

الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون

لماذا؟ وكيف؟



الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون

لماذا؟ وكيف؟

ليست الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون هيئة تجارية ولا مرفقا من مرافق الدولة، ولكنها تجعل من تحقيق الصالح العام غايتها الوحيدة وعلّة وجودها. فهي إذاعة الناس وتلفزيون الجمهور، تخاطب كل فرد بصفته مواطناً وتشجع الناس على

اقتحام الحياة العامة والمشاركة فيها. كما أنها تنمّي المعارف وتوسع الآفاق وتتيح لكل فرد مزيداً من معرفة الذات عن طريق فهم الغير وفهم العالم

المجلس العالمي للإذاعة والتلفزيون

تصدير

إن أهمية الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون ليست أمراً مسلماً به. فهي لم تجد مكانها بين وسائل الإعلام ذات الأغراض التجارية المحضة ووسائل الإعلام التابعة للدولة إلا بعد مرور عدة عقود. واليوم، لم يعد هناك مجال للشك في المساهمة الفريدة التي يقدمها المرفق العام للإذاعة والتلفزيون، وهناك أمثلة شهيرة، مثل هيئة الإذاعة البريطانية، انعقد عليها الإجماع: فالهيئة العامة تؤدي دوراً أساسياً كأداة تتيح لمواطني بلد ما الاطلاع والتثقف والتسلية بمنأى عن أي مصالح تجارية أو حكومية أو سياسية.

ويعرض هذا الكتيب على القارئ بأسلوب بسيط ومباشر، خلاصة مستوفاة لأهم المفاهيم المرتبطة بالهيئة العامة بوصفها عنصراً لا غنى عنه لسير المجتمعات الديمقراطية. فيتعين على الهيئة العامة أن تمكن كل مواطن من أن يكون طرفاً اجتماعياً فاعلاً بكل معنى الكلمة، أي أن يشارك مشاركة كاملة في حياة المجتمع الذي ينتمي إليه وأن يسهم بنشاط في تنظيمه. ويجب أن تكون الهيئة العامة بمنأى عن الضغوط الحزبية أو الحكومية، فهي في خدمة الجميع من أجل تحقيق الصالح العام. وعليها أن تحافظ على استقلالها وأن تتوافر لها في الوقت ذاته موارد مالية مكفولة على المدى الطويل. وعلى الهيئة العامة، على الرغم من المزايا والصعوبات الخاصة بها، أن تتكيف في آن واحد للتطورات التكنولوجية بما تتسم به أحياناً من سرعة بالغة، ولضرورات تحديث النصوص التنظيمية.

وقد كانت وسائل الإعلام من صميم مهام اليونسكو المنصوص عليها في ميثاقها التأسيسي منذ إنشائها. فحرية التعبير، وحرية الصحافة، واستقلال وسائل الإعلام، كانت ولا تزال من مجالات نشاطها المميزة. وقد أسفرت عدة حلقات تدارس نظمت خلال العقد الماضي في ويندهوك (١٩٩١)، وآلما آتا (١٩٩٢) وسنتياغو (١٩٩٤) وصنعاء (١٩٩٦) وصوفيا (١٩٩٧) عن إصدار مجموعة من الإعلانات كلها تذكر بأهمية حرية الصحافة وتعددية وسائل الإعلام. ويندرج أيضاً في هذا المنظور المؤتمر الدولي بشأن الهيئات العامة للتلفزيون الذي عقد مؤخراً في الرباط في مايو/أيار ٢٠٠٠.

ومن ثم فإن الخلاصة المعروضة في هذا الكتيب تندرج بصورة طبيعية في إطار الجهود التي تبذلها المنظمة من أجل النهوض بوسائل إعلام حرة ومستقلة في كل أنحاء العالم، ومن أجل تنمية مرافق عامة للإذاعة والتلفزيون تكون حقا في خدمة المجتمعات التي توجه إليها.

كلود اوندوبو

مساعد نائب المدير العام

ومدير قسم تنمية الاتصال

المقدمة

كثيرا ما تطلب هيئات أو أفراد يعملون في مجال تعزيز المرافق العامة للإذاعة والتلفزيون في العالم، لا سيما في البلدان النامية، من المجلس العالمي للإذاعة والتلفزيون إصدار وثيقة إيضاحية في هذا الموضوع.

ويوجد في الواقع عدد كبير جداً من الكتابات حول الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون من كتب ومقالات وتقارير مؤتمرات ونصوص قانونية. إلا أننا لا نجد -على ما يبدو- تعريفاً واضحاً وعملياً لهذا النوع من المؤسسات، رغم وجود نماذج منها في عدة بلدان في العالم منذ سبعين عاماً.

وقد قام مركز الدراسات بشأن وسائل الإعلام، التابع لجامعة لافال بكيبك، بناء على طلب المجلس العالمي للإذاعة والتلفزيون، بإعداد وثيقة حول هذا الموضوع، ونشرها بالتعاون مع شركة راديو-كندا.

ونتقدم بالشكر إلى السيد ديف أتكسون، الباحث بمركز الدراسات بشأن وسائل الإعلام، والسيد فلوريان سوفاجو، الأستاذ بجامعة لافال ومدير المركز، لتعاونهما؛ وكذلك إلى السيد غايتان لابوانت، مدير العلاقات الدولية للتلفزة الفرنسية في شركة راديو-كندا.

كما نشكر الشركة السويسرية للإذاعة والتلفزيون، ومؤسسة هوزو-بونكا لما قدمته من دعم لتحقيق هذا المشروع.

بيار جونو

رئيس المجلس العالمي للإذاعة والتلفزيون

المحتويات

	الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون : لماذا؟	
أولا	المرفق العام : صوت أصيل - لمحة تاريخية	
ثانيا	نافذة لفهم الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون	
ألف	المبادئ	
باء	الرسالة والمهام	
جيم	التمويل	
ثالثا	أي برنامج ينبغي أن تقدمه الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون؟	
ألف	إعلام غير متحيز ومنير	
باء	برامج خدمة عامة ومصلحة العامة	
جيم	برامج تترك أثرها	
دال	إنتاج محلي	
هاء	مضمون وطني	
رابعا	الجمع بين الحرية والمسؤولية	
ألف	تنظيم الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون	
باء	المساءلة	
جيم	التقييم	
خاتمة	الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون في العصر الرقمي	

الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون: لماذا ؟

ليست الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون هيئة تجارية ولا مرفقا من مرافق الدولة، ولكنها تجعل من تحقيق الصالح العام غايتها الوحيدة وعلّة وجودها. فهي إذاعة الناس وتلفزيون الجمهور، تخاطب كل فرد بصفته مواطناً وتشجع الناس على اقتحام الحياة العامة والمشاركة فيها. كما أنها تنمّي المعارف وتوسع الآفاق وتتيح لكل فرد مزيداً من معرفة الذات عن طريق فهم الغير وفهم العالم.

وتريد الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون أن تجعل من نفسها ملتقى يُستدعى إليه كلّ المواطنين، ويعاملون بالعدل. فهي إذن أداة إعلامية وتربوية متاحة للجميع وتستهدف خدمة الجميع بغضّ النظر عن الوضع الاجتماعي أو الاقتصادي لهذا وذاك. ولا تقتصر مهمّتها على الإعلام وتطوير الثقافة فحسب، بل عليها أيضاً إثراء خيال الناس وتسليتهم؛ لكنها تقوم بذلك مع حرصها على النوعيّة التي ينبغي أن تميّزها عن الوسائل السمعية البصرية التجارية.

ولأن الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون لا تخضع لمقتضيات تحقيق الأرباح فإن عليها أن تثبت شجاعتها فتبدع، وتجازف. وعندما تنجح في تطوير أنماط وتوليد أفكار متميزة تطبعها بطابعها، فإنها تستطيع أن تفرض معايير عليا على القنوات الأخرى التي ستكتسب نبرتها حينئذ. ويرى بعضهم أن أهميّة جهات البث العامّة هي على حدّ تعبير البريطاني أنطوني سميث، وهو يصف هيئة الإذاعة البريطانية التي يعدها البعض مهدياً للخدمة العامّة- أنها "ربما كانت أهمّ أدوات الديمقراطية الاجتماعية في هذا القرن"¹

إن الغرض من هذه الوثيقة هو توضيح السمات التي تمتاز بها الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون. ففيها وصف لطبيعة هذه الهيئات عن طريق تحديد المبادئ التي يستند إليها وجودها؛ فعلى هذه المبادئ تترتب بعض المهام النوعية، ونمط خاص في التمويل، وبرمجة متميّزة، كما تتحدد العلاقة "بالجمهور" التي تختص بها هذه الهيئات. فههدف هذه الوثيقة المستوحاة من المراجع الموجودة بغزارة في هذا الموضوع، هو أن نعرض- في بضع صفحات وبشكل مقتضب - مبرّر وجود الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون، وكذلك نموذج التنظيم الذي ينبغي أن تقام عليه.

