

المحاضرة السادسة:

4. نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام.

تمهيد:

تعتبر نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام بعد نهاية الحرب العالمية الثانية سنة 1947، كواحدة من أهم النظريات الإعلامية التي لا يمكن تجاهلها، وهذا لما لها من دور محوري على صعيد ضمان قيام الصحافة بواجباتها ووظائفها تجاه المجتمع، من خلال إلزام الصحفيين بالالتزام بالمعايير والقيم المهنية المتصلة بالعمل الصحفي ما يضمن مساهمة الصحف في خدمة المجتمع وتنميته وتطويره وحمايته من الثقافات والتقاليد الدخيلة عنه، على اعتبار أن مصلحة المجتمع هي أول وأهم المصالح التي يقع على الإعلاميين واجب مراعاتها.

1.4. الجذور التاريخية لظهور نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام:

إن مفهوم نظرية المسؤولية الاجتماعية هو مفهوم غربي، وقد انتقل إلى مجال الإعلام من مجالي الاقتصاد والعلاقات العامة، بعد أن ساد بفعل التطورات الاقتصادية التي شهدتها الولايات المتحدة الأمريكية والتي أدت لظهور الحاجة لإلزام المؤسسات والمنشآت بمسئولياتها الاجتماعية. ففي منتصف القرن التاسع عشر نادى بعض الناشرين بأن الصحافة يجب أن تستنكر التفاهات التي كانت تنتشرها الصحف، ويجب عليها أن تهتم بمصالح المجتمع قبل المصالح الحزبية أو الخاصة، وخلال القرن العشرين تزايد الاهتمام بأخلاقيات الصحافة وبدور الإعلام في تقدم المجتمع، وقد تبلور هذا الإحساس على شكل ميثاق يحدد الضوابط الأخلاقية للإعلام عام 1923، عندما تبنت الرابطة الأمريكية لرؤساء تحرير الصحف ما أسمته آنذاك بـ: "ميثاق الأداء الإعلامي"، وقد جاء في هذا الميثاق دعوة للصحافة كي تعمل على القضايا التالية: "العمل من أجل الصالح العام، الصدق في الأداء، الإخلاص، عدم التحيز، الموضوعية، البعد عما يخدش الحياء، احترام خصوصية المواطنين".

ويمكن القول بأن ظهور نظرية المسؤولية الاجتماعية في مجال الصحافة والإعلام يؤرخ له بالتقرير الذي صدر عن لجنة حرية الصحافة عام 1947، بعنوان: "صحافة حرة مسؤولة"، ونبه إلى أن التجاوزات التي تحدث من قبل الإعلام والصحافة لها أكبر الضرر على المجتمع، أي أن هذا التقرير يُعد بمثابة الأساس لنظرية المسؤولية الاجتماعية في مجال الصحافة، والتي جاءت كمراجعة للنظرية الليبرالية. وقد أكمل التأسيس النظري لهذه النظرية الرواد: "إدوارد جيرالد"، "تيودور بيترسون"، "ويليام ريفرز"، "جون ميلر" وغيرهم، وصولاً لمنظريها المحدثين أمثال: "ديني إليوتن" و"كليفورد كريستيانز".

2.4. لجنة "هوتشنز":

أمام تزايد الوعي المتنامي عقب فشل سوق الأفكار الحرة في توفير الحماية الكافية للمجتمع وأفراده، ومؤسسات خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية، قام "هنري لوس" (henery luce) بترجمة هذا الوعي والاهتمام إلى برنامج عملي، فقد قام "لوس" صاحب شركة "التايم" بمساعدة دائرة المعارف البريطانية بتمويل دراسة أجراها البروفيسور "هوتشنز روبرت" (hutchins robert) رئيس جامعة شيكاغو عام 1942 تهدف إلى التعرف على الوضع الراهن وتأثيره على مستقبل حرية الصحافة، فشكل "هوتشنز" على الفور لجنة من 10 أساتذة جامعيين، وعرفت هذه اللجنة باسم: "لجنة هوتشنز"، كانت مهمة هذه اللجنة مساعدة "هوتشنز" في تنفيذ هذه الدراسة، وفي عام 1947 أصدرت اللجنة تقريراً كان عنوانه "صحافة حرة ومسؤولة"، وجددير بالذكر أن المصطلح المعروف الآن باسم "المسؤولية الاجتماعية للصحافة" الذي تبلور فيما بعد لم يذكر بهذا التقرير الذي أصدرته اللجنة، لكنه ورد فيما بعد في كتابات أستاذ الصحافة المشهور "ثيودور بيترسون"، وكان من النتائج التي توصلت إليها اللجنة ما يلي:

