

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية  
قسم الدعوة والإعلام والاتصال

جامعة الأمير عبد القادر  
للعلوم الإسلامية - قسنطينة

الرقم التسلسلي : /.....

رقم تسجيل الطالب (ة) : .....

السبب في الصحف مصداقية وأخلاقيات

(دراسة ميدانية على عينة من مراسلي الصحف اليومية بالشرق الجزائري)

- مذكرة مكملة لنيل درجة الماجستير تخصص "إعلام إسلامي" -

إشراف

الدكتور محمد لعقاب

إعداد الطالبة

مريم بوحجار

لجنة المناقشة

رئيسا	جامعة الأمير عبد القادر	أستاذ التعليم العالي	أ.د / عبد الله بوجلال
مقررا	جامعة الجزائر	أستاذ محاضر	- د / محمد لعقاب
عضوا	جامعة الأمير عبد القادر	أستاذ محاضر	- د / نصير بوعلوي
عضوا	جامعة عنابة	أستاذ محاضر	- د / محمد شطاح

السنة الجامعية

2005 - 2006م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

## شكر و تقدير

الحمد والشكر لله الموجد من العدم ... الذي أوحى فالنرم بطلب العلم ... وأقسم فرفع من شأن القلم ...

وخاطب عباده " برسالة " توحد الشعوب وتجمع شتات الأمم ، أما بعد :

أتقدم بخالص الشكر والعرفان إلى كل من ساعدني على تذليل الصعاب من أجل تحصيل هذا النجاح ،

وعلى رأس هؤلاء الدكتور المشرف " محمد لعقاب " الذي كان موجّهي الأول منذ اختيار هذا الموضوع

... ويستوجب شكري أيضا الأستاذ الدكتور " فضيل دليور " نظير تعاونه معنا سواء بكتبه أو بعلمه ...

وحتى أفي أصحاب الفضل حقهم أنوه بوقفة الأخ - التقني - " عبد الغني " وفريق العمل لديه طوال مدة

إنجاز البحث أولا من أجل إخراجه على هذا الشكل المنظم والموفق إلى حد كبير ، وثانيا لسعة صبرهم

واحترامهم للمواعيد ... هؤلاء وغيرهم ممن لا يسعني ذكر صنيعهم معي أقول جزاكم الله عني كل

خير ...



## إهداء

أَهْدِيهِ فَخْرًا لِأَبِي  
مُعَلِّمِي ... وَمُرْشِدِي  
دَرْسًا حَفِظْتُهُ مِنْ أَبِي  
الْعِلْمُ كَنْزٌ أَبَدِي  
حَقٌّ تَقَرَّرَ مِنْ نَبِيِّ  
هَذَا وَ أَبَدًا لَنْ تَقِي  
قَدْرَ الْجَيْنِ الْمُنْحِي  
كَانُوا حِصْنًا يَحْمِنِي  
عَدُوَّكُمْ صَعْبٌ عَلَيَّ  
بِالذِّكْرِ كُلِّ مَعَارِفِي  
وَبِالْعَانِي أَكْتَفِي  
يَذَرُوا الْمُهْمُومَ فَتَخْتَفِي  
قَوْلًا بَلِيقٌ بِتَوَامِي  
مِرَابِثَ أُمِّي لِقَدِي  
وَ أَقْرَبُ حُبِّهَا مَوْلَدِي  
عَهْدٌ بِصِدْقِ الْمُهْدِي  
لَا أُنْسِي حَقَّ مِوْطِنِي

أَهْدِي مِدَادِي وَدَمِي  
سِرُّ نَجَاحِي الْأَعْظَمِ  
فَلَسْتُ أُنْسِي أَبَدًا  
الْعِلْمُ خَيْرٌ مَطْلَبِ  
وَلِلْحَنَانِ الدَّفَاعِي  
أُمُّكَ ... ثَلَاثًا أَوْلًا  
بَعْضَ الدُّعَاءِ الْخَالِصِ  
وَلِلْأَشْقَاءِ الَّذِينَ  
وَلِلْإِخْوَانِ الْأَكْثَرِينَ  
إِذْ هَلْ تُرَائِي قَدْ أَفِي  
لَأَجْلِ ذَلِكَ أُجْمَلُ  
أُنْسُ الْأَحْيَةِ بِلَسَمِ  
وَفَوْقَ هَذَا أَفْرُدُ  
عَقْلَ وَ قَلْبَ طَيِّبِ  
خَيْرَ الزَّمَانِ وَقَاءَهَا  
نَعْمَ الْخَالِيلَةَ إِذْ لَهَا  
وَ فِي الْأَخِيرِ أَخِي مُمُ



﴿ فَقَالَ أَحَطَّتْ بِمَا كُنْتَ تَحِطُ بِهِ وَجِئْتُكَ مِنْ  
شَيْءٍ بَنِيًّا يَقِينٌ ﴾

النمل: 22

مَقَامُهُ

جامعة الأمير عبد القادر للطب والعلوم الإسلامية

أبرز ما لُقّب به هذا العصر تسمية " عصر السرعة " ، حيث كل شيء فيه صار يختزل الوقت ، الأحداث تتسارع ، وخطى التكنولوجيا تتلاحق ، ليس فقط من أجل مقارنة بل وحتى مطابقة الجودة والدقة والإتقان ، وقد بلغ هذا الأمر بتقنيات الإتصال الجماهيري مبلغا استطاعت فيه أن توحد العالم على صفحة فموجة ثم شاشة واحدة ، وذلك بفضل الخدمة الإعلامية المتواصلة والمعلومة المشتركة .

