

مسؤولية وسائل الإعلام في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر المنطلقات، والنظريات، والوظائف

دراسة علمية محكمة

كرسي الأمير نايف بن عبدالعزيز لدراسات الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر

بالجامعة الإسلامية في المدينة المنورة

١٤٣٣هـ - ٢٠١٢م

إعداد

الدكتور / محمد بن سليمان الصبيحي

الأستاذ في قسم الإعلام المتخصص

بكلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

بحث منشور ضمن المطبوعات العلمية المحكمة

لكرسي الأمير نايف لدراسات الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر بالجامعة الإسلامية (٢٠١٢م)





الفهرس

- ٧٦٨ ملخص الدراسة ❁
- ٧٧٢ أولاً: المقدمة المنهجية للدراسة ❁
- ٧٧٢ ١ (مدخل لموضوع الدراسة وأهميته
- ٧٧٤ ٢ (الدراسات السابقة
- ٧٨٠ ٣ (مشكلة الدراسة
- ٧٨١ ٤ (تساؤلات الدراسة
- ٧٨٢ ٥ (منهج الدراسة
- ٧٨٣ ٦ (المرجعية النظرية للدراسة
- ٧٩٠ ثانياً: الدراسة التطبيقية ❁
- ٧٩٠ ■ المبحث الأول: النظريات المضرة لمسؤولية وسائل الإعلام في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر
- ٧٩٠ * نظرية المسؤولية الاجتماعية
- ٧٩٢ * نظرية الاعتماد المتبادل
- ٧٩٤ * نظرية الغرس الثقافي
- ٧٩٥ * نظرية التعلم بالملاحظة: (النمذجة)
- ٧٩٦ * نظرية تحليل الإطار الإعلامي
- ٧٩٩ ■ المبحث الثاني: وظيفة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في المجتمع
- ٨٠٣ ■ المبحث الثالث: المسؤولية الوظيفية لوسائل الإعلام في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر
- ٨٠٣ * المستوى الأول: الإعلام المتخصص
- ٨٠٥ « ١ (الوظيفة الإخبارية
- ٨٠٥ « ٢ (الوظيفة المعرفية
- ٨٠٥ « ٣ (الوظيفة التوجيهية
- ٨٠٥ « ٤ (الوظيفة التفسيرية



٨٠٥ * المستوى الثاني: الإعلام العام.

٨٠٨ * المستوى الثالث: الوظيفة الرقابية.

٨١٠ الخاتمة

٨١٢ ■ أولاً: واجبات ومسؤوليات مؤسسات الحسبة.

٨١٣ ■ ثانياً: واجبات ومسؤوليات وسائل الإعلام.

٨١٤ المراجع





مسؤولية وسائل الإعلام في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر المنطلقات، والنظريات، والوظائف.

إعداد

د. محمد بن سليمان الصبيحي (*)

■ ملخص الدراسة:

استهدفت هذه الدراسة الوقوف على التراكمات العلمية للمنطلقات والنظريات والوظائف في الحقل الإعلامي، التي تتناول مسؤولية وسائل الإعلام في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وقد انتهت إلى: تحديد علاقة اعتماد متبادل بين مؤسسات الحسبة ووسائل الإعلام، تفرضها الطبيعة الوظيفية لكل منهما، استندت على أساس علمي حافل بالنظريات والنماذج العلمية التي تؤسس لممارسة مهنية منطلقة من خصائص أفراد المجتمع وسماته، وطورت الدراسة إطاراً وظيفياً يحدد وظائف ومهام ومسؤوليات وسائل الإعلام في مجال الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، تنتظم في ثلاث مستويات يتعلق المستوى الأول: بوظائف تخصصية تؤدي فيها وسائل الإعلام نشاطاً إعلامياً متخصصاً، يصب في مجال الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر بصورة مباشرة، من خلال عدد من البرامج والمنتجات الإعلامية المتخصصة، التي تمثل عملاً متصلاً بجهود المؤسسات الرسمية باعتبارها مؤسسة اجتماعية، تستخدم قدرات وإمكانات وسائل الإعلام؛ لتحقيق أهدافها المهنية المؤسسية. والمستوى الثاني: وظيفة

(*) الأستاذ في كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية في المملكة العربية السعودية.



رقابية تعمل وسائل الإعلام من خلالها على التعبير عن مصالح الجماهير، ومراقبة أداء مؤسسات المجتمع، فتعزز جوانب التميز في خدمة المجتمع وتعري الخلل والفساد، باعتبارها أدوات للتعبير والتوجيه والضبط الاجتماعي، امتداداً لمفهوم السلطة الرابعة. والمستوى الثالث: وظيفة تكاملية يتعين على مجمل النشاط الإعلامي في المجتمع تحقيقها بصورة غير مباشرة، باعتبار تنمية الإنسان والعناية بقدراته، والمحافظة على هويته الثقافية وسلامة معتقده، وعباداته من وظائف الإعلام في المجتمع.





Abstract

This study aimed to stand on the surface of scientific perspectives, theories and positions in the media field dealing with the responsibility of the media in the Promotion of Virtue and Prevention of Vice. It has been completed to determine adoption relationship between the institutions of Al-hasba and the media, which imposed by the functional nature of each of them, were based on a scientific basis is full of theories and scientific models, that establish professional practice, depending on the properties of members of the community and characteristics. And the study developed a functional framework defines the functions, tasks and responsibilities of the media in the area of the Promotion of Virtue and Prevention of Vice are organized in three levels: the first-level related with the specialist functions, and media performed an active specialist media in the area of the Promotion of Virtue and Prevention of Vice, directly through a number of programs and media specialized products amounted to an act connected to the efforts of state institutions as a social institution, to use the capabilities and potential of media to achieve its professional, institutional goals. The second-level is oversight function cause media working to express the interests of public, and monitor the performance of institutions community, reinforcing aspects of excellence in community service and expose the imbalance and corruption as tools for expression, guidance and social control, and this function considered as an extension of the concept of the fourth power. Third-level is the integrative function should be



on the overall media activity in the society to achieve indirectly as development of human, care of his abilities, preservation of cultural identity and integrity of belief and worships one of the functions of media in society.





أولاً: المقدمة المنهجية للدراسة

(١) مدخل لموضوع الدراسة وأهميته :

تعد وسائل الإعلام مؤسسات اجتماعية تؤدي وظائف تخاطب العقل الإنساني داخل المجتمع، فلها وظائف مباشرة باعتبارها مسؤولة عن إنتاج المعرفة وتوزيعها، بما يحفظ قيم المجتمع وثقافته السائدة، من خلال تكوين رأي عام مساند لتلك القيم، ولها وظيفة مساندة من خلال علاقتها بمؤسسات المجتمع الأخرى، في كونها وسيط فعال بين المؤسسات وجمهورها، في علاقة اعتماد متبادل تمكن من تكامل أدوارها في توفير مناخ اجتماعي، يتيح للجميع المشاركة والتفاعل في بناء المجتمع والمحافظة عليه.

ويمثل الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر شعيرة دينية وقيمة ثقافية، لها مكانتها في المجتمع وتنهض بمهامه عدد من المؤسسات الحسبية التي تربطها بوسائل الإعلام علاقة اعتماد متبادل تسهم في قيامها بوظائفها في خصوصية مصدرها الإنسان، الذي تستهدفه هذه المؤسسات، ووسائل الإعلام على حد سواء.

إن هذه العلاقة الاعتمادية تحمل وسائل الإعلام مسؤولية كبيرة، تجاه بناء قيمة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في المجتمع، وتسهيل مهمة المؤسسات الحسبية المعنية -بصورة مباشرة- بهذه القيمة من خلال وظائف وأدوار محددة، تتحقق معها درجات الاحتساب بمستوياتها المختلفة.

واستناداً إلى ذلك فإن هذه الدراسة، تكتسب أهميتها في كونها تسعى إلى بناء إطار وظيفي، يحدد حجم المسؤولية التي ينبغي أن تنهض بها وسائل الإعلام في



الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، خاصة أن هذا المجال البحثي من المجالات الخصبة، التي تفتقر إلى توجيه جهود الباحثين لدراساتها، وتطوير نماذج عملية تسهم في رفع مستوى أداء المؤسسات الإعلامية والحسبية؛ للوصول إلى ممارسة وظيفية ناجحة للطرفين.





٢) الدراسات السابقة

تستهدف هذه الدراسة التأسيس النظري للوظائف والأدوار التي يتعين على وسائل الإعلام أن تؤديها في ضوء المسؤولية الاجتماعية لها، باعتبارها مؤسسة اجتماعية تتكامل مع مؤسسات المجتمع الأخرى، من خلال الاستقراء العلمي للنظريات والمصادر العلمية لعلم الإعلام، وهذا الجهد من بواكير الدراسات التي تنهج إلى بناء الأطر النظرية للممارسة الميدانية، لذا لم يقف الباحث على دراسات ضمن هذا الإطار المحدد، وإنما تناولت الدراسات السابقة التي اطلع عليها الباحث، وصف وتحليل أبعاد الواقع في ضوء العلاقة بين وسائل الإعلام وهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر والوظائف الاتصالية لها، وقد أخذت هذه الدراسات في تناولها لهذا الموضوع أربعة اتجاهات، تناول الاتجاه الأول: المعالجات الإعلامية للقضايا والموضوعات ذات العلاقة بمهام الهيئة في بعدها المحلي والخارجي، فقد راجع الأحمدي (١٤٣٠هـ)^(١) موقف الصحافة المحلية من قضايا هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في ضوء نتائج تحليل المضمون لعينة من المواد الصحفية المنشورة عن الهيئة على مدى ثلاث سنوات، إضافة إلى إجراء مقابلات مع عدد من المسؤولين في المؤسسات الصحفية، والعاملين في الوسط الإعلامي لتقديم رؤية موضوعية حول أساليب المعالجة الإعلامية لتلك القضايا في الصحافة، وانتهت الدراسة التي ظهرت في كتاب مطبوع إلى:

سلبية التعامل الإعلامي مع قضايا العمل الميداني للهيئة، وأن هذا التعامل السلبي نتيجة للصورة الذهنية للهيئة لدى الصحف، والموقف الفكري من

(١) الأحمدي، محمد بن عواد (١٤٣٠هـ) الصحافة والهيئة: حقائق ومراجعات، الرياض: دار غيناء للنشر، ط ١.



