(٢-٢)

وظائف الصحافة خلقت المناخ الصالح لقضايا التنمية ومشكلاتها وجوانبها المختلفة

يصعب تحديد الخدمة أو مجموع الخدمات التي تقدمها الصحيفة إلى الجمهور ، فالوظائف الاجتماعية للصحافة متعددة ، ومما يزيد من صعوبة تحديدها هو تنوع محتوياتها وتشابكها وتعدد فئات قرائها .

والصحافة تعد إحدى المؤسسات المسئولة عن عملية التنشئة الاجتماعية والسياسية فى المجتمع Political so cialization، التي تقوم بوظائف تربوية وتعليمية على المستوى الاجتماعي من شأنها أن تقلل من حدة الفوارق الثقافية بين فئات المجتمع المختلفة، وأن تحدث تجانسًا فكريًا بواسطة ما تقدمه من مواد إخبارية وغير إخبارية.

تقرير/المحرر

ومع أن ثلاثة أشخاص قد حكم عليهم بالسجن ، بسبب الدور الذي قاموا به في حادث القتل ، فإن أحدًا – فيما عدا القتلة – لا يعرف من هو القاتل ؟! وما هو الدافع بالضبط للقتل ، فلم يصب محررون آخرون بأذى لما قاموا به من حملات لا تقل ضراوة عن حملة ميليت ، وهناك تعليل يقول أن ميليت قد قتل بسبب ما كان ينوي نشره ، وليس بسبب ما نشره فعلاً .

وعلى ذلك فإن حملة ميليت قد طهرت المدينة لفترة قصيرة على الأقل . وتخليداً لذكراه ، تلقى مجموعة محاضرات تحمل اسمه في كل عام ، ولمدة تزيد على ربع قرن يقوم محاضر مرموق بالتحدث عن جانب من جوانب الصحافة ، للمحافظة على روح كفاح ميليت حيه في نفوس غيره

وشهد عام ١٩٧٠ العديد من فوز الصحف الأمريكية بجوائز لحملاتها الصحفية. فقد فازت صحيفة " نيوزداي " – التي تصدر في لونج ايلاند – بجائزة توليزر الثانية تقديراً لها على ما قامت به من خدمة عامة ، فقد قامت بحملة لمدة ثلاث سنوات ، كشفت فيها عن الصفقات السرية للأراضي ، وما قام به رجال السياسة والموظفون من تلاعب في المناطق الشرقية من لونج ايلاند ، وقد أدت الحملة إلى إدانة ثلاثة أشخاص ، ووقف أربعة عن أعمالهم الرسمية ، أو عن عضويتهم في الأحداث السياسية ، واستقالة أربعة.

كما أدت إلى إصدار قانون في الولاية ، بأن يتعلق بوضوح طلبات تقسيم الأراضي كافة. وقد ذكر بيان منح الجائزة أنه بالبحث في متاهة من سجلات الأراضي وغيرها من القانون ، وعرض النتائج ، أظهر المندوبون والمحررون في صحيفة « نيوزداي » تصميماً وشجاعة في وجه التهديدات ، والأعمال العدوانية التي قام بها السياسيون ، الذين هاجمتهم الصحيفة لما ارتكبوه من أخطاء .

كما فازت صحيفة " ادفيرتايزر " وصحيفة " الاباما جورنال" اللتان يصدرهما هارولد مارتين في مونتجمري بولاية الاباما ، بجائزة بوليتزر ، لأنهما قامتا بنشاط صحفي محلي خاص أدى إلى فضح الاستخدام التجاري للمسجونين في الاباما لإجراء التجارب على الأدوية ، وقد توقف هذا البرنامج الذي فضحه مارتين ، كما فضح أيضاً التجارة في بلازما الدم التي كانت تؤخذ من المسجونين ، حتى أدى ذلك إلى ثلاث وفيات بأمراض الكبد.

وقد ربح سيمور هيرش من وكالة ديسباتش نيوز جائزة بوليتزر لما قام به من تغطية إخبارية في سلسلة من المقالات عن القتل الجماعي للفيتناميين في مذبحة ماي لاي .