وتماشيا مع هذا الإيقاع الخاطف كان لزاما على وسائل الإعلام أن تستغني عن كثير من المفردات ، لتوحد رموزا مختصرة تتناسب والمتطلبات الحديثة ، إذ لم يعد هناك مجال كاف يسع التعبير والإطنابات المطولة ، لتعود عجلة التاريخ من جديد فتخطّ عند زمن الأخبار المهمة والمقتضبة والسريعة ، ولكن بحلّة القرن الواحد والعشرين ؛ وقد أدى تعامل رجال الإعلام مع مادة تاريخ صلاحيتها محدود جدا إلى دخول مضمار سبق لايعترف سوى بلغة المنافسة ، خاصة وعدد المتبارين فيه يزداد يوما بعد يوم ، والجمهور من جهته يحتشد مرة بعد مرة ، أمام نافذته الوحيدة على الأحداث والمجريات ؛ وليس غريبا أن تظهر التعددية المنافسة حيثما حلت ، ليس فقط في مجال الإعلام بل في كل نشاط من أنشطة الحياة عامة ، بعدما ألغى المستهلك إمكانية الجمع بين الاختيارات ، فصار يزكي وبشكل فردي من يضمن له منطق الثلاثة في واحد (الجودة ، ربح الوقت ، توفير المال) ، وذلك عندما حدت قدرته الشرائية - كرها- من اهتماماته الواسعة ، وخضع صاحب كل منتج لقانون السوق الذي لم يعد يفقه غير لغة المنافسة ، ليتبنى وبقوة طموح الريادة والتفوق والانفراد .

وبعث من جديد في مجال الإعلام مصطلح كلاسيكي ، وهو مصطلح " السبق الصحفي " ليختصر واقع المنافسة الإعلامية والمزاحمة على خدمة الجمهور في كلمتين اثنتين ، وتأكدت يوما بعد يوم مكانة هذه القيمة الإعلامية خاصة حين توضحت علاقتها الوثيقة بتحقيق المصادقية ، حيث غدا السبق الصحفي أحد أهم السبل للظفر بمصادقية معتمدة من طرف الجمهور ، وانطلقت الأسماء الإعلامية تروم هذا القصد ، تندافع فتتصادم لتدخل ضمن دائرة الصراع والحرب المعلنة ، ذات السلاح الواحد المعلومة أو الخبر ؛ وخلالها استبيحت - كآية حرب تقليدية - كل الوسائل الممكنة لتحقيق الفوز والسبق الصحفي ، فأعدت هذه الأحداث إلى الأذهان تفاصيل عشوية سوداء للصحافة الصقراء في عصرها الذهبي ، بعدما ظنت كل المدارس الإعلامية الإصلاحية أنها تخلّصت من هذا الكابوس نهائيا ، فراحت بدورها تكرر نفس المنهج الإصلاحية الذي اتبعته في السابق من خلال تسطيرها جملة من الضوابط والأخلاقيات والقوانين ، والتأكيد على ضرورة احترامها والتقيّد بها من أجل ضمان عمل إعلامي نزيه ومنضبط يجنب جميع الأطراف الدخول في أية مشاكل ، وكثرت النقاشات والأطروحات حول أخلاقيات المهنة من أجل إيجاد موازنة لا تُفقد العمل الإعلامي نكهته وقيّمته الخالصة من جهة ، ولا تحرره من أية قيود قد تدخله في دوامة التجاوزات والانتهاكات الأخلاقية من جهة أخرى .



وس هـ تشكلت القناعة بوجود علاقة وسيه جمع بين ثلاثة سمطحات بارزة هي (السبق السسسى . المصداقفة . الأخلاقيات) . علاقة استلزامة تتطوق بكينونة الأول لتستمر طواعفة حتى تبلغ الأوسر . وهذا البحث ليس سوى محاولة لإلقاء الضوء على هذه العلاقة الوطيدة ... التقلدفة ... القدفة ... الجدفة ، والتي تتحدد نقطة بدافتها عند مصطلح السبق الصّحفي ، وصولا إلى كسب مصداقفة لدى الجمهور إلى أن يتم طرح قضفة الأخلاقيات ؛ وعلى هذا النسق جاء تسلسل مضمون هذه الدراسة بدءا بخطة العمل ففها ، فكانت على النحو التالي :

بعد هفكلة البحث بفصل أول فشرح أهداف وأهمفة الدراسة ، وفحوصل أبرز التساؤلات التي فنبغف الإجابة عنها ، وفقدم أهم الدراسات التي قاربت بمضمونها هذا الطرح ، إضافة إلى التعرض لمنهج البحث المستخدم فف هذه الدراسة ، جاء فصل ثان فبحث فف الجذور الأولى للسبق الصّحفي ضمن العمل الإعلامي منذ بدنه ، وجاء تركفز هذا الفصل على التأسفل للموضوع نظرفا ثم وظففا ، قبل أن فختم بإبراز قفمه الإعلامية والتي تظهر من خلال الممارسة ، كل هذا تحت عنوان " السبق الصّحفي والعمل الإعلامي " .

فف الفصل الموالي أي " السبق الصّحفي لتحقفق المصداقفة " تم الانتقال إلى مرحلة مهمة من البحث ، ففب عرض هذا الفصل كمدخل أول الأهداف المرجوة من تحقفق السبق الصّحفي ، والتي من أهمها الرغبة فف كسب ثقة الجمهور ، وكذلك تحقفق الربح المادي ، وأفضا الوصول إلى مرتبة السفطرة على جمفص الأصعدة (اقتصادفة ، سفاسفة ، ثقاففة ) ، لفأف بعدها التحدث بشكل مفصل عن مصداقفة الوسائل الإعلامية السبافة ، فف محاولة لإبراز الرابط العجفب ففن السبق والمصداقفة ، قبل أن فختم الدراسة هذا الفصل باستخلاص الخلطة السّحرفة لتحقفق هذا المكسب الإعلامي القفم ، والذي تسعى كل وسفلة إعلامفة للفوز به .

أما فف فصل " أخلاقيات السبق الصّحفي " فقد ففنت الدراسة المطبات التي فحتوفا طرفق السبق والؤمن الذي كثراف ما فدفق كمقابل لهذا النجاح الإعلامي ، من خلال محطة " تجاوزات فف طرفق السبق الصّحفي " ، وأمام الكوارث الأخلاقفة لهذه المهنة ففن ترفع شعار " الغافة ففبر الوسفلة " وحب وضع قوانين وضوابط ، ومع بداية الحديث فف هذا الموضوع ورد على البحث احتجاج الكثرفن بحق المعرفة الذي طوفلا ما نادف به رجال الإعلام ، فكان من الضرورف قبل التطرق إلى القوانين الفصل أولا فف قضفة مهمة وهي " ففن حرفة الصّحافة وخصوصفة الأفراد " ، لتجفء بعد ذلك " قوانين تضبط السبق الصّحفي " والتي على رأسها - بكم مرجعفنا الأولى - التسرفع الإسلامي ، بعده تأتي التسرفعات التي فختص بمهنة الصّحافة من موافق شرف ، وقوانين مطبوعات ، وففر ذلك... ، وأففرا قوانين المحاكم التي فجرد الصّحفي من كل سلطاته أمام حقوق الإنسان الطفبعفة للأفراد الذين ففعرض لهم .