دورها والآراء الشخصية حول قضاياها، حيث إن موقف الصحافة المحلية غير الموضوعي من أخطاء الهيئة، ساهم في تدعيم وتعزيز صورة مشوهة عن هذه المؤسسة الحكومية من خلال: نشر أخبار غير دقيقة ومتحيزة أحياناً، وأشارت الدراسة إلى: ضعف البرامج والأنشطة الاتصالية لإدارة العلاقات العامة والإعلام في الهيئة؛ نتيجة لضعف التوجهات الإستراتيجية لديها، هذه العلاقة التي افتقرت إلى التكامل بين وسائل الإعلام والهيئة تستدعي كما أوصى الباحث مراجعة موضوعية شاملة تستقرئ الواقع بتجرد وحيادية بما يفضي لبناء أدوار تكاملية تخدم الأهداف العامة في المجتمع.

وفي البعد غير المحلي تناولت دراسة أعدها سبعة عشر أكاديمياً عن تناولات قضايا الهيئة في الإعلام الغربي (١٤٢٨هـ)^(١) وكشفت الدراسة: أن كثيراً مما كتب عن الهيئة يمثل وجهة نظر أحادية الجانب، ينقصها الكثير من الحقائق، إما بسبب نقص المعلومات، أو لجهل الكاتب بطبيعة المجتمع السعودي، وأشارت الدراسة إلى: أن التناولات الغربية لقضايا الهيئة تركز على جانب واحد من القضايا المعروضة، وهو ضبط المخالفات الأخلاقية ولا تذكر الحثيات الثقافية أو النظامية التي سوغت ضبط المخالفة، وفي السياق نفسه درس **الشمري** (١٤٣١هـ)^(٢) تناول وسائل الإعلام الغربية لأخبار هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وقضاياها باستخدام أسلوب تحليل مضمون الخطاب والمحتوى

(١) الإصلاح المجتمعي: الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في السعودية (١٤٢٨هـ) مجموعة من الباحثين السعوديين، الرياض: دار غيناء للنشر، ط ١.

(٢) الشمري، عبدالله بن هاجس (١٤٣١هـ) علاقة هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر بوسائل الإعلام الدولية: الألمانية أنموذجاً، الرياض: بحوث ندوة الحسبة وعناية المملكة العربية السعودية بها، نظمتها الرئاسة العامة لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر (١١-١٢/٤/١٤٣١هـ) المجلد السابع.



لعينة من المواد المنشورة في وسائل الإعلام الألمانية في عام ٢٠٠٨م، وانتهت الدراسة: إلى أنه في إطار المواقف السلبية المسبقة للإعلام الألماني الذي يرفض مبدأ الدور الوظيفي للهيئة وتصيد الأخطاء والعداء فقد اتسمت المعالجة الإعلامية لأخبار الهيئة في وسائل الإعلام الألمانية بأنها غير موضوعية، وأن الصحفيين وكتاب التقارير وذوي الرأي غالباً ما يضيفي على كتاباتهم الصيغة السلبية والتهمك والتضخيم.

وتناول الاتجاه الثاني: من تلك الدراسات الصورة الذهنية عن الهيئة ورجالها الميدانيين، فقد استهدف المطوع (١٤٢٦هـ)^(١) التعرف على الصورة الذهنية التي يحملها أفراد المجتمع السعودي المحتسب عليهم، على عينة من سكان مدينة الرياض عن المحتسبين الرسميين والدور الذي تقوم به الهيئة في المجتمع، وأظهرت الدراسة: عدم وضوح الصور الذهنية نتيجة غياب المعلومات الدقيقة عن رجال الهيئة لدى أفراد العينة إما لقلّة تعاملهم مع رجال الهيئة أو لكونهم يحملون تصورات غير مشجعة عنهم مما جعلهم يفضلون الابتعاد عنهم وعدم الاحتكاك بهم، وبينت الدراسة: أن للهيئة ودورها في المجتمع مكانة مهمة، وأنها تحظى بدعم شعبي كبير. وعللت الدراسة ذلك بثقة أفراد المجتمع السعودي بها، وفي السياق نفسه درس قاسم (١٤٣١هـ)^(٢) الصورة الذهنية عن رجال الهيئة لدى عينة من سكان المدينة المنورة مقدارها (٢٤٧) مفردة، وانتهت الدراسة

(١) المطوع، عبدالله بن محمد (١٤٢٦هـ) آراء المحتسب عليهم في المحتسبين الرسميين: دراسة ميدانية على عينة من أفراد المجتمع السعودي، الرياض: مركز البحوث والدراسات بالرئاسة العامة لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.

(٢) قاسم، سهيل بن محمد (١٤٣١هـ) الصورة الذهنية عن هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر لدى بعض أفراد مجتمع المدينة المنورة، بحوث ندوة الحسبة وعناية المملكة العربية السعودية بها، نظمتها الرئاسة العامة لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر (١١-١٢/٤/١٤٣١هـ) المجلد السابع.



إلى: أن الصورة الذهنية العامة لدى المجتمع إيجابية فيما يتعلق بأهمية وجود هذه المؤسسة مع رغبة ملححة في تحسين أدائها، بينما اتسمت الصورة الذهنية كما تشير نتائج الدراسة بالتشويه لدى نسبة عالية من أفراد المجتمع، وأن هذا التشويه ناتج عن أحاديث الناس بنسبة مقدارها ٣٢٪، والصحافة بنسبة ٢٩٪، والتعامل المباشر مع أفراد الهيئة بنسبة ٢٣٪، والإعلام المرئي بنسبة ١٣٪.

أما الاتجاه الثالث: فقد ارتبط بدراسة الوضع الراهن للنشاط الاتصالي للهيئة وسبل تطويره، فقد سعى **الشهري (١٤٣١هـ)**^(١) إلى تصميم إستراتيجية اتصالية للرئاسة العامة لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر تلبي حاجات الوضع الراهن يمكن من خلالها زيادة درجة فاعليتها، وقدم الباحث في نهاية دراسته ثلاثة مشروعات اتصالية إستراتيجية مقترحة في ضوء المعطيات التي توصلت إليها الدراسة بعد تحليل الموقف الاستراتيجي، وهي: مشروع بناء الثقة، ومشروع تطوير أداء موظفي العلاقات العامة والمهارات الاتصالية للمحتسبين الميدانيين، ومشروع ترويج القيم والفضائل الدينية والاجتماعية.

ودرس **الصبيحي (١٤٣١هـ)**^(٢) الوظيفة الاتصالية لمدير الفرع في هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وانتهت الدراسة إلى: تحديد الوظائف الاتصالية لمدير الفرع التي يمكن أن تكون مصدراً من مصادر تعزيز التواصل مع المجتمع،

(١) الشهري، ياسر بن علي (١٤٣١هـ) نحو استراتيجية اتصالية للرئاسة العامة لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، الرياض: بحوث ندوة الحسبة وعناية المملكة العربية السعودية بها، نظمته الرئاسة العامة لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر (١١-١٢ / ٤ / ١٤٣١هـ) المجلد الثامن.

(٢) الصبيحي، محمد بن سليمان (١٤٣١هـ) الوظيفة الاتصالية لمدير الفرع في الرئاسة العامة لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، ورقة عمل مقدمة ضمن اللقاء الدوري الرابع لمديري عموم الفروع والإدارات العامة في الرئاسة العامة لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر: القيصم ١-٢ جمادى الثاني ١٤٣١هـ



وبناء صورة ذهنية إيجابية عن الهيئة ووظيفتها في المجتمع، وكشفت الورقة عن محورية الاتصال الجماهيري عبر وسائل الإعلام وتقنيات الاتصال المتاحة، مما يعني الحاجة إلى عناية مدير الفرع في هذا النمط الاتصالي، وبناء علاقات إيجابية مع المؤسسات الإعلامية والإعلاميين، وأظهرت أهمية الاتصال ومهارته في بيئة العمل وفي الميدان، مما يعني الحاجة إلى تبني برامج تدريبية للعاملين في الميدان؛ تمكنهم من أداء وظائفهم وتحقيق رسالة الهيئة وفق مداخل تأثيرية تتوافق مع نوع الجمهور المستهدف واحتياجاته، والأساليب المناسبة للتعامل معه، وتوفير فرص تبادل الخبرات بين الأعضاء، وأشارت إلى: أن أهمية الاتصال بين المنسويين أنفسهم، مما يعني الحاجة إلى فتح قنوات التواصل بين مدير الفرع ومنسوبي الفرع بما يسهم في تقوية العلاقة بينهم ونقل خبراتهم، وأظهرت النتائج، أهمية التواصل مع المجتمع من خلال المهرجانات والبرامج المفتوحة التي تؤدي وظيفة اتصالية مباشرة يمكن لمس ثمارها والتحقق من نتائجها وتطويرها، مما يعني الحاجة إلى وضع برنامج متكامل لتنظيم هذه اللقاءات، واستثمار المناسبات والأحداث الاجتماعية العامة للمشاركة فيها والتفاعل معها.

وفي الاتجاه الرابع: درس بلعوص (١٤٣٣هـ)^(١) أثر الإعلام في الوقاية من

الجريمة بهدف التعرف على العلاقة بين الإعلام والأمن والإعلام والجريمة ومنهج الشريعة الإسلامية في الوقاية من الجريمة باستخدام المنهج التأصيلي التوثيقي، وانتهت الدراسة إلى بيان أهمية الإعلام في بناء الفرد وتنمية عقله وروحه وجسده، وتنمية روح المسؤولية المدنية، وروح المواطنة الصالحة،

(١) بلعوص، أحمد محمد (١٤٣٣هـ) أثر الإعلام في الوقاية من الجريمة: دراسة تأصيلية، ملخص علمي لرسالة ماجستير مقدمة لقسم العدالة الجنائية في جامعة نايف العربية للدراسات الأمنية، مجلة بحوث الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، العدد الرابع.



وأهمية الإعلام في بناء المجتمع والحفاظ على الأمن العقدي والفكري والمادي، وأظهرت الدراسة وجود علاقة بين الإعلام والأمن والوقاية من الجريمة، وبين الإعلام والجريمة.

■ التعليق على الدراسات السابقة:

في ضوء مراجعة الباحث للدراسات السابقة وما استهدفته من مجالات بحثية، وما أظهرت من نتائج تبين للبحث:

- * ندرة الدراسات الإعلامية والاتصالية المتعلقة بوظيفتها المجتمعية في مجال الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.
- * تركيز الدراسات السابقة على وصف الواقع، ومظاهره السلبية، دون البحث في الأسباب التي أدت إلى هذا الواقع وسبل النهوض به.
- * الحاجة الماسة إلى دراسات تأسيسية؛ تسهم في تطوير بناء معرفي متخصص يحدد الوظائف والأدوار والمسؤوليات، ومتطلبات الممارسة المهنية الاحترافية المفضية لبناء علاقة إيجابية، بين وسائل الإعلام ومؤسسات الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.





