

## المقدمة

واقل تعبيراً عن توجهات الحكومة والسلطة التنفيذية بشكل عام ويمنحها المزيد من الاستقلالية والحيادية والموضوعية وتحقيق اهدافها في بناء اعلام حر له القدرة على معالجة القضايا المعاصرة

**ثانياً / مشكلة الدراسة:** تظهر مشكلة الدراسة في منع الإعلام الحكومي من مبالغ كبيرة مخصصة لها كجزء من ميزانية الدولة ، وكانت تلك المبالغ تمنح وسائل الاعلام امكانيات هائلة للعمل والمنافسة مع قريباتها من وسائل الإعلام المحلية والدولية ، مما سينعكس سلباً على الاقل في بداية تحول الاعلام الحكومي من التمويل الحكومي الى التمويل الذاتي على ادائها وسيجعلها عرضة بدلاً من الضغوط السياسية الحكومية إلى ضغوطات رأس المال الخاص الذي قد يجرها لخدمة مصالحه واهدافه .

**ثالثاً / منهجية الدراسة:** سنتبع في دراستنا المنهج التحليلي الاستنباطي من خلال جمع المادة العلمية عن النصوص القانونية التي تنظم تمويل الاعلام الحكومي في العراق ، كوسيلة لتفعيل الاعلام في معالجة القضايا المعاصرة ، والنتائج المترتبة عليها .

**رابعاً / هيكلية الدراسة:** لبلوغ ما تقدم سوف تقسم الدراسة على مبحثين، الاول للتعريف بالإعلام وبيان خصائصه ، واما المبحث الثاني عن تميز الاعلام مما يشته به من مفاهيموسبل تفعيل الاعلام ، ومن ثم الخاتمة التي تمثل مسك الختام لندون فيها أهم الاستنتاجات والتوصيات ، والله ولي التوفيق .

إن الإنسان بطبيعة نشأته تكونت معه الرغبة للاتصال بالمحيط الخارجي ، وبمرور الزمن وبفضل تطور الوعي الثقافي والاجتماعي لم يعد الاتصال مجرد رغبة بل أضحت حاجة أساسية من بين حاجاته الأخرى ، واتخذ شكلاً من أشكال العلاقات الإنسانية ، وأداة من أدوات المجتمع فهو يربط بين أفراده ليشكل النسيج الذي يوحد الأفكار ، والمبادئ ، والعقائد ، والميول ، وأنماط السلوك ، فهو يستهدف المشاركة في الخبرات بحيث تصبح الأفكار والمعلومات مشتركة ، وللاتصال يعود الفضل الأكبر في ما حققته الإنسانية من تقدم على مر العصور ، ومن ثم أضحت الإعلام وسيلة لا يمكن الاستغناء عنها فلم يعد الاعلام وسيلة لنقل الاخبار او كونه وسيلة ترفيهية فقط ، انما اصبح وسيلة مهمة تساهم بشكل كبير في حل كثير من القضايا من خلال تسليط الضوء عليها وتكوين رأي عام مؤيد او رافض ، بالإضافة الى ان للإعلام القدرة على صياغة الافكار وتوجيه العقول نحوها ، ونظراً لأهمية وسائل الاعلام كان لابد من بحث السبل الكفيلة في تفعيل دور الاعلام بالشكل الذي من شأنه معالجة القضايا الاعلامية المعاصرة ،ونقصد بالإعلام هنا هو الاعلام الحكومي الرسمي بان يكون الاعلام اداة يستطيع الافراد من خلالها التعبير عن رأيهم وان يصوبوا عمل الحكومة ازاء تلك القضايا ، ومن بين تلك السبل التي رأينا انها كفيلة بتفعيل دور الاعلام في اداءه دوراً ايجابياً هو مسألة تمويل الاعلام ذاتياً .

**أولاً / أهمية الدراسة:** تبرز أهمية الدراسة في ضرورة تبني التمويل الذاتي للإعلام والهدف من ذلك هو تحقيق استقلالية الاعلام وتخليصه من الضغط السياسي الحكومي ، وجعله اكثر مهنية

## المبحث الاول

### التعريف بالإعلام وخصائصه

سوف نتناول في هذا المبحث تعريف الاعلام  
ومن ثم من خلال التعريف سوف نتطرق الى  
خصائص الاعلام في مطلبين ، الاول عن تعريف  
الاعلام وفي المطلب الثاني عن خصائص الاعلام  
وذلك على النحو الاتي :