وبعد وضع آخر كلمة فف العرض النظرفي ، كان من الواجب إعطاء بعض الاهتمام للوسط الذي فنتمف إليه ، ونعنف بذلك إعلامنا الوطنف والذي لم فكن له الظهور الكافي فف الجانب النظرفي ، من أجل ذلك ألحقت الدراسة فصلا مفدانفيا كمملا فحاول سدّ هذه الثغرة و فلبسها حركة هذا الموضوع ، فجاجت الدراسة المفدانفة على عفة من مراسلف الفومفات بالشرف الجزائري ، ففب طبق عفهم أسلوب الاستفبان للحصول منهم على

إجديت توارثي ما عرض في الجانب النظري ، فأسكن للدراسة بذلك - في الأخير- إعطاء جملة من التوجيهات المهمة جراً، تحليل البيانات المستحصل عليها ، كل هذا قيل أن يتم وضع نقطة النهاية بخاتمة تلخيصية ، مضمين هذا البحث .

وعليه فهذا الجهد قد جمع عدة أمور مهمة ، منها التطرق لقيمة السبق الصحفي وإبراز أهميته الكبيرة ضمن العمل الإعلامي قديماً وحديثاً ، وكذلك إعطاء مفهوم المصداقية دلالاته التي عليه يكثر ترديده في الأوساط المختصة ، ومن جهة ثالثة تم جمع كل القوانين الممكنة لغاية واحدة وهي محاولة كبح جماح العمل الإعلامي المندفع خلف رغبة تحقيق السبق الصحفي دون أية اعتبارات ، ورابعاً أمكن توضيح ما وصل إليه الجهد الوطني أمام جملة الأحداث والتطورات المعاصرة .

وما يمكن قوله أخيراً أنه لا يوجد عمل كامل خاصة إذا كان محاولة أولى ، وماهذه إلا نقطة بداية لطرح هذا الموضوع ، فما أصعب الدراسة في تقديمه فبتوفيق من عند الله ، أما ما شططت به عن الصواب فمن الأنفس العاجزة عن بلوغ الكمال .

## فهرس الموضوعات

مقدمة ..... أ

### الفصل الأول : موضوع الدراسة ومنهجيتها

أولاً: تحديد الإشكالية ..... 02  
ثانياً: مفاهيم الدراسة ..... 04  
ثالثاً: الدراسات السابقة والمشابهة ..... 14  
رابعاً: منهج الدراسة ..... 19

### الفصل الثاني : السبب الصحفي والعمل الإعلامي

أولاً: السبب الصحفي في نظريات الإعلام ..... 22  
ثانياً: السبب بين وسائل الإعلام المختلفة ..... 26  
ثالثاً: السبب بين وسائل الإعلام الواحدة ..... 31  
رابعاً: القيم الإعلامية للسبب الصحفي ..... 41

### الفصل الثالث : السبب الصحفي لتحقيق المصداقية

أولاً: أهداف تحقيق السبب الصحفي ..... 47  
ثانياً: مصداقية وسائل الإعلام السبابة ..... 61  
ثالثاً: شروط تحقيق السبب الصحفي ..... 69

### الفصل الرابع : أخلاقيات السبب الصحفي

أولاً: تجاوزات في طريق السبب الصحفي ..... 85  
ثانياً: بين حرية الصحافة وخصوصية الأفراد ..... 96  
ثالثاً: قوانين تضبط السبب الصحفي ..... 104

### الفصل الخامس : الدراسة الميدانية

أولاً: الخطوات المنهجية للدراسة الميدانية ..... 121  
ثانياً: تصنيف البيانات و تحليلها ..... 128



157	.....	شكراً: نتائج الدراسة الميدانية
160	.....	خاتمة
163	.....	قائمة المصادر والمراجع
172	.....	ملاحق

الجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

155	.....	تلك: نتج دراسة الميدانية
160	.....	خاتمة
163	.....	قائمة المصادر والمراجع
172	.....	ملاحق

الجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

## الفصل الأول :

### موضوع الدراسة ومنهجيتها

أولاً : تحديد الإشكالية

ثانياً : مفاهيم الدراسة

ثالثاً : الدراسات السابقة والمشابهة

رابعاً : منهج الدراسة



## أولاً : تحديد الإتسالية

منذ أصدرت المنظومة الإعلامية حكمها على توجّهات المدرسة الليبرالية ، ورجال الإعلام يحترزون من إظهار رغبتهم الملحة في استمالة الجمهور وإثارة اهتمامهم بالمادة الإعلامية التي يقدمونها ، مخافة أن يُنعتوا بتبني المبادئ المحظورة لمدرسة الإثارة الليبرالية ، وعلى الرغم من عدم إقرار تلك المبادئ إلا أنه لا بدّ من الاعتراف بفضلها الأول في دفع حركة المنافسة الإعلامية ، حتى وإن كانت تشوبها - على الغالب - أطماع أخرى ، وفي واقع النهضة الإعلامية المعاصرة صار من الصعب على الجمهور الاختيار بين الأنواع الصحفية المتباينة مع كثرتها ، كما أن القائم بالإعلام قد ألزم نفسه - نظير وعي الجمهور وفتحه على العالم - بخطة عمل سريعة لإقرار مكان مرموق ضمن لائحة الأسماء الإعلامية المعروفة ؛ ومن هنا أمكن ملاحظة الاهتمام البالغ بعامل السبق في تقديم الخبر، رغبة في التميز والانفراد بأكبر قدر ممكن من الجمهور، واحتلال إحدى المراتب الأولى رفقة الأسماء الإعلامية الناجحة ، فنحن نعلم أن الجمهور كان ولا يزال وسيبقى يبحث عن الجديد في كل يوم يشهده ، كما أن اتساع دائرة اهتماماته قد ضيّقت حجم إطلاعاته على الأخبار المكررة والمستهلكة .

