

مسؤولية الإعلام الاجتماعية إزاء تفشي ظاهرة الفساد وإشاعة ثقافة النزاهة



م.م. علاء الدين محمد خليفة

كلية اللاهوت - الجامعة الإسلامية

المقدمة

أن الإعلام الذي يفترض أن يكون في أولويات أهدافه التعبير عن المصلحة العامة إزاء حالات الانحراف والفساد، ومن أجل أن يعبر عن موثيق وتعهيدات الالتزام بالكلمة الصادقة لحرية ومناهضة كل ما هو سلبي ومخرب، عاد هو الأخرى ضحية الوجهة الواسعة التي تبرر الفساد وتعدده على المستوى العام والخاص جزءاً من المنافسة أو من الشطارة في الحصول على المكاسب الإضافية، وتسويق القيم الذخيرة في الحياة الاجتماعية التي تسلب المواطن حقه في النقد والمواجهة وتخضعه لامتلاء التوافق مع نظام السوق ومطالباته .

ولعل أبرز مظاهره تساعداً لثورة الأداء الإعلامي انتشار ظاهرة الفساد في ذلك القطاع، وتعدد مصارده وتنوع أشكاله وكن إنشاء مبررات إعلامية قد قادت إلى تورط الإعلام في قضايا الفساد السياسي الكبيرة ليصبح جزءاً منها ومناخاً عنها، ولم تعد القضية محددة في مدى دور الإعلام في الكشف عن مواقع الفساد أو فضائح المفسدين بل عاد الإعلام في الكثير من ممارساته يشجع الفساد ويدافع عنه ويسوق المفاهيم السياسية والاجتماعية والأخلاقية الفاسدة في الحياة الاجتماعية ونحن نرى اليوم كيف يتم تبويض أموال تجارة السلاح والممنوعات في الوقت ذاته الذي يتم فيه تبويض صفحات السياسيين وإعادة توليد صورتهم وسمعتهم لدى الرأي العام، وبالمقابل توظيف الإعلام التجاري ودوره التمويلي في احتواء الوسائل الإعلامية وإخضاعها لمتطلبات التوافق (ال سكوت) والتبليهي مع الحالة العامة الفاسدة .

مشكلة البحث

يتطرق البحث إلى دور وسائل الإعلام في الحد من تفشي ظاهر الفساد في المجتمع ودورها أيضاً في إرساء ثقافة النزاهة ، وكيف يمكن أن تلعب أجهزة الإعلام دوراً فاعلاً ومؤثراً تجاه هاتين الظاهرتين وكيف يمكن لهذه الأجهزة من الاضطلاع بدور كبير في ضبط أفراد اجتماعياً وإيجابياً من خلال بث الرسائل الإعلامية الإيجابية لهم والمساهمة في تشكيل منظومة القيم البناءة ومحاربة القيم الوافدة والهنا مة ، وكيف لهذه الأجهزة من قابلية وإمكانية في فرض المعيار الأخلاقي لدى أفراد المجتمع بالطرق والليات والتوجيهات والأجندات التي تتبعها كل وسيلة من هذه الوسائل ، إضافة إلى إمكانيتها الهائلة في تحشيد الرأي العام والعقل الجمعي لدى أفراد المجتمع لكي تدين كل المخروقات ومظاهر الفساد عن طريق كشف فضائح الفاسدين عبر هذه الوسائل الإعلامية فضلاً عن ضرورة فتح هذه الوسائل الإعلامية لقنواتها أمام الرأي العام بالتدقيق من الأسفل إلى الأعلى لكي يخفف من شدة الاحتقان لدى الجمهور ويتكامل دور وسائل الإعلام مع الجمهور .

منهج البحث

اقتضت الدراسة اعتماد الباحث على منهج البحث الوصفي ، ووظيفة النهج الوصفي تقوم على وصف لظاهرة (ظاهرة الفساد) التي يدرسها النهج المذكور من خلال جمع المعلومات عنها ووصفها بدقة ، فالدراسات الوصفية تستهدف وصف الأحداث والأشياء والمعتقدات والاتجاهات والقيم والسلوكيات والأهداف والتفضيل والاهتمام ومنهج البحث الوصفي يعتمد في معلوماته على الواقع المعاش نفسه ، أي وصف الظواهر وتتبع علاقاتها بالاعتماد على الظاهرة ذاتها أو في الدراسات الإعلامية تهتم الدراسات الوصفية في معظم أجزائها المنهجية بعملية جمع البيانات وتسجيلها لنا يعد النهج الوصفي أداة مهمة في دراسة تحليل المضمون لأية رسالة إعلامية ويعتمد في ذلك على ملاحظة ووصف مادة الاتصال.