٣) مشكلة الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى الوقوف على التراكمات العلمية للمنطلقات والنظريات والوظائف في الحقل الإعلامي، التي تتناول مسؤولية وسائل الإعلام في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، بما يسهم في الحفاظ على قيم المجتمع وثقافته وهويته، من خلال المقاربة النظرية لوظيفة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في المجتمع، والنظريات المفسرة لمسؤولية وسائل الإعلام في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وصولاً إلى بناء إطار وظيفي يحدد مسؤولية وسائل الإعلام في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، لتحديد فيه أبعاد العلاقة الوظيفية بين وسائل الإعلام ومؤسسات الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.





٤) تساؤلات الدراسة

■ تسعى الدراسة لتحقيق أهدافها من خلال الإجابة عن التساؤلات التالية:

- * ما النظريات المفسرة لمسؤولية وسائل الإعلام في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر؟
- * ما وظائف مؤسسات الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في المجتمع؟ ومكانتها القيمة فيه؟
- * ما وظائف وسائل الإعلام التي تحدد مسؤوليتها في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر؟
- * ما طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام، ومؤسسات الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر؟





٥) منهج الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى مجموعة الدراسات الوصفية، التي تعتمد على جمع المعلومات اللازمة لإعطاء وصف لأبعاد أو متغيرات الظاهرة المدروسة، بما يصفها ويحدد أبعادها والعوامل المؤثرة فيها، وطبيعة العلاقة بين متغيراتها باستخدام المنهج الكيفي، الذي يتيح للباحث استقراء ومراجعة البيانات والمعلومات والوثائق العلمية لبناء وتطوير مفاهيم وأطر معمقة، تجيب عن تساؤلات الدراسة وتفسر موضوعها، وتكشف عن خلفياتها النظرية؛ لبناء منتج علمي قائم على الشواهد والبراهين، يؤسس لممارسة تطبيقية مهنية احترافية للنشاط الإعلامي.



٦) المرجعية النظرية للدراسة

يمكن فهم العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع بصورتها العامة، من خلال معرفة درجة اعتماد كل منهما على الآخر في أداء وظيفته التي يضطلع بها، وترسم النظرية البنائية الوظيفية - التي تمثل المرجعية النظرية لهذه الدراسة - العلاقة بين مؤسسات المجتمع وأفراده، من خلال نظرة شاملة تصور المجتمع على أنه أجزاء متفاعلة و مترابطة، ولكل جزء منها مساهماته الرئيسة في المحافظة على بناء المجتمع الكلي واستقراره وتوازنه، وتوفير التضامن والتكامل الداخلي بين أجزائه، وذلك عن طريق توزيع الوظائف بين عناصر التنظيم بشكل متوازن، يحقق الاعتماد المتبادل بين هذه العناصر، ويشير مصطلح بناء (Structure) إلى العناصر التي يتكون منها التنظيم والعلاقات التي تقوم بين هذه العناصر^(١)، بينما يشير مصطلح الوظيفة (Function) إلى الدور الذي يسهم به الجزء في الكل^(٢)، ومن ثم فإن الوظيفة تتمثل في تحديد الأدوار التي يقوم بها كل عنصر في علاقته بالتنظيم الكل، والطريقة التي تسهم بها الأنشطة المتكررة في الحفاظ على استقرار المجتمع وحفظ توازنه^(٣).

وبالتالي فإن وسائل الإعلام ترتبط بنائياً ووظيفياً بالظواهر الاجتماعية والثقافة في المجتمع، وتؤدي وظيفة حيوية في التكامل الاجتماعي والسياسي، وتنسجم هذه الوظيفة مع ثقافة المجتمع وفكره وأهدافه؛ حيث تدعم مراكز السلطة

(١) عبد الحميد، محمد: مرجع سابق، ص: ١٣٠

(٢) حسن، حمدي: مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال، القاهرة، الدار المصرية للكتاب، الطبعة الأولى، ١٩٧٨م، ص: ٢٩٢

(٣) مكاي، حسن عماد، و ليلي السيد (١٩٤١ هـ) الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط١ مكاي، ص: ١٢٥

وتعزز القيم الاجتماعية فيه، وتنسق مع المؤسسات الأخرى وتتعاون معها في أداء الأنشطة الاجتماعية، وترتيب بعض الأولويات وتضفي هالة من الاحترام للأفراد والمؤسسات والجماعات التي تستعمل الوسيلة الإعلامية، وعليه فإن كفاءة النظام الإعلامي ومؤسساته ترجع إلى كفاءة النظم السياسية والاجتماعية والاقتصادية، التي يتكون منها البناء التنظيمي للمجتمع؛ أي: أن وسائل الإعلام تتأثر بالبيئة التي تعمل فيها وتستجيب لها، وتمثل هذه الاستجابة تفاعلاً في إطار اجتماعي بين وسائل الإعلام ومؤسسات المجتمع الأخرى.^(١)

واستناداً لهذا الأساس العلمي فإن وسائل الإعلام، تصنف ضمن المؤسسات الاجتماعية التي تعرض الأنشطة الثقافية وتنتج المعلومات من أجل توصيلها للجمهور، وتختلف المؤسسات الإعلامية عن المؤسسات المعرفية الأخرى، كالمدارس والجامعات من حيث كونها تسعى لنقل كل أنواع المعرفة إلى المجتمع، وتنوب عن بعض المؤسسات الاجتماعية في القيام ببعض وظائفها، والمؤسسة الإعلامية في إطار تصنيفها ضمن مؤسسات المجتمع نظام اجتماعي يؤثر في النظم الاجتماعية الأخرى ويتأثر بها.^(٢)

وتكتسب وسائل الإعلام وفقاً لفرضية النظرية الوظيفية أهميتها ومكانتها في المنظومة المجتمعية من خلال المحددات التالية:

(١) تعتمد المعرفة الإنسانية على فكرة المفاهيم والمفهوم هو: مجموعة

(١) البطريق، نسمة أحمد (١٩٩٣) الإعلام ومناهج البحث الاجتماعي، مجلة الدراسات الإعلامية

للسكان والتنمية والتعمير، المركز العربي للدراسات الإعلامية، عدد ٧٠، يناير، ص ٣١

(٢) آل توييم، عبدالله محمد (١٤٢١هـ) العوامل المؤثرة في ترتيب أولويات القضايا الاقتصادية في

الصحف السعودية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام بجامعة الإمام محمد بن

سعود الإسلامية، ٧٦

من الصفات ذات المعنى لبعض جوانب الواقع، التي يمكن التعرف عليها، عن طريق اسم أو رمز يعد جزءاً من اللغة،^(١) وبالتالي فإن العملية الاتصالية الإنسانية تقوم على مبدئين، أحدهما: المفاهيم باعتبارها أساس المعرفة الشخصية عن الواقع، وثانيهما: عادات اللغة باعتبارها القواعد الاجتماعية التي تحقق التفاهم بين مجموعة من البشر، ومن ثم يأتي الخيار بين البدائل السلوكية كأحد أهم نتائج المعرفة.^(٢)

٢) يدرك الفرد بيئته وما يحيط به اعتماداً على الاتصال، وذلك من أجل تكوين صور متعددة عما حوله تفيد في اتخاذ قراراته وأحكامه، وتتصدر وسائل الإعلام الوسائل المختلفة في بناء المعاني والصور الذهنية، باعتبارها المصدر الأساس للمعرفة لقطاع كبير من الأفراد في أي مجتمع؛ بل إن الوسائل الأخرى لم تعد تستطيع أن تنافس وسائل الإعلام في كم المعلومات والمعارف التي تقدمها وحدثتها بتأثير التطور التقني،^(٣) وعليه فإن وسائل الإعلام تقدم تفسيرات للواقع بالكلمة والصورة والحركة واللون، وتضفي على من يتلقون الرسالة الإعلامية صبغة ذاتية، ويبنى الأفراد معاني مشتركة للواقع الاجتماعي، من خلال ما يقرؤونه أو يسمعونه أو يشاهدونه، ومن ثم فإن سلوكهم الشخصي والاجتماعي يمكن أن يتحدد جزئياً من خلال التفسيرات التي تقدمها وسائل الإعلام.

٣) وسائل الإعلام واحدة من المؤسسات التدميمية التي تعزز البناء التنظيمي، وتحافظ عليه وتعمل من أجل تكامل وحدات المجتمع وتماسكها، وهذه الوظائف

(١) حسن عماد، والسيد، ليلي حسين، مرجع سابق، ص ١٤٦

(٢) المرجع السابق، ص ١٤٧

(٣) عبدالحميد، محمد (١٤٢٥هـ) نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة دار عالم الكتب، ط ٣، ص

هي التي تحدد موقع وسائل الإعلام بين مؤسسات المجتمع، ولا تتحقق العلاقة أو المكانة الاجتماعية الوظيفية للمؤسسة الإعلامية إلا إذا اعترف بها باقي عناصر المجتمع، أو على الأقل المؤسسات التي تتعامل معها.^(١)

٤) توجد روابط بين المؤسسات الإعلامية والمؤسسات الاجتماعية الأخرى داخل المجتمع؛ حيث تهتم وسائل الإعلام بإنتاج المعرفة وإعادة إنتاجها وتوزيعها، من خلال مجموعة من الرموز التي تشكل خبرة أفراد المجتمع عن العالم الاجتماعي، وهي في الوقت ذاته تعتمد على: النظم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية كمصادر للمعلومات ومصدراً للتشريعات القانونية والتنظيمية للممارسة الإعلامية، كما تقوم وسائل الإعلام بدور الوسيط للتواصل بين مؤسسات المجتمع وأفراده،^(٢) وحجم المسؤوليات المترتبة عليها.