وعلى الرغم من أن " عبد المجيد شكري " يقرّ بأن : « الصحافة لا تعيش عصر السبق الصحفي الذي أكد وجودها لفترة طويلة ، فقد انتهى ذلك العصر بالنسبة للصحف اليومية ، حين لم نجد جريدة تُصدر ملحقا لها في نفس اليوم لإعلان خبر هام حدث ، لأنّ الراديو سبق الجريدة بالضرورة وكذلك التلفزيون »<sup>(1)</sup>، إلا أنه لا يمكن تجاهل فكرة المنافسة الإعلامية المفتوحة والتي لا يمكن لها أن تستثني وسيلة دون أخرى مهما قلت كفاءتها ، لأنّ الجميع يتعامل مع مادة خام موحدة تنطلق من مصدر واحد لتبقى كما يعرفها " أندريه جيد " : « كل شيء تقلّ أهميته غدا عن اليوم »<sup>(2)</sup>، فالصحيفة التي تقدّم لقرائها لفترة طويلة أخبارا قديمة مصاغة بقالب جديد لا يمكن لها أن تعيش طويلا .

ويمكن توضيح أهمية ومكانة السبق من العمل الإعلامي بقول " ميلفن مينشر " : « تسعى الصحف اليومية والنشرات الإخبارية المتتالية بمعدل نشرة كل ساعة إلى أن تجعل القراء والمستمعين مساييرين ومواكبين للأحداث ، وإلى أن تعطي الجمهور إحساسا بالفورية والمباشرة والمشاركة ، ولهذا فإنّ الأخبار الإذاعية تحرر بصيغة الزمن الحاضر ( المضارع ) ، كما أن معظم مقدمات القصص الإخبارية في الصحيفة تتضمن كلمة اليوم ، وبغض النظر عن مدى خطورة الحدث فإن طموح الصحفي واندفاعه لأن يكون أول من يحصل على أكثر الأخبار حداثة ، وهو طموح يزداد قوة خاصة في المواقف التي تتضمن المنافسة المحتدمة بين المؤسسات الصحفية أو في المدن التي توجد فيها أكثر من محطة إذاعية ، فوسائل الاتصال حينها ستغدو عبارة عن مشاريع تجارية ، تبيع المساحة والوقت على أساس مقدرتها على الوصول إلى

(1) عبد المجيد شكري - الإذاعات المحلية لغة العصر - دار الفكر العربي ، القاهرة 1987م ، ص 19.

(2) حسن عماد عبد المنعم مكاي - دراسة الخدمة الإخبارية التي يقدمها راديو القاهرة ومقارنتها بالخدمة الإخبارية الموجهة من هيئة الإذاعة البريطانية للمستمع المصري - رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة 1984م ، ص 104.

الناس بسرعة ، وبواسطة سعة سريعة التلف ، إن السّوق يكافئ بحق من ينقل الأخبار بسرعة >> (1) ، ولعلّ أكبر مكافأة تحلم بها أيّ وسيلة إعلامية هي مصداقية لدى الجمهور تحقّق لها أكبر المبيعات ، أترفع من نسبة استقبال أوضاعها أو الاشتراكات على رقمها المشفّر ، فالحال عندنا أنّنا نبحت عمّن يقم لنا الجديد أو لا حتى نواكب التطورات الإخبارية .

وفي سياق تأكيد قيمة السّبق الصحفي لتحقيق مصداقية وسيلة الإعلام ، فإنّه لا يجب الاندفاع وراء مطامع سحر الجمهور وإغفال أساسيات أخلاقية طالما قيّدت العمل الإعلامي وحتّته عن مجارة قاعدة " الغاية تبرّر الوسيلة " ، فالإعلاميون بكونهم عرباً أولاً ومسلمين ثانياً تحكمهم أخلاقيات إذا لم تكن بقوانين مدنية تضبط الإعلامي حول العالم ، فإنها ستكون شرعية تميّز المسلم عن غيره .

وفي خضمّ هذا الطرح المتضارب جاءت هذه الدراسة لتلقي الضوء على جانب بارز من جوانب العمل الإعلامي ، وهي تجيب عن تساولين رئيسيين صيغا على النحو التالي : >> ماهي المكانة الحقيقية للسّبق الصحفي ضمن العمل الإعلامي والتي بها يتمّ بناء مصداقية ثابتة لوسيلة ما لدى الجمهور؟ وكيف تتمّ الموازنة بين سبل تحقيق هذا السّبق ، واحترام الخطوط الحمراء والقوانين التي تفرضها أخلاقيات العمل الإعلامي؟ <<

### تساؤلات الدراسة

إنطلاقاً من التساولين الرئيسيين تفرّعت جملة من التساؤلات حاولت الدراسة الإجابة عنها ، من أهمّها :

- 1- ماهي مكانة " السّبق الصحفي " ضمن العمل الإعلامي قديماً وحديثاً ؟
- 2- ماهي سبل تحقيق " السّبق الصحفي " ؟
- 3- إلى أيّ مدى تتوقّف مصداقية الوسيلة الإعلامية على تحقيقها " السّبق الصحفي " ؟
- 4- كيف يمكن التوفيق بين السعي وراء الفوز بسبق صحفي واحترام أخلاقيات المهنة ؟
- 5- كيف يتعامل مراسلو صحافتنا اليومية مع واقع يفرض منطق المناقسة ، وماهي ظروف عملهم في الميدان الصحفي ؟

هذه هي أهمّ التساؤلات المطروحة للواجهة والتي تمّ التركيز على إيجاد إجابات لها ، مع أنّ هذا لا ينفي وجود إجابات أخرى لتساؤلات عارضة قد تخطر ببال المهتمين بالبحث في مثل هذه الدراسات.

### أهداف الدراسة

تأتي هذه الدراسة لتحقيق عدّة أهداف يمكن تلخيصها في الآتي :

- 1- محاولة الوقوف على مفهوم منضبط للسّبق الصحفي .
- 2- محاولة معرفة مدى وجود علاقة بين متغيّر " السّبق الصحفي " و " مصداقية الوسيلة الإعلامية " .

(1) ميلفن مينشتر - تحرير الأخبار في الصحافة والإذاعة والتلفزيون - تر:أديب خضور ، المكتبة الإعلامية ، دمشق 1992م ، ص 34 .