ونورد عرضاً تاريخياً موجزاً يتيح لنا تحديد موقع نموذج المرفق العام، مقارنةً بنموذج المرفق التابع للدولة والنموذج التجاري. وهذه المرحلة مهمّة لفهم الدوافع التي حدثت إلى

¹ Anthony Smith cité par Graham Murdoch et Peter Golding, "Common Markets Corporate Ambitions and Communication Trends in the UK and Europe", dans The Journal of Media Economics, vol; 12, N°2, 1999, P. 122.

إنشاء الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون. ورغم التغييرات المتعددة التي طبعت تطوّر الإذاعة والتلفزة، فإنّ هذه الأسباب تساعد على إدراك الدور الخاصّ الذي لا زال يُعزى اليوم إلى جهات البثّ العامة. والقسم الثاني من النصّ مخصّص للمبادئ التي أنشئت على أساسها الخدمة العامّة، ولمهمّة جهات البثّ العامة وكيفية تمويلها. وتتناول الفصول التالية البرنامج، والتنظيم، والمساءلة، وتقييم الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون. وتطرح في الخاتمة مسألة مستقبل المرفق العامّ في عصر التكنولوجيا الرقمية وتشتت جماهير المنتفعين الذي يرافقها. ويعتبر الكنديّ مارك ستاروفيتش أن دور الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون ومساهمتها في الحياة الديمقراطية اكتسبا أهمية لم يسبق لها مثيل: "إننا اليوم أحوج ما نكون إلى المرافق العامة للإذاعة والتلفزيون في غياب الفضاء العمومي وتشتيت الجمهور إلى مجموعات ذات اهتمام خاص"².

² Mark Stakowicz, The Media Shift, Television, Radio and Print in the 21th Century: Speculations on the Impact of New Technologies, First Annual kesterton Lecture, School of Journalism and Communication, Carleton University, february 10th, 2000, P. 19.

أولا - المرفق العام، صوت أصيل: لمحة تاريخية

ترى، من يجب أن يتولّى مسؤولية البث الإذاعي؟ كيف يموّل هذا المرفق؟ ما دور الدولة تجاهه؟ ولم تصلح الإذاعة؟ عديدة هي الأسئلة التي طرحت لدى ظهور البث الإذاعي بشأن تقنية الاتصال الجديدة هذه التي كان استعمالها غير معروف جيّداً، وتنظيمها غير مكتمل بعد. ثلاثة نماذج كبيرة نمت آنئذ، انعكست فيها صورة المجتمعات التي أنجبتها، وهي - بحسب أنواع المجتمعات - مازالت تستعمل إلى الآن كأطر لتطوير الإذاعة والتلفزيون، ألا وهي: النموذج التجاري، ونموذج الدولة، ثم نموذج الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون الذي جاء نتيجة لأوجه الضعف والتخوفات الملازمة للنموذجين الأولين ونتيجة لما كان البعض ينشده من رؤية ودور لوسيلة الإعلام الجديدة هذه في ذلك العهد.

وفي الولايات المتحدة، وبعد كثير من المناقشات، بدا أنّ المصلحة العامة قد تستفيد أكثر لو تركت الإذاعة بين أيدي مقاولين خواصّ، حريصين على تقديم - ما يتمنى المستمعون سماعه حسب القول السائد آنئذ. وقد طبّقت بالكامل تقريباً، على البث الإذاعي، مبادئ السوق التي تسيّر قطاعات النشاط الاقتصادي الأخرى. وكان من المفترض أنّ بإمكان العرض والطلب أن يخدموا مصالح جهات البثّ الخاصة والمستمعين على حدّ سواء. وكان اللجوء إلى الإشهار والإعلان كوسيلة لتمويل الوسائل الإذاعية، يضمن - حسب ما كان يُعتقد - سعي الخواصّ دوماً لتلبية الطلب: أفليس الثمن الذي يدفعه المعلنون مقابل فضاءات إشهارية، مرتبطاً بقدرة جهات البثّ على استقطاب أكبر عدد ممكن من المستمعين؟ أليس حضور المستمعين في الموعد، دليلاً على أنهم يجدون في البرامج المقترحة عليهم ما يناسبهم، بشكل أو بآخر.

هكذا ولد النموذج التجاري من ثقة كبيرة في قدرة آليات السوق على الاستجابة لأنواق المستهلكين، وكذلك من تحفظات قوية تجاه سيطرة الدولة على وسيلة إعلام جماهيري كانت تعزى إليها، من جهة أخرى، إمكانيات كبيرة على صعيد الإعلام والتأثير. فحضور مباشر قويّ من قبل الدولة في وسائل الإذاعة كان ينظر إليه حين ذاك على أنّه خطر.

بيد أنّ هذا الحذر تجاه الدولة، شأنه شأن تلك الثقة في آليات السوق، لم يكن سائداً في كلّ مكان. ففي بلدان أخرى، تطوّر نموذج الدولة حسب مفهوم قيادي توجيهي لدور وسائل الإذاعة في المجتمع. وعلى الرغم من إمكانية مراقبة الدولة لأية إذاعة معهود بها إلى جهات بث خاصة فغالبا ما وقع الاختيار على إذاعة حكومية تحت وصاية السلطات السياسية. وهيئات الإذاعة في هذا النموذج هيئات مركزية تقوم على الاحتكار، وتستند إلى فكرة مؤداها أنه يجوز للدولة استعمال وسائل الإعلام لأهدافها الخاصة. وينظر إلى الدولة في هذا السياق على أنها الضامنة للمصلحة العامة وهي التي تحدد هذه المصلحة.

أما نموذج الهيئة العامة فهو، وإن كان وليد الرؤية التي ارتآها البعض بشأن الإذاعة، قد تأسس أيضاً على ريبة مزدوجة: ريبة إزاء قدرة آليات السوق على ضمان تحقيق بعض الأهداف؛ وريبة إزاء قدرة الدولة على تحقيق هذه الأهداف نفسها، وهي أهداف ترتبط عادة بمجموعة وظائف عامة لازالت تُحدّد اليوم للهيئات الإذاعية العامة، ألا وهي: الإعلام، والتربية، والترفيه. وكان التصور السائد بشأن دور هذه الهيئات وأهميتها يقضي بجعلها مؤسسات عامة تعمل في خدمة المواطنين، والثقافة، والديمقراطية.

فرفضت إذن بعض البلدان الفكرة القاضية بأن المصلحة العامة في مجال وسائل الإذاعة، يمكن أن تنسجم مع المصالح الذاتية للشركات الخاصة التي تسعى، قبل كل شيء، إلى تحقيق الربح من أنشطتها. غير أن هذه البلدان لم تكن تخشى السوق وحده وإنما كانت ترتاب أيضاً من الدولة. فبسبب الإمكانيات التي تتيحها الإذاعة على الصعيد الاجتماعي، والثقافي، والسياسي، اعتبرت مساهمة الدولة مباشرة في ميدان شديد الارتباط بميدان الفكر والتعبير أمر غير مرغوب فيه. إن التمييز بين الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون وهيئة الإذاعة التابعة للدولة هو الأصعب والأقل وضوحاً لدى المقارنة بين مختلف نماذج الهيئات الإذاعية. وهناك مفهوم أساسي لفهم هذا الفارق جدّ معروف في بريطانيا؛ وهو "arm's length" أي "التسيير عن بعد" من قبل الدولة للهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون. فبدلاً من أن توضع هذه الهيئات مباشرة تحت وصاية الدولة، يعهد بها إلى مؤسسة تتصرّف فيها وفقاً للمصلحة العامة، وتتمتع بدرجة كافية من الاستقلال لتجنّب التدخّلات السياسية أو البيروقراطية.