من جهة أخرى، فإن الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر قيمة مجتمعية ذات مكانة مهمة لدى أفراد المجتمع؛ حيث تنظر إليها المجتمعات باعتبارها مبدأ يسهم في المحافظة على متطلبات الضبط الاجتماعي، الذي يشير إلى قدرة البيئة الاجتماعية على توجيه أفرادها وفقاً للقيم التي تؤمن بها^(٣)، وهذه القيمة المجتمعية متأصلة في المجتمعات على اختلاف عقيدتها وقيمها، إذ يمكن أن ينظر إليه في مجتمع ما بأنها النظام العام أو المصلحة العامة، وتتولى القيام بهذا الدور في تلك المجتمعات عدد من المؤسسات الحكومية وعلى رأسها ما

(١) آل تويم، مرجع سابق، ص ٧٩

(٢) جابر، سامية محمد، وآخرون (١٩٩٧م) الإعلام والمجتمع: نحو منظور اجتماعي نقدي للاتصالات

الجماهيرية، القاهرة، دار المعرفة الجامعية، ص ١٤٧

(٣) الرومي، علي بن عبدالرحمن، وآخرون (١٤٢٨هـ) وقوعات هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر

دراسة ميدانية لأنواعها، حجمها، سببها، الآثار المترتبة عليها، وأساليب الحد منها، ص ١٢٨

يسمى بالشرطة المجتمعية، من خلال شراكة بين الشرطة والمجتمع المحلي بغرض الوقاية من الجريمة ومكافحتها، ومنع الرذيلة والحفاظ على الفضيلة، وهذا النظام يركز على منع الجريمة قبل وقوعها، وذلك بالتدخل الآمن في ذلك العمل، ومنها النصح والإنذار تم التدخل، ومن إيجابيات ذلك العمل وتلك الشراكة، التدخل الاجتماعي عند ظهور أي بادرة مخالفة للمعتقدات والعرف أو التقاليد، وذلك قبل وقوع أي جريمة، ويكون لذلك حماية للمجتمع من أي انحرافات.^(١)

وفي المجتمع المسلم يتجسد هذا الدور الحيوي في منهج إلهي، يتعبد المسلم في القيام به صيانة للمجتمع وحفاظاً على هويته وقيمه؛ فالمعروف: اسم جامع لكل ما عرف من طاعة الله، والتقرب إليه والإحسان إلى الناس^(٢). والمنكر كل ما قبحه الشرع وحرمه وكرهه فهو منكر^(٣)، والمتبادر من المعروف الطاعات، ومن المنكر المعاصي التي أنكرها الشرع.^(٤) وبالتالي فإن المعروف هو كل ما أمر الله به ورسوله صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، والمنكر كل ما نهى الله ورسوله صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ. ومعنى الأمر بالمعروف: الدعوة إليه والترغيب فيه وتمهيد أسبابه حتى تتوطد أركانه وتطرق سبله ويعم الخير به، ومعنى النهي عن المنكر: الصد عنه والتفكير منه ومقاومته وأخذ السبل عليه حتى لا يقع أصلاً أو يتكرر.

(١) أبو شامة، عباس (١٤٣٢هـ) الشرطة المجتمعية من منظور إسلامي، مجلة بحوث الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، الرئاسة العامة لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في المملكة العربية

السعودية، الرياض، العدد الثاني، ص ٢

(٢) ابن الأثير، النهاية في غريب الحديث، ج ٣، ص ٢١٦.

(٣) المصدر السابق ج ٥، ص ١١٥.

(٤) محمود الألوسي، روح المعاني، بيروت، دار إحياء التراث العربي، ج ٤، ص ٢٨.



ويهدف الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر إلى عدة أهداف، من شأنها تحقيق سعادة الإنسان في الدنيا والآخرة، ومن أهم هذه الأهداف:

- ١) حفظ الإسلام من الشرك والبدع.
- ٢) تعزيز معاني الخير والصلاح في الأمة الإسلامية.
- ٣) إزالة عوامل الفساد والشر من حياة الأمة.
- ٤) تهيئة المناخ المناسب الذي تنمو فيه الآداب والفضائل، وتختفي فيه المنكرات والرذائل، ويتربى في ظلّه الضمير العف، والوجدان اليقظ الذي لا يسمح للشّر أن يبدأ، فضلاً عن أن يبقى أو يمتد.
- ٥) تكوين الرأي المسلم الواعي الذي يحرس آداب الأمة، وفضائلها وأخلاقها وحقوقها.
- ٦) بعث الإحساس بمعنى الأخوة والتكامل، والتعاون على البر والتقوى، واهتمام المسلمين ببعضهم، وذلك مما يوطد الأمن ويعتد الطمأنينة على الحقوق والحرّات، وأنها في حراسة الأمة وبأعينها، مما يؤكد الثقة والمحبة والاعتزاز بالجماعة في قلوب المؤمنين^(١).

إن مؤسسات الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر والأهداف التي تسعى لتحقيقها في المجتمع، وما تنهض تؤوله وسائل الإعلام من وظائف تخاطب العقل الإنساني داخل المجتمع، باعتبارها مسؤولة عن إنتاج المعرفة وتوزيعها، وتكوين رأي عام مساند لتلك القيم، ووظيفتها المساندة لمؤسسات المجتمع الأخرى، في

(١) الحقيّل، سليمان بن عبد الرحمن (١٤١٧هـ) الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في ضوء الكتاب



كونها وسيط فعال بين المؤسسات وجمهورها، في علاقة اعتماد متبادل تمكن من تكامل أدوارها في توفير مناخ اجتماعي، يتيح للجميع المشاركة والتفاعل في بناء المجتمع والمحافظة عليه يمثل ذلك مرجعية علمية تؤسس لوظائفها وأدوارها المجتمعية، وتفسر في الوقت نفسها طبيعة العلاقة بين مؤسسات الحسبة ووسائل الإعلام، وحجم المسؤوليات والوظائف التي ينبغي أن تنهض بها في ضوء التكامل الوظيفي بينهما التي تطرحها النظرية البنائية الوظيفية.

وبالتالي فإن موضوع الدراسة المتمثل في تحديد مسؤولية وسائل الإعلام في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، يستند في مرجعيته النظرية على فروض النظرية الوظيفية التي تقدم إطاراً علمياً حافلاً، يتوقع الباحث أن يكون أساساً علمياً مناسباً؛ لتحليل واستقراء النصوص ذات العلاقة بموضوع الدراسة ومفسراً لنتائجها.





ثانياً: الدراسة التطبيقية

المبحث الأول

النظريات المفسرة لمسؤولية وسائل الإعلام في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر

استناداً إلى ما يمثله الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر من مكانة اجتماعية ودور حيوي في المجتمع، وما أشار إليه الباحث من علاقة وظيفية بين وسائل الإعلام ومؤسسات الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر؛ فقد أسس علماء الاتصال ودارسوه إطاراً علمياً حافلاً بالنظريات والاختبارات التجريبية، التي درست حركة العملية الإعلامية داخل المجتمع والتأثيرات المحتملة للمضمون الإعلامي على أفراد المجتمع ومؤسساته، كما ساهمت هذه الدراسات والنظريات في تحديد الأدوار والوظائف التي ينبغي للمؤسسة الإعلامية النهوض به، يمكن عرض أهم النظريات الإعلامية التي اختبرت فروضها التأثيرات المحتملة لوسائل الإعلام، وعلاقة ذلك بمسؤوليتها تجاه الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر فيما يأتي:

■ نظرية المسؤولية الاجتماعية:

جاءت نظرية المسؤولية الاجتماعية لتعزيز مفهوم الحرية الإعلامية، ولكنها حملت معها فكرة الحرية المسؤولة وليست الحرية المطلقة، ولذلك فإن مبادئ هذه النظرية حاولت أن تحرر وسائل الإعلام من تسلط بعض فئات المجتمع عليها، وأن تنادي بالموضوعية في الرسالة الإعلامية، وأن تحافظ على قيم المجتمع، وتكون ناقلة لهذه القيم من جيل إلى جيل، وبقاء هذه الوسائل بعيدة

عن ضغوط السلطة وجماعات المصالح.^(١)

واهتمت هذه النظرية بتحديد الوظائف التي ينبغي أن تقدمها وسائل الإعلام لأفراد المجتمع، وتحديد المعايير الأساس للأداء الإعلامي، بجانب القيم المهنية التي تحكم سلوكيات الإعلاميين في أداء واجباتهم الوظيفية، وتطرقت نظرية المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام إلى قيم المعالجة الإعلامية للموضوعات والأحداث، والقضايا المختلفة التي ينبغي أن تشتمل على الصدق والدقة والشمول (خلفية الحدث - الأشخاص الفاعلين - طبيعة الظروف المكانية والزمانية - الأبعاد السياسية والاقتصادية للحدث) والموضوعية بأبعادها المختلفة (الإسناد-التوازن - فصل الخبر عن الرأي - اللغة المستخدمة).^(٢)

وترتكز نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام على ثلاثة أبعاد رئيسة يتصل البعد الأول: بالوظائف التي ينبغي أن يؤديها الإعلام المعاصر ويتصل البعد الثاني: بمعايير الأداء بينما يتصل البعد الثالث: بالقيم المهنية التي ينبغي مراعاتها في العمل الإعلامي،^(٣) وبالتالي فإن هذه النظرية تنطلق في رؤيتها للعمل الإعلامي من مبادئ رئيسة من أهمها: قيام وسائل الإعلام بالتزاماتها الاجتماعية في خدمة المجتمع وأفراده، وإتاحة الفرصة أمام مختلف الآراء للتعبير عن

(١) العباسي، أميرة (٢٠٠٣) رؤية الصحفيين في الصحف المصرية لأخلاقيات الممارسة المهنية، المؤتمر العلمي السنوي التاسع: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، الجزء الأول، مايو)، ص ٢٩٠-٢٦١

(2) Dennis Elliott ، Social Responsibility representation and reality، “ Responsible journalism: Beverly Hills ، 1986” ، PP. 101 – 106.

(٣) عادل عبد الغفار، أبعاد المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة: دراسة تطبيقية على برامج الرأي المقدمة بقناة دريم، المؤتمر العلمي السنوي التاسع: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، الجزء الأول، مايو ٢٠٠٣)، ص ٧٥٥.

نفسها، ووضع مقاييس مهنية من الصدق، والدقة والتوازن؛ حتى تحصل على ثقة الجمهور، مع ضرورة الالتزام من جانب وسائل الإعلام بتقديم صورة ممثلة للمجتمع وفئاته، وأن تتجنب الصور النمطية خاصة السلبية منها تجاه فئات المجتمع المختلف.^(١)

واستناداً إلى ذلك فإن وسائل الإعلام في المجتمع السعودي يقع على عاتقها، أن تمارس مهنتها الإعلامية بمنهجية توازن بين الحرية والمسؤولية وفق ما يلي:

* قيام وسائل الإعلام بوظائفها في المجتمع انطلاقاً من قيمه وعقيدته، بما يحافظ عليها ويعززها.

