

المحور الأول: الإعلام والرأي العام

الدرس الثاني: الإعلام والحياة الديمقراطية

أولاً: دور الإعلام في كشف الحقائق ومراقبة أعمال المسؤولين (هام جداً)

تلعب وسائل الإعلام دوراً هاماً في المجتمع من خلال الآتي:

أ- نقل الأفكار والوقائع والأحداث إلى عامة الناس من أجل الإطلاع عليها ومعرفة.

ب- المساهمة في تنزيه الحياة العامة من كل عوائق التعتيم الإعلامي.

ج- تبصير الرأي العام بكل ما يجري حوله.

د- كشف الحقائق، مما جعلها تحظى بثقة القضاء الذي اعتبر دورها رديفاً للمؤسسات الرقابية.

ثانياً: عقبتان رئيسيتان (هام جداً) .

تواجه وسائل الإعلام عوائق معينة تحول دون قيامها بدورها، ونذكر في هذا الإطار عقبتان أساسيتان:

أ- عقبة السلطة السياسية الاستبدادية:

تتصرف الأنظمة الاستبدادية تصرف الخائف من شعبها نظراً لسلبية أداء هذه الأنظمة على المستوى السياسي والاجتماعي، لذلك رأت أن التعتيم الإعلامي هو أفضل وسيلة لمنع الناس من الإطلاع على هذا الواقع والممارسات، وبالتالي عمدت إلى:

1 - حصر النشاط الإعلامي في أجهزتها الرسمية (التلفزيون الرسمي مثلاً).

2 - عدم إطلاع المواطنين إلا على الأخبار التي تصبّ في مصلحة الحاكم.

وعلى العكس منها تتصرف الأنظمة الديمقراطية التي ترى أن دور وسائل الإعلام ككشف الحقائق مثلاً ضماناً لعدم تفاقم الفساد والتوتر والعنف الذي ينتج عن القمع السياسي، وبالتالي أعطت وسائل الإعلام الحرية التي لا يحدها سوى أمرين: الأول هو دواعي الأمن القومي، والثاني هو مصلحة البلاد العليا.

ب- عقبة سلطة رجال المال والأعمال:

نظراً لقدرة وسائل الإعلام في التأثير على الرأي العام ومراقبة أعمال المسؤولين ورجال الأعمال، وأيضاً ارتفاع كلفة الإنتاج، أمور وضعت الإعلام تحت محاولات السيطرة والإغراءات المادية والمعنوية التي يمكن أن يمارسها هؤلاء المسؤولين أو الممولين، وذلك من أجل الأمور الآتية:

1 - إنتزاع مواقف تمتدحهم.

2- تمرير صفقة تجارية وإخفاؤها عن الرأي العام.

3- تحسين صورة متمول لغايات سياسية "التسويق السياسي".

ثالثاً: قوانين لحماية الإعلام والديمقراطية (هام جداً).

تجاه هذه العوائق والأخطار المهددة لدور وسائل الإعلام، وضعت المجتمعات الديمقراطية قوانين لحماية الإعلام أهمها:

أ- قانون الشفافية المالية:

وهو قانون يسمح للدولة عبر هيئاتها بمراقبة موارد وسائل الإعلام، والتأكد من عدم تلقيها أموالاً غير مشروعة لا تنتج عن الإعلانات أو بيع إنتاجها الفني، وفي لبنان سمحت المادة 46 من قانون البث التلفزيوني والإذاعي بتحديد دقائق تطبيق الرقابة على مداخل المؤسسات الإعلامية، وإحالة المخالفين لقانون الشفافية المالية للإعلام إلى محكمة المطبوعات.

ب- مبدأ تعددية الآراء وتوسيع قاعدة المشاركة:

هذا المبدأ يتمثل في حماية حق كل شرائح المجتمع من مختلف الانتماءات أن تقوم بالآتي:

- 1- تعبّر عن رأيها بحرية.
- 2- منحها فرص متساوية للاستفادة من وسائل الإعلام للتواصل مع الناس في أوقات محددة كفترة الانتخابات.

هذا المبدأ نص عليه دفتر شروط المؤسسات الإعلامية، وأهم بنوده الآتي:

- 1-إلتزام المؤسسات الإعلامية ببث برامج سياسية تتمحور حول السياسة الداخلية أو الخارجية.
- 2- تناول مواضيع الشأن العام المرتبط بعمل الإدارات والوزارات والمؤسسات العامة والبلديات، وعلاقتها مع المواطنين وفي ما بينها، وسلوك العاملين فيها.
- 3- توسيع قاعدة المشاركة المباشرة للمواطنين من خلال عقد الندوات السياسية والاجتماعية بين المواطنين فيما بينهم، وبينهم وبين المسؤولين.

ج-مبدأ تعزيز التواصل بين المواطن والسلطة:

ويتجسّد هذا المبدأ من خلال الآتي:

- 1-المقالات المخصصة في الصحف لعرض آراء الأحزاب والنقابات والهيئات الاجتماعية.
- 2-إقامة البرامج التي تخصّص للإستماع إلى أقوال المسؤولين ومداخلات الناس، في حوارات مباشرة أو عبر الهاتف.
- 3-عرض البرامج التي تسمح بتنوع الآراء في الحلقة الواحدة.

المصطلح

التسويق السياسي: خطة يضعها القِيمون على الحملات الإنتخابية لترسيخ صورة إيجابية قد تكون مفتعلة، عن شخص أو تنظيم، في أذهان الجمهور المستهدف، تتلاءم مع رغبات هذا الجمهور وتطلعاته، طمعاً بأصواته .