

حرية الاعلام والضغط المفروضة عليه

يتفق الكثيرون من الباحثين في مجال الاعلام والاتصال أن عصرنا الحاضر هو عصر الإعلام بامتياز، وليس في هذا الوصف أدنى مبالغة فقد تعددت وسائل الإعلام وأساليبه وتشعبت مجالات تأثيره وأستولت هذه الوسائل على أوقات الناس وجنبت اهتماماتهم وقربت المسافات وغدت ظاهرة عالمية، ومن ثم فلا بد من تشخيص مشكلات وقضايا الإعلام، بعد الثورة الهائلة التي أحدثتها ثورة الإتصال الحديثة، وأسهمت تكنولوجيا الإتصال والمعلومات في توسيع حرية التعبير بقدر ما أسهمت تكنولوجيا الإتصال والمعلومات في توسيع حرية التعبير بعد ما فتحت الباب على مصراعيه أمام أنماط جديدة من الإنتهاكات الأخلاقية.

وأثارت إشكاليات جديدة تتعلق بمعالجة جرائم الإنترنت والمعلوماتية والإعلام البديل. ولا شك أن واقع الإعلام حالياً يعاني من تسييس الإعلام وتسخيره لخدمة الأغراض السياسية والحزبية في العراق ودول العالم العربي والإسلامي، وتضخيم الوظيفة الترفيهية لوسائل الإعلام، وضعف الإهتمام بالجوانب الفكرية والعلمية للإعلام.

ويمكن تحديد أهم أنواع الضغوط التي تمارس على وسائل الإعلام في العراق من خلال ما يلي:

1. **الضغوط السياسية:** تتعرض وسائل الاعلام و القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية بضغوطات سياسية ويؤثر الانتماء السياسي أو ميولهم إلى جهة معينة على أدائهم الصحفي وعلى مضمون رسائلهم الاتصالية. كما يؤثر الاتجاه السياسي للجريدة

على القائمين بالاتصال بشكل محسوم لصالحها وهذا هو السائد في الصحافة العراقية فضلا عن التعليمات والرقابة والإشراف العام المباشر على مضامين رسائلهم الاتصالية مما يجعل سير الأداء الإعلامي للجرائد العراقية التي لها ولاء سياسي متحيزة إلى جهاتها السياسية، اما الجرائد التي ليس لها ولاء سياسي أو التي لا تمول عن طريق الدولة يظهر التميز في مضامين الرسائل الاتصالية للقائمين بالاتصال وحسب ولاءاتهم. ويحاول القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية التعبير عن آرائهم ونقد طريقة العمل في الجريدة وتقديم المبادرات والمقترحات لتطوير نمط السياسة الإعلامية فيها يصل أحيانا إلى حد معارضة التعليمات الصادرة إليهم ونقدها، وتلقى هذه الممارسات مواقف متعددة ومتفاوتة من قبل رؤسائهم تتحدد بالقبول أحيانا وبالرفض والإهمال أحيانا أخرى.

2. **الضغوط الحزبية:** تتمثل هذه الضغوط في ما تقوم به الأنظمة السياسية من ممارسات، بشكل مباشر أو غير مباشر، لتوجيه سياسات وسائل الإعلام بما يتفق مع مصالح النظم السياسية في أي مجتمع من المجتمعات. ولا شك أن واقع الإعلام في العراق يعاني من تسييس الإعلام وتسخيره لخدمة الأغراض السياسية والحزبية وهذه مشكلة دول العالم العربي وأغلب دول العالم الإسلامي، وتضخيم الوظيفة الترفيهية لوسائل الإعلام، وضعف الإهتمام بالجوانب الفكرية والعلمية للإعلام ونحن في العراق فأن الضغط على وسائل الإعلام لا يتحدد في الحكومة فقط بل أن هناك ضغط لا تقل عن الضغوط الحكومية وهي الضغوط الحزبية كون العراق ومنذ عام 2003 يعاني من ضعف حكومته الاتحادية حتى أن بعض الأحزاب تتحدى الحكومية وتنتصر عليها بالآخر، أن الضغوط الحزبية دائماً ما تكون ضغوط جرمية وفي مقدمتها تهديد للصحفيين بالتصفية الجسدية كالقتل أم الخطف، وربما تكون ضغوط

سياسية كالتهديد الذي يواجه المسؤولين بالاقالة أو ربما تكون ضغوط فاسدة كأن يضغط على الصحفي من خلال الرشوة أو الابتزاز.

3. **ضغوط الجماعات المسلحة:** يعاني العراق ومنذ سنوات طويلة من انفلات امني وهذا ما تسبب بانتشار جماعات مسلحة، وهذه الجماعات غالباً ما تمارس ضغط كبير على المجتمع بما فيهم الصحفيين، وهي جماعات غالباً ما ترتبط بجهات اقليمية تريد من وسائل الإعلام المحلية وحتى الاجنبية عدم المساس بها وتكييف رسائلها لصالح اهدافها، واهم تلك الجماعات هي "داعش" وقبلها "القاعدة" وجماعة مجاهدي خلق الإيرانية المعارضة فضلاً عن العشرات من الجماعات الاخرى التي ظهرت بعد العام 2003. وتسببت تلك الجماعات بمقتل عدد كبير من الصحفيين لان تلك الجماعات لديها اجندة محدد ولا ترغب في معارضتها.