* أدائها لعملها بصورة احترافية ملتزمة بأخلاقيات وشرف المهنة، التي حددتها قيم المجتمع وثقافته السائدة.

* المعالجة الموضوعية لقضايا المجتمع بصورة تتيح الفرصة بصورة متوازنة، تحقق الإيجابية وتقلل من الإثارة والشحناء.

■ نظرية الاعتماد المتبادل:

تمثل المعلومات مصدر قوة وتميز لمن يمتلكها ولمن يستطيع الوصول إليها، من أجل فهم طبيعة الأشياء والتفاعل معها، ولبناء نظام ناجح لتداول المعلومات فإن وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعي بمؤسساته المختلفة، ترتبط بعلاقات تتسم بخصائص تفرضها سمات المجتمع الحديث، حيث يعتمد أفراد الجمهور على

(١) محمد حسام الدين: المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية: دراسة مقارنة للمضمون والقائم بالاتصال في الصحف القومية والحزبية من ١٩٩١-١٩٩٤، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٦، ص ١٢٥-١٢٨.



وسائل الإعلام كنظام فرعي لإدراك وفهم نظام فرعي آخر هو المحيط الاجتماعي من حولهم، ووسائل الإعلام هي الأخرى مرتبطة بالنظام الاجتماعي الذي يحدد طبيعة عملها، ويمدها بالمعلومات من مصادرها لتتولى وسائل الإعلام توزيعها على الجمهور، كما أن مؤسسات المجتمع بحاجة إلى التعرف على احتياجات جمهورها ومتطلباتهم ومواقفهم تجاه الخدمات والأنشطة التي تقدمها.

يفسر الكثير من الخبراء هذه العلاقة على أساس من الاعتماد المتبادل بين ثلاثة أضلاع هي: وسائل الإعلام، والجمهور، ومؤسسات المجتمع وأنظمتها فيرى ديفليور وروكيتش أن العلاقات القائمة على الحاجة المتبادلة بينهما يمكن تفسيرها في إطار مفهوم الاعتماد المتبادل؛ فكل من وسائل الإعلام والمؤسسات الأخرى في المجتمع، لا تستطيع إنجاز أعمالها وتحقيق أهدافها دون الاعتماد على بعضها البعض.^(١)

فالمؤسسات تعتمد على وسائل الإعلام وما تقدمه من معلومات بنفس المستوى الذي تعتمد فيه وسائل الإعلام على هذه المؤسسات أو النظم في كثير من مجالات عملها، وبصفة خاصة المعرفة المتخصصة التي تقوم بنشرها أو إذاعتها.

وبطريقة أخرى نجد أن علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى، هي التي تحدد الأدوار الاجتماعية لوسائل الإعلام، وتحدد كذلك كيفية استخدام الأفراد لها، وهذا ما يفسر القول بأن علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى، تشكل طبيعة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام.

(١) ملفين ل. ديفليور، وساندرا - روكيتش ترجمة كمال عبدالرؤوف (٢٠٠٢) نظريات وسائل الإعلام،



واستناداً إلى ذلك فإن مسؤولية وسائل الإعلام في المجتمع السعودي تتحدد في ضوء علاقتها المتبادلة مع مؤسسات الحسبة من خلال:

- * بناء علاقة إيجابية بين وسائل الإعلام ومؤسسات الحسبة تحقق كفاءة عالية في التواصل والتكامل وتدفع المعلومات، والتعرف على احتياجات المجتمع ومشكلاته، ومعالجتها بما يتوافق سمات وخصائص أفراده.
- * القيام بدور الوسيط الفعال بين مؤسسات الحسبة وجمهورها.

■ نظرية الغرس الثقافي:

تعد نظرية الغرس الثقافي تصوراً تطبيقياً للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى، وتشكيل الحقائق الاجتماعية والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات، ويمكن وصف عملية الغرس الثقافي بأنها نوع من التعلم العرضي الذي ينتج عن التعرض التراكمي لوسائل الإعلام؛ حيث يتعرف الجمهور - بدون وعي - على حقائق الواقع الاجتماعي، وتكون هذه الحقائق بصفة تدريجية أساساً للصور الذهنية والقيم، التي اكتسبها عن العالم الحقيقي. (١)

وعليه فإن نظرية الغرس الثقافي تقدم أساساً علمياً، يحدد مسؤولية وسائل الإعلام في المجتمع السعودي في مجال الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، من خلال:

- * توظيف التأثير التراكمي الممتد للمضمون الإعلامي على المتلقين، بما يسهم في بناء صورة ذهنية إيجابية عن قيمة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر لدى أفراد المجتمع، نتيجة تعرضهم لوسائل الإعلام عبر مضامينه

(١) البشر، محمد بن سعود (١٤٢٤هـ) نظريات التأثير الإعلامي، الرياض، دار غيناء، ص ٨٥



المختلفة، التي تشكل عبر الزمن رؤية المجتمع لشعيرة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.

* تعزيز القيام بشعيرة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر لأنها مسؤولية مشتركة وبمفهوم شمولي داخل المجتمع، يمنح العاملين في هذا المجال المكانة المرموقة التي تمكنهم من القيام بمهامهم، وتجعل وظيفة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر عملاً محبباً لدى أفراد المجتمع.

* الابتعاد عن بث ونشر المضامين التي تتعارض مع متطلبات الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، حتى لا تتنافر مؤسسات المجتمع بدلاً من تكاملها في حفظ دين المجتمع وأخلاقه.

■ نظرية التعلم بالملاحظة: (النمذجة)

تعد نظرية النموذج من المساهمات المهمة لمعرفة دور وسائل الإعلام في التطور الاجتماعي للفرد، وهي إحدى نظريات التعلم المرتبطة بالملاحظة؛ حيث إن الناس يمكنهم محاكاة السلوك الذي يلاحظونه عبر وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون.

وهي من أهم نظريات التعلم التي تم تطويرها لتفسير اكتساب الأنماط السلوكية من خلال التعرض لوسائل الإعلام، التي قدمها البرت باندورا معتمدة على المحاكاة لسلوك الآخرين، باعتبارها نماذج وقدرات يمكن ممارستها والتأثر بها، وقد أثبتت عدد من الدراسات أن الأطفال والبالغين يكتسبون الاتجاهات والاستجابات العاطفية، والأنماط الجديدة من خلال النماذج التي تعرض.^(١)

(١) عبدالحميد، مرجع سابق، ٣٢٣



وبهذا فإن مسؤولية وسائل الإعلام في المجتمع السعودي تتعين وفق هذا الأساس النظري من خلال ما يلي:

* أن ما ترسمه وسائل الإعلام من نماذج مختلفة وما تحدده من أنماط سلوكية وأراء وأفكار، ينبغي أن تتوافق مع قيم المجتمع وثقافته السائدة.

* أن تقدم قيمة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر من خلال المواد الإعلامية، وخاصة الأعمال الدرامية والتسجيلية بما يدعم ويعزز هذه الشعيرة لدى أفراد المجتمع؛ حيث يمكن تعزيز سلوك النماذج المهمة بها ومجالاتها مما يعد دافعاً لاكتساب هذا السلوك، وبالتالي تسهم في تعزيزها وتدعو إلى الاهتمام بها.

* أن تميز في موادها ومضامينها الإعلامية بين الشعيرة كقيمة اجتماعية وعبادة ربانية، وبين الممارسات الخاطئة التي قد يرتكبها بعض العاملين في مجال الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر؛ حتى لا يكون تأثيرها سلبياً من خلال معاينة النماذج ذات العلاقة بهذه الشعيرة، والتقليل من شأن رجالها وإحباط تجاربهم، وبالتالي إلى كبت السلوك الإيجابي نحوها.

■ نظرية تحليل الإطار الإعلامي:

تقدم نظرية الإطار الإعلامي تفسيراً منتظماً للدور الذي تقوم به وسائل الإعلام، لتشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا المطروحة، وتحديد أولويات الجمهور من خلال التحكم في التدفق الإخباري للأحداث، كذلك القدرة على تشخيص المشكلات وأسبابها وإصدار الأحكام بشأنها.

ووفقاً لإنتمان (Entman) فإن الإطار يعني «اختيار بعض أوجه الحقيقة

المدركة وجعلها أكثر بروزاً في النص الإعلامي، بطريقة تسعى للترويج لتعريف معين، أو تأويل نسبي، أو تقويم أخلاقي، أو توصية علاجية لمسألة بعينها»^(١) وتشير رهي (Rhee) إلى أن الإطار يمكن فهمه في أفضل وجه على أنه "قدرة وسائل الإعلام على تغيير نظرة الفرد للواقع، من خلال تفعيل منظومة من المفاهيم العقلية في الذاكرة لأمد طويل، واستخدامها في مهام معرفية لاحقة"^(٢)، ونخلص مما سبق إلى أن مفهوم الإطار ينطوي على: إبراز جوانب معينة في النص الإعلامي تجاه حدث أو قضية معينة، وإغفال أو استبعاد جوانب أخرى، وهذا من شأنه أن يضيف أهمية بالغة للدور الذي تؤديه الأطر الإعلامية، في تشكيل اتجاهات وآراء الجمهور حيال القضايا والأحداث المهمة.^(٣)

وبالتالي فإن الإطار الإعلامي لقضية ما يعني انتقاء متعمد لبعض جوانب الحدث أو القضية، وجعلها أكثر بروزاً في النص الإعلامي، واستخدام أسلوب محدد في توصيف المشكلة وتحديد أسبابها وتقييم أبعادها، وطرح حلول مقترحة بشأنها. وفي ضوء ذلك البعد النظري لفروض نظرية الأطر الخبرية، فإن مسؤولية وسائل الإعلام في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في المجتمع السعودي تتحدد بما يلي:

- (1) Entman ، Robert M.، Framing: Toward Clarification of a Fractured paradigm، Jouranal of communicaton. Vol. 43، No. 4، Autumn 1993، P52.
- (2) Rhee، June W.، Strategy and Issue Frames in Election Campaign Coverage: As Social cognitive Accounts of Framing Effects، Journal of communication، vol. 47، No. 3 Summer 1997، P 44.

(٣) الجمعية، أحمد محمد (١٤٢٧هـ) المعالجة الصحفية لأحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١م وتداعياتها في الصحف السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ص ٧٦



* مستوى الإبراز والاهتمام والترتيب على سلم القضايا المطروحة، والكيفية التي يتم على ضوئها معالجة قضايا الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في التغطيات الإعلامية لهذه الشعيرة.

