

المحاضرة السابعة عشر: النظرية الاشتراكية

1 - الجذور التاريخية للنظرية:

لقد شهد الربع الأول من القرن العشرين، ميلاد نظرية الصحافة الشيوعية. والتي يعد ماركس الأب الروحي لها، وقد كان ماركس متأثراً بفلسفة هيغل، فيما يخص القواعد التي اقترحها للصحافة، وقد جرى تطبيق هذه القواعد لأول مرة في الإتحاد السوفيتي عقب ظهوره سنة 1917، حيث في التاسع من تشرين الثاني عام 1917 أصدر لينين أول قانون للصحافة أغلق بموجبه جميع صحف المعارضة، وقد جاء في أحد البنود أن إعادة الحرية الكاملة للصحافة ستتم بمجرد ترسيخ أسس النظام الجديد، وأن هذه الحرية ستمارس في إطار المسؤولية أمام القانون بموجب التشريع الأكثر تقدمية. كما صدر قانون ثاني للصحافة في السابع عشر من تشرين الثاني 1917، جاء فيه: "أن حكومة العمال والفلاحين تقصد بحرية الصحافة تحرير الصحافة من هيمنة رأس المال، وجاء فيه كذلك أمر بتحويل المطابع ومصانع الورق إلى ملكية الدولة"، وأكد القانون أن لهذه الإجراءات طابعا مؤقتا وسيتم إلغاؤها بأمر خاص عندما تستتبع الشروط العادية للحياة العامة.

وفي العاشر من شباط 1918 صدر قانون لكل المطابع والمنشورات والراديو، وفي السادس من حزيران عام 1922 تم تأسيس القيادة العامة للأدب والنشر ومهمتها الإشراف على الرقابة المسبقة وعلى المنشورات الأجنبية، وبهذا تم الانتهاء من وضع القواعد الأساسية للعمل الصحفي خصوصا والعمل الإعلامي وسير وسائل الإعلام بشكل عام حسب النظام الشيوعي أو الماركسي، وقد تم وضع هذه القواعد بشكل تدريجي حتى لا يكون هناك رفض لها ومن أجل التحكم أكثر في الوضع وعدم فتح جبهة جديدة للصراع، وحين أحس قادة الإتحاد السوفيتي بتحكمهم بالوضع أعلنوها صراحة، وهذا ما يظهر في ما قاله ستالين في المؤتمر الثاني عشر للجنة المركزية للحزب عام 1923: "إن الصحافة هي المنبر الأكثر قوة الذي يلتقي فيه الحزب كل يوم، كل ساعة مع الطبقة العاملة".

" وبتأميم جميع وسائل الإعلام في روسيا السوفيتية، وتثبيت مبدأ الرقابة المسبقة من قبل قيادة الحزب الشيوعي السوفيتي عبر لجنة حزبية منبثقة عن اللجنة المركزية مارست روسيا السوفيتية النظرية الإعلامية الشيوعية بكل أبعادها".

وفي أعقاب الحرب العالمية الثانية انتشرت أسس هذه النظرية وتطبيقاتها السوفيتية في أوروبا الشرقية، ومع بعض التحريف في العديد من دول العالم الثالث التي اتبعت النهج الاشتراكي، أو التي كانت عبارة عن مناطق نفوذ المنظومة الشيوعية.

2 - خصائص النظرية:

إن الأفكار الرئيسية لهذه النظرية، يمكن إيجازها في أن " الطبقة العاملة هي التي تمتلك السلطة في أي مجتمع اشتراكي، وحتى تحتفظ هذه الطبقة بالسلطة والقوة فإنها لا بد أن تسيطر على وسائل الإنتاج الفكري التي يشكل الإعلام الجزء الأكبر منها " .

لذلك عمل الإتحاد السوفيتي على أن تكون وسائل الإعلام تابعة للدولة ومسخرة لخدمة مصالح الدولة، وهذا ما نلمسه من خلال الاختصاصات والأهداف التي وضعتها الدولة للصحافة.