### المطلب الاول

#### التعريف بالإعلام

يعد الإعلام عنصراً بارزاً من عناصر الاتصال  
غير المباشر وقد اختلف رجال الاعلام حول وضع  
تعريف شامل للإعلام ، وقد انعكس ذلك الاختلاف  
في الفهم والتفسير للإعلام على عملية وضع  
التعريف إلى تعريفات عديدة ، وبناء على ذلك  
سوف نقوم بعرض عدد من تلك التعريفات ، فقد  
عرف البعض الاعلام بأنه ( مجموع النشاطات  
والتأثيرات من جمع واختيار وتقديم وطبع وقائع  
تعتبر ذات أهمية للحياة الاجتماعية )<sup>(١)</sup> ، يمكن  
القول ان اصحاب هذا التعريف قد ركزوا على  
اعتبار الاعلام نشاطاً ، وقد قصروا ذلك النشاط  
على القضايا الاجتماعية دون بقية القضايا الاخرى  
. كذلك تم تعريف الاعلام على انه ( عملية تزويد  
الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة  
والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين الرأي  
(٢). مما يؤخذ على التعريف اعلاه انه ليس  
بالضرورة أن تكون تلك الاخبار التي تبث عبر  
الإعلام صحيحة وسليمة ، واذا كانت تلك الاخبار  
غير صحيحة الا يفترض أن يكون الناس على علم  
بها .بالإضافة إلى ان ليس هناك حقائق ثابتة في

عالم الإعلام وذلك إن الاعلام هو متجدد في  
عرض القضايا .

ومن التعريفات الاخرى للإعلام فقد عرف  
بانه ( نشر الوقائع والآراء في صيغة مناسبة  
وبواسطة الفاظ وأصوات وصور وبصفة عامة  
بواسطة جميع العلامات التي يفهمها الجمهور)<sup>(٣)</sup> .  
يلاحظ ان التعريف اعلاه جاء بألفاظ مترادفة منها  
عبارة الوقائع والآراء ونرى إن ذكر كلمة الوقائع  
وحدها كافيها كونها واسعة تشمل الآراء وغيرها ،  
فضلا عن ان ليس بالضرورة ان تكون تلك  
العلامات يفهمها الجمهور كافة .

كذلك عرف البعض الإعلام بأنه ( مجموعة  
الاجراءات الخاصة بنشر المعلومات والحقائق  
والاخبار عن الحوادث والشؤون التي تمس حياة  
الجمهور بشكل مباشر أو غير مباشر وبالدرجة  
التي تجعله يهتم بها ويتابع تطوراتها ويتقصى  
اخبارها )<sup>(٤)</sup> . يؤخذ على التعريف اعلاه انه قد ذكر  
الشؤون التي تمس حياة الناس بشكل مباشر أو غير  
مباشر في حين ان كل ما يبث من الأخبار تمس  
حياة الناس بشكل مباشر ، كذلك ذكر تقصي  
اخبارها ونرى إن هذه وظيفة الإعلام وهي  
التقصي وليس وظيفة الناس .

وايضاً تم تعريف الإعلام بأنه ( نشر الحقائق  
والافكار والآراء بين جماهير الشركة أو المؤسسة  
بوسائل الإعلام كالصحافة والاذاعة والسينما  
والمحاضرات والندوات والمعارض والحفلات  
وغيرها وذلك بغية التفاهم والإقناع لجلب التأييد )  
والإقناع )<sup>(٥)</sup> ، ونرى إن هذا التعريف يقصر  
الإعلام على أمور إعلامية جزئية ولا يصلح  
ليكون تعريفاً عاماً للإعلام .

وتم تعريف الإعلام بأنه ( نشر الحقائق والمعلومات الدقيقة الصادقة بهدف التقرير والإقناع )<sup>(٦)</sup>. ان التعريف اعلاه قد قصر هدف الاعلاف على التقرير والاقناع من خلال نشر المعلومات الدقيقة ، ومن ثم لم يتطرق الى اختيار الاسلوب الانسب في عرض تلك المعلومات .