* المساهمة في بناء صورة ذهنية إيجابية عن الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر لدى الجمهور، استناداً إلى الرؤية التي تتبناها هذه الأطر، ومكانتها في المجتمع ودورها في تنميته.



المبحث الثاني

وظيفة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في المجتمع

الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر واجب من أوجب الأعمال، وأصل عظيم من أصول الشريعة قام به الأنبياء، ورتب سبحانه وتعالى على القيام به الخيرية للأمة، وقد دل على ذلك نصوص الكتاب والسنة وفعل النبي صلى الله عليه وسلم وأصحابه وأتباعه، وقد بلغ اهتمام المسلمين بواجب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر بأن تبنت الدولة الإسلامية بشكل رسمي الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، فأقامت ولاية الحسبة لهذه المهمة؛ باعتبارها إحدى مؤسسات الدولة، فولاية الحسبة كما عرفها علماء المسلمين: «أمر بمعروف ظهر تركه ونهي عن منكر ظهر فعله»^(١).

وقد جرت عادة ولاية أمور المسلمين على القيام بهذه المهمة، أو تكليف فئة للقيام بها نيابة عنهم، وفي المملكة العربية السعودية جاءت المادة الثالثة والعشرون في النظام الأساسي للحكم ذي الرقم ٩٠/أ والتاريخ ٢٧/٨/١٤١٢ هـ لتنص على أن «تحمي الدولة عقيدة الإسلام، وتطبق شريعته، وتأمّر بالمعروف وتنهي عن المنكر، وتقوم بواجب الدعوة إلى الله» وأنشأت لهذا الغرض الرئاسة العامة لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر التي نصت المادة التاسعة من نظامها على أن: «من أهم واجبات هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر إرشاد الناس ونصحهم لاتباع الواجبات الدينية المقررة في الشريعة الإسلامية، وحمل

(١) للمزيد من المعلومات انظر: الماوردى، الأحكام السلطانية ص ٢٤٠، وكتاب الأحكام السلطانية للفراء الحنبلي، ص ٢٨٥، نهاية الرتبة في طلب الحسبة لعبد الرحمن بن نصر الشيرزي، ص ١٠.



الناس على أدائها، وكذلك النهي عن المنكر بما يحول دون ارتكاب المحرمات والممنوعات شرعاً، أو اتباع العادات والتقاليد السيئة أو البدع المنكرة»^(١).

ثم تأتي المادة الأولى من اللائحة التنفيذية لنظام هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر لتوضح أن قيام الهيئة بتلك الواجبات يكون باتباع الآتي:

١) حث الناس على التمسك بأركان الدين من صلاة وزكاة وصوم وحج، وعلى التحلي بأدابه الكريمة والدعوة إلى فضائل الأعمال، كالصدق والإخلاص والوفاء وبر الوالدين ومراعاة حقوق الجار والإحسان إلى الفقير.

٢) مراقبة إقامة الصلاة في أوقاتها في المساجد، وحث الناس على المسارعة إلى تلبية النداء، وإغلاق المتاجر وعدم مزاوله أعمال أثناءها.

٣) مراقبة الأماكن العامة من أسواق وطرقات وحدائق، للحيلولة دون وقوع المنكرات الشرعية الآتية: الاختلاط والتبرج، التشبه بالجنس الآخر، التعرض للنساء، الجهر بألفاظ منافية للأداب، تشغيل المذياع أو المسجل أو التلفزيون على نحو يشوش على المصلين، إظهار غير المسلمين لمعتقداتهم أو شعائرهم أو إظهارهم عدم الاحترام لشعائر الإسلام، عرض أو بيع الصور أو الكتب أو التسجيلات المرئية أو الصوتية المنافية للأداب، أو المخالفة للعقيدة (بالاشتراك مع الجهات المعنية)، عرض الصور المجسمة أو الخليعة أو شعارات الملل غير الإسلامية، صنع المسكرات أو ترويجها أو تعاطيها (بالاشتراك مع

(١) المركز الوطني للوثائق والمحفوظات الحكومية:



الجهات المعنية) منع دواعي ارتكاب الفواحش أو إدارة البيوت أو الأماكن لارتكابها، والبدع الظاهرة كتعظيم بعض الأوقات أو الأماكن أو الاحتفال بالأعياد والمناسبات غير الإسلامية، وأعمال السحر والشعوذة والدجل، وتطيف الموازين، ومراقبة المسالخ والمعارض ومحلات الخياطة النسائية.^(١)

وبالتالي فإنه يمكن النظر إلى وظيفة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في المملكة العربية السعودية من خلال ثلاثة أبعاد رئيسة، تتكامل في تحقيق هذه القيمة يتضمن **البعد الأول**: بناء ثقافة عامة لدى أفراد المجتمع، تعزز هذه القيمة باعتبارها صمام الأمان لتحقيق الضبط الاجتماعي، فيستشعر أفراد المجتمع مكانة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في المجتمع وحاجتهم إليه، ودورهم في تحقيقه كل حسب قدرته وولايته.

والبعد الثاني: يختص بالوظيفة التي ينبغي على أفراد المجتمع القيام بها، في تحقيق وظيفة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في حدود مسؤولياته، والمهام الموكلة إليه الوالد مع أبنائه والموظف في وظيفته والتاجر في مهنته.

أما البعد الثالث: فيختص بولاية الحسبة من خلال مؤسسات متخصصة تقوم بواجب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في المجتمع بصورة مباشرة، من خلال الدور الرقابي الذي تنهض به والمهام والاختصاصات الموكلة إليها من قبل ولي الأمر.

(١) اللائحة التنفيذية لنظام هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر بالمملكة العربية السعودية الصادر بالقرار رقم ٢٧٤٠ وتاريخ ٢٤/١٢/١٤٠٧ هـ المنشور بجريدة أم القرى في العدد رقم ٣٢٠٣ وتاريخ ٣٠/٧/١٤٠٨ هـ.



وفي ضوء ذلك فإن المجال الوظيفي الذي تنهض به مؤسسات الحسبة للقيام بواجب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في المجتمع، ينتظم في مهام متعددة على مستوى الأفراد والمؤسسات من خلال ما تقوم به الرئاسة العامة لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وغيرها من المؤسسات الحسبية التي تنهض بهذه الوظيفة، وهي مؤسسات رقابية أنشأتها الدولة لتحمي المصالح العامة، من أهمها: ديوان المراقبة العامة، وهيئة التحقيق والتأديب، وهيئة التحقيق والادعاء العام، والهيئة الوطنية لمكافحة الفساد، ومصلحة الجمارك وغيرها من الجهات المكلفة بالنظر في مدى قيام أفراد ومؤسسات المجتمع بمسؤولياتهم، وتطبيقهم للأنظمة والتعليمات.

وهي جهود تستند في مجملها على الوظيفة الاتصالية للقائمين عليها، من خلال تعاملهم مع أفراد المجتمع ومؤسساته، وتتطلب مهارات فاعلة لتحقيق هذه الأدوار، وهو حجر الزاوية في علاقتها بوسائل الإعلام.





المبحث الثالث

المسؤولية الوظيفية لوسائل الإعلام في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر

في إطار ما طرحته الدراسة من أطر نظرية، ومنطلقات فلسفية ينبغي أن تستند إليها الممارسة المهنية للنشاط الإعلامي بشكل عام، يمكن القول بأن مسؤوليتها في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر تتجلى في تطبيقات وظيفية بأنماط مختلفة نستعرضها فيما يلي:

■ المستوى الأول: الإعلام المتخصص:

يهتم الإعلام المتخصص بجانب من جوانب المعرفة الإنسانية، ويصل إلى جمهور متخصص تجمعه عدد من الخصائص أو السمات المشتركة، ويتميز بأنه إعلام يقدم مضامين في مجالات محددة كالسياسة، أو الاقتصاد، أو البيئة، أو الصحة، ويمكن أن يكون التخصص في المضمون الإعلامي، أو في التوجه إلى جمهور محدد بحسب المهنة أو النوع أو العمر، ويمكن أن يكون الإعلام المتخصص عبر وسائل مستقلة تخصص في مجال إعلامي بعينه، كالمجلات الصحية، أو مجلات الأسرة، أو ضمن وسيلة إعلامية عامة كالصفحات المتخصصة داخل العدد، والبرامج المتخصصة في الإذاعة والتلفزيون.

ويسأى التوجه نحو الإعلام المتخصص استجابة لكثرة مجالات الحياة، وتشعب ميادينها وتطور حقولها؛ فاستدعى ذلك ظهور إعلام متخصص في مجال ما، سعيًا نحو الإبداع في هذا المجال والإلمام بكل ما يرتبط به، وتطوير آفقه والتركيز على تفاصيله بهدف نشر الثقافة التخصصية في مجال معين، مستنداً على معلومات تسهم في نشر الوعي بين أفراد المجتمع تجاه موضوعه، باستخدام



أساليب إعلامية مهنية تتطلب تأهيل مندوبين إعلاميين لتولي مهام النشاط الإعلامي المتخصص.

وفي هذا النمط تؤدي وسائل الإعلام نشاطاً إعلامياً متخصصاً، يصب في مجال الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر بصورة مباشرة، من خلال عدد من البرامج والمنتجات الإعلامية المتخصصة التي تمثل عملاً متصلاً بجهود المؤسسات الرسمية باعتبارها مؤسسات اجتماعية، وهو العلاقة المهنية بين وسائل الإعلام والمؤسسات ذات العلاقة، التي تفرضها احتياجات المؤسسات المجتمعية لاستخدام قدرات وإمكانات وسائل الإعلام؛ لتحقيق أهدافها المهنية أو المؤسسية، حيث تتولى وسائل الإعلام مسؤوليتها في مجال الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر بصورة مباشرة من خلال اهتمامها بالأنشطة والبرامج المتعلقة بمؤسسات الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وما يرتبط بها من سياسات أو قرارات أو معلومات.

وبالتالي فإن تطبيقات الإعلام المتخصص في مجال الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر تتمثل فيما يلي:

١) مواد إعلامية تنتجها الإدارات الإعلامية في مؤسسات الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر مثل، مجلة الحسبة التي تصدرها الرئاسة العامة لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وبرنامج الرسائل الإعلانية القيمة (قيمنا) وغيرها.

٢) مواد إعلامية متخصصة تقدمها وسائل الإعلام كالصحافة والإذاعة والتلفزيون وتدعمها مؤسسات الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، سواء بتزويدها بالأخبار والمقالات والموضوعات المتخصصة، أو من



خلال الاستضافات والمشاركات والأحاديث.