- 3- التعرف على أهم القوانين التي تضبط العمل الإعلامي عامة وتوظّر السبق الصحفي خاصة .  
4- سدوثة معرفة ظروف عمل مراسلي صحافتنا اليومية في واقع يفرض المنافسة الإعلامية .

### أسباب اختيار الموضوع

إنّ تحديد أسباب واضحة لاختيار دراسة كالتى بصدد تقديمها يعود بالترجة الأولى إلى إدراك عميق بأهمية الموضوع ، إضافة إلى ذلك فقد أمكن وضع نقاط أخرى تعكس رغبة ملحة لطرح مثل هذه القضايا تلتخص في الآتي :

- إقرار عامل السبق الصحفي كقيمة إعلامية تختزل جملة من القيم الواردة في كتب الإعلام .
- الرغبة في معرفة مدى وجود علاقة تربط السبق الصحفي بالمصداقية الإعلامية .
- لفت الأنظار إلى الطريقة الممنهجة لتحقيق الجودة والنجاح ، في ميدان يمتاز بالمنافسة الشريفة والأخلاقية للعمل الإعلامي .

### ثانيا : مفاهيم الدراسة

تبرز - من خلال العنوان العريض لهذا البحث - مفاهيم أساسية ، يمكن ضبطها قدر الإمكان على النحو التالي :

#### 1- السبق الصحفي

إنّ كلمة السبق أو السبق أو السبقة أو السابغة وجمعها الأسباق والسوابق تعني القدمة في الجري وفي كل شيء تقوم به وفي كل أمر ، والسبق مصدر للفعل سبق حيث نقول سبقه سبقاً بمعنى تقدّمه (1) والسبق الصحفي حسبما يعرف بإضافته تلك هو «> خبر هام سبقت صحيفة ما بنشره << (2) .  
إنطلاقاً من هذا التعريف يمكن القول أن :

- خبر : يعني حدث ، معلومة ، جديد ... ولا يختص هذا المفهوم بالقالب الصحفي المشهور ، إذ قد يتوفر الخبر أو المعلومة في صورة ، حديث أو مقال ... أو غير ذلك من الأشكال الاتصالية المختلفة .
- هام : ويعني أن يخلف هذا الجديد ردة فعل غير عادية لدى أكبر عدد ممكن من الجمهور المتلقي ، فيجعل منه محطة للتوقف لامحطة عابرة ، وقول " أكبر عدد ممكن ... " اعتباراً لتباين تقييمات الجمهور للأمر المهمة .

(1) أبو الفضل جمال الدين بن مكرم بن منظور - لسان العرب - ، ج2 ، دار صادر ، بيروت ، ص91 .

(2) محمد فريد محمود عزت - قاموس المصطلحات الإعلامية (إنجليزي ، عربي) - دار الشروق العربي ، جنة 1984م ، ص303 .



- سبقت : إن السبق الصحفي كما يستثنى عليه باللغة الأجنبية " Scoop " يعبر عن حصر المعلومات لدى صحفي أو جريدة ما (1). أي الأفراد بالخبر الذي لم يُنشر في صحيفة أخرى إما كلية أو على الأقل بنفس التفاصيل ونفس الطريقة المتميزة .
- صحيفة ما : إذا كان هذا التعريف يحصر المعنى في وسيلة إعلامية بعينها ، فبالإمكان توسيع دائرة مفهوم السبق دون حرج ، ليشمل جميع وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى ، مع الاحتفاظ بصيغة التخصيص " ما " للإشارة إلى معنى الأفراد والظفر وسط التعددية الإعلامية .
- بنشره : لا يكفي الأفراد لتقول الوسيلة الإعلامية بأنها قد فازت بسبق صحفي مالم تقدمه للجمهور ، فحذاري من الحصول على هذا المكسب والتماطل في تقديمه ، لأنه معرض للإحترق إما بطرحه علنا من جهات عمومية أو تقديمه عبر وسيلة أخرى ، ليصبح ما هو متوفر مجرد معلومات مكررة ومستهلكة .
- ومن خلال هذا التحليل يمكن الخروج بتعريف خاص لمصطلح " السبق الصحفي " كالاتي :
- >> السبق الصحفي هو جهد إعلامي يتلخص في أي حدث أو جديد أو معلومة انفردت بها وسيلة إعلامية ما ، وقدمتها للجمهور فأحدثت ردة فعل غير عادية لدى أكبر عدد منهم << .
- وقد تتغير الإضافة في هذا المصطلح المركب فيتغير بذلك معناها ليصبح أكثر خصوصية مرة وأشمل وأعم مرة أخرى ، وانطلاقا من هذه التغيرات كان هناك :

### 1-1 - السبق الخبري

يعتبر هذا المصطلح الأكثر شيوعا في مجال السبق الصحفي ، ذلك أنه يستخلص معناه من المادة الأولية للعمل الإعلامي وهي الخبر ، فالسبق الخبري هو جزء من السبق الصحفي ونوع من أنواعه ومجال من مجالاته إذا ما أريد التخصيص في الأنواع الصحفية ، فإذا كان السبق الصحفي يعني البحث عن القدمة في العمل الإعلامي فإن السبق بالخبر هو جانب من جوانبه ، مع أنه يستعمل بكثرة للتعبير عن المصطلح الأشمل نظرا لما يمثله الخبر بالنسبة للنشاط الصحفي عموما ؛ ويأتي هذا التداخل نتيجة لعدم الاتفاق على تعريف دقيق ومضبوط للخبر ، حيث يرى " محمد معوض " من جهته أن الخبر : >> مظهر لرغبة الإنسان في معرفة المجهول وإشباع حاجته الفطرية في المعرفة التي يشعر فيها بالأمن ، وتساعده على التكيف السوي المتزن مع الظروف التي يعيشها << (2) ، ودون أن يحدد أو يخصص أكثر أعطى " محمد معوض " مفهوما للخبر على اعتبار أنه مادة أولية لهذا النشاط الضخم والمتشعب والواسع النطاق .

