك على النحو التالي:

الالتزام الذاتي: يكاد الالتزام الذاتي من قبل القائمين على أمر وسائل
الإعلام بالاضطلاع بالمهام التي ينتظرها المجتمع المسلم منها أن يكون الضامن
الأساسي للاضطلاع بهذه المهام⁽¹⁵³⁾ وإذا كان ذلك ينطبق بصفة عامة على
العاملين في أي وسيلة إعلامية فإنه ينطبق بصفة خاصة على العاملين في وسائل
الإعلام المملوكة ملكية خاصة.

ويكمن الدافع الأساسي للالتزام الذاتي لتحمل هذه المسؤوليات فيما يمكن
أن يحققه هذا الالتزام لصاحبه من الفوز برضوان خالقه - وهو أعلى هدف

(151) انظر: عبد الحليم، محيي الدين. «الإعلام الإسلامي: الأصول، الأهداف في ندوة
الإعلام الإسلامي بين تحديات الواقع وطموحات المستقبل»، مرجع سابق، ص 61-62؛
وللمزيد انظر: عبد الحليم، محيي الدين. الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي، مرجع
سابق، ص 151-183.

(152) حول دور وسائل الإعلام الإسلامية في ذلك، انظر: إسماعيل، إبراهيم. الإعلام الإسلامي
ووسائل الاتصال الحديثة، سلسلة دعوة الحق، عدد (133)، مكة: رابطة العالم الإسلامي
محرم 1414، ص 74-78.

(153) انظر: حجاب. مبادئ الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص 79.

يمكن أن يسعى إليه إنسان في هذا الوجود، وأمامه تتضاءل الأهداف الأخرى مهما عظمت، وأمامه تتضاءل أيضاً التضحيات التي قد يتطلبها هذا الالتزام - وهذا فيما يتعلق بالاضطلاع بالمهمة الجسيمة، مهمة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر - مهما عظمت نتائجها، لأن الإنسان المسلم لكي ينال رضوان خالقه عليه لا ينبغي له أن يسكت عن ظلم ولا ينام على باطل، لأنه يعلم أن الله جعل مصارع الظالمين على يد المظلومين... وأنه كتب على نفسه أن يكون ناصراً لمن ينصره وينصر قانونه... فهو في كفاح دائم، ولكنه كفاح مختلف في روحه ودوافعه عن كفاح الرجل الأعزل الذي لا يؤمن بشيء غير نفسه، ولا يدعى لله وجوداً - وهو ما ينطبق على المؤمن. بالكوزمولوجيا العلمانية بصفة عامة - فهو ساكن النفس رابط الجأش مطمئن القلب، وقد اكتفى من حصته بأن يعمل وفوض النتيجة لله وأسقط حظوظه وأغراضه من الحساب، ووطد نفسه على القبول بالغنم والغرم، مؤمناً بأن لله حكمته التي تغيب عن الأفهام وبذلك أسقط عن نفسه القلق والهم والطمع والغرض، وأصبح خالصاً وحماساً ملتهاً لنصرة الحق بلا خوف ولا تردد ولا مطمع.. بينما الرجل الآخر الذي لا يؤمن إلا بنفسه قد حمل هموم تلك النفس وقلقها وأطماعها ومخاوفها إلى المعركة، وهو في حالة هزيمته لا يبقى له أمل يعيش من أجله. فهو لا يرى في العالم حكمة ولا معنى ولا غاية غير ما يكسب لنفسه، فإذا مات أمله مات معه كل شيء⁽¹⁵⁴⁾.

وسائل الإلزام الأخرى: إذا ما حدث ولم يلتزم القائم بالاتصال أو مالك الوسيلة المسلم التزاماً ذاتياً بما عليه من مسؤوليات، وسعى لاستغلال عمله أو وسيلته لتحقيق أهدافه الذاتية، سواء تمثلت هذه الأهداف في تحقيق أرباح أو نفوذ أو غيره، فإن الإنسان يطالب هنا الأفراد المحيطين به.. بل والمجتمع بأسره إذا ما كان التقصير واضحاً - ممثلاً في قادة رأيهم ومؤسساته انطلافاً من واجب الأمر بالمعروف⁽¹⁵⁵⁾ بتنبيه هذا الفرد الذي لم يلتزم بالمسؤوليات الملقة

(154) محمود، مصطفى. الله، ط8، القاهرة: دار المعارف، د. ت، ص 34-35.

(155) المعروف هو «ما عرفه الناس بأنه محبوب للشارع مفروضاً كان أو مسنوناً أو مستحباً»؛ =

على عاتقه، إلى تقصيره فيها وحته على تحملها.