٣) مواد إعلامية تنتجها مؤسسات وجهات خيرية حكومية أو خاصة، تؤمن بأهمية شعيرة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، مثل الجمعيات الخيرية، ومؤسسات الوقف، ومكاتب الدعوة، وبرامج المسؤولية الاجتماعية في الشركات والمؤسسات.

وجميع هذه المواد تقدم مضامين إعلامية موجهة ومخططة لدعم شعيرة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وتعزيز القيم والمبادئ الإسلامية، وبناء صورة إيجابية عن المؤسسات المعنية بتطبيق هذه الشعيرة في المجتمع، وهي تعمل من خلال ذلك على تحقيق الوظائف الإعلامية التالية:

١) الوظيفة الإخبارية: ❁

من خلال تقديم تغطيات إخبارية متخصصة عن أنشطة وبرامج وخدمات مؤسسات الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، بصورة موضوعية، وللقيام بهذه الوظيفة بشكل يحقق أهداف الشعيرة ومؤسساتها ينبغي أن تنطلق الممارسة الإعلامية في معالجاتها الإخبارية من مبدأ تحقيق النفع ومنع الضرر وإشاعة الخير، فيستشعر أفراد المجتمع من خلال هذه التغطية الأمن والطمأنينة الناتجة عن وجود شعيرة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وقيام المؤسسات المعنية بواجبها.

٢) الوظيفة المعرفية: ❁

من خلال تزويد أفراد المجتمع بالمعرفة المتخصصة عن شعيرة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، والمؤسسات القائمة بها، والأنظمة والتعليمات، والقرارات والحقوق، والواجبات التي تعزز الوعي المجتمعي بهذه الشعيرة



ومكانتها في المجتمع والأدوار المتوقعه من الفرد والمؤسسات تجاهها، والسعي لغرس الفضيلة الخلقية والقيم النبيلة التي ينبغي أن يتحلى بها المسلم، إضافة إلى التنفير من المنكرات والخصال الذميمة بما يحفظ لأفراد المجتمع دينهم ويعزز القيم الإيمانية بينهم.

٣) الوظيفة التوجيهية:

وتسعى ممارسة الإعلام المتخصص في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر من خلال هذه الوظيفة إلى إرشاد أفراد المجتمع وتوجيههم في مسارين: يتنظم المسار الأول في بناء المجتمع من الداخل وربط الأحداث بالسياق التاريخي والاجتماعي والقيمي للمجتمع، والمسار الثاني في تحصين المجتمع وحمايته من الأفكار الدخيلة وكل رذيلة.

٤) الوظيفة التفسيرية:

وتعنى وسائل الإعلام من خلال هذه الوظيفة بتفسير الأحداث ذات العلاقة بالأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وربط الأمة بتراتها في هذا المجال بما يثري الجانب الإيماني والمعرفي المتعلق بهذا الشعيرة.

■ المستوى الثاني: الإعلام العام

يشير خبراء الإعلام إلى أن وظيفة الإعلام الأساسية تكمن في ربط المجتمع، والعمل على تماسكه، والمساعدة على تبادل الآراء والأفكار والمشاركة التفاعلية بين أفراد المجتمع ومؤسساته^(١)، وزيادة الاهتمام بالمصلحة العامة، وتعزيز القيم

(١) نجم، طه عبدالعاطي (٢٠١٢م) الاتصال الجماهيري رؤية سوسيولوجية، دلة الكلمة، الإسكندرية،



المنبثقة من الثقافة السائدة في المجتمع، بما يساهم في تحقيق استقراره ونموه. وبما أن شعيرة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر تعد مبدأً إسلامياً أصيلاً يقوم عليه المجتمع السعودي كما نص عليه النظام الأساسي للحكم، وأشارت إليه السياسة الإعلامية في المملكة العربية السعودية^(١)؛ فإن وسائل الإعلام في المجتمع السعودي تقع عليها مسؤولية نشر هذا المبدأ وتعزيزه ودعم القائمين عليه، بأن تراعي المؤسسات الإعلامية ضمن سياستها التحريرية قيمة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في إنتاجها الإعلامي، وما تبثه من أفكار عبر مضامينها، وتتوخى في ما تبثه من مواد إعلامية غير محليه عدم تعارضها مع قيم المجتمع، وأن تعزز عبر برامجها قيمة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وتقدمه في صورة إيجابية.

وتسعى وسائل الإعلام من خلال هذه الوظيفة إلى أن يكون نشاطها الإعلامي متسقاً مع ثقافة المجتمع وقيمه وأخلاقياته؛ بحيث يعزز المعروف بين الناس، ويحث الناس على الأخذ به، ولا يأمر بالمنكر ولا يدعو له؛ فيكون متكاملًا بين وظيفته التخصصية ووظيفته العامة.

وفي هذا المستوى فإن الأنشطة الإعلامية لا تقبل التقسيم على أساس نوعي، وإنما ينظر إلى الوظيفة الإعلامية في دعم أنشطة المؤسسات الحسبية، باعتبارها وظيفة من الوظائف التي يتعين على مجمل النشاط الإعلامي في المجتمع تحقيقها، وهي بالتالي متكامل مع وظيفتها التخصصية في كونها لا تتعارض مع ما يمكن تقديمه عبر الوظيفة المباشرة.

(١) المركز الوطني للوثائق والمحفوظات الحكومية:



وفي هذا المستوى من النشاط الإعلامي العام، ينهض الإعلام بمهامه في مجال المؤسسات الحسبية بصورة غير مباشرة، باعتبار تنمية الإنسان والعناية بقدراته، والمحافظة على هويته الثقافية وسلامة معتقده وعباداته من وظائف الإعلام في المجتمع، وهي أنشطة تهدف إلى وضع هذه الأهداف ضمن الأولويات العامة والفردية في المجتمع، وبناء صورة ذهنية إيجابية عنها لدى الجمهور العام، وهذه النوعية من الأنشطة غالباً ما تتسم بما يلي:

(أ) أنها تعمل في ظل استراتيجيات التأثير التراكمي الممتد، فهذه النوعية من الأنشطة لها أهداف أكثر تجريداً من الأنشطة الأخرى، وترتبط بمفاهيم لها أهميتها وقوتها وارتباطها ببناء الاتجاهات الفكرية، والثقافة المجتمعية حول قضايا الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ومكانته في المجتمع.

(ب) أنها أكثر قابلية للانتشار عبر مضامين إعلامية مختلفة، من البرامج والأعمال الدرامية ومقالات الرأي.

■ المستوى الثالث: الوظيفة الرقابية:

تقع على مؤسسات الإعلام في المجتمع مسؤولية أخرى تتمثل في وظيفتها الرقابية التي تعد امتداداً لمفهوم السلطة الرابعة (fourth Estate)؛ أي أن وسائل الإعلام تسعى لأن تكون رقيباً على كل ما يدور في المجتمع من مدخلات ومخرجات، بما في ذلك مراقبة المؤسسات الاجتماعية والسياسية النافذة في المجتمع، وهنا يوصف دور وسائل الاتصال بأنه مثل دور الحارس اليقظ، الذي يعمل كحارس ورقيب ضد إساءات استخدام السلطة الرسمية، وكمراقب لمصالح



المجتمع وحمايته من الفساد والانحراف، فوسائل الإعلام تعمل من خلال مراقبة المؤسسات والقضايا والأحداث والآراء، وتسلب الضوء على بعضها وتقويم أداء مؤسسات المجتمع، وتعزيز مبدأ الحق في المعرفة وحماية المجتمع.

وبتطبيق هذه الوظيفة في مجال الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر فإن المؤسسات الإعلامية ينبغي عليها القيام بالمهام التالية:

١) مراقبة أداء مؤسسات الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وتعزيز جوانب التميز، والتنبيه على الأخطاء وجوانب القصور بما لا يتعارض قيمة شعيرة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ومكانتها في المجتمع.

٢) مناقشة أوجه القصور في أداء مؤسسات الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، والصعوبات التي تعيق الأداء الفعال، وتقديم الحلول والبدائل لمشكلاته.

٣) فتح حوارات ومناقشات حول القضايا المتكررة والظواهر السلبية، التي تشير إليها تقارير مؤسسات الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، والمساهمة في التخفيف من آثارها من خلال برامج وقوالب متنوعة.

٤) إتاحة مساحة للتعبير عن الرأي والرأي الآخر، حول قضايا الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ومؤسساته بصورة متوازنة.

٥) تقديم قراءات نقدية موضوعية لقضايا الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.



الخاتمة

في ضوء ما سبق طرحه من من أطر نظرية تمثل محددات لطبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام ومؤسسات الحسبة باعتبارها الجهات المسؤولة عن تطبيق قيمة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في المجتمع، وما انتهت إليه الدراسة من تحديد الوظائف التي ينبغي أن تنهض بها وسائل الإعلام في مجال الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر باعتبارها المسؤولة المهنية لوسائل الإعلام في هذا المجال، فإن ذلك يظهر بجلاء العلاقة الوظيفية، ومستوى الاعتماد المتبادل بينهما، استناداً إلى فروض النظرية البنائية الوظيفية، التي تنظر إلى مؤسسات المجتمع على أن لها بناءات ووظائف محددة، تتكامل وتنسق فيما بينها، بما يحفظ للمجتمع كيانه وهويته ويحقق لها نموه وتطوره.

ويمكن وصف العلاقة بين وسائل الإعلام ومؤسسات الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، باعتبارها علاقة اعتماد متبادل تستند على التشارك والتكامل الوظيفي في خدمة أفراد المجتمع، وبالتالي يمكن قراءة العلاقة الوظيفية بين وسائل الإعلام وهذه المؤسسات وفق ما يلي:

١) مؤسسات الحسبة مؤسسة اجتماعية لديها حجم من المعلومات الأساسية والمتجددة، وترغب إيصالها لأفراد المجتمع.

٢) وسائل الإعلام تملك إمكانات عالية في نشر وتوزيع المعرفة على مستوى عريض من أفراد المجتمع، يصل مع التطور في تقنيات الاتصال إلى ملايين البشر.

٣) مؤسسات الحسبة بحاجة إلى أن يثق أفراد المجتمع بها، وبمكانياتها، ووظيفتها.



٤) وسائل الإعلام ذات تأثير قوي في بناء الصور الذهنية، وبناء المعاني في أذهان المتلقين.