المبحث الأول

أولاً : فساد الثقافة

لأن الثقافة في المعنى العام كانت سجل التطور الإيجابي للإنسانية وفي المقدمة من ذلك اقتناص لحظة التحرر ، تحرر العقل من الوهم والغيبيات واكتشاف الحقيقة والمعرفة ، وتحرر قوى العمل من السيطرة والاستحواذ ، فالعبودية سواء أكانت في المعرفة أم في حق الحياة عبودية قصدية تهدف إلى تزوير الواقع ، ومن ثم تزييف إنجازاته لصالح طبقة أو فئة أو مصالح مادية وغير ها .

ومن هنا يأخذ مفهوم الفساد في الثقافة بعده الإنساني والقيمي فهو في الوقت الذي يكون فيه نقياً لمعطيات الوضع الإنساني الطبيعي المعبر عن كل مراحل الحضارية فإنه يتعامل مع تلك القيم ، ويؤثر فيها سلباً ، ويدخل الفساد كتعبير ذقيض للإبداع ينهش ويقزم الإنجازات ، أنه السوسة القارضة لنسيج الحياة ، الصناعة بامتياز لكل التشوهات التي تصيب بالعقم والعجز إمكانيات توليد الجديد والحديث^(١) . ولتكن مسألة الفساد قضية عصرية على الوعي والمعرفة والإنسانية في الوقت الذي لم تأخذ جديتها وأهميتها كما يجب من حيث حجم المخاطر الراهنة والمستقبلية . بل هي إشغال فكري قديم .

حبث وثيق الصلة بكل ما يحيط بنا اليوم من تحديات ومخاطر جدية ترافق مسار الهيمنة والسيطرة ، والإفساد والآنفساد تزويران في الواقع سواء أكان ذلك منهجاً مقصوداً ومنظماً ، أن عارضاً هامشياً تحت وطأة ظروف طارئة ، وهو أي الفساد تدمير منظم وإنهاك قصدي وتعطيل لفعل التطور ولا يمكن أن نترك حجم مخاطره إلا عندما نتوقف عند مساحته الواسعة التي أضحت تغطي كل مذاحي الحياة الراهنة وفي المقدمة منها إفساد الثقافة والمثقفين وتزوير الإعلام والحقيقة .

وإذا كانت الثقافة كمحتوى وغاية ، أروع ما أنتجه العقل البشري عبر العصور لتؤكد حق الحياة الكريمة للإنسان والمجتمعات فإن الفساد كان الآفة الشرهة التي تسعى إلى إلغاء كل المكاسب التي أثمرتها قرون من المعاناة والتضحيات للارتقاء بالبشرية في عصور التخلف إلى زمن التنوير وكما كانت العنصرية تشكل محور إلغاء حق البشرية في الحرية والتكافؤ فإن إفساد الثقافة يهدف إلى تكريس عبودية الجهل^(٢) .

ولقد توثق الفعل الثقافي وترافق مع النشاط الإعلامي على مدى العصور وتعاضل بعد التطور العلمي والتقني والمعلوماتي الكبير الذي شهده ميدان الاتصالات في القرن العشرين ومطلع هذا القرن ، وأضحى الإعلام بمختلف طرائقه ووسائله ألوعاء المناسب والأكثر سعة لحمل رسالة الثقافة ، بل أن تفاعل الإعلام مع الثقافة وتوحيدهما في رسالة مشتركة قد أسهما لاحقاً في التداخل والتناذر وصعوبة التمييز بينهما ، فالثقافة الداعية أو الداعية الثقاف لم يعد يمارس دوره من منبر خطابي بلغه مباشرة نحو أتباعه ومريديه ، بل صار عمله مؤسسياً جميعاً ، ومستنداً إلى وسائل انتشار متعددة الإمكانات وشديدة التأثير ، وتوفقت عملية صياغة وبناء المنظومة الثقافية ورموزها مع صناعة أخرى نحتاج إلى الإبداع الثقافي وتعامل معها بالتفاصيل اليومية ، ودخلت ثقافة الاتصال المتطورة لتدعم الثقافة ، وتجعلها أكثر إغراءً وجوداً وانتشاراً في عالم مبهر للصور الواسعة والاستديمية الحضور ، عالم سحري للإعلام السمعي- البصري الذي أغرق العالم في ثلاثية الفورية والتنويع والانتشار ، واقتربت الثقافة في إيقاعها اليومي من كوكبية الإعلام وتمازجت معه ، لتبني نمطاً جديداً من الغيات والمصالح وربما أضحت كل ذلك يقارب منظومة التجارة ، وجعلها محكومة أحياناً بقوانين السوق في العرض والطلب .