وكشفت بعض الصحف الأمريكية أيضاً عن تهرب سبيرو أجني نائب الرئيس الأمريكي السابق نيكسون من دفع الضرائب وحصوله على رشاوى من بعض كبار رجال المال لتسهيل صفقاتهم مع الحكومة بالإضافة إلى عدد آخر من التهم . وقد انتهى الأمر بإجباره على تقديم استقالته .

ثم هناك أيضاً الكشف عن فضيحة رشاوى شركة لوكهيد والتي أحاطت برئيس وزراء اليابان وعدد آخر من كبار المسئولين في العالم وذلك لتقاضيهم رشاوى من هذه الشركة لتسهيل صفقاتهم التجارية مع الحكومات التي ينتمون إليها .

وفي بريطانيا تم الكشف عن فضيحة بروفيمو وزير البحرية البريطانية الذي تورط في علاقة غير شرعية مع كريستين كيللر وقد استغل أحد الجواسيس هذه العلاقة للحصول على معلومات عن الجيش البريطاني .

وفي فرنسا أثيرت قضية هدية الماس التي قدمها الإمبراطور بوكاسا امبراطور أفريقيا الوسطى السابق إلى الرئيس الفرنسي جيسكار ديستان عندما كان يشغل وزير المالية قبل توليه منصب الرئاسة .

وفي إيطاليا تم الكشف عن فضيحة مالية كبرى تورط فيها الرئيس الإيطالي جيوفاني ليوني وقد انتهى الأمر باستقالة الرئيس الإيطالي .

وفي ألمانيا (الغربية) أثيرت قضية تورط سكرتير المستشار الألماني فيللي برانت في حلقة جاسوسية تابعة لألمانيا (الشرقية) وقد انتهى الأمر باستقالة المستشار الألماني.

٨– وظيفة توحيد الأمة وتحقيق التماسك :

يزداد تماسك المجتمع وتوحده حول أهداف عليا يسعى إلى تحقيقها أو حلم عام مشترك ، ولاشك أن الصحافة تستطيع أن تقوم بدور مهم في تحقيق هذه الوحدة وهذا التماسك حول هذه الأهداف العليا .

كما يزيد من تماسك المجتمع إحساس أفراده بالتميز الحضاري والثقافي والإحساس بأن لهم حيوية تميزهم عن غيرهم من الشعوب ، وتستطيع الصحافة أن تقوم بدور حاسم في هذه العملية فتعمل على تعميق الأساس بالهوية والتميز الحضاري والثقافي للأمة من خلال التوعية الدائمة للشعب بالرموز التاريخية والوطنية ، والإسهامات التي قدمها الشعب أو أسلافه في الحضارة الإنسانية ، بالإضافة إلى نقل التراث الثقافي إلى الأجيال الجديدة بما يسهم في تحقيق الارتباط الثقافي بالوطن .

– وظيفة التنمية الثقافية :

يسود منذ أوائل السبعينات مفهوم جديد للثقافة يوسع نطاقها بحيث يشمل أساليب حياة الشعوب ، ويعتبر التنمية الثقافية عنصراً أساسياً من عناصر التنمية الشاملة لأي مجتمع .، فالثقافة لم تعد هي الآداب والفنون الرفيعة المستوى التي يقبل عليها الصفوة من المواطنين ، بل هي نظرة الناس إلى الكون والحياة وسلوكهم في حياتهم اليومية الخاصة والعامة وبالتالي فهي تشمل العقيدة والفلسفة والعلم والأدب والفن وهي المعيار الذي يقيمون به الصواب من الخطأ وهي التراث الذي يصلونه إلى أجيال تأتي من بعدهم.

وثقافة الأمة هي تنظيم جميع السمات المميزة لها من مادية وروحية وفكرية وفنية ووجدانية كما تشمل تطلعات الإنسان للمثل والبحث الدائب عن مدلولات جديدة لحياته وقيمه ومستقبله .. إنها على الأقل تشتمل على ثلاثة مكونات هي : فيما يفكر الإنسان ؟ وماذا يفعلون ؟ وما هي المنتجات التي ينتجونها ؟ وعلى ذلك فإن العمليات الذهنية والمعتقدات والمعلومات هي جوانب من الثقافة .

