

غالباً ما يقال - ونقوله هنا - إن وسائل الإعلام تصنع "شتاءً وصيفاً" ومع ذلك فهي ليست من القوى الطبيعية العمياء التي لا تخضع للإرادة البشرية، تأتي التطورات التكنولوجية فتسرّع من قدرة وسائل الإعلام على التأثير: "إن ظهور مجتمع الإعلام ثورة ثقافية حقيقية" (راعوية الثقافة، المجلس الحبري للثقافة) وما اكتشافات القرن العشرين المدهشة سوى تمهيد لما سيجمله معه هذا القرن من دون ريب. من كتب ومجلات وأجهزة تلفزيون وراديو وفديو وأفلام وتسجيلات صوتية واتصالات الكترونية عبر الموجات والكوابل والساتلات أو الإنترنت. حتى لا يعود بوسع أولئك الذين يناون عن وسائل الإعلام أن يتجنبوا الاحتكاك بأشخاص آخرين متأثرين بها تأثيراً شديداً. ونُقِمَ لنا أسماً كي لا نتفرّق على وجه الأرض كُلِّها» فنزلَ الرَّبُّ ليرى المدينة والبُرجَ اللذين بناهما بنو آدم. إلى العنصرة وموهبة اللغات (أعمال الرسل 2/5-11)، 7 فدهشوا وتعجبوا وقالوا: «أليس هؤلاء المتكلمون جليليين بأجمعهم؟ 8 فكيف يسمعون كلُّ منّا بلغة بلده 9 بين فرثيين وميديين وعيلاميين وسكان الجزيرة بين النهرين واليهودية وقبوقية وبُنطس وأسية 10 وفرجية وبمفيلية ومصر ونواحي ليبيا المتاخمة لقيرين، أي الاتصال الذي أصلح بالروح القدس الذي أرسله الإبن، وكانت رسالة الكنيسة إعلان البشارة الجديدة إلى العالم حتى انقضاء الأزمنة (أنظر متى 28/19-20؛ وتدرک الكنيسة أنها شركة واتحاد أشخاص وجماعات إفاخرستية "تجد مرتكزها في شركة الثالوث الحميمية وهي تعكس صورتها" (عهد جديد، بعدما كلّم الآباء والأنبياء مرّات كثيرة بوجوه كثيرة، كلّمنا في آخر الأيام هذه بإبن جعله وارثاً لكل شيء" (الرسالة إلى العبرانيين 2-1/1). إن الاتصال في الكنيسة وبواسطتها ينطلق من شركة الحب القائمة بين الأقانيم الإلهية وفي اتصالهم بنا. 4. إن مقارنة الكنيسة لوسائل الإعلام الاجتماعية هي في الأساس إيجابية ومشجّعة. ولا ننظر إلى هذه الوسائل على أنها نتاج العبقورية الإنسانية وحسب، بل هي هبات من الله وعلامات حقيقية من علامات الزمن (أنظر، ترغب الكنيسة في دعم الذين يعملون في هذا الحقل بإرساء مبادئ إيجابية تشجيعاً لهم في عملهم، عبر تعزيز الحوار بحيث تستطيع المشاركة فيه كلّ الفئات المعنية، علينا أن نواجه بنزاهة هذا السؤال الجوهرى الذي يطرحه التقدّم التكنولوجي، وبخاصة على من هم هم أكثر حرماناً واستضعافاً؛ هل سيكون أكثر استعداداً للعطاء وتقديم العون إلى الآخرين؟ (يوحنا بولس الثاني، يريد القراء والمستمعون والمشاهدون الاستفادة من أوقات فراغهم إفادة مثمرة، فيما تشغل بالهم الضغوط الاقتصادية والإيديولوجية المتفاقمة التي ينحطّ معها المستوى الأخلاقي المناقبي في قطاعات ووسائل الإعلام العديدة. إن مضمون الخيارات العديدة التي يتّخذها كلّ هؤلاء المعنيين بوسائل الإعلام يختلف من مجموعة إلى أخرى ومن فرد إلى آخر، ولكن لهذه الخيارات وزناً أخلاقياً، "معرفة مبادئ النظام الأخلاقي وتطبيقها بأمانة" (القرار المجمعى بشأن وسائل الإعلام، تقدّم تقليداً عريقاً من الحكمة الأخلاقية والأبوية المتأصلة في الوحي الإلهي والتفكير البشري (راجع يوحنا بولس الثاني، قسم من ذلك هو مجموعة ذات شأن ومتنامية من التعاليم