وفي كل ذلك يبقى ما هو ايجابي وفعال في حمل رسالة الثقافة، كحاجة إنسانية من محرابية النخب والمثقفين إلى فحصة واسعة من التداخل والمشاركة الجماعية بقطبها الجماهيري، والتسمة بالتنوع والتفاعل، وصارد الفعل على المنتج الثقافي يعود سريعاً على صانعه، بالتعدد والمراجعة، والتقويم، وكل ذلك أسهم في أغناء العمل الثقافي وتنوعه، وحرصه في المقلب على التواصل الدائم، ثم في توافقه مع الهموم اليومية للإنسان وتطلعاته نحو المستقبل .

وفي المقابل، فقد تداخلت الثقافة مع إثراء الوسائل الإعلامية وتنوعها وأحياناً مع حرفية الإعلام، الملتبس مع العناية والتبرير والتزويق، والنشط دوماً بجرات التزييف للواقع، وامتزجت وسائل الثقافة مع صنعة الإعلام، وازدادت العلاقة (الصلحية) بالحاجة المتبادلة بينها، الثقافة تنزل من كينونتها المنزهة عن الشرور، والإعلام يتردى في كل وقت وزمان حلة المصالح والغايات وهو غير بريء أحياناً من الشرور والآثام ومدافع عن الشيطان في أحيان أخرى وفي كل ذلك تشويش وتداخل بين القلم والسيوف وبين عذرية الكلمة وفضائحية الدعاية^(٢).

قد يضطر المثقف كي يضع بضاعته في سفينة الإعلام ويبحر بها نحو عوالم أوسع إلى أن يجامل الإعلام، ويتوافق مع شروط رفقه، وبالتالي قد تنتقل عدوى الفساد القوافرة في رسالة الإعلام إلى رسالة الثقافة ويتحول المنتج الثقافي إلى ما يشبه إعلان التجاري في مضمونه وغايته، وقد نرى أحياناً أحمل القصائد وأعد بالأغاني تلوى وتهان كي تحول وتضاعف من أجل ترويح مبتذل لمسحوق تتظيف منزلي، أو قد يتنازل المثقف عن مواقفه المبدئية لصالح استثمار مساحة من النشر أو الظهور على شاشة التلفاز، على حساب الموقف والضمون، ويستخدم الإعلام الثقافة بدلاً من أن توظف الثقافة إمكانات الإعلام لنشر رسالتها .