وبالإضافة لذلك يمكن الاستفادة من الوسائل التي ابتكرتها فلسفة المسؤولية الاجتماعية لإلزام وسائل الإعلام بتحمل مسؤولياتها مثل الاتحادات الإعلامية ومجالس الصحافة وذلك من خلال إعطائها الصلاحيات اللازمة لها للإلزام وسائل الإعلام بمسؤولياتها، بشرط ألا تكون هذه الوسائل منفذاً للتدخل الحكومي .. كما يمكن الاستفادة من فكرة تعيين ناقلين داخليين في كل وسيلة يرصدون جوانب القصور في معالجة الموضوعات التي تقدمها ويعملون على تلافيها بالسبل المناسبة، كذلك يمكن الاستفادة من فكرة الناقلين الخارجيين الذين يتناولون المواد التي تبثها وسائل الإعلام بالدراسة والنقد وينشرون آراءهم في هذه المواد ويحددون نقاط القوة فيها لتدعيمها ونقاط الضعف لتلافيها، كما يمكن الاستفادة من فكرة إقامة إدارة خاصة بالدعاية والتحريك التي ابتكرها الفكر الإعلامي الاشتراكي وإنشاء إدارة للدعوة على غرارها تضع خطة موحدة للكيفية التي يمكن خلالها أن تحقق صحف الدعوة المهام المنوطة بها وتتابع تنفيذ هذه الصحف لهذه الخطة وتحاسبها على أي تقصير يبدر منها.

وبالإضافة لكل ما سبق فإن العاملين بوسائل الإعلام العامة أو المملوكة للدولة ملتزمون بالاضطلاع بالمهام المنوطة بهم التزاماً قائماً على التخصص بحكم عملهم في هذه الوسائل، وأي تقصير من أحدهم في الاضطلاع بهذه المسؤوليات يعرضه للمساءلة وربما للعقاب المقرر من قبل القائمين على أمر هذه الوسيلة.

وهكذا وكما تمتلك فلسفة الإعلام الإسلامي سياجاً متيناً من آليات إلزام وسائل الإعلام بعدم تجاوز الحدود المسموح بها، فإنها تمتلك أيضاً سياجاً متيناً يضمن - إلى حد كبير - اضطلاع وسائل الإعلام بالمهام المنوطة بها على الوجه الأمثل.

* * *

= عمير، محمد مصطفى. المؤمنون كما وصفهم القرآن، القاهرة: دار التوزيع والنشر الإسلامية، د.ت، ص 90.

من خلال استعراضنا السالف لأهم طروحات فلسفات الإعلام الوضعية حول وظائف وسائل الإعلام والطروحات المناظرة لها في فلسفة الإعلام الإسلامي، يمكن أن نخلص إلى عدة نتائج أهمها:

- أن الاختلاف بين فلسفات الإعلام الوضعية وبين فلسفة الإعلام الإسلامي لا يقف عند حدود الإطار الذي ينبغي لوسائل الإعلام أن تضطلع خلاله بالوظائف المنوط بها - وهو ما عرضنا له في الفصلين السالفين - وإنما يمتد إلى الاختلاف حول طبيعة الوظائف نفسها. وذلك نتيجة طبيعية لاختلاف الغايات التي تنظر فلسفات الإعلام الوضعية لكيفية الاضطلاع بها - والتي لا تخرج في مجملها عن غايات الكوزمولوجيا العلمانية - عن الغايات التي تسعى فلسفة الإعلام الإسلامي للتنظير لكيفية إسهام وسائل الإعلام في تحقيقها.

- إن قصور أداء وسائل الإعلام لمهام في ظل فلسفات الإعلام الوضعية هو نتيجة طبيعية للقصور الذي يشوب الكثير من طروحات هذه الفلسفات التي تنظر لكيفية هذا الأداء، وهو ما ليس له وجود في فلسفة الإعلام الإسلامي على الإطلاق.

- إن طبيعة الغايات العلمانية - التي تنحصر في حيز هذه الدنيا - والتي تسعى وسائل الإعلام في ظل فلسفات الإعلام الوضعية للمساهمة في تحقيقها، تحمل في طياتها علة مهمة من علل إخفاق هذه الوسائل في الاضطلاع بهذه الغايات على النحو المرجو. وذلك من خلال انعكاس هذه الغايات على العاملين بهذه الوسائل وعلى مآلكيها أو المتحكمين في تصريف شؤونها، فقد يحدث أن يقع تعارض بين إخلاصهم لمصالحهم الخاصة التي تدفعهم للعمل في هذه الوسائل أو تملكها، والتي يرون أنها تصب في تحقيق غايتهم في هذا الوجود، وبين مصالح المجتمع التي يفترض أن يساهموا في تحقيقها من خلال عملهم في هذه الوسائل أو تملكهم لها، والواقع .. أن تغليب الصالح الشخصي على الصالح العام هو الأمر الأكثر احتمالاً.

أما الغايات الإسلامية فأنها - على العكس من ذلك - تحمل في طياتها المقوم الأساسي من مقومات نجاح فلسفة الإعلام الإسلامي .. ذلك لأن القائمين على

الاضطلاع بالمهام الإعلامية التي تنظر لها هذه الفلسفة - للإسهام في التحقيق غايات المجتمع المسلم - يعلمون علم اليقين أن أقصى قدر من تحقيق المصالح الخاصة بهم يكمن في أقصى التزام بأداء هذه المهام على النحو الأمثل.