ومن المعروف أن من أشهر التعاريف التي حاولت ضبط مفهوم الخبر تعريف امتازت به المدرسة الليبرالية وقدمه " اللورد نورثكليف " ، ونشره عام 1865 حين قال : >> إن الخبر هو الإثارة والخروج عن المألوف فعندما يعرض الكلب رجلا فليس هذا بخبر ، ولكن عندما يعرض الرجل كلبا فهذا هو الخبر << ، وعلى الرغم مما كان لهذا المفهوم من سطوة كبرى على الصحافة الغربية بشكل عام جعلته لفترة طويلة دستورا للصحافة

(1) Bernard Lanizet, Ahmed Selim - Dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication – ellipses édition marketing, paris 1997, p502.

(2) محمد معوض - الخبر في وسائل الإعلام - دار الفكر العربي . القاهرة 1994م ، ص 9 .

الشعبية في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا الغربية ، إلا أن مفهوم الخبر تدرج ليصبح ضمن الأطر الثلاثة المعروفة ، السيرانية والاشتركية والسياسية الاجتماعية والتي لا تمثل سوى انعكاس للأوضاع التاريخية الاجتماعية والاقتصادية للمجتمعات الأوروبية والأمريكية. (1)

وعلى هذا الشكل يصبح مفهوم الخبر متغيراً بتغير الأوضاع والاحتياجات ومقومات النشاط الصحفي ، مع أن الخبر يبقى خيراً مهما تغيرت كل تلك الاعتبارات ، ومنه يتأكد أن تعريف الخبر الصحفي ليس بالأمر الهين . فقد عقدت مجلة " كولبير الأسبوعية الأمريكية " ندوة جمعت إليها عدداً كبيراً من محرري الصحف في أمريكا لكي يمدوها بتعريف صحيح للخبر الذي ينشر في الصحف ، ولكن أعضاء الندوة اختلفوا اختلافاً كبيراً في ذلك ، لتظهر المجلة وبها عدد كبير من التعريفات أغلبها لم يخرج عن منهج من سبقهم ، فكان منها على سبيل المثال :

- الخبر هو كل ما يهم القراء أن يعرفوا عنه شيئاً ما .

- الخبر هو كل شيء يرغب عدد كاف من الناس في قراءته ، بشرط ألا يكون خارجاً على قواعد الذوق العام وقوانين السب والقذف .

- الخبر هو كل شيء يحدث ويهتم به الناس .

- الخبر هو كل ما قد يتحدث عنه الناس ، فكلاً كان الاهتمام الذي يثيره فيهم أكبر كانت قيمته أعظم .

ويظهر من هذه التعريفات ما يمكن اعتباره محاولة ناجحة لتعريف الخبر ، نظراً لتجريده من كل المؤثرات والاعتبارات التي أشير إليها سابقاً والتي يسعى الكثيرون لإثباتها كعناصر مهمة في فهم الخبر وتقييمه ، ومن هذه التعريفات اثنان :

أ- الخبر هو الاستطلاع الدقيق للأحداث الإنسانية (أو الإطلاع الدقيق على الأحداث الإنسانية) ، والكشوف والآراء التي تهتم الناس وتؤثر فيهم .

ب- الخبر هو كل ما يحدث وكل ما توحى به الأحداث وكل ما ينجم عنها. (2)

والنتيجة من هذين التعريفين أو غيرهما مما اختلف في ضبطه أن الخبر الصحفي مادة من أهم المواد الصحفية ، وبغض النظر عن مدى اهتمام الناس بها أو عدمه مما تركز عليه غالبية التعريفات المذكورة فإن الخبر يمثل الحدث والماجرى من حياة الناس ، على الرغم من أن البعض يرى أنه هناك فرق بين الحدث وبين الخبر ، فالحياة مليئة بملايين من الأحداث التي تقع كل يوم بل كل لحظة ولكن من بين هذه الملايين من الأحداث عدد قليل يتحول إلى أخبار ، عندما يكون مالكا لعدد من عناصر الخبر الصحفي التي تجعله يستحق النشر (3) .

وحين يستثنى اهتمام الناس من أهداف الناشرين فإن حقيقة الخبر تصبح متلخصة في أنه : << كل حدث في حياة الإنسان يحقق بنشره قيمة معينة ، إيجابية كانت أم سلبية مهما اختلف اهتمام الناس به >> .

(1) فاروق أبو زيد- فن الخبر الصحفي - ط2 ، عالم الكتب ، القاهرة ، ص 27 .

(2) عبد القليل حمزة- المدخل في فن التحرير الصحفي - ط4 ، دار الفكر العربي ، ص 58 .

(3) المرجع السابق . ص 255 .

وعليه فتخصيص مفهوم "السبق الخبري" قد دخل في دوامة البحث عن تعريف محدد ومنضبط للخبر، ومع ذلك يمكن فيميه بخصيصيته على أنه عملية الظفر بحيارة فئة من الأخبار التي تعمل على توحيد اهتمام أكبر عدد من الناس، وتدفعهم لطلب المزيد من التفاصيل بالمتابعة تحت إطار فضفاض لمسمى السبق الصحفي.

## 1-2- السبق الإعلامي

إذا كان للسبق الصحفي أكثر من وجه وأكثر من مجال أيضا- وليس السبق الإخباري وحده - ، فإن من أبرز هذه المجالات أن يسبق المحرر غيره ممثلا لصحيفة أو مجلة في إجراء حديث مع ملك أو رئيس جديد أو رئيس وزراء أو وزير أو نجم من النجوم ، لذلك فإن المجلات والصحف كثيرا ما تخرج علينا بمثل هذه العناوين " أول حديث صحفي مع... " ، " أول حديث صحفي للوزير الجديد... " ، " بعد عودته إلى الأضواء يتحدث أول مرة... " ، " في أول حديث معه بعد عودته من رحلته... إلى غير ذلك من العناوين التي تعكس جانب السبق في إجراء مثل هذه الأحاديث ، وتدعو إليها أيضا وتوجه أنظار القراء وكأنها تقول لهم لقد أحرزت هدفا في شباك الآخرين (1) ، وشينا فشيئا تتوسع دائرة هذا العمل من خبر إلى حديث إلى مقال إلى تحقيق إلى مختلف القوالب الصحفية الأخرى ، ليتم الخروج بذلك من مصطلح السبق الخبري الضيق والوصول إلى مفهوم السبق الصحفي العام والذي يطلق عليه " السبق الإعلامي " ، حيث يمكن له أن يعبر عن التسابق في ميدان واسع يدخل حتى الوسيلة في مضمون هذا السبق والتي تتنوع وتتزايد عددا يوما بعد يوم ، وبالنظر إلى مصطلح " السبق الإعلامي " والذي لا يجد البعض حرجا في إطلاقه للتعبير عن " السبق الصحفي " - مع ضرورة الاهتمام بضبط دقيق للمصطلحات- يظهر اختلاف نوعي يميز هذا المفهوم عن سابقه على الأقل ، انطلاقا من الاختلاف بين مفهوم الإعلام- كما حدده الدارسون - والخبر كما تبين سابقا ، فالعلاقة بينهما لا تخرج عن نطاق الكل والجزء ، ويكفي في هذا السياق تعريف الإعلام تعريفًا مختصرا من خلال عرض تعريف " سمير محمد حسين " من أن الإعلام هو: << كافة أوجه النشاطات الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات وماجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف ، بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية بكافة الحقائق والمعلومات والموضوعات ، وبما يسهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور نحو الوقائع والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة >>. (2)