تطوّر نموذج الخدمة العامة إذن وفقاً للرأي القائل بأن كلا من السوق أو الدولة لا يستطيع القيام بشكل ملائم بمهام الخدمة العامة الملقاة على عاتق الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون ولا التصرف حسب المصلحة العامة التي لا تتوافق مع المصالح الخاصة ولا مع مصالح السلطات السياسية القائمة.

وهذه النماذج الثلاثة التي ظهرت في السنوات الأولى لظهور الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون استعيرت في التلفزة. بيد أن التاريخ خصّص لها مصيراً مغايراً. فقد أصبح النموذج التجاري هو السائد اليوم، في حين أنّ نموذج الدولة بدأ يتقهقر منذ سنوات ١٩٩٠. أمّا الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون، فرغم أنها أخذت تنخرط في محيط يصطبغ أكثر فأكثر بالصبغة التجارية، فإنها لا تزال صامدة. وتبقى اليوم واسعة الانتشار وتظل الحل المفضل لأولئك الذين تقلقهم الإمكانيات المحدودة التي توفرها هيئات الإذاعة والتلفزيون التجارية.

ثانيا - نافذة لفهم الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون

يعتمد عمل الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون على بضعة مبادئ أساسية، حددت منذ عهد وسائل الإعلام ذات المصلحة العامة، قبل تعدد القنوات بكثير، وقبل عصر التخصص. ولكنها تبقى مبادئ أساسية يتعين على مسؤولي المرافق العامة أن يعطوها معنى ويعيدوا تأويلها، إن صحّ التعبير، في عالم طغت عليه تجزئة وسائل الإعلام.

ألف - المبادئ

لا تزال الشمولية، والتنوع، والاستقلال تمثل اليوم - مثلها بالأمس - أهدافاً رئيسية للهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون. ويضاف إلى هذه المبادئ الثلاثة مبدأ رابع ذو أهمية خاصة حينما تعيش هيئات البث العامة جنباً إلى جنب مع هيئات الإذاعة والتلفزيون التجارية، ألا وهو: مبدأ التميز.

١- الشمولية

لا بدّ أن تكون المرافق العامة للإذاعة والتلفزيون مفتوحة لكلّ المواطنين على أرض الوطن. وهذا هدف في غاية العدالة والديمقراطية لأنّه يساوي بين مجموع المواطنين بغضّ النظر عن وضعهم الاجتماعي أو مستوى دخولهم. وعلى المرفق العام أن يتوجّه إلى جميع الناس، وأن يعمل على تشجيع "استعماله" من طرف أكبر عدد ممكن منهم. وهذا المبدأ لا يعني، كما هو حال هيئات الإذاعة والتلفزيون التجارية، أنه يجب على الوسائل العمومية أن تسعى إلى رفع نسبة الاستماع إليها في أيّ وقت إلى أقصى حد، بل أن تحرص على جعل جميع برامجها سهلة المنال لكلّ المواطنين. ولا يقتصر الأمر على الجانب التقني فحسب، بل يتعداه إلى القدرة على تمكين الجميع من فهم ومتابعة هذه البرامج. وإن كان برنامج الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون ديمقراطياً، فلا بدّ أن يكون أيضاً "شعبياً"، لا بالمعنى المنتقَص لهذه الكلمة، بل بمعنى المنتدى العمومي الذي لا ينبغي أن يبقى حكراً على أقلية. وإذا كان لزاماً على الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون نشر الثقافة، فانه يجب عليها أن لا تتقوقع في صومعة مغلقة لا يؤمها سوى مجموعة واحدة من المستنيرين. إن الانغلاق الثقافي لوسائل الإعلام العمومية يفضي إلى طريق مسدود، وهو ما عبّر عنه جيّداً تقرير ١٩٩٦ للجنة الثقافة والشباب والتربية ووسائل الإعلام بالبرلمان الأوروبي (تقرير تونغ Rapport Tongue) الذي يقاوم فكرة اقتصار القنوات العمومية على بثّ البرامج التي لاتهمّ القطاع التجاري.³

³ Carole Tongue, Rapport sur le rôle de la télévision de service public dans une société plurimédiatique, Commission de la culture, de la jeunesse, de l'éducation et des médias. (Rapport adopté par le Parlement européen, le 19 septembre 1996, p.15)

٢ - التنوع

لا بد أن تكون الخدمة التي تقدمها الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون متنوعة، وذلك بثلاث طرق على الأقل: تنوع البرامج المقترحة، والجماهير المعنية، والمواضيع المعالجة. يجب أن تعكس الخدمة العامة تنوع اهتمامات الجمهور بتقديم برمجة تحتوي على أنواع مختلفة من البرامج ابتداء من نشرات الأنباء إلى البرامج الترفيهية الخفيفة. ويمكن أن تخصص بعض البرامج إلى شرائح معينة من الجمهور ذات اهتمامات متباينة. والخدمة العامة تستهدف في نهاية المطاف الجمهور بأسره، وهذا ليس بكل برنامج على حدة، وإنما بمجموع برامجها. وأخيراً، فإن الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون، بفضل تنوع المواضيع التي تتناولها برامجها يمكنها أيضاً أن تسعى للاستجابة لمختلف اهتمامات الجمهور، وتعكس بذلك النقاشات المتنوعة الدائرة في المجتمع. والتنوع والشمولية متكاملان حيث أن إنتاج البرامج الموجهة أحياناً للشباب، وأحياناً للناس الأكبر سناً، وأحياناً أخرى لفصيل آخر من الجمهور، يدفعهم جميعاً إلى الاهتمام بالهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون.

٣- الاستقلال

إن المرفق العامّ مكان يجب أن تطرح فيه كلّ الأفكار بمطلق الحرية، وميدان تسري فيه الأخبار، والآراء، والنقد. وهذا ليس ممكناً إلا إذا حافظنا على استقلاله -وبالتالي- على حرية الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون تجاه الضغوط التجارية أو ضغوط الحكم السياسي. وسوف نرى فيما بعد، ما هي الوسائل المحددة التي نستطيع بفضلها ضمان احترام هذا المبدأ، وتأمين مصداقية المرفق العام ذاته في نظر الجمهور. وإذا ما اقترن الإعلام الذي يقدمه المرفق العام بإرادة السلطة، فقد ثقة جمهوره. وبالمثل، إذا ما صمم البرنامج الذي يبثه المرفق العام وفقاً لمقتضيات تجارية، فإن الجمهور لن يفهم لماذا يُطلب منه المساهمة في تمويل خدمة لا تتميز كثيراً عن الخدمات التي توفرها المرافق الخاصة للإذاعة والتلفزيون. وهذا المثال الأخير يدفعنا إلى طرح مبدأ آخر يتسم بأهمية خاصة في البلدان التي تتجاوز فيها هيئات عامة للإذاعة والتلفزيون ومرافق تجارية خاصة.

٤ - التمييز

إن مبدأ التمييز يقضي بأن تكون الخدمة التي توفرها الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون خدمة متميزة عن غيرها من الخدمات. وينبغي أن يدرك الجمهور، من خلال برمجة المرفق العام، ونوعية برامجها وطابعها الخاص، ما يميز هذه الخدمة عن الخدمات الأخرى التي تقدم له. وهذا لا يعني أن الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون يجب ألا تنتج إلا أنواع البرامج التي لا تهتم المرافق الأخرى، ولا تخاطب إلا الجماهير التي تهملها الوسائل الأخرى، وأن تنفرد بمعالجة المواضيع التي يغفلها غيرها. بل عليها أن تتناول الأمور

بطريقة مغايرة، دون نبذ نوع من الأنواع. وهذا المبدأ من شأنه أن يحمل الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون على الإبداع، وابتكار مجالات اهتمام جديدة، والنهوض بدور قيادي في دنيا الوسائل السمعية البصرية، مجتذبة باقي مرافق البث الإذاعي والتلفزيوني في تيارها.

باء - الرسالة والمهام

تعهد عموماً إلى غالبية الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون ثلاث مهام : الإعلام، والتربية، والترفيه. والكثير من المرافق الخاصة للإذاعة والتلفزيون تقدم أيضاً منذ زمن بعيد برامج إعلامية وترفيهية. فهل نستنتج من ذلك - كما يتمناه الذين يودون حصر المرفق العام في تكملة عمل القطاع التجاري- أن المهمة التربوية وحدها تعود اليوم إلى الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون؟ طبعاً لا! فلكي تقدر هذه المهام الثلاث حق قدرها ينبغي إدراجها في الإطار العام للدور والمبادئ الأساسية التي تنهض عليها الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون. فكما قلنا ينبغي لهذه الوسائل أن تفعل الأمور بشكل مغاير. وينبغي السعي من خلال هذه المهام الثلاث إلى تحقيق أهداف متلازمة: تمكين المواطنين من الاطلاع على مواضيع مختلفة واكتساب معارف جديدة في إطار برمجة مثيرة للاهتمام وجذابة.