اما المشرع العراقي فانه كان حريصاً على اعطاء تعريف للإعلام وان كان وضع تعريف ليس من مهمة المشرع انما هي من مهمة الفقه ، فمن خلال الرجوع إلى قانون شبكة الإعلام العراقي حيث وجدنا أن الفقرة الثانية من المادة الأولى من قانون الاعلام العراقي التي عرفت الإعلام بأنه ( الأدوات أو الوسائل المقروءة أو المسموعة أو المرئية أو الإلكترونية أو اية وسيلة اخرى توفر للمواطنين وعموم المتلقين الاخبار أو المعلومات أو البرامج التثقيفية أو الترفيهية أو غيرها ) ، ولنا على تعريف المشرع العراقي للإعلام ملاحظات ، منها إن المشرع قد وقع في معرض الخلط بين الإعلام والاداة وذلك عندما عرف الإعلام بأنه الاداة ، كذلك قام بتعداد وسائل الإعلام ثم ذكر أي وسيلة اخرى ، وذكر ايضاً المواطنين والمتلقين ، حيث أن مصطلح المتلقين أدق من المواطنين وأشمل لأن يشمل المواطنين وغير المواطنين<sup>(٧)</sup>.

وبدورنا قمنا بصياغة تعريف للإعلام وقد حرصنا فيه أن نراعي توفر عناصر ثلاثة وهي الرسالة والوسيلة والمستقبل ، وبناء على ذلك نرى إن الإعلام هو ( عملية تزويد الناس بالأخبار والحقائق والمعلومات بوسائل متعددة ) .

ومن خلال ما تقدم نستطيع إن نقول ان هناك خصائص للإعلام وتلك الخصائص يمكن استخلاصها من التعاريف التي ذكرناها انفاً وهي ما ستكون محور المطلب الثاني من هذا المبحث .

## المطلب الثاني

### خصائص الاعلام

اجمع الفقه على ان هناك مجموعة خصائص يتميز بها الاعلام بشكل عام ، من شأن تلك الخصائص ان تحقق للإعلام الهدف المنشود اذا توافرت تلك الخصائص في المؤسسة الاعلامية ، لذا سوف نتناول تلك الخصائص على النحو الاتي :

**اولاً / الاستقلالية** : يعد الاستقلال من الخصائص الأساسية لممارسة المهنة الإعلامية ، ومن اجل ان يؤدي الاعلام دوره لابد ان يتمتع بالاستقلال ولا يجوز تبعاً لذلك أن يخضع الاعلام للوصاية ، فيما يتعلق بممارسة مهنته ، من أي جهة كانت ، يقوم على قاعدة استقلال المهني في ممارسة العمل ، وتحمله أعباء المسؤولية التي تنجم عن هذه الأعمال<sup>(٨)</sup> ، ويجب أن نشير إلى أن الاستقلال المهني ، يعني استقلال الإعلامي بإعداد وكتابة وتهيئة المادة الإعلامية ، حسب كفاءته ، ومؤهلاته الفنية ، فهو حر بتنسيق الأفكار ، وترتيبها ، ومستقل بطرح الموضوعات التي يشاء ، وبالطريقة التي يختارها ، على أن هذا كله مشروط بأن لا يخرج عن نطاق الأخلاقيات العامة التي تنص عليها مهنته ، أو الآداب العامة التي يرتضيها المجتمع .

**ثانياً / التفاعل** : يتميز الإعلام بخصيصة التفاعل بين الاعلام والجمهور ، من خلال قدرة وسائل الإعلام على التفاعل مع القضايا المطروحة ، وكلما كان التفاعل موجود بين الإعلام وبين الجماهير كلما انعكس ذلك ايجاباً وحقق نجاحاً للإعلام ، وقد اضافت هذه الخصيصة بعداً جديداً

واحدة يتم عرضها في الوقت الذي يختاره والمكان الذي يتواجد فيه ويلبي حاجاته المتعددة والمتجددة ، وهذا التجدد في اسلوب العرض والتقديم من شأنه أن يجنب المتلقي الشعور بالملل والضجر<sup>(١٠)</sup>.

#### **خامساً / الاستمرارية :** ان عنصر الاستمرارية

عامل نجاح الاعلام وهو ان تكون مستمرة في عرض المادة الاعلامية ومستمرة في متابعة القضايا المطروحة ، حيث إن الساحة الإعلامية تشهد متغيرات واحداث كبيرة وكثيرة ، ولغرض ان تحقق النجاح المنشود لابد من الاستمرار في متابعة تلك المتغيرات<sup>(١١)</sup>.

