

د. ليث بدر يوسف

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

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

ولما 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 أو تلاشيتها وعدم تقديم مضمون يساهم في تعزيز الوعي لدى الجمهور وتجاهل الأهداف الأساسية لوسائل الاعلام كالنثقيف والتعليم.

إن تحول الاعلام من رسالة إلى صناعة هو الذي يعرض استقلالها (لأنه يوجهها وجهة التجارة والإثارة) فالشركات تريد من (الصحف التي تملكها) الوصول إلى أوسع مساحة من الجمهور لإيصال رسائلها الاعلانية. ولما جعل الصحافة بحاجة إلى رؤوس أموال هائلة لتحقيق هذه الأهداف. فلهذا هذه الأموال تأتي من الشركات التجارية والصناعية فأنها باتت جزءاً من

— ٢٢ —

د. لنيث بدر 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 ايمان الثقافة بات طابع الربح يسيطر عليه ويحركه.

هناك قلقا شديدا من تعرض الصحفيين لمساءلة 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

— ٢ —



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 تطوير القراء.

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

- ٤ -