أسندت للهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون، بحسب البلدان، مهام مختلفة، منها مثلاً وبوجه الخصوص مهمة تعزيز الهوية الوطنية. ولا بدّ من توخي الحذر في هذا المضمار حرصاً على تجنب المرفق العام الدخول في مهاترات قد تسيء إلى مصداقيته. فأن يعمل على تدعيم الوثام بين المواطنين أمر مستحب؛ أما أن يعمل في خدمة تصور خاص أو ذي صبغة سياسية مفرطة للهوية، فهذا أمر مرفوض. فيجب أن يكون استقلال هيئة البث العامة مضموناً في كلّ الأوقات. ثمة بلدان، مثل أستراليا، يضمن فيها القانون صراحة الاستقلال التحريري لهيئات البث العامة.

ومن الأمور الأساسية أيضاً أن يعرف القانون، أو الميثاق، أو دفتر الشروط الخاص بهيئات البث العامة مهمة هذه الهيئات بعبارات عامّة متجنباً إلزامها بتوجيهات كثيرة التفصيل أو شديدة الدقة، بحيث يترك للمبرمجين كلّ الحرية اللازمة لكي يتمتعوا بالاستقلال الذي لا بد منه. وفي المملكة المتحدة، مثلاً، يحدّد الميثاق الملكي الأهداف، والنظام الداخلي، ونوع التمويل لهيئة الإذاعة البريطانية (BBC)، في حين أن الاتفاق بين الإذاعة والوزير المسؤول يحدّد المهام بشكل عام، ملحا على المعايير النوعية، والإعلام الموضوعي، وتنوع البرامج.

جيم - التمويل

ما هو نوع التمويل الواجب اختياره للمرافق العامة للإذاعة و التلفزيون ؟ إن هذا السؤال مهم لأن قدرة هذه الوسائل على القيام بمسؤوليتها ومهامها سوف تكون أقوى أو أضعف حسب مصادر التمويل المستعملة.

إن رسم التلفزة - وهو ضريبة مرتبطة بملكية أجهزة الاستقبال- هو "الشكل التاريخي" لتمويل المرفق العام. وهو يخلق من حيث المبدأ علاقة مباشرة بين جهة البث وجمهورها والمواطنين. وتبدو من ثم شكلاً مثالياً للتمويل. لكن الاقتصادي أندري لانغ⁴ (Andre Lange)، العامل في المرصد الأوروبي للوسائل السمعية البصرية، لاحظ أن هذا الرسم الذي يظل اليوم، في أوروبا على الأقل، الشكل التمويلي الأكثر انتشاراً، ليس الشكل الوحيد؛ فهو غير موجود في عدة بلدان يتخذ فيها التمويل العام شكل إعانات. كما هو أقل انتشاراً خارج أوروبا. ففي كندا وأستراليا، مثلاً، نجد أن الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون تمول مباشرة من أموال الدولة. ويتضح بالفعل من استعراض سريع لبعض الأوضاع الوطنية المختلفة وجود تنوع كبير في الحالات، ويبين أن عدداً ضئيلاً من البلدان يلجأ إلى مصدر مالي وحيد. فهيئة الإذاعة البريطانية (BBC) وهيئة الإذاعة اليابانية (NHK)، اللتان تتمولان برسم التلفزة وحده، تمثلان اليوم حالة استثنائية. والتمويل الذي نلاحظه اليوم أكثر فأكثر يعتمد على مزيج من التمويل العمومي والتجاري. وهكذا نجد أن الكثير من الهيئات التلفزيونية العامة باتت في السنوات الأخيرة تفتح على الإشهار والإعلان التجاري أو تلجأ إليه باطراد، وتنشئ قنوات جديدة تقترحها بالاشتراك، أو تقيم نشاطات تجارية تماماً، بغية تمويل خدماتها الرئيسية.

فهل يعتبر اللجوء إلى مصادر تمويل تجارية أمراً مقبولاً بالنسبة للهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون التي تدين بوجودها للرغبة في حماية هذا القطاع من الضغوط التجارية؟ إن الجواب الأسهل ربما، والأكثر واقعية، لا سيما فيما يتعلق بالتمويل من مصادر الإعلانات التجارية، هو أنه قد يكون مقبولاً إن لم يتداخل مع التزامات الخدمة العامة التي يجب أن تفي بها الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون. ولكن إذا تجاوز هذا النوع من التمويل حداً معيناً، وباتت الحاجة إلى التمويل التجاري شغلاً شاغلاً للمرفق العام يحمله على تغيير طبيعة برامجها، وجب التخوف بطبيعة الحال. وهناك من يحذر من "كراهية الإعلانات" (publiphobie). وقد جاء في تقرير صدر عن مجلس الشيوخ الفرنسي أن غياب الإعلانات التجارية هو الذي قد يكون مريباً، في نظر الشباب، باعتباره "مؤشراً نخبويًا ومن ثم مملاً، أو بالأحرى بالياً متخلفاً عن العصر".⁵ ويقول التقرير أن الإعلان إذا ما

⁴ André Lange, "Diversité et divergences dans le financement des organismes de radio-télévision de service public dans l'Union européenne", dans Communications & stratégies, N°35, 3^e trimestre, 1999, p. 183-196

⁵ Sénat (France) . *L'audiovisuel public en danger*. Rapport d'information fait au nom de la commission des Finances, du contrôle budgétaire et des comptes économiques de la Nation sur le financement de l'audiovisuel public, par Claude Bolot, Paris ; (Les rapports du Sénat, no. 162), 1999-2000, p. 33, 36 et 37.

”استهلك باعتدال“، يسمح للقنوات العمومية - دون التخلي عن تميّزها - بألا تنعزل عن باقي الساحة السمعية البصرية.

وبالمقابل، فإن ما قد يؤدي الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون هو أن تجد نفسها في موقع منافسة شديدة تضطرها، لضمان بقائها، إلى المزاومة بحثاً عن موارد من قبل المعلنين. فيصبح الإغراء حينئذ قوياً بتفادي التزامات المرفق العام، وإنتاج نفس نماذج البرامج المقدّمة من طرف المنافسين الخواص. وتثبت دراسة مقارنة أجرتها هيئة الإذاعة البريطانية (BBC) لوضع المرفق العام في عشرين بلداً، من أربع قارات، أنّه بقدر ما تزداد نسبة الإشهار في مجموع الإيرادات، بقدر ما يقلّ حظ الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون من التميّز⁶. وحسب نفس الدراسة، فإنّ التمويل عن طريق الرسوم التلفزيونية تضمن، بالعكس، للمرفق العام القاعدة المالية الثابتة التي تعوزه للتخطيط وأيضاً لمواجهة بعض الأخطار، وتصوّر برامج أكثر تميّزاً.

واستخلص مؤلّفو هذه الدراسة بعض الخصائص الرئيسية التي ينبغي أن يتحلّى بها المرفق العام إذا أريد له أن يلعب الدور الذي ينتظره منه مصمّموه:

- يجب أن تحظى الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون بتمويل هام حتى تستطيع مواجهة المرافق التجارية، ولا تقنع بدور هامشي.

- يجب أن يكون التمويل مستقلاً، بمنأى عن الضغوط التجارية والسياسية معاً. وفي هذا السياق يعتبر التمويل عن طريق الرسوم التلفزيونية مهماً، لأنه ذو طبيعة آلية ولا يخضع من ثمّ لأمزجة السلطات السياسية، ولا لتقلبات الدورات الاقتصادية.

- يجب أن يكون التمويل متوقّعاً؛ فيجب التأكّد من ثباته ومن دوامه بضع سنين. فإذا لم تكن هناك آلية تضمن ثبات التمويل العام لهيئات البث العامة، لتعرضت هذه حقاً لخطر تحول التمويل إلى أداة للتأثير عليها أو لمراقبتها.

