

١) قضايا وسائل الإعلام

المحاورة، لتأمين

م / ملكية وسائل الإعلام

يمكن دراسة ضغوط العامل الاقتصادي على القائمين بالاتصال وفق مستويين ..
الأول ما يتعلق بـ (الوسيلة الاعلامية) ويشمل نظام الملكية والاعلان ، والثاني
ما يخص (الصحفي) ويتضمن نظام العمل والدخل.

وهناك نوعان من أنظمة الملكية في المؤسسات الاعلامية، (ملكية عامة) أي
ملكية الدولة ، و(ملكية خاصة) وتعني ملكية القطاع الخاص والأحزاب
والقابات. وتحدد نوعية الملكية تبعا لفلسفة النظام السياسي السائد.

الحكومات الشمولية ذات النزعة المركزية تعتمد إلى احتكار الملكية وتجعلها
حصرا بيد الدولة. فيما تميل الأنظمة الديمقراطية إلى فتح أبواب الملكية إلى
الطبقات المجتمع المدني والأحزاب والأفراد. وتسمح بعض المؤسسات

د. لسيفت بسدر يوسف

الاعلامية في الدول المتقدمة مثل الولايات المتحدة الأمريكية للصحفيين بشراء بعض أسهم الشركة الممولة للصحيفة ، وأحيانا تكون معظم الأسهم بحوزة الصحفيين. وهو ما يساعد على الاستقرار المادي والشعور بالانتماء الحقيقي للوسيلة الاعلامية.

ان المشكلات التي تواجه وسائل الاعلام في ظل الأنظمة الليبرالية التي يشيع فيها نمط الملكية الخاصة هو هيمنة الشركات على المؤسسات الإعلامية، ويتعرض المحتوى الصحفي إلى عمليات تلاعب ، وتداخل العوامل الذاتية والموضوعية، ما يؤدي إلى ضياع الحقيقة.

وكانت فكرة الملكية الخاصة قد جاءت من نظرية (ادم سميث) التي تقول ان كل إنسان إذا اهتم بمصلحته الخاصة، فإن ذلك ينعكس على الصالح العام.

ومن المؤكد ان الصحف لا تقوى على الحياة دون الأموال التي يدفعها المعلنون لأن الوصول إلى القراء ليس مجانيا وإنما يحتاج إلى أموال لدفع الرواتب وتغطية نفقات الطباعة وتكاليف الحصول على الأخبار.

ان ظاهرة الإنتاج الثقافي التي تقف وراءها الشركات التجارية، جعلت الثقافة الجماهيرية تنتج في ظروف لا تختلف عن إنتاج السلع التسويقية. اذ ان بيان الثقافة بات طابع الربح يسيطر عليه ويحركه.

هناك قلقا شديدا من تعرض الصحفيين لمسائلة أصحاب الشركات وملاك الأسهم بدلا من ان يكون الصحفيون مسؤولين أمام الجمهور ولا احد غيره، يعملون بوازع الضمير المهني ، وهذا ما يؤدي الى تعطل علاقة التفاهم

د. ليثا بدر يوسف

والتفاعل بين ملاك الصحف والصحفيين ، منذ ان تغير نمط الملكية من الأفراد والعوائل التي كانت تملك وسائل الاعلام وتحرص على ارساء قيم معينة ، إلى ملكية الشركات المساهمة . وبعد ان كان المالك شخصا نعرفه ، اضحى المالك مجهولا .

وفي ظل سيطرة المؤسسات التجارية على وسائل الاعلام . أصبحت الأخيرة مرتبطة بالمؤسسات الصناعية والتجارية المالكة لها .

وكما تعرضت هذه المؤسسات إلى هزات مالية عنيفة انعكس على واقع الاعلام والصحفيين ، فهي غالبا ما تواجه ببعض الإجراءات ازماتها ، كضغط النفقات ، وتقليص الرواتب وتخفيض اعداد العاملين . وإلغاء عدد من المكاتب الإخبارية الخارجية والمحلية . وقد أدت إجراءات على هذه الشاكلة الى تراجع بعض وسائل الاعلام الدولية ، وقد أدى تعاطي هذه الوسائل مع الضغوط التي توجه إليها من الملاك ، إلى انحسار التغطية الإخبارية الموضوعية إلى جانب التوسع في نشر موضوعات الترفيه والتسلية . وهو ما يعني انخفاض القيم الإخبارية او تلاشيها وعدم تقديم مضمون يساهم في تعزيز الوعي لدى الجمهور وتجاهل الأهداف الأساسية لوسائل الاعلام كالتثقيف والتعليم .

ان تحول الاعلام من رسالة إلى صناعة هو الذي يعرض استقلالها العام (لأنه يوجهها وجهة التجارة والإثارة) فالشركات تريد من (الصحف التي تملكها) الوصول إلى أوسع مساحة من الجمهور لإيصال رسائلها الاعلانية . وهو ما يجعل الصحافة بحاجة إلى رؤوس أموال هائلة لتحقيق هذه الأهداف . والعون هذه الأموال تأتي من الشركات التجارية والصناعية فأنها باتت جزء من

— ٣ —

المشهد التجاري. فيما أدى التنافس بين الصحف لزيادة التوزيع إلى استخدام بعض الإدارات الصحفية أساليب مخالفة لمبادئ المهنة إذ أخذت هذه الصحف الفرد صفحات كاملة لأخبار الجرائم التي يميل القراء لمتابعتها، وبالمقابل فقد قلصت المساحات المخصصة لنشر المقالات والموضوعات الرصينة التي تسهم في تلوين القراء .

وبلجا بعض الحكومات التي تسمح للقطاع الخاص بامتلاك وسائل الإعلام إلى تخصيص معونات ومنح سنوية لها لتحقيق عدد من الغايات يأتي في مقدمتها ضمان عدم تعرضها الى السياسات الحكومية . وعدم وقوعها في أحضان الدول الأجنبية إلى جانب الدعاية للدولة الراعية والداعمة كنوع من رد الجميل

- ٤ -