ورغم تباين في المفاهيم تبقى العلاقة بين هذه التسميات ، فمثلا " أحاديث المهمين من الناس " مع أن البعض يعتبرها الأكثر جلبا للاهتمام والتغطية بالنسبة للصحف بصرف النظر عن موضوعها ، إلا أن المهم فعلا لاكتمال قيمة هذا السبق هو تحقيق القيمة الخبرية أو السبق الخبري ضمن هذا السبق ، بإجراء الحديث مع الشخصية وكذا الحصول منها على الأخبار الهامة التي تعتبر سبقا صحفيا في حد ذاتها وإلا فما فائدة السبق

(1) محمود آدم - المدخل في فن الحديث الصحفي - مطبعة دار الثقافة للطباعة والنشر ، القاهرة 1982م ، ص 152 .

(2) سمير محمد حسين - الإعلام والاتصال بالجمهير والرأي العام - ط2 ، عالم الكتب ، القاهرة 1993م ، ص 22 .

الأول . - سيسبح من لقاء هذه الشخصية الهامة في الطريق وإلقاء التحية عليها ، أوفي ناد من الأندية وطلب توقيعها على الألبوم عراف أو التقاط صورة معها ، إن معنى السبق يكتمل بانفراد المحرر ببعض الأخبار الهامة التي تقدمها هذه الشخصية ، أوبعض الآراء أوجهات النظر الخاطرة في أمر من أمور الساعة أوفي موضوعات ساخنة أخرى .(1)

ومن هنا يمكن فهم طبيعة العلاقة بين كل من السبق الإعلامي والسبق الخبري ، فمع أن لكل خصوصيته إلا أن جميعها تتحد لتحقق قيمة معتبرة تبرز للجمهور فيعتبر عنها بتسمية مختصرة هي " السبق الصحفي " .

### 1-3- الخبطة الصحفية

هذا المصطلح هو الوجه الآخر للسبق الصحفي إذ يمكن القول " سبق صحفي " أو " خبطة صحفية " مع أن الأول هو الأكثر استعمالاً ، لكن هذا المفهوم ينبه لجانب مهم يتعلّق بمثل هذه النشاطات الصحفية ، فالخبطة الصحفية أو كما تسمى باللغة الأجنبية " Beat report " تعكس الأثر والنتيجة الحميمة لهذا العمل ، فإطلاق مثل هذا الاسم قد يسمح بتفسيره من وجهين : الأول هو أن كلمة الخبطة أو الضربة - كما تعني - فعل يخلف لفت الانتباه كمنعكس شرطي لا إرادي لدى الأفراد والجمهور ، ولعلّ هذا التمثيل هو الأقرب للسبق الصحفي كونه يشدّ وبسرعة أنظار الجميع مهما استغنوا فيما بعد عن طلب مزيد من التفاصيل ، إذ تحقّق الهدف الأول وهو لفت انتباههم ؛ أمّا الوجه الثاني والذي يمكن فهم هذه التسمية انطلاقاً منه فهو متعلّق أساساً بواقع المنافسة الإعلامية ، حيث أن الصحيفة أو الوسيلة الإعلامية حين تحقّق سبقاً صحفياً فإنها بذلك تكون قد وجهت ضربة أو خبطة للأسماء الإعلامية الأخرى أو الصحف المنافسة ، وبتعبير آخر تكون قد سجلت هدفاً في شبكهم فتصبح بذلك أكثر ظهوراً وتميزاً بينهم جميعاً .

وفي سياق الحديث عن هذه الأوصاف تبرز القيمة والإحساس بالفوز الذي يحقّقه مثل هذا النصر الإعلامي ، والذي عبّر عنه " ديفيد إس برودر " قائلاً : << عندما تكتشف حدثاً ما ينفجر داخلك فوراً بهذا التساؤل... ترى هل سبقك أحد إلى هذا الموضوع؟! لا شيء في هذا العالم أفضل من اكتشاف أخبار لها أهميتها ولم ينشرها أحد من قبلك ، فالصحفيون الساعون وراء السبق الصحفي يعرفون جيداً طعم النشوة هذه ، وكما ذكر أحدهم فإنه كان يبترسم ابتسامة عريضة عندما يشعر أنه أول من وصل للخبر؛ وحين يكون هناك احتمال تسرب الموضوع بالكامل إلى صحفيين آخرين قبل أن تنشره فإنّ هذا يجعلك شديد الحذر، ومهما تكن مشاعرك فعليك أن تفكر بوضوح وأن تخطّط لإستراتيجية العمل ثم تبدأ بالتنفيذ فوراً >> .(2)

إنّ مصطلح الخبطة الصحفية يجسد بدقة قيمة السبق بعيداً عن أية تفاصيل أخرى قد تخص طبيعة الموضوع أو تقييمه ، فهو يلخص كلّ هذا متى تحققت تسميته أي متى نجح فعلاً في أن يكون خبطة أو ضربة سواءاً للجمهور المهتمّ أو للمنافسين في الميدان الإعلامي .

(1) للمرجع السابق - ص 153 .

(2) ديفيد إس برودر - وراء الصفحة الأولى - تر: عبد القادر عثمان ، مركز الكتب الأردني ، 1990م ، ص 79 - 80 .