يمكن القول ان تلك الخصائص هي خصائص تكاد تكون خصائص عامة اجمع رجال الاعلام على انها تختص بها وسائل الاعلام ، ومن ثم حتى نكون امام اعلاماً فاعلاً وله دور في معالجة القضايا المعاصرة فلا بد ان يتمتع بتلك الخصائص

هاماً لأنماط وسائل الإعلام الحالية والتي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم إرسالها من مصدر مركزي مثل الصحيفة أو قناة التلفزيون أو الراديو إلى المستهلك مع إمكانية اختيار مصادر المعلومات والتسليبة التي يريدتها متى أرادها وبالشكل الذي يريده<sup>(٩)</sup>، فاذا كان الاعلام يتمتع بخصيصة التفاعلية بين الإعلام والجمهور فإن ذلك سوف يمنح الإعلام النجاح والاستمرار كلما كان يتعرض إلى المواضيع التي تهتم عموم الجماهير ، فهو الوسيلة التي يتشكل من خلالها الرأي العام لما له من دور كبير في التأثير على وجهات نظر الجمهور وأسلوب التفكير لديه ، بل وللأسف يتم التلاعب به في بعض الأحيان .

#### **ثالثاً / الحيادية :** من خصائص الاعلام المهمة

هي الحيادية في نقل الاخبار ونشر المعلومات بين الجماهير ، حيث إن سلطات الدولة تمارس تأثيراً كبيراً ونفوذاً قوياً على وسائل الاعلام من خلال قيامها بإجراءات تنظيم عمل تلك الوسائل ويمكن استغلالها لصالحها لغرض التأثير في الرأي العام ،وامام ذلك ينبغي مراعاة موضوع الحياد ما امكن ذلك ، وذلك ان الاعلام يمارس تأثير كبير على اراء الجمهور وكونه وسيلة اقناع ذات قوة مؤثرة وتكوين المواقف ازاء القضايا المعاصرة .

#### **رابعاً / التجدد :** ان التجدد في اسلوب عرض

المادة الإعلامية يعد خصيصة مهمة للإعلام ، من شأنه أن يوفر للمتلقي اختيارات أكبر لتوظيف عملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته ودفاعه للاتصال ، وهذا التجدد أدى إلى ظهور ما يسمى بنظام الوكالة الإعلامية الذكية والوكيل الإعلامي الذي يقوم ببناء على برامج خاصة بمسح كافة الوسائل الإعلامية والمواقع بحثاً عن المواد الإعلامية التي يختارها المتلقي وتقديمها في حزمة

## المبحث الثاني

### تمييز الاعلام مما يشته به من مفاهيم

#### وسبل تفعيله

إن الاتصال أوسع واشمل من الإعلام وذلك إن الإعلام هو جزء من الاتصال وابتعد من ذلك أن الإعلام هو اهم وظائف الاتصال ، بالإضافة الى أن الاتصال قد يكون بين شخصين ، بينما الإعلام يكون لأكبر عدد ممكن من الجمهور<sup>(١٣)</sup>. وبناء على ذلك يمكن القول ان الاعلام يختلف عن مفهوم الاتصال .

يمكن القول ان هناك بعض المفاهيم تختلط مع مفهوم الاعلام ، سوف نحاول إن نميز بينها وبين مفهوم الاعلام ، ومن ثم نبحث في سبل تفعيل الاعلام بالشكل الذي يجعل الاعلام فاعلاً في معالجة القضايا الاعلامية المعاصرة ، من خلال تقسيم الاعلام على مطلبين الاول عن تمييز الاعلام عن بعض المفاهيم التي تختلط معه ، بينما المطلب الثاني عن تفعيل الاعلام ، وذلك على النحو الآتي :

### ثانياً / الإعلام والشائعة: يختلف مفهوم الشائعة

عن مفهوم الاعلام في ان الشائعة هيالنبأ الهادف الذي يكون مصدره مجهولاً وهي سريعة الانتشار ذات طابع استنفزازي او هادئ حسب طبيعة ذلك النبأ<sup>(١٤)</sup>. فالإشاعة تهدف الى الحث على شيء معين والقصد اليه حيث إن لإثارة الإشاعات أهداف ومآرب ، تتنوع هذه الأهداف تماشياً مع مبتغيات مثيروها ، فمنها ما هو ربحي ( مادي ) ومن الإشاعات أيضاً ما يكون خلفه أهداف سياسية وعادةً ما تحصل هذه الإشاعات في الحروب أو مواسم الانتخابات أو في الحالات الأمنية غير الاعتيادية ، وتهدف هذه الاشاعات إلى تسبب ارباك للطرف المعني بالإشاعة ، فهذه الاشاعة يكون في الاغلب مغرض الهدف منه الاساءة والتشهير بسمعة احد الاشخاص<sup>(١٥)</sup>. بينما الإعلاميقوم بنقل الاخبار والمعلومات السليمة والصحيحة والحقائق الثابتة دون أن يكون الهدف من ذلك الاساءة إلى احد أو التشهير بسمعته . وقد يقترب الإعلام من الاشاعة عندما يتم استخدام أحد