الاجتماعية التي يُعتبر منحها اللاهوتي تصحيحاً هاماً لـ "الحلّ الإلحادي" الذي يجرد الإنسان من العنصر الروحي، كما يصحّ أيضاً في مواجهة المواقف المبنية على التّعاضى وروح الاستهلاك والساعية، ومن ذلك على سبيل المثال "إن ثقافة الحكمة التي تتسم بها الكنيسة بإمكانها أن تجنّب ثقافة وسائل الإعلام من أن تُصبح تراكمًا من الوقائع لا معنى له" (رسالة البابا يوحنا بولس الثاني في مناسبة اليوم العالمي الثالث والثلاثين لوسائل الإعلام، كما يبرز بملء كماله في سرّ الكلمة المتجسّد" (السنة المئة، وفي كلمات المجمع الفاتيكاني الثاني: "المسيح آدم الجديد في كشفه عن سرّ الأب ومحبتّه، يبيّن للإنسان حقيقة الإنسان في وضوح كامل، ووسائل الإعلام في خدمة الشخص البشري 6. وفقاً للدستور الراعوي الصادر عن المجمع بشأن الكنيسة في العالم المعاصر، فرح ورجاء (راجع الفقرتين 3-31) إن الإرشاد الراعوي بشأن وسائل الإعلام "اتحاد وتقدّم" شرح بوضوح أنّ وسائل الإعلام مدعّوة إلى خدمة الكرامة الإنسانية، وذلك عبر مساعدة الأشخاص على العيش الكريم والعمل كأشخاص يعيشون ضمن جماعة. إن لوسائل الإعلام تأثيراً بالغاً على تعزيز السعادة الإنسانية وعلى تحقيقها. وإذ لا ندعي أن نقدّم لإ نظرة عامّة، من الفقرة 4 إلى 8) إلى بعض الحسّنات الاقتصادية والسياسية والثقافية والتربوية والدينية. وتشجّع تحسين نوعية السّلح والخدمات القائمة وتنمية منتوجات وخدمات جديدة، وتُتيح للأشخاص اتخاذ خيارات معلّلة لما تحيطهم به من معلومات يشأن توقّر المنتوجات ومواصفاتها. مجمل القول أنّ النظام الاقتصادي الوطني والدولي المتشابك والقائم اليوم لا يستطيع أن يعمل من دون وسائل الإعلام. 8. السياسة: تخدم وسائل الإعلام المجتمع بما تقدّم من تسهيلات للمواطنين في مشاركتهم المتنوّرة بالمعلومات في العملية السياسية. وتمثّل أدوات هامّة في اكتساب المصداقية بما تفضحه من سلوكيّة عدم الكفاءة والفساد وسوء ائتمان لدى السلطة، لا نتكلّم فقط على عرض الأعمال الكلاسيكية ونتاج المعارف، تتيح وسائل الإعلام أن تُحافظ الجماعات الإتنية على تقاليدّها الثقافية والعمل على إحيائها ومشاركة الآخرين فيها ونقلها إلى الاجيال الجديدة وهي تصل الصغار والشببية، الإعلاميون وأهل الفن يخدمون المصلحة العامّة عبر حفاظهم على الموروث الثقافي

الخاصّ بالأُمم والشعوب وإثرائهم له. عندما تُقدّم فُرصاً للتعلّم إلى سكّان القرى النائية، لا بل يُشاركون إلى حدّ ما في الأحداث الهامّة من حياة الكنيسة عندما يُعاد بثّها بانتظام من روما عبر الأقمار الإصطناعية. تقوم وسائل الإعلام بنقل الكلمات والصور التي تواكب زيارات الأب الأقدس الراعوية إلى الملايين من الاشخاص. إن الاتّصال في خدمة الجماعة الحقيقية هو "أكثر من تعبير عن أفكار ومشاعر، بل هو بذل الذات في المحبّة" (إِتّحاد وتقدّم، مثل هذا الاتّصال يرمي إلى العافية الذاتية وتحقيق العضويّة في الجماعة باحترام خير الجميع. لذلك من الجوهرى أن يخوض الإعلاميون مثل هذا الحوار وأن يتقبّلوا الحقيقة بشأن هذا الخير. وبشأن المعنى الحقيقي لحريتنا وعلاقتنا المتبادلة (رسالة البابا يوحنا بولس الثاني في مناسبة اليوم العالمي الثالث والثلاثين للإعلام،