ويتوقف المستوى الثقافي لجمهور قراء صحيفة ما على نوعية المحتوى الذي تقدمه ومستواه ، ما بين جريدة تقدم المعلومة الصادقة والتحليل الجاد والأخبار والتحقيقات التي تعالج قضايا المجتمع الحقيقية ، أو ترفه عنه بأدب وتوازن ، وبين جريدة أخرى تركز على المعلومات المحرمة ، والأخبار المختلقة ، والقصص المثيرة ، والصور العارية الفاضحة.

١٠– الوظيفة التنموية :

إن الدور التنموي للصحافة يمكن أن يتحقق من خلال أكثر من مستوى:

المستوى الأول :

تركيز الانتباه على قضايا التنمية ومشكلاتها وجوانبها المختلفة ، حيث يزداد الآن اعتماد المجتمع العصري الحديث على وسائل الاتصال الجماهيرية قياساً إلى أشكال الاتصال التقليدي أو المباشر ، ومن هنا تأتي أهمية هذه الوسائل الجماهيرية نظراً لأنها ستتحكم في نوع المعلومات التي يمكن أن تبثها إلى الجماهير وقيمتها ومضمونها ، وبالتالي فهي التي تتحكم – إلى حد كبير – فيما يمكن أن يعرفه الناس عن موضوعات وما يتحدثون فيه من قضايا .

وهكذا فإن الصحافة يمكن أن تركز الانتباه على موضوعات أو جوانب معينة دون غيرها في مجال التنمية ، مما يجعل لهذه الموضوعات تأثيراً أكبر في آراء الناس في مجالات التنمية المختلفة واتجاهاتهم نحوها ، كما يمكن الاحتفاظ بانتباه الجمهور – لفترة طويلة – مركزاً على التنمية عن طريق توجيه الاهتمام من حين لآخر إلى عادة جديدة أو سلوك جديد ، أو فكرة مستحدثة يتطلبها التغيير أو تفرضها عملية التنمية ، وبالتالي يمكن استخدام الصحافة بفعالية للتركيز على الموضوعات والقضايا المتنوعة المرتبطة بالتنمية ، وذلك بدرجات متفاوتة على مدار مراحل التنمية المختلفة ، بما يخدم أهداف التنمية ، ويثير الاهتمام بالموضوعات المطلوب التركيز عليها ، ويتيح معلومات كافية عنها ، ويوجه عملية الاتصال المواجه المباشر – والتي تؤثر في عملية تبني الأفكار المرغوبة واتخاذ القرارات بشأنها – يوجهها في الاتجاه المحابي لمتطلبات التنمية .

المستوى الثاني :

المساهمة في خلق المناخ الصالح للتنمية ، وذلك عن طريق رفع التطلعات وبعث الطموحات لدى الأفراد نحو حياة أو مستقبل أفضل عليهم أن يعملوا على تحقيقه والوصول إليه ، كما يمكن للصحافة أيضاً أن تسهم في تقديم المواد التي تساعد الجماهير على تغيير واقعهم الاجتماعي والثقافي والفكري والاقتصادي إلى واقع أرقى حتى يمكنهم الإسهام الإيجابي في تطوير بلادهم ، وقد أثبتت دراسات بعض الخبراء أن وسائل الاتصال الجماهيري ذات تأثير فعال في رفع التطلعات ، وأكدت هذه الدراسات نفسها أن التوجه نحو المستقبل الذي عادة ما يعكس ازدياد الرغبة والتطلع إلى حياة أفضل ، كما ينعكس في قدرة المواطن على تخطيط هذا المستقبل – يعتمد اعتماداً أساسياً على المعلومات المتوافرة لديه والتي تتيح له إمكانية هذا التخطيط ، كما يذهب كل من ماكليلاند وليرنر إلى أن وسائل الاتصال الجماهيرية تستطيع رفع تطلعات الشعوب واستثارة طموحاتها شريطة أن تدرك الحكومات مخاطر هذه الاستثارة ، وأن تكون قادرة على إشباع التطلعات حتى لا يحدث إحباط لدى فئات الجماهير بين ما تتطلع إليه وما يمكنها أن تحصل عليه فعلاً ، وحتى يتحقق أكبر قدر ممكن من التوازن بين التطلعات والرغبات التي تستثيرها وسائل الاتصال وقدرة النمو الاجتماعي والاقتصادي على إشباعها ، أي أن يكون هناك قدر من التوافق بين ما يثار الناس لأجله وما يمكنهم الحصول عليه ، وأن تسعى الحكومات إلى سد الحاجات التي تستثيرها وسائل الاتصال الجماهيرية ،وذلك كله تفادياً لما يطلق عليه صدمة المستقبل كنتيجة حتمية للإفراط في الإثارة دون تحقيق درجة الإشباع المرتقبة ، مما يضطر الفرد إلى التصرف بشكل يتجاوز مداه الكيفي .