ثانياً : تسويق الفساد

إن الخطوة اعظمى تكمن في القبول بالفساد في الواقع والتعيش معه، وقد يحظى الفساد أيضاً بنمط وصفات تعبر عن العظمة وانتهاز الفرص وتحقيق الغلبة على الآخر بطرق ملتوية . وبذلك تؤسس (أخلاقيات الفساد) إذا صح التعبير، أي الممارسات التي تحمي الفساد وتسوقه في إطار منظومة القيم الاجتماعية، ولإساعة نمط من التراخي الداخلي أو التساهل في خوض غماره تحت مبررات عديدة، لعل أهمها توليد القناعة بأنه ما دام كل شيء فاسد في المحيط فلا ضرر أن نمارس الفساد بحدود معينة، وهذه ال (حدود) تتسع طولاً وعرضاً، وتتحول مثل ظاهرة تناول المخدرات التي قد تبدأ بالتجربة وتنتهي بالإدمان، وعند هذه النقطة تنهار المسدود الداخلية وهي محدّدات القيم الخاصة والعزّة بالقيم الروحية والأعراف العامة وتؤسس عند ذلك أطر الفساد ورواه، وبالتالي يتحول الفساد إلى برنامج في حياة المجتمع والأفراد وتبدو صياغة الفساد المحلية متصلة بتجديدها في كل ظل قائم بيئة من العفوية تشجعها على الإنبات والانتشار، مثل بعض الأعشاب والفطريات، وتعبير آخر فإن ثقافة فاسدة ستجد لها راعياً ودعماً من قبل ممولين وأصحاب مصالح وغايات وستحول تلك الثقافة بفعل كل مكوناتها الفاسدة العبرة عن سلبيتها في الحياة، إلى نسق متصل من الأفكار السلبية التي تقف أمام حرية الإنسان وابذاعه، وتكبل العقل وتعيق دورته وترعى قيم النكوص والازدحام، وستعود حتماً إلى غرس الكراهية وإشاعة العدوانية والتمييز العنصري، وتمجيد القوة وأوامر التفوق والغاء الحرية توهي كما يصفها د. برهان غليون (التعبير الأكمل عن انحلال العقل والعقلانية وانعدام الثقافة وضياح الأفكار)^(٣).

المبحث الثاني

أولاً : مسؤولية الإعلام في تقوية الضبط الاجتماعي

يطرح لازر سفليد وميرتون وظيفة مهمة للإعلام تتردي أهمية خاصة في المجتمعات الراهنة فهي تتجلى بقيام الإعلام الجماهيري بتقوية الضبط الاجتماعي تجاه الأفراد وفرض المعيار الأخلاقي^(٥).

من خلال شن حملات إعلامية مكثفة تفضح سلوكهم المنحرف^(٦).

ذلك أن الأفعال التي خرق بها هؤلاء الأفراد الأنظمة والقوانين قد تكون معروفة لقطاعات واسعة في المجتمع من خلال شبكة الاتصال المباشر تخلق شروطاً اجتماعية ونفسية تلزم أغلبية أعضاء المجتمع بوجوب التعبير عن إدانة صريحة لهذا الخرق وضرورة استتباب القواعد الأخلاقية العامة .

وعلى الرغم من تطرق عدد كبير من الصحف إلى مواطن فساد إداري واقتصادي وممارسات بيروقراطية معينة، ولكن نجد أن محاولاتها الإنشائية تطال فقط مواقع مسؤولية اقتصادية وإدارية وسياسية دنيا أو متوسطة في أفضل الأحوال، وغالباً ما تذهب هذه الرقابة المتواضعة والخجولة أراج الرياح وتتحول الإدانة الجماعية إلى عملية استهلاكية وتغريمية عقيمة، لأن الإعلام في مثل هذه الحالة لا يقوم بعمله كمبادر ذاتي وحر، أو كمصدر مستقل من مصادر المجتمع بل استجابة لإدارة سلطوية تستخدم ما تعدّه جهازاً من أجهزتها، لتخفيف وطأة الاحتقان المتفاقم داخل المجتمع أو لتصفية حسابات شخصية وبالتالي تغدو تلك المحاولات مجرد فقااعات تجرد الإعلام من أية سلطة فعلية ومن أي نفوذ أو تأثير ذي معنى، وبالتالي تفقده مصداقيته وتدفع الجمهور إلى مزيد من الشعور بالعجز والإحباط ويفقد دوره في الضبط الاجتماعي المنشود لأنه يتحرك في حقل الغامضة سلطة سياسية وأورغبات شخصية وذاتية .

لذلك فدور الإعلام كبير في الرقابة الاجتماعية عبر عمليات إفشاء متواصلة تؤدي إلى بلورة إدانة جماعية علنية لمواقع الفساد والانحراف تترتب عليها إجراءات ردعية ووقائية ملائمة تكرر سيادة المعيار الأخلاقي .