- وأخيراً، لا بدّ من أن يكون تطور التمويل مرتبطاً بتطور أسعار هيئة البث، وأن يكون بسيطاً وعادلاً، بحيث لا يفسح المجال للمنازعة. وكما يلاحظه تقرير تونغ (Tongue)، ليس هناك وسيلة مثلى لتمويل المرفق العام. لكن ينبغي التأكّد من أنّ التمويل، مثل المسؤولية والمهامّ الموكولة لهيئة البث العامة، مرتبط بالمبادئ التي تمثّل أساس وجود تلك الهيئة، ويضمن لها خاصّة استقلالها عن الضغوط السياسية والتجارية على السواء، التي تطبع النماذج الحكومية والتجارية لهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون.

⁶ McKinsey & Company, Public Service Broadcasters Aroud The World. A McKinsey Report for the BBC, 1999, p.5

ثالثا - أي برنامج ينبغي أن تقدمه الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون ؟

أي برنامج ينبغي أن تقدمه الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون؟ إن هذا السؤال هو بلا ريب، من بين كل الأسئلة المطروحة في هذه الوثيقة، الذي يستدعي الإجابة الأكثر تنوعاً ومرونة. ليس من الممكن أن نطلب من كل الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون أن تتبّع نفس نموذج البرمجة. ففي التلفزة مثلاً، تستطيع جهات البث العامة التي لديها موارد كبيرة إنتاج أفلام خيالية باهظة التكلفة لا يقدر عليها آخرون.. لذا، فإن السياق الخاص الذي يحيط بكلّ واحدة من الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون يتطلب أن يقع الاختيار حسب الحالات على أنواع من البرامج دون غيرها. ففي بلاد شاسعة الأرجاء يعيش فيها عدة جماعات مختلفة، قد تبرز الحاجة إلى برامج محلية أو إقليمية، في حين أن الضرورة لا تدعو لمثل ذلك في بلد صغير جداً. ومن الواضح أيضاً أنه لا بدّ من التمييز بين برامج الإذاعة وبرامج التلفزيون للقطاع العام، إذ أن الموارد اللازمة للإنتاج ليست نفسها. ويحاول هذا القسم من الوثيقة تحديد عملية البرمجة في الهيئات العامة، انطلاقاً من المبادئ التي تبرّر وجود هذه الهيئات وبمراعاة المهمة الثلاثية الملقاة على عاتقها: الإعلام، والتربية، والتسلية.

ألف - إعلام غير متحيز ومنير

بالنظر إلى الوضع القانوني للهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون، وباعتبار أن الجمهور هو الذي يمولها وأنه يفترض فيها أن تعمل لخدمته، فإنه يتوقع منها أن تفي في مجال الإعلام بمتطلبات كبيرة للغاية. فعلى هيئة البث العامة أن توفر إعلاماً يتيح للمستمعين/المشاهدين فهماً أصحّ للأحداث. فالمطلوب هو إعلام غير متحيز على الأقل، إن لم نقل موضوعياً. وهذا الإعلام يدع المجال لمختلف الآراء للتعبير عن نفسها، ويشجّع على فهم نير لمجرى الأحداث. وبين الدعاية المتداولة بكثرة في الهيئات الحكومية للإذاعة والتلفزيون، والانجرار إلى المهارات السقيمة، في الغالب، من قبل بعض المرافق التجارية للإذاعة والتلفزيون، يجب أن يكون بإمكان الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون أن تخاطب ذكاء المستمعين وقدرتهم على التمييز. وينبغي أن تعالج الأخبار المذاعة من طرف الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون بجد وحرص على الشرح والتعمق بغية إنارة المواطنين فيما يتعلّق بالمواضيع المقدّمة، وبالتالي إثراء الحياة الديمقراطية. إنّ قدرة هذه الوسائل على أن تصبح مرجعاً في مجال الإعلام هي التي تحمل الجمهور على الاعتراف بأهميتها وبدورها وتجعله يتمثل بها.

باء - برامج خدمة عامة ومصلحة عامّة

إنّ وظيفة الإعلام في الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون لا تقتصر على تقديم نشرات الأنباء وبث البرامج التي تتناول القضايا العامّة، بل تمتدّ إلى كلّ البرامج التي تسمح للمواطنين

بالاطلاع على مختلف المواضيع التي تمسهم، وتشمل كل البرامج التي توصف ببساطة بأنها "برامج خدمة" أو "ذات مصلحة عامة"، والتي غالباً ما تلتحم بمشاغل الناس اليومية وحياتهم العملية. وعن طريق معالجة موضوعات الاستهلاك أو القضايا القانونية، وتقديم النصائح العملية، وتناول المشاكل لصحية، وتقديم الخدمات إلى السكان، الخ... فإن كل هذه البرامج تجعل من الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون نفسها خدمة عامة مقدّمة للمواطنين. وبهذه البرامج يقترب الباث العام من حاجات السكان الملموسة. فيمكن القول أن الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون، ينبغي أن تقدم، حسب الاحتياجات، ولكن بإمكانيات أكبر وعلى نطاق أوسع، ذلك النوع من الإعلام المفيد الذي تقدمه بالفعل بصورة جزئية الإذاعات الريفية وإذاعات المجتمع المحلي في الكثير من البلدان النامية. فالكثير من هذه الإذاعات قد أنشئت صراحة لتحقيق هدف واضح هو تلبية حاجات إنمائية لم تتحقق بعد. وقد تكاثرت إذاعات المجتمعات المحلية خلال العقود الأخيرة.

وهذه الإذاعات غير التجارية وغير الحكومية، ومثيلاتها من محطات التلفزيون، عندما لا تكون خاضعة لمصلحة خاصة معينة، تشكل عنصراً جديداً ومساهمة أصيلة في مجال البث الإذاعي العام. ووسائل إعلام المجتمعات المحلية إذ تعنى عن كثب بحاجات المجتمعات المختلفة التي تقدّم لها خدماتها، فهي تسهّل انتفاع المواطنين بنظام الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون وتيسر مشاركتهم في الحياة العامة، ويكون عملها منسجماً تماماً مع مهمة المرفق العام.

جيم - برامج تترك أثراً

إن العلاقات بين الثقافة والتلفزة ليست بسيطة، شأنها شأن علاقات الفنون بالاتصالات. ولا يوجد تعريف وحيد للثقافة. وقد كتب جاك ريغو (Jacques Rigaud) بحق أن إعلاء شأن الرسالة الثقافية لوسائل الإعلام شيء، وترجمة رسالتها تلك إلى عناصر عملية شيء آخر⁷. ويتحدث الباحث الفرنسي ميشال سوشون (Michel Souchon) عن "سوء التفاهم المستمر"، مشيراً إلى الثقافة التراثية التي يسعى إليها البعض والتي تمثل مدخلاً لأهمّات كتب الإنسانية، وإلى الثقافة الحاضرة للبعض الآخر التي تسمح بفهم العالم والناس بشكل أفضل إلى حدّ ما⁸.

ويميز ريغو في عمل وسائل الإعلام في مجال الثقافة ثلاثة مستويات. فعلى الإذاعة والتلفزيون أن يتكلما عن الفنون والثقافة، ويذيعا المؤلفات والمنتجات الثقافية الموجودة، وعليهما أخيراً أن يبتكرا أعمالاً أصيلة: سواء في مجال العروض المسرحية والحفلات الموسيقية، أو في مجال عروض الموسيقى الشعبية أو المنوعات. فينبغي أن تقدّم الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون برامج ترفيهية موجهة لعامة الناس. لكن عليها أن

7. Jacques Rigaud, *Libre culture*, Paris, Gallimard (Le fébat), 1990.

8. Michel Souchon, "Télévision et culture, Jalons et anecdotes pour servir à l'histoire d'un malentendu", dans *Revue de l'Institut de sociologie, Bruxelles, Univeristé libre de Bruxelles, 1995/1-2, p.165.*

تقوم بذلك بشكل مغاير، لكي تتميز عن وسائل الإعلام التجارية. ويجدر أن تخلف برامج هيئات البث العامة أثرها في الجمهور كأن تقدم هذه الهيئات برامج ألعاب تجمع بين التثقيف والترفيه. كما أن الأفلام الخيالية، حتى تلك التي تنفذ بميزانية صغيرة، هي أيضاً مناسبات لمعالجة مواضيع معاصرة تمسّ الناس؛ فإذا كانت هذه الأفلام تاريخية، مثلاً، أمكن استخدامها للتعريف بالماضي، ومن ثمّ لإنارة الحاضر. ولكن علينا ألا نبالغ في المهمة التربوية للهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون، فلا يغيب عن بالنا، كما كتب أيضاً جاك ريغو، أنّ وسائل الإعلام، وبخاصة التلفزة، ليست دروساً مسائية.

