

المحاضرة الرابعة: نظرية المسؤولية الاجتماعية

1. مفاهيم نظرية المسؤولية الاجتماعية.
2. سمات نظرية المسؤولية الاجتماعية للاتصال الجماهيري.
3. نقاط قوة نظرية المسؤولية الاجتماعية للاتصال الجماهيري.
4. نقاط ضعف نظرية المسؤولية الاجتماعية للاتصال الجماهيري.

1. مفاهيم نظرية المسؤولية الاجتماعية للاتصال الجماهيري:

حرية التعبير في ظل نظرية المسؤولية الاجتماعية ليست حقاً مطلقاً، كما هو الحال في ظل النظرية التحررية البحتة. يجب الموازنة بين حق الفرد في حرية التعبير وبين الحقوق الخاصة للآخرين وضد المصلحة الحيوية للمجتمع.

غيرت نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام الطريقة التي تنشر بها الصحافة الأخبار من التقارير الموضوعية إلى التقارير التفسيرية. قبل هذه النظرية، تم تقديم الحقائق دون أي تفسير.

في نظرية المسؤولية الاجتماعية، تُعتبر الصحافة ملكاً للناس والمجتمع. تتمثل مهام الصحافة في وضع مدونة سلوك واتباعها، وتطوير معيار في الصحافة، وتحسين الصحافة، وحماية الصحفيين، وفرض عقوبات إذا خالف أي صحفي مدونة السلوك.

بهذه الطريقة، يتم تحليل الحقائق التي تقدمها الصحافة وتفسيرها حتى يحصل الناس على معلومات صحيحة وأخبار مفهومة. يساعد هذا في الحفاظ على الانسجام الاجتماعي من خلال الكشف عن الشرور الاجتماعية مثل الفساد وتثبيط السلوكيات السيئة الأخرى.

تعتبر وسائل الإعلام مكاناً لمن لا صوت لهم ليكون لهم صوت ويطوروا آراء عامة حيث لكل شخص الحق في التحدث والتعبير والنشر. لا يعتبر غاية بل أداة للتنمية الاجتماعية. لذلك، يتم تحديد أهداف وسائل الإعلام للإعلام والتوثيق والتحليل والتفسير والتوسط والتعبئة من خلال إيجاد الحلول وإيجادها.

2. سمات نظرية المسؤولية الاجتماعية للاتصال الجماهيري:

ملكية الصحافة الخاصة: من المفترض أن تكون الصحافة مملوكة ملكية خاصة. الحكومة لا تملك الصحافة. يجب على المالكين الخاصين النشر ضمن المبادئ التوجيهية الأخلاقية وبطريقة مسؤولة.

تساعد على ازدهار الديمقراطية: يساعد الإعلام في الحفاظ على الديمقراطية ولا يشجع على الاستبداد أو الشيوعية. **الإعلام كمؤسسة ديمقراطية:** الإعلام ليس جزءًا من الحكومة ويجب أن يعمل بمفرده. لديه الحرية لفعل أي شيء يريد، فقط لا يعمل خارج المعايير الأخلاقية.

المشاركة العامة: يجب أن يشارك الجمهور من خلال التعليقات والاستجابة والكتابة والمشاركة في جميع جوانب العمل الإعلامي.

التأكيد على المسؤولية الاجتماعية: يجب أن تكون وسائل الإعلام مسؤولة تجاه المجتمع.

التنظيم الذاتي في الإعلام: يجب أن يكون لوسائل الإعلام بعض الحدود داخل نفسها حتى تكون أخلاقية. يجب اتباع اللوائح من قبل جميع العاملين العاملين في المؤسسة المعنية.

مدونة لقواعد السلوك: يجب أن يكون لدى جميع المؤسسات الإعلامية مدونة سلوك مكتوبة أو غير مكتوبة يجب أن تكون هي المعيار الذي يتبعه الجميع.

المعايير المهنية: يجب الحفاظ على جودة النشر وتجنب التفسير الخاطئ لأي معلومات.

دور الإعلام في انتقاد الحكومة: يسمح لوسائل الإعلام بانتقاد أدوار الحكومة وأعمالها وسياساتها. يتم ذلك لمساعدة الحكومة على التحسن.

المساعدة في القضاء على المشاكل الاجتماعية: يجب أن تتحدث وسائل الإعلام ضد الناس وتوعيتهم بشأن المشاكل الاجتماعية حيث أن من مسؤولية وسائل الإعلام العمل من أجل تحسين المجتمع.

وسائل الإعلام التعددية (بما في ذلك الأفكار والأشخاص من مجموعات مختلفة): يجب أن يكتب الإعلام آراء مجموعات مختلفة من الناس وليس فقط حول مجموعة واحدة. يجب ألا يكون متحيزًا أبدًا.

منفعة اجتماعية: يجب أن تعمل وسائل الإعلام من أجل المجتمع وأن تفعل الأشياء التي تعود بالفائدة على المجتمع فقط. لا ينبغي أن يكتب عن الأشياء الغامضة أو المتناقضة لأن تلك الرسالة قد تسبب الصراع في المجتمع.

3. نقاط قوة نظرية المسؤولية الاجتماعية للاتصال الجماهيري:

- ☞ تساعد في تجنب النزاعات أثناء الحروب والصراعات.
- ☞ تقبل الرأي العام وتعمل من أجل المواطنين.
- ☞ لا تحتكر دور الصحافة والإعلام، فالقواعد والأخلاق توجهها.
- ☞ تنشر وسائل الإعلام الحقيقة بسبب الأنشطة التنظيمية والتزامها الأخلاقي بالقيام بذلك.
- ☞ تنخفض الصحافة الصفراء حيث يمكن استجواب وسائل الإعلام من قبل القانون والجمهور.
- ☞ هناك تعددية وتنوع في الأخبار والأشخاص المعنيين.
- ☞ الأشخاص الذين لا صوت لهم والمهمشون قادرون على رفع أصواتهم.

4. نقاط ضعف نظرية المسؤولية الاجتماعية للاتصال الجماهيري:

- ☞ دائماً ما تكون الأخلاق غامضة وغامضة وتختلف من حالة إلى أخرى.
- ☞ من الصعب تحديد من يضع مبادئ ومعايير واضحة.
- ☞ المسؤولية الاجتماعية والأخلاق أمور واجبة أخلاقياً. لا ينبغي فرض أي شكل من أشكال القيود القانونية إذا كانت وسائل الإعلام تعمل فقط في مبدأ المسؤولية. القوانين هي مفاهيم موثوقة وليست ديمقراطية.