- إن الاختلاف بين وظائف وسائل الإعلام في فلسفات الإعلام الوضعية والإطار الذي رسمته لكيفية تحقيقها، وبين ما يناظر ذلك في فلسفة الإعلام الإسلامي لا يعني عدم إمكانية الاستفادة من الوسائل التي ابتكرتها هذه الفلسفات لتحسين أداء وسائل الإعلام فيها من قبل فلسفة الإعلام الإسلامي لأنه لا يوجد تعارض بين هذه الوسائل وبين طروحات فلسفة الإعلام الإسلامي.

الخلاصة

من خلال تناولنا لطروحات فلسفات الإعلام الوضعية عبر صفحات هذا الباب تناولاً نقدياً في ضوء المقدمات التي أفرزتها والنتائج التي ترتبت على تبنيها في أرض الواقع، ومن خلال مقارنة هذه الطروحات بطروحات فلسفة الإعلام الإسلامي المناظرة لها يمكن القول إنه ليست هناك إمكانية لنقل أي تصور من التصورات التي طرحتها هذه الفلسفات حول حرية الممارسة الإعلامية أو حرية التملك، أو الوظائف التي ينبغي لوسائل الإعلام أن تضطلع بها بشكل كامل إلى الأرضية الإسلامية بحيث تصبح جزءاً من فلسفة الإعلام التي ينبغي أن يتبناها المجتمع المسلم، وأن أقصى ما يمكن السماح بالاستفادة منه من طروحات هذه الفلسفات لا يعدو أن يكون بعض السبل التي نظرت لها هذه الفلسفات لتحسين الأداء الإعلامي، وذلك لسببين أساسيين هما:

أ - قصور طروحات فلسفات الإعلام الوضعية، وهذا نتيجة طبيعية لقيامها على مقدمات قاصرة، وقد بدا هذا القصور جلياً في التطبيقات التي تمت لهذه الفلسفات، بشكل دلت وبوضوح على فشل هذه الفلسفات في تحقيق كثير من النتائج المرجوة منها في الأرضية الفكرية والمجتمعية التي أفرزتها، ولاشك أن هذا يجعل تعرضها للفشل في أرضية فكرية ومجتمعية مغايرة للأرضية التي أفرزتها أمراً بديهاً.

ب - حتى لو افترضنا جدلاً سلامة طروحات فلسفات الإعلام الوضعية،

وأنها قد حققت الأهداف المرجوة منها عند التطبيق، فإن مغايرة الأرضية المعرفية المراد نقل هذه الفلسفات إليها، وهي الأرضية المعرفية الإسلامية، يجعل نقل أي طرح من طروحات هذه الفلسفات، يتنافي مع هذه الأرضية ولن يشمر في أرض الواقع الإعلامي إلا ثماراً مرة.

وعلى ضوء دراستنا المقارنة لطروحات فلسفات الإعلام الوضعية بطروحات فلسفات الإعلام الإسلامي، يمكن القول أن أقصى ما يمكن الاستفادة منه من طروحات هذه الفلسفات من قبل فلسفة الإعلام الإسلامي، لا يعدو أن يكون بعض السبل التي ابتكرتها هذه الفلسفات لتحسين أداء وسائل الإعلام بالصورة التي تمكنها من الاضطلاع بالمهام المنوطة بها على النحو المرجو ومن هذه السبل:

- النمط الجديد من أنماط ملكية وسائل الإعلام الذي ابتكرته فلسفة المسؤولية الاجتماعية، وهو نمط الملكية العامة غير الحكومية لاسيما فيما يخص وسائل الإعلام الإلكترونية.

- آليات الإلزام التي ابتكرتها فلسفة المسؤولية الاجتماعية مثل: مجالس الصحافة، الاتحادات الإعلامية، دساتير العمل، الناقدون الداخليين، الناقدون الخارجيين.

- آلية الإلزام التي ابتكرتها فلسفة الإعلام الاشتراكي وهي «إدارة الدعاية والتحرير»، وذلك من خلال إنشاء إدارة شبيهة بها تهتم بوسائل الإعلام المتخصصة في الدعوة الإسلامية سواء أكانت حكومية أم خاصة، داخلية أم خارجية.

- بعض السبل التي ابتكرتها فلسفة الإعلام التنموي، والتي أثبتت فاعليتها في نشر الأفكار المستحدثة ومحاربة الأفكار البالية، وكذلك السبل المثلى التي ابتكرتها للقضاء على مشكلة الأمية ونشر الوعي التنموي والإسهام في العمليات التنموية.

هذا بالإضافة إلى إمكانية الاستفادة من جوانب النجاح التي حققتها هذه الفلسفات في أرض الواقع، والتعرف على جوانب فشل هذه الفلسفات ومحاولة تلافي أسبابها.