### المطلب الاول

### تمييز الاعلام مما يشته به من مفاهيم

بالرغم من اننا تكلمنا في المبحث الاول عن تعريف الاعلام ووضحنا اهم الخصائص التي يتميز بها الاعلام الا ان البعض لازال يختلط عليه الامر بين مفهوم الاعلام وبعض المفاهيم الاخرى ، لذا سوف نحاول ان نسلط الضوء في هذا المطلب على تلك المفاهيم لغرض تمييزها عن مفهوم الاعلام ، وذلك على النحو الآتي :

### اولاً / الإعلام والاتصال: يذهب البعض على

انمفهومي الإعلام والاتصال مفاهيم مترادفة ، الا ان كل مفهوم يختلف عن الاخر ، حيث يمكن تعريف الاتصال بأنه كل تقنية أو اداة تصل بين فردين أو اكثر تنقل بموجبها لغة أو رموزاً أو صوراً أو حركات يفهمها طرفا الاتصال المرسل والمستقبل<sup>(١٦)</sup>. ويختلف الإعلام عن الاتصال في

الأشخاص ، وقد يقترب الإعلام من التبليغ وذلك في أنه في اغلب الأحيان يتم استخدام احد وسائل الإعلام لغرض التبليغ .

## المطلب الثاني

### تفعيل الاعلام

في هذا المطلب سوف نبحث في تفعيل الاعلام بالشكل الذي يجعل الاعلام وسيلة مهمة في معالجة القضايا المعاصرة ، وقد وجدنا ان تلك الوسيلة هي مسألة تمويل الاعلام ، ونود ان نشير الى ان الاعلام الذي نقصده هو الاعلام الحكومي ، حيث يعد التمويل المالي للإعلام عامل الاستمرارية والنجاح لأي مؤسسة إعلامية وقد اصبح الإعلام في المرحلة الراهنة أقوى سلاح فكري ومعلوماتي في العالم ، كونه يعمل على تغطية الأحداث وإعادة صناعتها بهدف تشكيل رأي عام معين يخدم أجندة القائمين عليه<sup>(٢٠)</sup>، وبطبيعة الحال إن جهة التمويل سوف تمارس تأثيراً في عمل المؤسسة الإعلامية ، ولا يخفى على أحد في إن الإعلام الحكومي يتم تمويله من ميزانية الدولة ، لأن الذي يضع الموازنة هي الحكومة ما يعني أن الحكومة ستتحكم بالإعلام عبر التمويل ، ومن ثم فإن الاعلام سوف يعكس سياسة الحكومة واللسان الناطق باسمها ، وهذا بلا شك يؤثر على حيادية الاعلام واستقلالته

وامام ذلك فإن تفعيل الاعلام الحكومي يكون عن طريق التمويل الذاتي للإعلام ، حتى يكون حراً في ممارسة عمله دون ضغوط جهة التمويل ، ويمكن القول ان التمويل الذاتي للإعلام من شأنه ان يحقق المميزات التالية :

وسائل الإعلام لغرض بث اشاعة معينة .ومن ثم هناك فرقاً بين الاعلام والشائعة .

## أولاً / الإعلام والدعاية : هناك اوجه اختلاف

بين الدعاية والإعلام وذلك من وجوه عدة ، حيث يرى البعض إن الدعاية اوسع من الإعلام ، وذلك إن الإعلام يعد احد وسائل الدعاية التي يتم اللجوء اليه في محاولة التأثير في شخصيات الأفراد والسيطرة على سلوكهم بإثارة غرائزهم وتحريك شهواتهم ونشر الاكاذيب والفظائع والتهويل في الاخبار وبذل الجهود الكاذبة والاحلام المعسولة<sup>(٢٦)</sup> . بينما الإعلام هو تلك العملية التي يترتب عليها نشر أو تزويد الجمهور بالإخبار والمعلومات والحقائق التي تركز على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية والارتقاء بمستوى الرأي العام وذلك بتثويره وتنقيفه لا تخديره وخداعه<sup>(٢٧)</sup> . وبناء على ذلك فإن الإعلام هدفه نقل المعلومات والأخبار إلى الجمهور دون اجراء أي تغيير بتلك الاخبار والاحداث ، بينما الدعاية يتم تغيير الاخبار والمعلومات من حيث المضمون والشكل لغرض التأثير في الجمهور المتلقي وخداعه<sup>(٢٨)</sup> . وقد يكون تغيير الحقائق والمعلومات لأغراض سياسية لفوز أحد المرشحين في الانتخابات .