المستوى الثالث :

المساهمة في تنفيذ الحملات التنموية : حيث أظهرت – على سبيل المثال– التجارب الأفريقية في استخدام الصحافة المحلية ، الإمكانيات الهائلة للصحافة في مساندة حملات محو الأمية وفي الترويج للأفكار التنموية ووفرت تلك الصحف أيضاً مادة مقروءة ساعدت المواطنين على عدم فقدان المهارات التعليمية التي اكتسبوها ، إذ توفر الصحف المحلية الفرصة والدافع للقراءة وتدعم الدروس التي تم تعلمها في الفصل الدراسي وتطور عادة القراءة .

١١– الوظيفة الدبلوماسية غير الرسمية :

كثيراً ما تلعب الصحافة ، بل وسائر وسائل الإعلام الجماهيرية دور الدبلوماسية غير الرسمية والمعلنة بين الدول، بل وبين المؤسسات المختلفة داخل الدولة الواحدة وبالذات في أوقات الأزمات ، حين يشارك مندوبو أو مراسلو الصحف ووكالات الأنباء في المؤتمرات الصحفية مع الزعماء والقادة السياسيين المعنيين بالقضية لكي يطرحوا رأي الزعماء والقادة ووجهة نظرهم في الموقف أو الأزمة فيتلقاها الطرف الآخر ويرد عليها ، أو قد تعرض عليه من قبل مندوبي أو مراسلي الصحف ووكالات الأنباء أيضاً ، وقد يلي ذلك اتخاذ اجراءات أو قرارات معينة. .

١٢– الوظيفة التسويقية :

تؤدي الصحافة الوظيفة التسويقية للسلع والمنتجات والخدمات وأحياناً – الأفكار والأشخاص خلال الحملات الانتخابية – من خلال الإعلان.

والإعلان في القاموس المحيط للشيرازي هو المجاهرة ، وكان المعلم بطرس البستاني أول عربي يعرف الإعلان بمعناه الاصطلاحي إذ يقول في دائرة معارفه « إن الإعلان أو الإعلام بالفرنسية Avis أو Advertisement وبالإنجليزية Notice أو Advertisement، وهو في اللغة "الإظهار والنشر" وفي الاصطلاح "الإعلام بأمر مخصوص وطرقه كثيرة ، منها النداء من مكان مشرف ، وفي الأروقة وهو من أقدمها ، ومنها تعليق أوراق في أماكن مخصوصة أو إدراج الخبر في جريدة من الجرائد ".

ويعتبر الإعلان أحد الجهود الاتصالية التي تسعى إلى التأثير في النشاط التسويقي وتحقيق أهداف تجارية ، ويطلق على النشاط الإعلاني (النشاط الاتصالي التجاري) الذي يركز على استخدام مدخل الاتصال الاقناعي لتحقيق التأثير التسويقي المستهدف على جمهور المستهلكين الذين توجه إليهم الجهود الإعلانية بمختلف وسائلها.