وعلى أية سلطة أن ترى في الإعلام وسيطاً موضوعياً بينها وبين أطراف المجتمع الأخرى، أو انعكاساً للارادة العامة التي يتحدث عنها جان جاك روسو، وللروح العامة التي يشير إليها جون لوك، ولا ترى الإعلام مبأنه جهازاً احساساً من أجهزتها تنحصر مهمته في صياغة رؤيتها الأحادية ونشرها، وفي تحويل عناصر المجتمع إلى جماعات خاملة تستقبل الرؤية وتخزننها لتعود إلى ترديدها قسرياً عند الحاجة، ونجد ذلك في كثير من الأجهزة الإعلامية التي تحاول جاهدة بإغراق المتلقي بسيل إعلامي يسير دوماً في اتجاه عامودي من الأعلى إلى الأسفل، ويعمل جاهداً أيضاً على منع أي تدفق جوهري وحقيقي للرأي من الأسفل إلى الأعلى .

ولا شك أن مثل هكذا أجهزة إعلامية تمنع فتح قنواتها أمام هذه الطاقة المتجولة أفقياً في أوساط المجتمع يجعل هذا الإعلام عاجزاً عن التخفيف من شدة الاحتقان الموجود في ثنايا أي مجتمع ويؤدي إلى إخفاقه في أن يلبي للجمهور حاجة حقيقية غنت أكثر إلحاحاً في عصر التقنيات المعلوماتية الجديد^(٧).

ثانياً : أثر الإعلام في تغيير المنظومة القيمية وتشكيلها

إن نماذج تأثير وسائل الاتصال وفي المقدمة منها الإعلام في النشاط الثقافي كثير ومتعددة، ومع ذلك فإن دراسة التأثير السلبي للإعلام في منظومة القيم ونمو الثقافات الوطنية يعتمد على تحليل وتفسير منظومة القيم التي تشكل إطار الفرد والجماعة، أي أن الإعلام كرسالة إيجابية سيتحول عند استخدام معطياته بشكل سلبي إلى عامل تفكيكي إفسادي للمنظومة القيمية والاجتماعية، وبالتالي سوف يسهم في كسر وعاء التنشئة الاجتماعية عبر تفتيت قيم المجتمع وثوابت ثقافته، ويخلف قيم الفرد المستندة من الجماعة، المحيط عن جدوى الانتماء إليها، وبالمقابل يسهم في إشاعة قيم الجماعة الغربية عن العلاقة الداخلية التواصلية التي تعبر عن جدوى العمل الجماعي أو الانضواء تحت خيمة واحدة، وهكذا ويكفي أن نتابع مسلسلاً تلفزيونياً مكسيكياً واحداً من تلك التي يتم إدخال النطق باللغة العربية عليها (الدبلجة) لنرى كيف يسهم الإعلام في نقل صور مرتبكة للعلاقات الأسرية والاجتماعية، وبتعبير آخر في تمجيد علاقات منحرفة مستهدفة العلاقات الأسرية وروابطها بشكل خاص والعلاقات بين المجتمع الواحد بشكل عام.

ومن جانب آخر فإن الاستخدام المضلل وال سلبي للإعلام يوظف باتجاه تكريس حالة من التشبث والفرقة بأن يترك للفرد فرصة التأويل الشخصي بمعزل عن الرأي المتكون للجماعة وبالتالي يفقد شبكة العلاقات الاجتماعية التي تشعره بالأمان والحماية وتتركه وحيداً ضعيفاً أمام التأثير العارم لوسائل الإعلام وبدلاً أن تكون أجهزة الإعلام وعلاقاتها اليومية المستندة إلى الصدقية والخدمة الموضوعية أداة توحيد للمجتمع وتعزيزاً لثقافته تتحول إلى عامل تشويش وإفساد لذائقة الإحساس بالحدوث والتعبير عن الموقف الموضوعي منه، وهنا لا بد من الإشارة إلى أن المجتمعات التي تتسم بانخفاض مستوى التعليم وبالتالي تدني مستوى التعامل مع المنتج الثقافي تقع في الغالب تحت سيطرة مصدر إعلامي واحد (أوربما أكثر)، ويمارس ذلك المصادر دور الأكاسيح لصالح تسويق وإحلال قيمة وثقافته^(٨).