## ثالثاً / الإعلام والتبليغ : يختلف مفهوم الإعلام

عن مفهوم التبليغ وذلك في إن التبليغ هو إيصال أمر أو واقعة ثابتة إلى علم شخص معين بكافة الطرق والهدف من ذلك هو ضمان علم المبلغ إليه بالأمر المراد تبليغه<sup>(٢٩)</sup> . ويختلف التبليغ عن الإعلام في أنه يوجه الى شخص معين أو اشخاص محددین بينما الإعلام يوجه الى اكبر قدر ممكن من

**أولاً / فاعلية الاعلام :** يمكن القول ان التمويل الذاتي للإعلام من شأنه أن يحقق فاعليته ، كونه حر في اختيار المواضيع التي يسלט الضوء عليها ، دون فرض عليه أي اجنده معينة أو توجه أو سياسة معينة ، وهذا بلا شك نتيجة التمويل الذاتي للإعلام ومن ثم لا يوجد ما يبرر تبعية الإعلام لأي جهة معينة ، وهذا التحول في مصدر التمويل يجعل المؤسسة الإعلامية تعمل وفق رؤيتها وسياستها ونظرتها للواقع بشكل مهني وكفوء<sup>(٢١)</sup>. وهذا بلا شك ينعكس ايجاباً على عمل المؤسسة الإعلامية .

**ثانياً / استقلالية الاعلام :** ان التمويل الذاتي للإعلام من شأنه ان يحقق للإعلام استقلاليته في ممارسة عمله ، فهناك شبه اجماع على إن جهة التمويل تمارس تأثيراً كبيراً في سياسة وتوجه المؤسسة الإعلامية ومن ثم تفرض افكارها وفلسفتها للمجتمع وذلك كله نتيجة التمويل ، وبطبيعة الامر فإن المؤسسة الإعلامية سوف تتحرر من كل قيود الضغط والتأثير عندما تستطيع أن تمول نفسها ذاتياً من مصادرها ، وتتجلى ضرورة واهمية استقلالية الإعلام في بلورة الرأي العام وفي صنع القرار، وهذا بالتأكيد يرجع إلى المدى الواضح لهذه الاستقلالية والشفافية والمصادقية التي تعتمدها لكي تكون مقبولة ومؤثرة في طرفي المعادلة وهم الأفراد ( الرأي العام ) ومسؤولو اتخاذ القرار في الدولة<sup>(٢٢)</sup>، لذا فإن ذاتية التمويل يحقق استقلالية الإعلام ويجعله حراً في ممارسة عمله دون املاءات من جهات اخرى ، وهذا من أساسيات عمل الإعلام ومن ضرورات قيام الدولة الحديثة .

**ثالثاً / الحيادية :** تستطيع المؤسسة الإعلامية ان تحقق رسالتها الاعلامية بحيادية تامة نتيجة التمويل

الذاتي للإعلام الحكومي ، حيث ان التمويل الذاتي يحقق للإعلام الحكومي حياديته ، بحيث يتم التعرض لكافة الموضوعات بحيادية تامة دون التحيز لجهة التمويل ، واطهار الحقائق بعيداً عن العاطفة ودون التحيز أو مبالغة أو اخفاء شيء من الحقيقة بدافع المصلحة أو المكاسب الخاصة ، حيث يعد انحياز الإعلام من الانحرافات الفكرية الخطيرة لما له من مضر على الواقع الاجتماعي ، وأن العوامل السياسية والاقتصادية والثقافية أصبحت ذات تأثير واضح وملموس على تشكيل الرسالة الإعلامية ، وبما يتناسب مع ميول واتجاهات جهة التمويل مما أدى إلى البعد عن الحيادية والموضوعية في الرسالة الإعلامية<sup>(٢٣)</sup>.

خلاصة ما تقدم نستطيع القول إن التمويل الذاتي للإعلام من شأنه ان يفعل الاعلام في تحقيق الرسالة الاعلامية بعيد عن الضغوط والتأثيرات التي يتعرض لها ، حيث ان اغلب الضغوطات تمارس من قبل جهات التمويل ، فإذا ما تم تمويل المؤسسة الاعلامية تمويلاً ذاتياً ، فإن ذلك من شأنه ان ينعكس بشكل ايجابي على عمل واداء تلك المؤسسة .