ويمكننا إذن القول أن الإعلان هو كافة الجهود الاتصالية والإعلامية غير الشخصية المدفوعة ، والتي تقوم بها منظمات الأعمال ، والمنظمات غير الهادفة إلى الربح ، والأفراد والتي تنشر أو تعرض أو تذاع باستخدام كافة الوسائل الإعلانية ، وتظهر من خلالها شخصية المعلن ، وذلك بهدف تعريف جمهور معين بمعلومات معينة ، وحثه على القيام بسلوك معين .

ويستخدم الإعلان كافة الوسائل الإعلامية كوسائل للنشر كالصحافة ، الراديو ، التليفزيون ، السينما ، الفيديو ، كما يستخدم الحوائط ووسائل النقل ووسائل كثيرة ، وتعد الصحافة بإصداراتها المختلفة من الجرائد والمجلات من أهم وسائل الإعلان ، نظراً للسمات التي تتصف بها ولطبيعة جمهورها .

ويؤدي الإعلان الصحفي ثلاث وظائف لأطراف صناعة الإعلان الثلاثة وهي : القارئ والمعلن والصحيفة .

فالقارئ: يحصل من الإعلان على معلومات جديدة عن سلعة أو خدمة أو فكرة جديدة ، تعاونه في اتخاذ قرار الشراء .

والمعلن: يزيد من الطلب على سلعه أو خدماته ، أو الاقتناع بأفكاره ، مما يؤدي في النهاية إلى زيادة دخله وارتفاع معدلات ربحه .

والصحيفة: تحصل على عائد نظير نشر الإعلان ،والذى يشكل في العادة أكثر من ٥٠٪ من دخلها إضافة إلى التوزيع وبعض عمليات تجارية قد تقوم بها المؤسسة .

فالإعلان الصحفي نشاط هام وحيوي لصناعة الصحافة وللقارئ وللمعلن نفسه ، رغم الانتقادات الكثيرة التي تواجه ضده وأهمها : أنه يشجع الأفراد على الاستهلاك وينمي قيم الإسراف والنزعة للشراء حتى لو كان الشخص لا يحتاج إلى السلعة أو الخدمة المعلن عنها.

١٣– الوظيفة الترفيهية:

على الرغم من أن الترفيه أو اللهو أو التسلية Enter-tainment يعد من الحاجات الأساسية للإنسان، إلا أن اهتمام غالبية الصحف به عادة ما يكون محدوداً ، وتزداد نسبته في الصحف الشعبية ، ومن خلال أشكال مثل الألغاز والكلمات المتقاطعة والألعاب والكاريكاتير والرسوم الهزلية الساخرة ، وبعض المضامين يمكن للصحافة أن تساهم في تحقيق عملية الترفيه للقارئ بأشكالها المختلفة .

فمن خلال المضمون المتنوع بشكل مستمر والأحداث المتغيرة تستطيع الصحافة تحقيق التنشيط SIMULA-TION ، فأحد الأشياء التي لا يستطيع الإنسان التغلب عليها هو الشعور بالضجر، ويبدو أن البحث عن التنشيط العاطفي أو الفكري هو أحد الدوافع الكامنة في الطبيعة البشرية. ويرى علماء النفس أن اللهو والترفيه وغير ذلك من صور التخفف من ضغوط الحياة هي من الأشياء الإيجابية في الحفاظ على المستوى الأدبي من النشاط الفكري ، أظهرت الدراسات أن الكثير من الأفراد يعدون القراءة هي وسيلتهم لإضاعة الوقت لكي يتخلصوا من الضجر والسأم .

وأشارت التجارب السيكولوجية إلى أن البشر يتعرضون لتأثير سلبي من جراء حالة تعرف باسم الإفراط الحسي Sensory Overload وهي مرحلة تتشبع فيها البيئة بقدر أكثر من اللازم من المعلومات وعوامل التنشيط ، فيواجه الأفراد بالإفراط الحسي ، ومن ثم ينزعون إلى الراحة أو الاسترخاء ، ووسائل الإعلام والصحافة من بينها هي أحد مصادر هذه الراحة ، وهكذا ينزع الأفراد إلى قراءة الصحف للتخلص من متاعب الحياة أو الاسترخاء.