- أن التطور التقني في مجال الصحافة قد زاد من أهمية الإعلام للجماهير من ناحية، لكنه قلل من فرص مشاركة أفراد المجتمع في التعبير عن آرائهم من ناحية أخرى.

- أن الذين تولوا مسؤولية الإعلام قد أساءوا استخدامه وشوهوا صورة الفئات الأخرى في المجتمع، ولم ينجحوا في تقديم خدمة موضوعية تلبي حاجة المجتمع.

- أن وسائل الإعلام أصبحت ترتكب ممارسات يرفضها المجتمع مما يحتم عليها إن هي استمرت في ذلك، أن تخضع لقوانين معينة تضبط هذه الممارسات الخاطئة.

وبعد صدور هذا التقرير ظهرت هناك استجابات لهذا النداء، حيث لقيت دعوة اللجنة إلى "صحافة حرة مسؤولة"، صدى داخل الولايات المتحدة الأمريكية وخارجها وفي بلدان أوروبا وعلى رأسها المملكة المتحدة فتشكلت اللجنة الملكية الأولى للصحافة عام 1949، ودعت إلى التزام العاملين في الصحافة بمسؤوليتهم الاجتماعية، وتشكيل مجلس للصحافة". وهكذا يتبين أن لجنة "هوتشنز" كانت النواة الأولى في ولادة هذه النظرية، وأن الدراسات الإعلامية التي تناولت موضوع نظرية المسؤولية الاجتماعية كانت تستمد فلسفتها من النتائج التي وردت في تقرير اللجنة.

3.4. عوامل ظهور نظرية المسؤولية الاجتماعية:

إن ظهور نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام كان نتيجة للعديد من العوامل، أبرزها:

- **عوامل فكرية:** بدا للباحثين الغربيين فشل الليبرالية في تحقيق ما كانت تسعى لتحقيقه، وأسهمت التطورات العلمية في زعزعة المبادئ الفكرية التي سادت قبل ذلك مثل نظرية النسبية لـ "أينشتاين" التي قلبت مسلمات الفيزياء.

- **عوامل اقتصادية:** بدأت الشركات والتجمعات الاقتصادية الكبرى تظهر وتستحوذ على الكثير من أدوات القوة بما فيها أدوات وسائل الإعلام فبدأ الخلل في النظم الإعلامية لصالح تلك الشركات.

- **عوامل تنظيمية:** تمثلت هذه العوامل في ظهور الاتحادات المهنية التي بدأت العمل على تنظيم مهنة الصحافة وقامت بإصدار مبادئ الصحافة عام 1923، ثم ميثاق صحافة السينما عام 1930، تلاه ميثاق الإذاعيين عام 1937.

- **عوامل أخلاقية:** راجت في القرن التاسع عشر الصحافة الصفراء وتراجعت الصحافة الرصينة والثقافية، وهو ما دفع لبروز اتجاه أخلاقي في الصحافة يدعو للالتزام الصحف ووسائل الإعلام بالقيم والمبادئ.

4.4 مفهوم المسؤولية الاجتماعية الإعلامية:

تعرف نظرية المسؤولية الاجتماعية في مجال الصحافة والإعلام بأنها: "مجموعة الوظائف التي يجب أن تلتزم الصحافة بتأديتها أمام المجتمع في مختلف مجالاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، بحيث يتوفر في معالجاتها وموادها القيم المهنية كالدقة والموضوعية والتوازن والشمول، شريطة أن يتوافر للصحافة حرية حقيقية تجعلها مسؤولة أمام القانون والمجتمع".

وتعني المسؤولية الاجتماعية للصحافة أيضا: "الاهتمام بالصالح العام أو الاهتمام بحاجات المجتمع والعمل على سعادته عبر اتصاف الصحافة بسداد الرأي والدقة والعدل ومراعاة النواحي الأخلاقية والقيم".