دال - إنتاج محلي

إنّ التلفزة العامة لا يمكن أن تكون مجرد مرفق برمجة. فالآداب الخاصة التي توجه عمل الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون تفرض عليها أن تولي اهتماماً خاصاً لتصميم برامجها. وهذا يقتضي أن تخوض أيضاً ميدان الإنتاج السمعي البصري. ورغم أنّ هيئات الإذاعة والتلفزيون تستطيع أن تشتري أو تطلب إنتاج برامج معينة، فإن وجود إنتاج "محلي" خاص بها لا يضمن فقط استجابة البرامج بشكل ملائم لأغراض هيئة البث، بل يضمن أيضاً استدامة خبرة تختص بها هذه الهيئة، وهو ما يسميه البعض "ثقافة" الإبداع. ويصح ذلك بشكل خاص بالنسبة للهيئات العامة الجديدة التي تحتاج إلى التميز بهوية تنفرد بها واكتساب "بصمة" تميزها عن غيرها من وسائل الإذاعة والتلفزيون.

ويتجلى هذا النهج خاصة في حرص المرفق العام على البحث والتجديد والإبداع الذي يجب أن يميزه عن غيره. كما يتيح هذا الإنتاج المحلي وضع معايير للجودة يلتزم بها الباث العمومي، وتكون حافزاً للآخرين. ويعبّر راولاند وتراسي (Rowland et Tracey) عن سعي التلفزة العامة هذا إلى تحقيق الجودة وتطبيق معايير رفيعة على النحو التالي: "ومن هذا المنظور فإن طبيعة التلفزة العمومية تفرض أن يكون كلّ برنامج مقترح، من أي صنف كان، الأفضل من نوعه وعلى أعلى مستوى ممكن". وقد وضعت عدة هيئات عامة لنفسها سياسات داخلية في مجال الإعلام وبرامج تحدّد المعايير التي تستهدف بها. وعلى الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون أيضاً أن تتأكد من أنّ المعايير نفسها تطبق على إنتاج البرامج التي تطلبها من الخارج.

هاء - محتوى وطني

يجب أن يكون البرنامج الذي تبثه الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون، أكثر من أي برامج أخرى، ذا محتوى وطني. وهذا لا يعني وجوب الاستغناء عن المنتجات الأجنبية. غير أنه يجب على الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون، بصفتها محافل عامة، أن تشجّع التعبير

⁹Willard D. Rowland Jr. et Michel Tracey, Lessons from abroad: a preliminary report on the condition of public broadcasting in the United States and elsewhere. Conférence conjointe de l'international Communication Association et de l'American Forum of the American University Washington, D.C., 27 mai 1993, p.23.

عن الأفكار و الآراء والقيم الرائجة في المجتمع الذي يحتضنها. وبهذا الصدد، ينبغي في المقام الأول إعطاء الأفضلية لبث البرامج الوطنية. غير أن هذا الاقتراح العام يستدعي تحفظاً، لما نعلمه في بعض البلدان من ميل إلى الاهتمام بأصل البرامج بدلاً من مضمونها. فيجب إذن أن نحترس من الخلط بين النوعية الجيدة والمحتوى الوطني: فهما ليسا دوماً مترادفين!

ومن الواضح أنّ مسألة المحتوى الوطني تطرح بالنسبة للتلفزة أكثر من الإذاعة. فباستثناء الموسيقى، غالباً ما تكون برامج الإذاعة منتوجات وطنية، إن لم تكن جهوية أو محلية. أما بالنسبة للبرامج التلفزيونية فإن سوقها الدولي أكثر تطوراً وانفتاحاً. فثمة أنواع معينة، كالأفلام الخيالية، يكون شراء البرامج الأجنبية منها أقلّ تكلفة من أن تنتجها الهيئة بنفسها. وعلى الباحث العمومي أن يتساءل عما إذا كانت هذه الأعمال الخيالية الدولية ضرورية للبرنامج الذي يريد تقديمه، وتتلاءم مع تحقيق رسالته. ولا شك أنها تعتبر في أغلب الأحيان متكاملة.

رابعاً - التوفيق بين الحرية والمسؤولية

كيف يمكن التوفيق بين الاستقلال الضروري للهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون تجاه السلطة السياسية وبين المسؤولية الضرورية هي الأخرى تجاه هذه السلطة؟ السؤال حساس وقد لخصه الباحث البريطاني، نيكولا غارنهام (Nicholas Garnham) كما يلي:

نجد أنفسنا أمام المفارقة التالية: فنحن نحرص على أن تكون هيئات البث متحررة من كل سيطرة غير مرغوب فيها للدولة، ونريد أن نضمن في نفس الوقت أن تتمتع بالمستوى المطلوب من الشعور بالمسؤولية السياسية [...]. وهذا بالطبع، من الناحية العملية، من ضروب المستحيل، وأي بنية أو إجراء تطبيقي يستهدف بث الحس بالمسؤولية لا يتم إلا بالتوفيق بين الأمرين¹⁰.

في هذا السياق، يأخذ مبدأ "التسيير عن بعد" (arm's length) كل معناه، ويجب أن يستهدى به في تنظيم المرفق العام والعلاقات التي تربطه بالسلطات السياسية.

ألف - تنظيم الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون

للتأكد من أن الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون تتمتع باستقلال كاف، ينبغي في المقام الأول التمييز، داخل هيئاتها الإدارية، بين مستويين: مستوى الإدارة العادية لشؤون الهيئة، ومستوى التوجيهات العامة والقرارات على المدى البعيد.

يكلف مجلس إدارة الهيئة عادة بالاهتمام بالسياسات العامة. فهو الذي يوافق، مثلاً، على الميزانية، والتوجيهات الكبرى للمرفق العام، ويعين أهم المسؤولين. أما المدير العام، أو الرئيس المدير العام، حسب الحال، فيكون من جهته مسؤولاً عن إدارة الشؤون الجارية، كإدارة الموارد البشرية أو المادية، أو كذلك قرارات البرمجة. ولتجنب التدخل السياسي في الشؤون الجارية لهيئات الإذاعة والتلفزيون، فإن المدير العام لا يكون مسؤولاً إلا أمام مجلس الإدارة. وهذا الأخير هو الذي يرفع عادة التقارير عن الأنشطة العامة إلى السلطات العامة. فبوجه ما، يقوم مجلس الإدارة ورئيسه بدور "الحاجز" بين نشاط المدير العام والسلطة السياسية. بل نجد في أستراليا أن من الواجبات المحددة لمجلس إدارة الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون الأسترالية (A.B.C.) الحفاظ على استقلال وسلامة المرفق العام.

ومن ناحية أخرى، فإن الجهود الرامية إلى التمييز بين دور المدير العام ودور مجلس الإدارة تصبح بلا طائل إذا ما جرت تعيينات مسؤولي الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون

¹⁰ Nicholas Garnham cité dans UNESCO, La radiotélévision de service public: les défis du XXI^e siècle, Paris, OUNESCP(Études et document sur la communication, N°111), 1997, p.65.

بصورة متحيزة. فالتعيين في هذه الوظائف على أساس التقارب الإيدولوجي أو كمكافأة للأصدقاء السياسيين، ينسف مصداقية هيئات الإذاعة والتلفزيون نفسها. فهؤلاء المسؤولون يجب أن يتمتعوا بالعكس من ذلك بثقة كبيرة لدى الجمهور. وتعد التجربة، والخبرة بشؤون الإذاعة والتلفزيون، والقدرة على العمل وفقاً للمصلحة العامة، من الصفات الضرورية التي يجب أن يتحلى بها المرشحون لشغل مناصب إدارية في المرافق العامة. وقد أنشئت في بعض البلدان آليات تضمن الاستقلال والمصداقية. ففي ألمانيا، مثلاً، يتولى تعيين مجالس إدارة الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون لمختلف الولايات مجلس الإذاعة والتلفزيون في الولاية المعنية، وهو مجلس منبثق في غالبية من المجتمع المدني ويمثل مختلف المجموعات السياسية والدينية والاقتصادية والثقافية. ومجلس هيئات الإذاعة والتلفزيون لكل ولاية هو الذي ينتخب أيضاً مدير الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون. وإذا كان رئيس مجلس الوزراء في بريطانيا هو الذي يعين رئيس الـ"بي.بي.سي." وأعضاء مجلس إدارتها، فهؤلاء هم الذين يعينون المدير العام للخدمة العامة الذي يوجه عمليات التنظيم حسبما يراه مناسباً، ولا يكون مسؤولاً إلا أمام هذا المجلس فيما يتعلق بالإدارة العادية لشؤون الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون.