كما قد تستخدم وسائل الإعلام ومن بينها الصحافة من أجل التفريج العاطفي Emotional Release أو التطهير أو التنفيس عن عاطفة أو طاقة ، وهو المظهر الأخير لوظيفة الترفيه أو اللهو أو التسلية.

ثانيا:الفروق في الوظائف بين الجريدة والمجلة

١– ترتبط الجريدة عادة بالخبر الصحفي في تحقيق وظائفها ولذلك تتصدر وظيفة الإعلام كافة الوظائف الصحفية الأخرى بالنسبة للجريدة ، ويعتبر الخبر الصحفي في الجريدة الأساس للانتقال إلى تحقيق الوظائف الأخرى ، مثل شرح وتفسير الوقائع والأحداث وتوعية الرأي العام نحو المستحدثات من النظم والقوانين وكذلك ما يقع من وقائع وأحداث .

٢– تقوم الجريدة من خلال الزوايا والصفحات المتخصصة بوظائف التعليم من خلال دعم التعليم الأساسي ، أو تقديم المعارف والمهارات الجديدة التي تساعد في تطوير الإنسان والمجتمع ، وكذلك تقوم الجرائد بالتسلية والترفيه ، بجانب وظيفة الإعلان التي أصبحت الجريدة تعتمد عليها أيضاً باعتباره مصدراً أساسياً من مصادر التمويل ودعم استمرار الصدور بجانب المصادر المالية الاخرى .

٣– باستثناء وظيفة الإعلام التي تكاد تكون الوظيفة الرئيسية للجريدة من خلال الخبر الصحفي ، فإن المجلة تقوم بكل الوظائف الأخرى وبصفة خاصة التوعية وتوجيه الرأي العام من خلال الشرح والتفسير والتحليل والتعليق على أخبار الوقائع والأحداث ، وكذلك التعليم وتطوير المهارات الفردية والجماعية ، المهنية والوظيفية ، التي تظهر بوضوح في المجالات العلمية والفنية المتخصصة ، التي تهتم بالفروع النظرية والتطبيقية للعلوم المختلفة ونقل تجارب الآخرين في هذه المجلات إلى القراء أصحاب الاختصاص فيها .

٤– لا يعني هذا عدم قيام المجلات بوظيفة الإعلام نهائياً ، ولكن هناك مجالات تهتم بالخبر أساساً ، سواء الخبر العام الذي يهم كل القراء ، في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والشئون الدولية ، مثل مجلة تايم الأمريكية التي تعتبر من المجلات الإخبارية وكذلك وظيفة الإعلام المتخصص بتعريف أصحاب الاختصاص بما يستحدث في مجال التخصص ، مثل المجلات المهنية ، أو المجلات الفنية . فالمجلات تقوم بوظيفة نقل الحقائق والأفكار والمعلومات إلى ملايين القراء ، ولها قوة اجتماعية من خلال وظيفة التعليم التي تقوم بها المجلات ، ويعتمد عليها الكثيرون ليعيشوا في بيئتهم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية الواسعة . وبالإضافة إلى ذلك فإن المجلة تربط القراء بوطنهم من خلال شرح الأحداث والأفكار ، وتعطيهم الحس الوطني تجاه هذه الأفكار والأحداث ، وتقوم بوظيفة الإرشاد والتوجيه في الحياة اليومية ، وتقدم إلى القراء التسلية والترفيه الذي يعتبر زهيد الثمن قياساً إلى الوسائل الأخرى ، بجانب التعليم والتعريف بالتراث الثقافي للأفراد .

٥– إن الوظائف التي تقوم بها المجلة تتقارب كثيراً مع وظائف الجريدة ، والوسائل المطبوعة بصفة عامة ، ولكن يظل التفاوت في تحقيق هذه الوظائف مرتبطاً إلى حد بعيد بدورية إصدار المجلة ، ومستوى تخصص محتواها ، وقرائها ، والفروق المرتبطة بالعملية الإنتاجية للمجلة عن غيرها من المطبوعات .