٥) مؤسسات الحسبة بحاجة إلى صناعة رأي عام إيجابي نحو أهدافها، ووظيفتها، وأدوارها في المجتمع بما يسهل قيامها بتلك المهام.

٦) وسائل الإعلام من أفضل المنافذ المتاحة لتكوين رأي عام، يتوحد عليه قطاع عريض من أفراد المجتمع، من خلال طرح الآراء ومناقشتها.

٧) مؤسسات الحسبة بحاجة إلى دراسة ردود أفعال أفراد المجتمع تجاه أنشطتها ومنسوبيها.

٨) وسائل الإعلام تتيح الفرصة لقراءة انطباعات أفراد المجتمع، واتجاهاتهم وتطلعاتهم واحتياجاتهم نحو الخدمات والأنشطة، التي تقدمها مؤسسات الحسبة.

٩) مؤسسات الحسبة بحاجة إلى تسويق الوعي لإقناع أفراد المجتمع بوظائفها، وجعل الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ثقافة سائدة يمارسها أفراد المجتمع كحاجة ضرورية، بما يساهم في مشاركتهم في وقاية المجتمع وحمايته.

١٠) تملك وسائل الإعلام إمكانات عالية في إنتاج حملات تسويقية، وتأثير تراكمي قوي يمكن من تنشئة الشباب، وترسيخ هذه القيم والتخطيط؛ لإقناع أفراد المجتمع على نطاق عريض.

١١) مؤسسات الحسبة بحاجة إلى خفض نسبة الأخطاء والمنكرات، وتعريف أفراد المجتمع بالأخطار المترتبة على اقترافهم لها، ليس على

مستوى الواقع فيها بل حتى على مستوى المجتمع ككل.

(١٢) وسائل الإعلام تملك القدرة على إنتاج المعرفة ونشرها، بصور متعددة تسهم في إحداث آثار إيجابية لدى أفراد المجتمع تجاه هذه المعاني.

(١٣) مؤسسات الحسبة لا تستطيع الوصول إلى كل أفراد المجتمع مهما كان عدد أفرادها الميدانيين.

(١٤) مؤسسات الحسبة ستواجه العديد من المشكلات إذا تعاملت مع النتائج وتركت الأسباب.

ويترتب على هذه العلاقة الوظيفية حاجة ماسة لبناء علاقة إيجابية بين وسائل الإعلام ومؤسسات الحسبة قائمة على قيام كل مؤسسة بالواجبات والمسؤوليات المتعلقة بها، التي يمكن تحديد أهمها فيما يلي:

■ أولاً: واجبات ومسؤوليات مؤسسات الحسبة:

(١) بناء خطة إعلامية لتوظيف الإعلام في إنتاج مضامين تعزز قيمة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في المجتمع، وتقوم بأدوار تدعيمية لمهام مؤسسات الحسبة.

(٢) تبني خطط وسياسات وإجراءات واضحة ومعلنة تحدد علاقتها بالمجال الإعلامي، وطبيعة التواصل مع مؤسساته.

(٣) توفير تدفق معلوماتي فعال عن أنشطتها وأعمالها بلغة تتوافق مع متطلبات الصناعة الإعلامية.

(٤) المبادرة في تقديم بيانات إعلامية متكاملة ومتسمة بالشفافية والمصدقية



عن الأحداث الجارية، والمشكلات والأزمات التي تتعرض لها أثناء قيامها بمهامها الوظيفية في المجتمع.

٥) التعامل الإيجابي مع النقد الإعلامي وتقديم المعطيات التي تظهر هذا التوجه، بما يحقق تكاملها مع المؤسسات الإعلامية، ويحد من نسبة العداة التي ربما تحولت إلى شخصنة النقد الإعلامي، وخروجه عن مساره الإصلاحي والتطويري.

■ ثانياً: واجبات ومسؤوليات وسائل الإعلام:

١) أن تراعي المضامين الإعلامية مقتضيات تطبيق شعيرة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، بصورة تحقق التكامل مع مؤسسات الحسبة، وتتوافق مع قيم المجتمع وثقافته السائدة.

٢) نشر نقد رقابي بناء حول أنشطة مؤسسات الحسبة، وأدوارها الوظيفية في المجتمع، يستهدف الإصلااح وفق معالجات إعلامية مهنية وأخلاقية تنطلق من قيم المجتمع وثقافته السائدة، ولا تعزز الآراء والتوجهات المخالفة لتلك القيم.

٣) منح مساحات مناسبة في وسائل الإعلام لأنشطة المؤسسات الحسبية، بصورة موضوعية وبأساليب مهنية.

٤) مراعاة مبادئ ومنطلقات المسؤولية الاجتماعية في إنتاج ونشر المضامين الإعلامية.



المراجع

■ المراجع العربية:

٢٨. أبو العينين، حمدي حسن (١٤٢٤هـ) خصائص الإعلام الأمني المهني وسماته نظرياً وعملياً، ندوة الجودة النوعية لبرامج الإعلام الأمني وتنميتها، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
٢٩. الأحمد، محمد بن عواد (١٤٣٠هـ) الصحافة والهيئة: حقائق ومراجعات، الرياض: دار غيناء للنشر، ط ١.
٣٠. الإصلاح المجتمعي: الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في السعودية (١٤٢٨هـ) مجموعة من الباحثين السعوديين، الرياض: دار غيناء للنشر، ط ١.
٣١. آل تويم، عبدالله محمد (١٤٢١هـ) العوامل المؤثرة في ترتيب أولويات القضايا الاقتصادية في الصحف السعودية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
٣٢. البشر، محمد بن سعود (١٤٢٤هـ) نظريات التأثير الإعلامي، الرياض، دار غيناء.
٣٣. البطريق، نسمة أحمد (١٩٩٣) الإعلام ومناهج البحث الاجتماعي، مجلة الدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والتعمير، المركز العربي للدراسات الإعلامية، عدد ٧٠، يناير.
٣٤. جابر، سامية محمد، وآخرون (١٩٩٧م) الإعلام والمجتمع: نحو منظور اجتماعي نقدي للاتصالات الجماهيرية، القاهرة، دار المعرفة الجامعية



٣٥. الجمعية، أحمد محمد محمد (١٤٢٧ هـ) المعالجة الصحفية لأحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١م وتداعياتها في الصحف السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

٣٦. الحقييل، سليمان بن عبدالرحمن (١٤١٧ هـ) الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في ضوء الكتاب والسنة.

٣٧. الشمري، عبدالله بن هاجس (١٤٣١ هـ) علاقة هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر بوسائل الإعلام الدولية: الألمانية أنموذجاً، الرياض: بحوث ندوة الحسبة وعناية المملكة العربية السعودية بها، نظمتها الرئاسة العامة لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر (١١-١٢ / ٤ / ١٤٣١ هـ) المجلد السابع.

٣٨. الشهري، ياسر بن علي (١٤٣١ هـ) نحو استراتيجية اتصالية للرئاسة العامة لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، الرياض: بحوث ندوة الحسبة وعناية المملكة العربية السعودية بها، نظمتها الرئاسة العامة لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر (١١-١٢ / ٤ / ١٤٣١ هـ) المجلد الثامن.

٣٩. الصبيحي، محمد بن سليمان (١٤٣١ هـ) الوظيفة الاتصالية لمدير الفرع في الرئاسة العامة لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، ورقة عمل مقدمة ضمن اللقاء الدوري الرابع لمديري عموم الفروع والإدارات العامة في الرئاسة العامة لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر: القصيم ١-٢ جمادى الثاني ١٤٣١ هـ

٤٠. عادل عبد الغفار، أبعاد المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية



الخاصة: دراسة تطبيقية على برامج الرأي المقدمة بقناة دريم، المؤتمر العلمي السنوي التاسع: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، الجزء الأول، مايو ٢٠٠٣).

٤١. العباسي، أميرة (٢٠٠٣) رؤية الصحفيين في الصحف الخاصة المصرية لأخلاقيات الممارسة المهنية، المؤتمر العلمي السنوي التاسع: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، الجزء الأول، مايو).

٤٢. عبد الحميد، محمد (١٤٢٥هـ) نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة دار عالم الكتب، ط٣.

٤٣. قاسم، سهيل بن محمد (١٤٣١هـ) الصورة الذهنية عن هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر لدى بعض أفراد مجتمع المدينة المنورة، بحوث ندوة الحسبة وعناية المملكة العربية السعودية بها، نظمتها الرئاسة العامة لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر (١١-١٢/٤/١٤٣١هـ) المجلد السابع.

٤٤. الماوردي، الأحكام السلطانية، القاهرة، مطبعة مصطفى البابي الحلبي، ١٣٨٠هـ.

٤٥. محمد حسام الدين: المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية: دراسة مقارنة للمضمون والقائم بالاتصال في الصحف القومية والحزبية من ١٩٩١-١٩٩٤، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٦.

٤٦. محمود الألوسي، روح المعاني، بيروت، دار إحياء التراث العربي، ج ٤.



٤٧. محمود، إسماعيل محمد حسام الدين (٢٠٠٠) التغطية الصحفية الغربية لشؤون العالم الإسلامي خلال عقد التسعينات، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة.

٤٨. المطوع، عبدالله بن محمد (١٤٢٦هـ) آراء المحتسب عليهم في المحتسبين الرسميين: دراسة ميدانية على عينة من أفراد المجتمع السعودي، الرياض: مركز البحوث والدراسات بالرئاسة العامة لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.

٤٩. مكاوي، حسن عماد، وليلى السيد (١٤١٩هـ) الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط ١.

٥٠. ملفين ل. ديفليير، وساندرا - روكتش ترجمة كمال عبدالرؤوف (٢٠٠٢) نظريات وسائل الإعلام، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع.

٥١. مجلة دراسات الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، إصدار مركز البحوث والدراسات بالرئاسة العامة لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، الرياض.

٥٢. نجم، طه عبدالعاطي (٢٠١٢م) الاتصال الجماهيري رؤية سوسيولوجية، دلة الكلمة، الإسكندرية.

■ المراجع الأجنبية:

- 1- Dennis Elliott . Social Responsibility representation and reality. “ Responsible journalism: Beverly Hills . 1986.
- 2- Entman . Robert M. Framing: Toward Clarification of a Fractured paradigm, Jouranal of communicaton. Vol. 43. No. 4. Autumn 1993



- 3- Rhee, June W., Strategy and Issue Frames in Election Campaign Coverage: As Social cognitive Accounts of Framing Effects, Journal of communication, vol. 47, No. 3 Summer 1997.