إن المجتمعات الاشتراكية تفترض أنها مجتمعات لا طبقية وبالتالي لا وجود للصراع داخلها، لذلك فلا ضرورة أن تنشأ وسائل الإعلام على أساس التعبير عن مصالح متعارضة، حتى لا ينفذ الخلاف ويشكل خطورة على المجتمع.

كما تفترض النظرية الشيوعية، أن الجماهير أضعف وأجهل من أن تحاط علما بكت ما تقوم به الحكومة، ولذلك فعلى وسائل الإعلام أن تعمل من أجل الأفضل، والأفضل هو عادة ما تقوله القيادة ويتفق بطبيعة الحال مع خط النظرية الماركسية، أي هو ما تنشره الدولة عن إنجازاتها، وعليه فإن أهم شيء تفعله وسائل الإعلام هو تقديم الدعم والمساندة والمساهمة في إنجاح الشيوعية وانتشارها، ولذلك نجد أن الإعلام في ظل هذه النظرية يتميز بخصائص محددة منها:

- يقوم على الإعلام أعضاء مخلصون وأوفياء للحزب، بصورة أرثوذكسية.

- تمارس الرقابة على الإعلام عبر العمل السياسي والاقتصادي للحكومة.

- تحظر النظرية على الإعلام توجيه أي نقد لأهداف الحزب الإستراتيجية.

- الملكية عامة، ولا وجود لملكية خاصة في الإعلام جميعا.

- الإعلام مملوك للدولة، وتسري الرقابة عليه بشكل صارم.

وبالنظر لكل ما سبق نجد أن النظرية الشيوعية عمات على إخضاع الإعلام بشكل تام، وجعلت منه أداة لسيطرتها وممارسة ديكتاتوريتها.

3 - وظائف ومهام وسائل الإعلام في ظل النظرية الشيوعية:

إن وسائل الإعلام ملك للدولة الشيوعية، وبالتالي فإن وظائف هذه الوسائل تحددها الدولة، فهي التي تحدد السياسة النشرية لأي وسيلة هذه السياسة هي طبعاً تتناسب مع التوجه العام للدولة، لذلك نجد مجموعة من الخصائص والوظائف التي رصدها بعض الباحثين في مؤلفاتهم. فنجد كمهام لوسائل الإعلام مايلي:

- 1- لم تشمل المجتمع حول الحزب (الحاكم أو القائد) وبرنامجهم.
 - 2- نشر الروح الوطنية الأممية.
 - 3- محاربة المواقف الاجتماعية الضارة (العادات والتقاليد البالية).
 - 4- تجنيد طاقات المجتمع لتنفيذ الخطط الاقتصادية.
 - 5- نشر أفضل النماذج والقيم الثقافية.
 - 6- خلق إمكانيات الترفيه والراحة بعد العمل.
- كما نجد أن هناك من الباحثين من وضع وظائف للصحافة في ظل هذه النظرية كما قامت بذلك الدكتورة **جيهان المكاوي** حين قدمت الوظائف التالية:

- 1- كمحرك (لزيادة الإنتاج أكثر منها محركاً سياسياً).
 - 2- كقائم بالدعاية (لأسباب أيديولوجية وتعليمية).
 - 3- كمنظم (يعتمد أكثر على شكل بناء الصحافة هناك).
- ولكن خير مثال يمكن أن يحدد وظائف الصحافة في هذه النظرية هو بدون شك ما حدده **لينين** لها:
- زيادة ونجاح واستمرارية النظام الاشتراكي وبجه خاص ديكتاتورية الحزب الشيوعي.
 - يكون حق استخدام وسائل وقنوات الاتصال لأعضاء الحزب المتعصبين والموالين أكثر من الأعضاء المعتدلين.
 - تخضع وسائل الإعلام للرقابة الصارمة.
 - يجب أن تقدم وسائل الإعلام رؤية كاملة للمجتمع والعالم طبقاً للمبادئ الشيوعية ووجود قوانين موضوعية تحكم التاريخ.
 - إن الحزب الشيوعي هو الذي يحق له امتلاك وإدارة وسائل الإعلام من أجل تطويعها لخدمة الشيوعية والاشتراكية.

وهكذا نجد أن كل الوظائف التي حددت لوسائل الإعلام تصب في خدمة الشيوعية وتقويتها ونشرها.