## الخاتمة

**ثانياً / التوصيات :** توصل الباحث الى عدد من التوصيات منها :

١- لغرض تلافى العيوب التي وجدناها في تعريف المشرع العراقي للإعلام نرى ضرورة ان يتم تبني التعريف الآتي ( عملية تزويد الناس بالأخبار والحقائق والمعلومات بوسائل متعددة ) .

٢- ضرورة ان يتبنى مجلس النواب العراقي ممارسة الرقابة على الإعلام الحكومي ، بالشكل الذي يضمن حياد وموضوعية الاعلام وعدم وقوعها تحت شرك جهة معينة كالأحزاب او المنظمات أو التيارات الدينية وغيرها .

٣- ضرورة منح الاعلام الحكومي حرية استثمار مواردها بالشكل الذي يضمن ان توفر موارد كافية لتغطية نفقاتها الاعلامية ، وكلما كان التمويل ذاتياً كلما انعكس ذلك بشكل ايجابي على عمل المؤسسة الاعلامية في معالجة القضايا المعاصرة بمهنية عالية .

٤- يمكن القول ان السبيل الذي من شأنه تفعيل عمل المؤسسة الاعلامية هو من خلال حصر مصادر التمويل بأن يكون تمويلاً ذاتياً للمؤسسة الاعلامية ، والتخلي عن التمويل المركزي للإعلام لان سوف يكون عرضة للتأثيرات الحكومية والحزبية .

٥- ممارسة الرقابة من قبل مجلس النواب على عمل المؤسسة الاعلامية ، لكن ينبغي ان تكون تلك الرقابة رقابة موضوعية الغرض منها تصويب عمل المؤسسة لا ان تؤدي الى شل وتعطيل عمل المؤسسة الاعلامية في معالجة القضايا الاعلامية المعاصرة .

في نهاية بحثنا الموسوم ( الاعلام وسبل تفعيله لمعالجة القضايا الاعلامية المعاصرة ) فأنا توصلنا الى عدد من الاستنتاجات والتوصيات التي نراها مهمة وتصب في خدمة الموضوع ، ندونها على النحو الآتي :

**اولاً / الاستنتاجات :** توصل الباحث الى عدد من الاستنتاجات منها :

١- يمارس الاعلام دوراً مهماً وركيزة أساسية لأي تطور على كافة المجالات ، ومن ثم تحقيق التنمية المستدامة في الدولة .

٢- لم تجتمع كلمة الفقه على تعريف محدد مما انعكس ذلك على تباين التعريفات للإعلام ، ونرى ان تبرير ذلك الخلاف حول المفهوم بسبب تجدد مصطلح الإعلام والتطور الذي لحق وسائل الإعلام .

٣- هناك بعض المفاهيم لها اوجه شبه مع مفهوم الاعلام منها الاشاعة والدعاية والاتصال والاعلان ، الا انه بالرغم من ذلك الشبه ، وجدنا ان هناك فرقاً وتمييزاً بين الاعلام وبين تلك المفاهيم .

٤- وجدنا ان سبيل تفعيل الاعلام هو من خلال اعتماد المؤسسة الاعلامية على مصادرها الذاتية لتمويل نفقاتها الاعلامية .

٥- يمكن القول ان التمويل يشكل نقطة الضعف في عمل الاعلام ، الا ان ذلك الضعف من الممكن ان يكون نقطة قوة في عمله ، حيث يكون ضعفاً اذا كانت المؤسسة الاعلامية تعتمد على مصادر تمويل اخرى كونها سوف تعمل لتحقيق مصالح جهات التمويل ، ويعد التمويل نقطة قوة اذا كان تمويلاً ذاتياً من مصادر المؤسسة الاعلامية .



## المصادر

علي : قواعد الأخلاقيات المهنية ، مفهومها وأساسها ، إلزامها ونطاقها ، مجلة الحقوق ، كلية الحقوق ، جامعة الكويت ، ٢٤ ، ١٩٩٨ ، ص ٣٥٧ .

(٩) للمزيد حول الموضوع ينظر : أ. نسرين حسونة : الإعلام الجديد \_ المفهوم \_ الوسائل \_ الخصائص \_ الوظائف ، بلا دار وسنة نشر ، ص ٧ .

(١٠) حيث ان المتلقي يبحث عن الاسلوب الجديد في بيان المادة الاعلامية ينظر في ذلك : د. عبدالرزاق محمد الدليمي : المدخل الى وسائل الإعلام والاتصال ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الاردن ، ٢٠١١ ، ص ٢٥. كذلك ينظر في ذلك : ميسر سهيل : المصدر السابق ، ص ٧ . كذلك ينظر : أ. نسرين حسونة : المصدر السابق ، ص ٨ .