4. **الضغوط الإقتصادية:** هذا النوع من الضغوط في العراق واضح فاعلم القنوات التلفزيونية والإذاعية والمواقع الالكترونية تمويلها خارجي، وبما أن الدول الاجنبية تدفع الاموال لوسائل الإعلام العراقية فهذا يعني أن تلك الوسائل ستكون مضطرة لتكييف سياستها مع سياسية الدولة المانحة، وهذا واضح لكل المشاهدين، فحين اخترقت القوات التركية الاراضي العراقية في تدخل سافر للقانون الدولي قامت بعض القنوات الفضائية العراقية بالتهجم على الحكومة العراقية لانها اعترضت على ذلك التدخل، وهذا ما حصل ايضاً لازمات مع إيران والسعودية والولايات المتحدة وغيرها، حيث زاد تأثير العنصر الإقتصادي على وسائل الإعلام، وذلك مع تطور النظم الإقتصادية، وانعكس ذلك في شكل ممارسة أجهزة الإعلام لدورها، وأصبح من الطبيعي ألا يتم فصل تأثير العنصر الاقتصادي عن حرية وسائل الإعلام في ممارسة دورها. وقد شهدت الأنظمة الإعلامية العربية العديد من التغيرات مع بداية القرن

العشرين، وقد كانت هذه التغيرات بمثابة إنعكاسات للعديد من الضغوط الداخلية والخارجية، ومنها الاتجاه المتنامي نحو إعطاء وسائل الإعلام مزيداً من الحرية من خلال دخول القطاع الخاص، وتشجيع العمل بنظام السوق الحرة في مجال الأفكار والموضوعات.

5. **الضغوط الإعلانية:** من الطبيعي أن المعلن أصبح يشكل عنصراً مهماً في أسلوب عمل وسائل الإعلام بغض النظر عن نمط الملكية، حيث أصبح الإعلان عنصراً فاعلاً في قيام أجهزة الإعلام بدورها، خاصة في ظل إزدياد حاجة هذه الوسائل إلى الموارد المالية الإعلانية التي تساعد على الإستمرار في أداء دورها في ظل المنافسة الشديدة بين مختلف وسائل الإعلام من أجل جذب الجمهور والمعلنين، من خلال ما تقدمه من أشكال إعلامية متعددة، فأصبح الإعلان عنصراً فاعلاً ومؤثراً في الضغوط على وسائل الإعلام، وفي العراق الضغوط الإعلانية تكاد تكون ضعيفة لأن أغلب القنوات التلفزيونية وباقي وسائل الإعلام سياسية وتابعة لجهات سياسية وهي ممولة من أموال الأحزاب التي تحصل على المال من سرقة المال العام أو الدعم الاجنبية.

6. **عولمة الإعلام:** أن الثورة التكنولوجية في مجال الإتصالات والأقمار الصناعية والإنترنت أدت الى ظهور ما يعرف بالعولمة الإعلامية، وفي إطار تلك العولمة تظهر عدة مواقف ومنها التسليم بها كقدر محتوم، أو الرفض التام لكافة معطياتها أو الموقف الوسط الذي يدعو إلى التمسك بالهوية مع التطوير والتغيير بما يتماشى مع الخصوصية الحضارية والتراث والقيم الدينية دون إدماج مطلق وتابع للدول المهنية، أي النظر لها بموضوعية والإفادة من معطياتها الإيجابية. ولعل من أبرز سمات إعلام العولمة أنه إعلام متقدم من الناحية التكنولوجية ومؤهل لتطورات مستقبلية

جديدة، ويشكل جزءاً من البنية الاقتصادية والعالمية التي تفرض على الكل أن يعمل ضمن شروط السوق السائد من صراعات ومنافسات وتكتلات، ويشكل أيضاً جزءاً من البنية الثقافية للمجتمعات، ويشكل جزءاً من البنية الإتصالية التي مكنتها من تحقيق عولمتها وعولمة رسائلها ووسائلها.

7. **الضغوط المهنية:** وتشتمل على المعايير التي يجب تطبيقها من جانب القائم بالإتصال في المنتج الإعلامي، وهي تشمل أخلاقيات العمل الإعلامي المنصوص عليها في التشريعات ومواثيق الشرف الإعلامية. وتخضع وسائل الإعلام بالفعل لممارسة وتنفيذ هذه الضغوط المهنية في إطار سعيها لتحقيق مصلحتها ومصالح جماعات الضغط المجتمعية والخارجية. إن أهم الأهداف التي يمكن أن يحققها علم أخلاقيات الإعلام هو كيف يمكن تحويل ثورة المعلومات والإتصال إلى ثورة أخلاقية، وكيف يمكن أن تلتزم الوسائل الجديدة والتقليدية بأخلاقيات الإعلام. وهل تحتاج ثورة الإتصال إلى ثورة أخلاقية جديدة تساهم في تشكيل المضمون الذي تحصل عليه الجماهير.

8. **حق الدولة في منح الترخيص وسحبه والإشراف المباشر:** تمتلك الدولة في جميع الأقطار العربية حقها في منح الترخيص وسحبه للمؤسسات الإعلامية وتشتترط ضرورة الحصول على ترخيص من الجهة المختصة لإصدار صحيفة أو إنشاء محطة فضائية أو مؤسسة إعلامية. وعلى سبيل المثال ففي بعض الدول ينص القانون بشأن سلطة الصحافة على ضرورة الحصول على ترخيص الإصدار الصحف يتم الحصول عليه من الجهات الرسمية. ومن ثم فإن الكثير من القرارات التي تتخذها إدارات المؤسسات الإعلامية وخاصة ما يتعلق بالنشر تتخذ في أعين أصحابها قوة سحب الترخيص التي يمكن أن تحدد المؤسسة. والوجه الآخر لتأثير الدولة يكمن في إشرافها المباشر وملكيته لوسائل النشر والإعلام .