ويساهم الإعلام مساهمة أساسية في تشكيل القيم والعادات والاتجاهات وأنماط السلوك، ومن البديهي أن أحداث تغييراً جوهرياً في هذه الجوانب يخدم أهداف العولمة، وقد ساهمت وسائل الإعلام بشكل خطير وسريع في التأثير في مجتمعاتنا وفي كل الصعد مما دفع المتلقي إلى التعامل مع هذه الوسائل فساهمت بشكل كبير (ونتيجة للتطور التقني الهائل والتنوع والأطر الجاذبة) في تشكيل وعي الفرد وتغيير سلم الأولويات القيمية لديه وتغيير أنماط سلوكه فلم يعد النظام الإعلامي الجديد مجرد وسيلة بل وافد متطفل ومعاور يشلنا ويتدخل في شؤوننا ويخترق حياتنا الخاصة بلا أدنى تهذيب أحياناً أو غالباً^(٩).

المبحث الثالث دور الإعلام في مكافحة ظاهرة الفساد

تهييد

يستهدف هذا المبحث طرح رؤية علمية لتطويع الأداء الإعلامي الخاص بمكافحة تفشي ظاهرة الفساد في المجتمع وتنطلق هذه الرؤية من خلال نقطتين :

ترتبط النقطة الأولى بتوصيف مشكلة انتشار الفساد في المجتمع من حيث الانتشار والخصائص المختلفة للمفسدين والدوافع المختلفة التي توقع الأفراد في برائن الفساد، والآثار المختلفة المترتبة على الفرد والمجتمع جراء محاربة أو المشاركة في الفساد ، إضافة إلى الحلول المختلفة المقترحة لمواجهة هذه المشكلة .

ولعل لهدف من هذا التصنيف هو رسم العناصر الأساسية للرسالة الإعلامية التي تتصدى لمعالجة الأبعاد المختلفة لمشكلة انتشار ظاهرة الفساد في المجتمع ، حيث يصبح واضحاً أمام القائمين على الرسالة الإعلامية حجم انتشار المشكلة في المجتمع وخصائص ودوافع الفساد ، فيما ترتبط النقطة الثانية إلى تقييم الأداء الإعلامي من واقع الملاحظة العلمية حول معالجته لهذه المشكلة ، بهدف التعرف على نقاط القوة والضعف في رسائله لتدقيق معالجة هذه الظاهرة والمساهمة في الحد منها .

وطرح بعض المقترحات التي يمكن أن تساهم إيجابياً في تفعيل دور لرسالة الإعلامية في مجال مكافحة ظاهرة الفساد .

أولاً : أبعاد مشكلة انتشار ظاهرة الفساد في المجتمع

تعد مشكلة الفساد مشكلة مركبة متعددة المكونات فهي مشكلة اجتماعية وأمنية واقتصادية وقانونية وأخلاقية تربوية لذا لا يمكن واقعاً أن يتصدى تخصص واحد لاحتوائها أو التغلب عليها بل لا بد من تعاون الجميع .

وتشير التقارير والدراسات إلى استفحال خطر مشكلة انتشار ظاهرة الفساد في المجتمعات على الرغم من كل الإجراءات والتشريعات التي تحاول الحد من هذه الظاهرة .. وخطورة المشكلة تكمن في حجم الإهدار لكل اقتصاد ونتيجة عبر سنين عديدة ، إضافة إلى الخسائر الاجتماعية ، فضلاً عن ازدياد عدد القضايا في مجال مكافحة انتشار الفساد بشكل ملحوظ وحسب إحصائيات صادرة بذلك .

وربما لا يوجد إحصاء دقيق في أي دولة من دول العالم مهما كانت درجة تقدمها عدداً لمفسدين فيها لأسباب مختلفة ومعقدة ومعظم البيانات لإحصائية تعتمد على ضبط الأجهزة لعينة بالفساد ومكافحة للمفسدين والذين يخرقون القانون^(١) .

ثانياً : دوافع انتشار ظاهرة الفساد^(١) :

أولاً : دوافع اجتماعية منها

ضعف الشعور بقيمة الفرد وأهميته في المجتمع والشعور بالانتماء لحقيقي للبلد .

- افتقاد القدوة الحسنة .

- وجود تجارب سابقة في التعامل مع الفساد .

ثانياً :دوافع ذات طابع ديني ، منها
- ضعف الوازع الديني .
- فصل الدين عن الحياة .