(١١) د. فاروق خالد الحسنات : الإعلام والتنمية المعاصرة ، ط ١ ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، الاردن ، ٢٠١١ ، ص ١٩٨ .

(١٢) د. مي العبدالله سنو : الاتصال في عصر العولمة \_ الدور والتحديات الجديدة ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠٠١ ، ص ٨٧ .

(١٣) فلاح كاظم المحنة : علم الاتصال بالجماهير \_ الافكار \_ النظريات \_ الانماط ، ط ١ ، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع ، الاردن ، ٢٠٠١ ، ص ١٧

(١٤) ميسر سهيل : المصدر السابق ، ص ٩٢ .

(١٥) بحث منشور للمزيد حول الموضوع ينظر الموقع التالي :

(١) للمزيد حول الموضوع ينظر : د. محمد الإدريسي العلمي ، الإعلام واقعة و مستقبله في الوطن العربي ، دار الشؤون الثقافية ، بغداد ، ١٩٨٦ ، ص ١١ .

(٢) اختلف الفقه حول مفهوم الاعلام بحسب المواضيع التي يعالجها الاعلام وكذلك بحسب الهدف من الاعلام والوسيلة المستخدمة ينظر : ميسر سهيل : الإعلام الاسلامي وقواعد تقويمه ، ط ١ ، دار القلم ، سوريا ، ٢٠١٢ ، ص ٢١ .

(٣) ينظر في ذلك: تاريخ الزيارة ٢٠١٧/٢/١ :

[www.al-raeed.net/training](http://www.al-raeed.net/training)

(٤) بيداء كاظم فرج الموسوي : المنافسة غير المشروعة للإعلانات التجارية (دراسة مقارنة) رسالة ماجستير ، كلية القانون- جامعة بابل ، ٢٠٠٨ ، ص ١٤ .

(٥) أ. د. وهبة الزحيلي ، أ. د. محمد راتب النابلسي : الإعلام الاسلامي بين الاصاله والمعاصرة ، ط ١ ، دار المكتبي ، سوريا ، ٢٠١٠ ، ص ١٥ .

(٦) د. محمود محمد سفر : الإعلام موقف ، ط ١ ، مطبعة تهامة ، السعودية ، ١٩٨٢ ، ص ٢١ .

(٧) عزام ابو الحمام : الإعلام والمجتمع ، ط ١ ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، الاردن ، ٢٠١١ ، ص ١٣٤ - ١٣٥ . ومن خلال تعريف المشرع العراقي للإعلام نرى إنّ الإعلام الحكومي العراقي يقسم إلى الإعلام المقروء والإعلام المسموع والإعلام المرئي حيث إنّ الإعلام المقروء هو الصحف والمجلات ، أما الإعلام المسموع فهي الإذاعة بينما الإعلام المرئي هو التلفزيون .

(٨) وكلما كان الاعلام مستقلا كلما كان موضوعيا في عرض المادة الاعلامية. جابر محجوب

[http://www.google.com/intl/ar\\_iq/polic](http://www.google.com/intl/ar_iq/polic)

[ies/faq/](#) تاريخ الزيارة ٨ / ٢ / ٢٠١٧

(١٦) د. زيدان عبد الباقي : وسائل واساليب الاتصال ، ط٢ ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٧٩ ، ص ٣٧ .

(١٧) د. فاروق خالد الحسنات : المصدر السابق ، ص ٢١ .

(١٨) د. فاروق خالد الحسنات : المصدر السابق ، ص ٢١ .

(١٩) بحث منشور للمزيد حول الموضوع الموقع التالي للبحث :

<http://www.startimes.com/%3Ft%3D31464796>

تاريخ الزيارة ٩ / ٢ / ٢٠١٧ .

(٢٠) د. كامل خورشيد مراد : الاتصال الجماهيري والإعلام \_ التطور \_ الخصائص \_ النظريات ، بلا دار ومكان نشر ، ص ٥٩ .

(٢١) د. جهاد كاظم العكيلي : مؤشر ديمومة الإعلام في العراقي ، بحث منشور في مجلة الباحث الإعلامي ، الصادرة عن كلية الإعلام ، جامعة بغداد ، ع ٣ ، س ٢٠٠٧ ، ص ٧٦ .

(٢٢) ميسر سهيل : المصدر السابق ، ص ٧٣ .

(٢٣) ينظر : حسن مظفر الرزو ورفاقه : ثورة الصورة ، المشهد الإعلامي وفضاء الواقع ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، ٢٠٠٨ ، ص ٧٠ .