كما أن تحديد مدة ولاية المسؤولين وطرائق عزلهم يجب أن يتم بحيث لا يوضع هؤلاء تحت رحمة تغيير الحكومات أو تبدلات أمزجة السلطة. لذا يجب أن تنظم إمكانية عزل عضو المجلس أو المدير العام وفقاً لمعايير صريحة ودقيقة لتفادي أيّ عزل تعسفي.

ومن شأن كل هذه التدابير أن تساعد الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون على المحافظة على قدر من الحرية تجاه السلطات السياسية. بيد أن الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون يجب أن تخضع هي أيضاً لمساءلة هذه السلطات فيما يخص أنشطتها العامة. ولكنها مسؤولة أمام أي جهات، وبأي طريقة تخضع للمساءلة؟

باء - المساءلة

إذا كان من الصعب تصوّر نظام مثالي قابل للتطبيق في كل مكان، بسبب اختلاف الثقافات السياسية من بلد إلى آخر، فهناك عدة آليات يمكنها أن تضمن للهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون قدراً من الاستقلال إزاء السلطة السياسية، وتضمن في نفس الوقت مساءلتها. والهدف هو إضفاء أكبر قدر من الشفافية على العلاقة بين الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون والسلطة السياسية، وتثبيط كل محاولة للتدخل.

ومرفق البث العام، من الناحية النظرية، يكون مسؤولاً أمام المنتخبين وحدهم وليس أمام السلطة التنفيذية، ويقدم تقاريره في مواعيد منتظمة تكون عادة سنوية. وينبغي أن يكون بمقدور ممثلي الجمهور أن يقيّموا، على ضوء التقرير السنوي للهيئة العامة

للإذاعة والتلفزيون، أداءها العام، وكيفية استخدامها للأموال العامة في الفترة المنقضية. ولكننا نعلم، من الناحية العملية، أن مسؤولي الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون غالباً ما يقيمون علاقات متصلة مع السلطة التنفيذية، ولو اقتصر على ممثلي الوزير المسؤول عن المرفق العام أمام البرلمان. لكن إذا زادت هذه العلاقات شبه الرسمية عن الحد، فإنها تصبح مخالفة لمبدأ "التسيير عن بعد" ومن شأنها أن تنسف مصداقية الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون.

ويوجد في عدة بلدان أيضاً هيئة مكلفة بتنظيم ومراقبة نشاطات الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون، يفوضها المشرع مهمة تسيير ومراقبة كل أو بعض نظام الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون ووسائل الاتصال. ويمكن أن تصبح هذه الهيئة أيضاً بمثابة "سور" يقف بين السلطة السياسية والهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون. فيمكن تكليفها مثلاً بتقييم أداء الباث العام لمهته. وهذا ما يجري في كندا حيث تتولى الهيئة التنظيمية إصدار التراخيص الخاصة بمرفق البث العام مضمنة قراراتها ملاحظات مختلفة بشأن الطريقة التي ينبغي للمرفق العام أن يؤدي دوره بموجبها. وكذلك الأمر في فرنسا حيث يقيم المجلس الأعلى للوسائل سمعية البصرية في تقريره السنوي كيف تفي القنوات العامة المختلفة بالالتزامات التي يفرضها عليها القانون أو دفا تر الشروط.

وقد استحدث عدد من البائين العموميين أيضاً في السنوات الأخيرة، بعض التجديدات وسعوا إلى إقامة روابط أوثق مع جمهورهم. ففي كندا، مثلاً، أنشأت الخدمة العامة وظيفة "أمين مظالم" (أومبودسمان) يتوجه المواطنون إلى شاغلها للتعبير عن وجهات نظرهم وعرض مآخذهم على الوسائل المرئية والمسموعة العمومية في الميدان الصحفي. وهذه وسيلة في غاية الأهمية لكي يستطيع المرفق العام الوفاء بمسؤوليته تجاه الجمهور.

وثمة ملاحظة أخيرة تفرض نفسها في هذا الصدد وهي ضرورة عدم مطالبة المرفق العام بأن يكون مسؤولاً أمام عدد مبالغ به من الهيئات. فذلك يمكن أن يوقعه في الارتباك بسبب احتمال تضارب الآراء، مما قد يدفعه، إرضاء للجميع، إلى التخلي عن كل مسؤولية.

جيم - التقييم

إن حكمنا على الأداء الشامل للهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون ينبغي أن ينطلق، بصفة عامة، من عنصرين: مدى تحقيقها لرسالتها ومهامها من جهة، ومدى إرضائها للجمهور من جهة أخرى.

وبديهي أنه لا بد من احترام مبدأي الشمولية والتنوع، وكذلك مبدأ التميز عند الاقتضاء. وكل هيئة عامة للإذاعة والتلفزيون لا يستفيد من خدماتها إلا القليل من الناس وينتهي بها الأمر إلى قصر خطابها على جمهور بعينه تخلّ بالقيام بواجبها كمنتدى عام.

فهل أهمل مرفق البث العام جماهير بعينها؟ وهل يجد الجمهور على قنوات الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون مختلف أنواع البرامج المنشود تقديمها في قنوات الخدمة العامة: نشرات أخبار، برامج تتناول القضايا العامة، برامج تربية للشباب، أشرطة وثائقية لعامة الجمهور، وبرامج ثقافية، منوعات؟ هل تعرض هذه البرامج في مواقيت تسمح بايصالها للجمهور؟ وباختصار، هل تتجسد الالتزامات المفروضة على الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون في برمجتها؟

ينبغي تصميم آليات لتقييم هيئات البث العامة تتلاءم والتزاماتها التي تختلف مثلاً عن التزامات هيئات الإذاعة والتلفزيون التجارية. وهذا يؤدي إلى التساؤل عن قيمة معدلات الإنصات كوسيلة للتقييم. فإذا كانت هذه المقاييس تصلح لتحديد السعر الذي سيدفعه المعلنون على قنوات الراديو والتلفزيون التجارية، فهي غير ملائمة لقياس أداء الهيئات العامة لرسالتها ومهامها؛ فليس هدف هذه الأخيرة استقطاب أكبر عدد ممكن من الناس في أي وقت، ولا يمكننا من ثم استعمال هذه الوسيلة وحدها لقياس معدل إنصات جمهورها. فمعدل الإنصات لا يأخذ بعين الاعتبار، مثلاً، تنوع الجمهور. وقد تحصل قناة على معدل إنصات مرتفع لكنها لا تجتذب سوى جمهور واحد في أي وقت. وإذا كنا نطالب القنوات العامة بأن تخاطب الجمهور بأسره، فمن الواضح أننا لا نستطيع أن نطالبها بأن تجتذب أغلبية جمهور المستمعين أو المشاهدين لبرامج توجه أحياناً وبصورة متعمدة إلى جزء فقط من الجمهور. فإن عنصري الشمول، أي عدد المشاهدين الذين يشاهدون القناة العامة طوال فترة معينة، وتكاثر المستمعين، هما أكثر نجاعة للحكم على أداء القناة العامة.

وعلينا أخيراً، فيما وراء معدل الاستماع، أن نتمكن من قياس مدى رضا الجمهور على قنوات البث العامة. فالواقع أنه بقدر ما تنجح الوسائل السمعية البصرية العمومية في توفير خدمة متميزة بصورة ملموسة عن غيرها من الخدمات التي تقدمها المرافق الإذاعية والتلفزيونية، يكون بإمكان الجمهور، حتى الذي لا يستمع كثيراً إلى الإذاعة أو التلفزيون، أن يدرك تميز الخدمة العامة وضرورة وجودها. فمن الأهمية بمكان قياس رضا الجمهور عن المرفق العام، إذ هو الذي يحدد، في نهاية المطاف، مشروعية هذا المرفق. ومن المفيد لهذه الغاية إجراء استفتاءات منتظمة للرأي. فهل الجمهور راض عن الخدمة المقدمة؟ وهل يعتقد أن مرفق الإذاعة أو التلفزيون المعني يتسم بقدر كاف من التنوع؟ وهل يثق بالإعلام الذي يقدمه له؟ وهل يشعر أن المرفق العام المعني يبذل جهداً خاصاً لتشجيع الإبداع الأصيل والتجديد في أنواع البرامج وكيفية عرضها؟ وهل يعتقد الجمهور أن قنوات البث العامة ضرورية؟ فينبغي معرفة رأي الجمهور في قدرة الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون على أداء مهامها البرمجية العامة: وهي الإعلام والتربية والترفيه. كما ينبغي أخيراً إجراء مقارنات مع الإذاعات والتلفزيونات التجارية لقياس رضا الجمهور إزاء القطاعين العام والخاص.