ومن التعريفين السابقين يتضح أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية الإعلامية يقوم على مبدأ بسيط وهو التزام الصحافة بالقيم المهنية المتعارف عليها كالدقة والموضوعية والأمانة ومراعاة ثقافة المجتمع ومعتقداته، إضافة لقيامها بوظائف تتصل بتلبية حاجات المجتمع.

5.4 أنواع المسؤولية الاجتماعية للإعلام:

يمكن تقسيم المسؤوليات الاجتماعية للإعلاميين إلى:

- **مسؤوليات وجوبية:** يقصد بها تلك المسؤوليات التي تحددها الحكومة والأنظمة السياسية للصحافة عبر تحديد جملة الأفعال التي يحظر القيام بها كالقذف والقذح.

- **مسؤوليات تعاقدية:** يقصد بها المسؤوليات التي تربط الصحافة بالمجتمع فالمجتمع يمنح الصحافة الحق في العمل على فرض أنها ستسد حاجة أفراد للمعلومات والحقائق والآراء.

- **مسؤوليات ذاتية:** وهي التي يلزم الصحفي نفسه بها بمحض إرادته في إطار إيمانه بمبادئ محددة وقناعته بأن عمله كصحفي هو رسالة نبيلة أكثر من كونه مجرد عمل.

كما يمكن تقسيم المسؤولية الاجتماعية للإعلاميين كالتالي:

- **مسؤولية الإعلامي تجاه المجتمع العام:** تتحقق عبر إتاحة المعلومات والعمل على عدم إلحاق الضرر بالآخرين.

- **مسؤولية الإعلامي تجاه مجتمعه المحلي:** تتحقق عبر نشر ما يتوقعه الأفراد من المجتمع وما يتوقعه المجتمع من الأفراد من مثل وقيم وأداء الرسالة الصحفية بطريقة لا تقلل من ثقة الجمهور بالصحافة.

- مسؤولية الإعلامي تجاه نفسه: تتحقق عبر أداء الرسالة بأقصى قدر من الأمانة والصدق والمسؤولية وبما يتواءم ومصصلحة المجتمع.

6.4. مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام:

تتلخص المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام في جملة المبادئ أهمها:

- لا سلطان للحكومة على الصحف أو غيرها من وسائل الإعلام التي يمتلكها الأفراد أو المؤسسات، لذا فهي تقوم بالتعبير عن وجهات نظر متنوعة ومتعددة دون أي رقابة عليها من أي جهة حكومية ولا يقيدتها إلا الضمير الإعلامي أو السياسة الخاصة التي ترسمها المؤسسة الإعلامية لتحكم عملها.

- ينبغي على الصحافة والإعلام بوسائلها المختلفة أن تسهم في التزامات معينة تجاه المجتمع.

- يمكن لوسائل الإعلام أن تعمل وفق المنطق المجتمعي، وأن تقوم بالالتزامات الملقاة على عاتقها عبر احترام المعايير المهنية لنقل المعلومات كالدقة والاتزان والموضوعية وغيرها على اعتبار أنها أداة بناء لا هدم.

- تعمل وسائل الإعلام على تنظيم نفسها في شكل تنظيمات مهنية ومن خلال مواثيق الشرف.

- يتوجب على وسائل الإعلام أن تتجنب نشر ما يشجع على الجريمة والعنف والفوضى الاجتماعية.

- تسعى الصحافة أن تحترم التعددية وأن تعكس حرية تنوع الآراء وأن تحترم حق الرد.

- من حق المجتمع على الصحافة أن تلتزم بأداء الوظائف المنوطة بها، وأن تحافظ على المعايير المهنية خلال أدائها لوظائفها.

ويُضيف "عماد حسن مكاوي" لمبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية ما يلي:

- ممارسة النقد البناء.

- نشر أهداف المجتمع وقيمه وثقافته.

- العمل على نشر أهداف المجتمع وخطته التربوية والتعليمية والاقتصادية.

- العمل على ضمان احترام حقوق الفرد الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية.

- وضع المعلومات أمام المواطنين وعد إخفائها إلا لأغراض أمن المجتمع والدولة.

- إعطاء الفرد حقه في الحصول على المعلومات وعدم التستر عليها وعد تزويده بمعلومات كاذبة أو منقوصة.