4 - ركائز ووسائل النظرية الماركسية:

1- ركائزها: لقد اهتم الماركسيون بالإعلام والدعاية اهتماما كبيرا، فعملوا على تنظيم دعايتهم

بتوفير كل ما يمكن من الوسائل حتى تؤدي دورها بصفة فعالة، والتنظيم الماركسي عموما

يعتمد على ثلاثة أنواع من النشاط من أجل بث مفاهيمه وأفكاره ونشر أيديولوجيته وهي:

أ- الإعلام: هو أساس الدعاية لأنه لا يمكن أن يكون للدعاية أثر إذا لم يقوم الإعلام بدوره كمخبر وموزع للمعلومات ومصدر لهذه المعلومات، لأن الإعلام بمفهومه الماركسي هو عملية نشر للخبر بصفة مجردة لتستغله الدعاية. وهذا الخبر يسير في اتجاهين من أسفل إلى فوق، حتى يكون القادة على علم بأحوال وشعور الجمهور ويستطيعون بذلك توجيه دعايتهم، كما أنه (الخبر) يكون من فوق إلى أسفل حتى يكون المواطنون على علم بما يهمهم ويهم البلاد، وحتى يكونوا مهيبين لقبول المعلومات وتنفيذ ما يطلب منهم.

ب- التحريض: وهو الجماهير باتخاذ موقف ينطبق مع الدعاية، وهو يعتمد على نشر أجزاء من المعلومات وإقامة جدال ونقاش واسع حولها حتى يطلع عليها عدد كبير من الناس، ويقوم بالتحريض أشخاص مدربون لهذا الغرض يطلق عليهم اسم المحرضون، ومهمتهم هي الاتصال بالناس، أي كل واحد يتصل بمجموعة من الناس ويتكلم معهم، ويخطب فيهم ويدعوهم لإظهار غضبهم وسخطهم أو تأييدهم وتشجيعهم، والمحرض يستغل الأحداث مهما كان وزنها لينير الجماهير ويوعبها ويقودها حسب الخطة التي وضعتها الدعاية.

ج- الدعاية: وهي تعتمد قبل كل شيء على الإقناع والشرح وتتعلق من الأحداث في بعض الأحيان، وهي تتوجه إلى عدد قليل من الناس ومن بينهم المحرضون، فالداعي الذي يقوم بالدعاية يفكر ويكتب ويشرح، وهو الذي يضع الخطة لتلقين المعلومات ويوجه العمليات الإعلامية والتحريضية، كما يحدد الظروف التي يظهر فيها كل من رجل الإعلام والمحرض حسب خطة مدروسة.

2- وسائلها: يعتمد المنهج الماركسي في بث مبادئه و دعايته على طريقتين هما:

أ- **الكشف السياسي:** وهو طريقة تحتوي على منطلق وغاية، فالمنطلق هو وقوع حادث حتى ولو كان تافهاً، فيتبعه الكشف عن الحقائق والنوايا العميقة التي ينطوي عليها الحدث، والغاية هي لتحطيم والقضاء على المنافس السياسي وإقامة البرهان على نجاعة البادئ الماركسية، وقد استعمل هذه الطريقة الحزب الماركسي الروسي قبل وأثناء الثورة البلشفية وبعدها، وذلك لإضعاف المنافسين له سواء في الداخل أو في الخارج (المعسكر الغربي الرأسمالي).