ثالثاً :دوافع اقتصادية، منها
- الشغف بالحصول على الأموال بأيّة طريقة

رابعاً :دوافع إعلامية وثقافية، منها
- الانفتاح الإعلامي والثقافي على الثقافات الأخرى والتعرض للمضامين الإعلامية التي قد تشجع على قيم سلبية وغريبة في المجتمع .

خامساً :دوافع أمنية
- ضعف الجانب الردعي والوقائي .
- ضعف الأجهزة وآليات عملها في الكشف عن المفسدين .

ثالثاً : تأثير الأداء العلمي للإعلام في القضاء على الفساد

لا بد للإعلام أن يركز في رسائله وبطريقة علمية مؤثرة على هذه الظاهرة الفتاكة في المجتمع من خلال تخصيص برامج ثابتة على خريطة البث الإذاعي والتلفزيوني تهتم بشكل أساسي لمعالجة هذه المشكلة في أبعادها المختلفة ويأخذ بنظر الاعتبار اختلاف مواعيد بث البرامج لكي يحقق اتساع الجمهور المستهدف من قبل هذه البرامج وتعظيم الاستفادة منها .
وأن تعد البرامج أعداداً قويا يشير إلى الإحصائيات والأرقام والتشخيص الدقيق الذي يلزم بجوانب المشكلة وضرورة توظيف الصورة التلفزيونية بشكل جيد والاعتماد على الكلمة المسموعة ، رغم دلالة وخطورة الصورة في معالجة المشكلة .

ومن المهم جداً التنوع في الأشكال والقوالب الفنية لا أن يسخر على البرامج الحوارية فقط بل يتضمن الكاريكاتير والتحقيقات والدراما بشكل فني متقن، والابتعاد عن النمطية في أداء البرامج وقوة الإيقاع بعيداً عن الد والتطويل الذي يؤدي إلى الملل والتأكيد على انتظام تقديم الحملات الإعلامية ذات الصلة بمشكلة الفساد في مواعيد ثابتة وعدم تأرجح مواعيد تقديمها لأي سبب كان .
إضافة إلى ضرورة التفاعل مع الجمهور عبر قنوات عديدة لتحقيق الغاية من هذه البرامج وربط الجماهير بها وتنمية وعيهم بأبعاد هذه المشكلة على المجتمع وحثهم للمشاركة بقوة في التصدي للفساد والمفسدين .