7.4. أهمية نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام:

الاهتمام بنظرية المسؤولية الاجتماعية في الفكر الغربي له تيارين مختلفين:

- تيار مستمد من الدراسات النفسية: ويعتبر هذا التيار أن للشخص المسؤول اجتماعيا مواصفات محددة فهو: يعنى بالتزاماته اتجاه الجماعة، ويفكر في مصلحته ومصصلحة الجماعة.

- تيار مستمد من دراسات الإدارة والعلاقات العامة: لقد دفعت التطورات التي شهدتها القرن التاسع عشر لبروز الحاجة لإلزام المنشآت بمسئولياتها الخاصة، خاصة بعد أن أصبح التوجه العام يتمثل في تحقيق مصالح المشاريع والمؤسسات على حساب المصلحة العامة للجمهور.

كما تبقى هذه النظرية تكتسب أهميتها في الوقت الراهن لأسباب متعددة، أبرزها:

- أنها تعتنى بالسياق أو بالبيئة الاجتماعية المحيطة وتأخذها بعين الاعتبار أثناء ممارسة العمل الإعلامي.

- أنها تنادي بالاعتناء بعمل الإعلام أو العلاقات العامة بل وحتى الشركات الخاصة على هدف تحقيق الربح للمالكين والمساهمين بل تشدد على الجوانب الأخلاقية في ممارسة العمل.

- أنها تعتنى بعملية تنمية المجتمع عموماً من خلال الإقرار بأن استمرار عمل المؤسسة بغض النظر عن تخصصها يشترط عملها على تنمية المجتمعات المحيطة بها.

- أنها تشدد على التزام العاملين في المجال الصحفي بقيم عديدة أهمها: الدقة، الموضوعية، العدل، والحفاظ على ثقافة المجتمع.

8.4. الانتقادات الموجهة لنظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام:

وجهت العديد من الانتقادات لنظرية المسؤولية الاجتماعية من طرف الكثير من رجال الأعمال الذين استثمروا في ميدان الصحافة الذين لا يفقهون شيئاً سواء في تخصص الإعلام أو في أخلاقيات المهنة، ومن بين أوجه الانتقادات ما يلي:

- انتقادات موجهة للجنة حرية الصحافة: ومفاد هذه الانتقادات أن أعضاء اللجنة وهم 12 أكاديمياً لا يملكون حق نقد الصحافة وتحديد ما يتوجب عليها القيام به لأنهم من خارج الجسم الصحفي، وقد وجه المنتقدون لأعضاء اللجنة اتهامات بالتحيز على اعتبار أن أداء الصحافة ليس بذلك السوء، كما انتقدوهم لاستخدامهم عبارات مطاطة وغير محددة المفهوم في تقريرهم مثل "القيم" و"التقاليد".

- انتقادات ترى في المسؤولية انتقاصاً لحرية الصحافة: اعتبر بعض النقاد أن نظرية المسؤولية الاجتماعية هي بداية التدخل الحكومي في عمل الصحافة ورأى هؤلاء أن النظرية تنتقص من حرية الصحافة وتتيح للحكومة فرصة التدخل في عملها.

- انتقادات دلت على عجز النظرية عن إصلاح الأداء الإعلامي في الغرب: ومفاد هذه الانتقادات أن النظرية لم تنجح في إصلاح الأداء الإعلامي في الغرب، فعلى مستوى الإعلام الأمريكي، باتت وسائل الإعلام الأمريكية أكثر تغلغلاً في الحياة الأمريكية ووجهت لهذه الوسائل انتقادات أهمها: انخفاض مصداقية الخبر، انتشار الثقافة الإباحية، ضعف الثقة في وسائل الإعلام، زيادة التدخل في الحياة الخاصة للمواطنين.

- انتقادات موجهة لآليات التنظيم الذاتي للصحافة: وهي انتقادات تم توجيهها لمواثيق الشرف الصحفية باعتبارها تدخلاً في عمل الصحفي أو وسيلد للضغط عليه، إضافة للانتقادات الموجهة لما يعرف بمجلس الصحافة باعتبار أنها غير منزهة عن الخطأ وأعضاؤها غير منزهين عن الشبهات عدا عن التدخل الحكومي فيها.