ب- **نشر الشعارات:** الشعار هو التعبير اللفظي عن مطلب أو مطالب في مرحلة معينة من الثورة. وهو يحدد الهدف الذي يجب تحقيقه في الوقت الراهن، ولقد تميز التاريخ السوفيتي بظهور العديد من الشعارات، كل واحد منها يعبر عن مطلب من مطالب الجماهير في فترة زمنية معينة من فترات الثورة، ومن هذه الشعارات نجد (السلطة السوفيات) ثم (الأرض والسلام) ثم (الخبز والسلام والحرية) إلى غير ذلك من الشعارات التي بثتها الدعاية السوفيتية في الجماهير التي رددتها واستمرت في ترديدها حتى صارت حقيقة أو كادت أن تتحقق، وهذه الشعارات لم يكن الهدف منها هو إثارة الجماهير دون جدوى وإنما هدفها هو تجسيم رغبات الجماهير التي تعبر عنها الخطة السياسية، لهذا يجب أن يكون الشعار بسيطاً، وأن يتجدد باستمرار حتى يتناسب مع توجهات الدولة أولاً ورغبات الجماهير بعد ذلك، ولبث هذه الشعارات يجند الماركسيون كل الوسائل الاتصالية التقليدية كالمنشورات والمعلقات، الملصقات، قاعات المحاضرات والمطالعة و التجمعات والسينما والمسرح، وكذلك وسائل الإعلام كالصحف والإذاعة والتلفزيون، كل ذلك حتى يحصل على أقصى انتشار ممكن للشعار.

5- تطبيقات النظرية الاشتراكية:

- **في الإتحاد السوفيتي:** بعد قيام الإتحاد السوفيتي و ظهور الدولة الشيوعية، قام أعضاء الحزب الشيوعي بالسفر من مكان لآخر ليحركوا الناس وينشروا أفكار الفلسفة الجديدة حتى ينجحوا في تحويل اتجاهات وسلوك الجماهير من الإقطاع الرأسمالي إلى الاشتراكية ثم الشيوعية، وهكذا قام أعضاء الحزب الشيوعي الذين تم اختيارهم وتطويعهم جيداً بمهامهم جنباً إلى جنب مع وسائل الإعلام بالتحريك والحشد والدعاية، هذا وقد عمل الإتحاد السوفيتي على تشكيل وتطويع الرأي العام وذلك بأن جعل وسائل الاتصال العامة تعكس آمال وآلام الجماهير للمحافظة على التأييد الشعبي، وقد أسندت مهمة التحكم في الرأي العام إلى اللجنة المركزية للحزب الشيوعي، أقسام الدعاية والتحريك ومكتب الرقابة وذلك " لمنع التبادل الحر للأفكار بين الناس والذي يعتبرها القادة البلشفيين عوائق خطيرة في طريق تحقيق أهداف الحزب "، وبالتالي فإن مناقشة السياسات الأساسية في الإتحاد السوفيتي كانت كفراً.

- في أوروبا: لقد سارعت دول أوروبا الغربية بتطبيق النظرية الماركسية قبل دول أوروبا الشرقية، حيث نجد أن ألمانيا النازية قد أبدعت في توظيف الدعاية التي تعد أهم الركائز في النظرية الماركسية، وكذلك فعلت إيطاليا الفاشية حين استغلت وسائل الإعلام لنشر مبادئها والسيطرة على وسائل الإعلام، كما استعملتها بعض الأحزاب الشيوعية في باقي الدول الأوروبية الغربية، أما في أوروبا الشرقية فرغم الاختلافات الثقافية والعرقية والدينية واللغوية و تباين درجات التطور الصناعي والاقتصادي والسياسي والاجتماعي بينها تم تبني النظرية الشيوعية وجرى تطبيق التجربة السوفيتية بحذافيرها، يقطع النظر عن خصوصية كل بلد ومجتمع، بالتالي فإن دول أوروبا الشرقية أصبحت امتداد طبيعي للاتحاد السوفيتي، حيث أنها تطبق نفس الأيديولوجية وتعتبر نفسها الحليف الأول له.

- في الجزائر: بعد استقلال الجزائر تم اختيار المنهج الاشتراكي في المجال السياسي والاقتصادي وكذا الاجتماعي، لأن اقتصادها كان منهك، وحتى تحافظ على الاستقرار السياسي، أي حتى لا تظهر قوى متصارعة، ولأن الاتجاه العام أصبح اشتراكي فقد طبقت النظرية الاشتراكية في الإعلام ، حيث عملت الدولة الجزائرية على القضاء على الملكية الخاصة لوسائل الإعلام وذلك بتأميم جميع الصحف، أما الإذاعة والتلفزيون فقد أمنتها الدولة الجزائرية وفرضت سيطرتها عليهما بشكل تام، ومازالت حتى الوقت الراهن لا تسمح بظهور قطاع خاص في مجال السمعي البصري، كما وضعت إطار قانوني اشتراكي تمارس هذه الوسائل نشاطها من خلاله، وعملت الدولة كذلك على تسخير هذه الوسائل في المساعدة على البناء والتطوير من خلال تحكم الدولة في كل وسائل الإعلام بما في ذلك المطابع وشركات التوزيع.