الخاتمة والتوصيات

- ١) هناك بعض القتر حلت التي تعتمد حلولاً لوجهة مشكلة الفساد والحد منها ضمن مستويات عدتها : نشر الوعي بين أفران المجتمع مع بابعاً هذه المشكلة وخ طورتها على التجمع ككل و ضرورة نشر التوعية اللبينية وإيضاح رأي الدين في هذه المشكلة، وذلك في دور العبادة وأمكن لتجبعات و عبر وسائل الاتصال للجمهور .
- ٢) ضرورة تولي الإعلام لدور الماهم والكبير للتعريف ببحب ايا الفساد والمفسدين وإشراء رسالته الإعلامية بالابعاد المختلفة لمشكلة، بما ينطوي عليه ذلك من تقديم رسالة متكاملة الأبعاد تجارياً ما يحدث على أرض الواقع في المجتمع من دون مجاملات.
- ٣) زيادة الاهتمام بمشكلة الفساد في البرامج الدينية وتجد يد الخطاب الديني بشأن الفساد في وسائل الإعلام وتقدير هذه النوعية من البرامج في أوقات النروة والمشاهدة المرتفعة والاعتماد على الدعاة و رجال الدين المحبين لدى الجمهور والحرص على تفاعل الجمهور مع هذه البرامج.
- ٤) التنوع في البرامج ولجراة في العالجة والتقديم ولخرج من النمطية في الأداء والتوظيف الجيد لعناصر الصورة في الإخراج واختيار المتخصصين الملائمين في هذه البرامج وتفعيل عنصر الاتصال والتفاعل مع الجمهور في هذه البرامج والتأكيد على الإعداد السليم والوقاية لبعاد المشكلة . وتنمية مهارات الإعداد الجيد والخلفية الثقافية والمعرفية للمقدمين وطريقة إلقاءهم وتقديمهم لبرامجهم.
- ٥) توظيف الحملات الإعلامية في التوعية بمخاطر الفساد بأسلوب علمي لهذه الحملات وتطبيق نظامها في التخطيط وتنفيذ الحملة الإعلامية من خلال تحديد أهدافها في تنمية الوعي الاجتماعي وتنمية وعي الأسرة وتحديد وسائل الاتصال الجماهيرية والمباشرة التي تلائمها طبقة كافة الفئات الجماهيرية المستهدفة.
- ٦) وجولة هذه الوسائل على أساس علمي في الرا حل الزمنية المختلفة للحملة الإعلامية، وتحديد الرسائل الإعلامية التي تتضمنها الحملة الإعلامية من موقف .
- القانون من الفساد ورأي الدين والشريعة في الفساد والحد من الفساد إضافة إلى اختيار الأشكال والقوالب الفنية للملائمة لتقديم الحملة الإعلامية على مستوى الاتصال الجماهيري وتشمل التوجيهات القصيرة والبرامج الدرامية والأعمال الدرامية القصيرة والبرامج الحوارية والندوات والمناقشات المفتوحة واعتماد مداخل منطقية وعاطفية تشمل الترغيب والترهيب .
- ٦) عرض رسائل الحملة بوسائل الاتصال كما خطط لها ومتابعة العرض وتلافي أية أخطاء قد تحدث أثناء عرض الحملة .
- ٧) تقييم أثر الحملة على معارف واتجاهات وتسلوكيات الجمهور بشأن ظاهرة الفساد بمعرفة نقاط القوة والضعف في عناصر الحملة ، واختيار أنسب الأوقات لتنفيذ حملات التوعية والإرشاد .
- ٨) توظيف تكنولوجيا الاتصالات الحديثة لخدمة المعالجة الإناعية والتلفزيونية لهذه المشكلة ، وذلك من خلال بناء مواقع إعلامية على شبكة الإنترنت للبرامج التي تعالج هذه المشكلة وإيجاد حلقة وصل ما بين الجمهور من خلال استخدام رسائل SMS لزيادة الحث على معالجة هذه الظاهرة .
- ٩) ضرورة تشديد العقوبات على الفساد والمفسدين وسرعة حسم قضاياهم بدون إطالة ومدد الإدارات العامة المعنية بالإنزاهة بكل الإمكانيات الفنية والتكنولوجيا والبشرية التي تمكنها من القيام بأدوارها بنجاح وبالتعاون مع أجهزة الإعلام المختلفة .

المصادر والهوامش

القرآن الكريم .

- (١) عبد الرحمن الكواكبي : الأعمال الكاملة للكواكبي ، سلسلة التراث القومي ، ط٢ ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية ، ٢٠٠٤م : ص ٤٩٩ .
- (٢) بحوث ومناقشات الندوة الفكرية التي نظمها مركز دراسات الوحدة العربية بالتعاون مع الاهد السويدي بالإسكندرية ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية ، ٢٠٠٤م : ص ٢٩ .
- (٣) نعيم الخوري : الإعلام العرب وانهيار السلطات اللغوية ، سلسلة أطروحات الدكتوراه ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية ، ٢٠٠٥م : ص ٤٦٦ .
- (٤) برهان غليون : مجتمع النخبة ، دراسات في الفكر العربي ، بيروت ، معهد الإنماء العربي ، ١٩٨٦م : ص ٢٥٨ .

(5) (LAZARSFELD & MERTON) (SOCIOLEGE DE INFORMATION , OP, CIT, P; 59

- (٦) لا صدر السابق : ص ٦٠ .
- (٧) د. فريال مهنا : علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية بـ..بيروت ، دارا لفكر المعاصر ، ٢٠٠٥م : ص ٤٦-٤٧ .
- (٨) عبد الرحمن عزي : دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر إعلامي متميز ، سلسلة كتب المستقبيل العربي ، ٢٨ ، بيروت ، ٢٠٠٢م : ص ١١٢ .
- (٩) فؤاد سيد عبد الرحمن اللغامي : النفوذ اليهودي في الأجهزة الإعلامية ، القاهرة ، بدون تاريخ .
- (١٠) المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية ، القاهرة ، ٢٠٠٢م : ص ١٧ .
- (١١) عادل عبد الغفار : تخطيط وتنفيذ حملات التثـسيق الاجتماعي ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٦م .