خاتمة:

الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون في العصر الرقمي

استمر نموذج المرفق العام للإذاعة والتلفزيون يعمل خلال السنوات الأخيرة في بيئة سمعية بصرية تهيمن عليها القنوات التجارية. غير أن الوسائل السمعية البصرية تشهد تطورات سريعة جداً. فهل سيؤدي تعدد المرافق التجارية إلى تفتيت جمهور المستمعين والمشاهدين، مما قد يهدد وجود المرافق العامة للإذاعة والتلفزيون ذات الطابع الشامل، فيقل جمهورها بفعل هذا التفتيت إلى حد يجعلها تفقد جدوى بقائها؟ وهل يجب أن تعتمد الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون إلى استحداث خدمات متخصصة، علماً بأن سبب وجودها هو أن تخاطب عامة الجمهور، وليس جماهير خاصة فحسب؟ وهل يجب عليها أن تتخلى عن أنواع معينة من البرامج أمام وفرة العروض في هذه الميادين؟ وهل ينبغي لها أن تقتحم ميدان الخدمات عن طريق الأنترنت.

كلّ هذه الأسئلة يمكن أن تلخص في سؤال واحد: ما هي مكانة الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون في العصر الرقمي؟ إن المحيط الرقمي يفرض علينا التفكير في البث الإذاعي والتلفزيوني كله، وليس فقط في المرافق العامة فقط، من زاوية مغايرة. فقد زالت القيود التقنية التي كانت مفروضة سابقاً في مجال الإذاعة والتلفزيون (لا سيما ندرة الموجات بالنسبة للبث الهرتزي). وزالت من ثم الأسباب التقنية التي كانت تبرر تدخل السلطات العامة في الإذاعة والتلفزيون. وهذا بلا شك يثير التساؤلات بشأن مستقبل تنظيم هذا القطاع. فإذا كان من الصعب حتى الآن إقناع مرافق البث التجارية بالقيام ببعض مهمات المرفق العام، فإن التقارب الذي أوجدته التقنيات الرقمية بين الإذاعة والتلفزة ووسائل الاتصال والأنترنت، زاد هذا الأمر صعوبة. فسواء في مجال الاتصالات السلكية واللاسلكية أو في مجال الأنترنت، نلاحظ غياب التنظيم بالنسبة للأولى، وتحسّساً من التنظيم بالنسبة للأخيرة. وإذا كان فرض تدابير لتنظيم الخدمات الإذاعية والتلفزيونية الرقمية، سيتزايد صعوبة كما هو متوقع، فأحسن وسيلة لضمان المحافظة على أهداف المرفق العام تتمثل في وجود هيئة عامة تكلف بأداء هذه المهام.

والأسئلة الحقيقية التي ينبغي طرحها هي إذن التالية: هل ستؤدي التكنولوجيا الرقمية إلى إعادة النظر في الحاجة إلى مرفق شمولي يخاطب الناس باعتبارهم مواطنين بدلاً من اعتبارهم مستهلكين؟ وهل تلغي التكنولوجيا الرقمية جدوى وجود خدمة عامة للإذاعة والتلفزيون تختلف عن الكم الهائل من المرافق التجارية المقترحة في السوق؟ وهل تنفي الحاجة إلى وجود منتدى مفتوح للجميع بغض النظر عن حالتهم الاجتماعية أو

قدرتهم الشرائية؟ وهل سيؤدي الطابع الفردي الذي تسبغه التكنولوجيا الرقمية على الاستهلاك السمعي البصري، والتجزئة الناشئة عن ذلك، إلى حمل الأفراد على عدم الاهتمام بالمرافق العامة التي تسمح لهم بتغذية شعورهم بالانتماء إلى جماعة سياسية، وبأن يدركوا أنفسهم كمواطنين؟

يتضح تماماً - إلا إذا أجبنا بالإيجاب على كل هذه الأسئلة- أن التكنولوجيا الرقمية لن تشكل حائلاً دون بقاء المرافق العامة للإذاعة والتلفزيون، بل بالعكس؛ فأهداف تحقيق الديمقراطية والمساواة الملازمة لها يمكن التذرع بها أيضاً لتبرير وجودها. فرداً على التساؤل بشأن جدوى الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون في المستقبل، يمكننا أن نكرر جواب فيرنير رومفوست (Werner Rumphost) الذي قال :

"[...] إن مستقبل الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون يرتهن برسالتها وبالذور الذي تؤديه داخل المجتمع المدني ومن أجله. وكلما زاد تنوع مصادر الإعلام وتفردتها وتجزؤ جمهورها، كلما زادت الحاجة إلى الاحتفاظ على الأقل بمرفق قوي يكون بمثابة مرجع أساسي للتعبير عن الذاتية الوطنية، ويكون في الوقت ذاته منتدى لتبادل الآراء"¹¹.

إن التحدي الذي ستواجهه الهيئات العامة للإذاعة والتلفزيون في السنين القادمة يتمثل في قدرتها على أن تتطور وتكيف للعصر الرقمي المبادئ التي تبرر وجودها. ونحن نجد اليوم أغلب هذه الهيئات حاضرة في عالم القنوات المتخصصة، وعالم الانترنت. فالضرورة تقضي عليها بأن تستعمل هذه التقنيات الجديدة لتحسين أدائها واستكمال مهمتها كخدمة عامة. ولكن يجب عليها أن تتصرف بحذر فتختار القطاعات المنبثقة منطقياً من الرسالة التي أنشئت من أجلها. ففي ألمانيا، مثلاً، أنشأت القنوات العامة قناتين موضوعيتين تكملان عرضها الأساسي: قناة وقائعية ووثائقية، وأخرى للأطفال. وهاتان القناتان تندرجان تماماً في رسالة مرفق الخدمة العامة.

ولكن على المرفق العام ألا ينسى، كما جاء في تقرير مجلس الشيوخ الفرنسي الذي استشهد بعالم الاجتماع دومينيك فولتون (Dominique Wolton)، أن مهمته الأساسية واضحة جلية تتمثل في خلق "الرابطة الاجتماعية". فيقول فولتون "سيكون على وسائل الإعلام العامة ذات الرسالة الشاملة أن تؤدي غداً، في عالم متعدد الوسائط ومتفاعل ومكتظ بالشبكات، دوراً أكثر أهمية من أمس، إذ ستكون إحدى الروابط الوحيدة الباقية في مجتمع يقوم على الانفرادية الشاملة. والتلفزة العامة تحيل إلى هذا الهدف: الاستمرار في تشار شيء مشترك في مجتمع يتسم بشدة تراتب شرائحه وانعزال أفراده"¹².

¹¹ Werner Rumphorst, Model Public Service Broadcasting Law with introductory Note Explanatory Comment, 1999, p.6 (inédit).

¹² Dominique Wolton cité dans Sénat (France), L'audiovisuel public en danger. Rapport d'information fait au nom de la commission des Finances, du contrôle budgétaire et des comptes économiques de la Nation sur le financement de l'audiovisuel public; par Claude Belot, Paris (Les rapports du Sénat, N° 162), 199962000? P.31.

اليونسكو

المجلس العالمي للإذاعة والتلفزيون
(CMRTV)

1400, boul. René-Lévesque Est, 10^e Etage
Montréal, (Québec)
Canada H2L 2M2

Tél. : (514) 597-3902
Fax : (514) 597-4599

Courriel : cmrtv_wrtvc@radio-Canada.ca

قطاع الاتصال والمعلومات
قسم تنمية الاتصال

1, rue Miollis – 75732 Paris Cedex 15

Tél. : ++ 33 (0) 1 45 68 43 29
Fax : ++ 33 (0) 1 45 68 55 85

E-mail : c.ondobo@unesco.org