وقد استمر الوضع على ما هو عليه حتى صدور دستور 1989، الذي أقر التعددية الحزبية، وحق الأحزاب في إصدار الصحف مما أدى إلى ظهور العشرات من الصحف التابعة للعديد من الأحزاب، غير أنه سرعان ما اختفت الأغلبية منها ولم يبق منها سوى القليل الذي مازال يصدر مفتخرا باستقلالته رغم أنها شكلية لتواطؤ أغلب الصحف الخاصة مع الحكومة.

ونهاية تطبيق النظرية الاشتراكية في الإعلام في الجزائر جاءت مع بداية انحصار هذه النظرية، حيث أن " انهيار الأيديولوجية الشيوعية وثبوت فشلها بعد تفكك ما كان يعرف بالاتحاد السوفيتي تقوضت الركائز التي تحكم عمل وسائل الاتصال في المجتمعات والنظم التي كانت تتبع تلك الأيديولوجية "، وهكذا فبسقوط الإتحاد السوفيتي انحصر تطبيق هذه النظرية في العالم فلم تعد تطبق إلا في بعض الدول الشاردة ككوبا وكوريا الشمالية وهما مرشحتان للتخلي عن هذه النظرية التي يجمع العديد من الباحثين على أنها لم تواكب التطورات المتلاحقة في تقنيات الإعلام والاتصال.

6 - نقد النظرية الاشتراكية:

إن الاشتراكية كنظام مواز للنظام الليبرالي قامت على أسس ومبادئ مناهضة لهذا النظام، ومن ثم فإن النظرية الاشتراكية في الإعلام جاءت هي الأخرى مختلفة عن النظرية الليبرالية أو نظرية الحرية، فقامت هذه النظرية على مبادئ الاشتراكية و عاملت وسائل الإعلام معاملة المؤسسات الأخرى، أي أن وسائل الإعلام كانت تابعة للدولة وتمثل الدولة.

ونظرا لهشاشة قواعد النظرية الاشتراكية فإنها تراجعت مثلما تراجع النظام الاشتراكي ككل ولم تصمد أمام نظرية الحرية، وحتى قبل أن تأفل فإنها تعرضت للعديد من الانتقادات منها:

1- وسائل الإعلام تابعة للدولة، وهذا ما يعني أنها تقدم وجهة نظر واحدة ولا وجود لحرية التعبير فيها ولا للتعددية.

2- وسائل الإعلام اعتمدت على الدعاية لخدمة مصالح الحزب الواحد والمساهمة في نشر مبادئ الشيوعية وكذا أفكار الدولة، أي أهداف وسائل الإعلام محددة بدقة.

3- الرقابة على وسائل الإعلام الأجنبية الداخلة إلى الدولة، مثل الصحف وكذلك التشويش على الإذاعات الموجهة، وهذا حتى لا يعرف الجمهور الأخبار والأفكار الأجنبية، وكل هذا يعد تضيق واستخفاف بالجمهور.

4- العمل على تصفية وتنقية الأخبار التي تذاع عبر وسائل الإعلام، وهذا انتهاك لحق المعرفة واستخفاف بقدرات الجمهور (لأنهم يقولون بأن الجمهور لا يستطيع أن يفهم كل الأمور التي تقدم له).

5- لم يكثر المفكرون الماركسيون بتناول النظرية نقداً أو تحليلاً أو تعديلاً أو تبديلاً، وهذا ما أدى إلى تأخرها عن باقي النظريات وكذا تقلص رقعة انتشارها.

6- اعتمادها أسلوب التعقيم، وهذا ما ساهم في خرابها نتيجة التطور السريع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، مما أدى إلى تعرف الجمهور الداخلي على حقائق الأمور من مصادر أخرى، نتيجة لعجز الدولة عن التصدي مثلًا للإذاعات الموجهة وغيرها.