## 2 انمصداقية

كلمه المصداقية مشتقة من الصدق ، وقد ورد عنها : << الصدق نقيض الكذب ، صدق ، يصدق ، صدقا وصدقًا وتصدقًا ، وصدقًا تعني : قبل قوله .... ومصداق الأمر حقيقته >> . (1)

ومما يقال عن مشتق هذا المصطلح أي الصدق : << أن يخبر الإنسان بما يعتقد أنه الحق ، وليس الإخبار مقصورا عن القول بل قد يكون بالفعل كالإشارة باليد وهز الرأس ونحوهما ... ومن الكذب المبالغة في القول مبالغة تجعل السامع يفهم منه أكثر من الحقيقة ، كما إذا بالغ الإنسان في وصف شيء بالعظم أو الكبر أو الصغر حتى يفهم السامع أكثر من حقيقته ؛ ومن الكذب أن يحذف المتكلم بعض الحقيقة ويذكر بعضها إذا كان نكر ما حدث يجعل لما ذكر لونا خاصا ... >> ، ولا يزال الإنسان يكذب حتى يفقد ثقة الناس به وتصديقهم له حتى في ما هو صادق فيه ، كما روي عن أرسطو أنه سئل : << ما ضرر الكذب ؟ >> فقال : << أن لا يثق الناس بقولك حين تصدق ، وكل إنسان في هذه الدنيا في حاجة شديدة إلى ثقة الناس به >> . (2)

وهناك ثلاثة أنواع من الكلمات التي تنقلها إلينا وسائل الإعلام ، وهي الكلمة الإبداعية ( متقلة بالمشاعر والخيال ) ، والكلمة العلمية ( كلمة العقل والواقع ) ولكل منها مصداقيتها الخاصة ، وتعني المصداقية في ميدان الإعلام : << إلزام الكلمة بالصدق في التعبير عن الحقيقة >> . (3)

وقد جاء هذا المعنى في القرآن الكريم في وصف بعض الرسل بـ "صديقًا" أو "صادق الوعد" ، وقد ورد في الأدبيات الإعلامية الغربية مفهوم يقترب من الصدق ويتمثل في الموضوعية ، فقول أن الصحفي ينبغي أن يكون موضوعيًا ، أي أنه يقدم مختلف أطراف القضية المطروحة ، وفي هذا السياق نجد أن الصدق أعلى مرتبة من الموضوعية التي تتوقف عند حد تقديم العوامل المختلفة والمتعلقة بقضية ما ، في حين يذهب الصدق إلى حد يستخدم فيه هذه العوامل قصد الوصول إلى الحقيقة . (4)

والمصداقية أو الصدقية هي أيضا تصديق السلوك للفكرة ، وكل الفاعلين بكل أبعاد الفعل سياسيًا وثقافيًا واقتصاديًا وإعلاميًا يحرصون على تحقيقها لأن ذلك هو عنوان الاستمرار ... ، والمصداقية الجماهيرية المطلوبة تبنى بأمرين :

- إعادة بناء جسر الثقة عن طريق تحري الصدق فيما يصدر عن هذه الأطراف .
- بناء التراكم في الانجازات . (5)

ويأتي مفهوم المصداقية انطلاقًا من هذه المعطيات ، كمحصلة نقاط مهمة على النحو التالي :

**المصداقية = الصدق + التراكم في الإنجازات + متابعة الجمهور.**

(1) ابن منظور - لسان العرب - ، ج3 ، ص420.

(2) أحمد أمين - كتاب الأخلاق ( الموسوعة الأدبية ) - ، دار الكتاب العربي ، بيروت - لبنان 1969م ، ص199-200 .

(3) صالح خليل أبو أصعب - تحديات الإعلام العربي: المصداقية، الحرية، التنمية والهيمنة الثقافية - دار الشروق للنشر والتوزيع ، عمان - الأردن 1999م ، ص40 .

(4) عزي عبد الرحمن - تعر الرسالة في عصر الوسيلة - حوليات جامعة الجزائر ، المند 04 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر 1989-1990م ، ص42 .

(5) الحركة الإسلامية ومسألة القطب الديمقراطي ، موقع البديل الحضاري 2004م ، www.albadil.com (تاريخ للتحويل: 12 جانفي 2005م) .

وتنجم عنها - العنصر - الأهمية ريادة هي الأهمية بنسبة المصداقية نتيجة لظاهرة انهيار الثقة في وسائل الاتصال ، التي أشير إليها قديماً بعبارة أزمة المصداقية Credibility Crisis ، التي امتدت وتطوّرت لتصبح انهياراً للثقة في كل مؤسسات المجتمع ؛ وعندما زاد الاهتمام بقضية مصداقية وسائل الاتصال الجماهيرية خلال الستينات ، بدأ الحرص على تقديم رؤية للمصداقية متعدّدة الأبعاد وأكثر اكتمالاً وشمولاً ، فقد حدّدت البحوث عدّة أبعاد فاعلة ومكونات للمصداقية تمثّلت في : الإحساس بالأمان ، الخبرة ، الحيويّة ، المعرفيّة ، الدقّة ، الإنصاف ، الاكتمال ؛ ويضيق بعض الباحثين ومنهم " عزّت عبد العزيز " مفهوم المصداقية بحيث يقصره على مصداقية المادّة الصحفية فقط ، على النحو التالي : >> مصداقية الصحافة هي نوع من المعالجة المهنية والثقافية والأخلاقية للمادّة الصحفية بحيث تتوافر فيها كل أبعاد الموضوع ، والاتجاهات المطروحة حوله ، بطريقة متوازنة تستند على شواهد وأدلة ودقّة في عرض الموضوعات ، وفصلها عن الآراء الشخصية التي ينبغي أن تعلن بوضوح وصراحة ، وتتجرّد من الأهواء والمصالح الخاصة بحيث تتسق مع الآراء الأخرى التي تطرحها الصحيفة أو يطرحها الكاتب في موضع آخر أوفى وقت آخر ، وذلك في إطار من التعمّق والشموليّة ، يراعي علاقة الخاص بالعام والجزء بالكل ، شرط أن تعكس هذه المادّة أولويّات الاهتمام عند الجمهور >>. (1)

وقد ميّزت البحوث بين وسائل الاتصال والأشخاص كمصادر اتصالية ، كما اهتمت بالدرجة التي يختلف الناس حولها فيما يتعلّق بالمعايير المختلفة لأداء وسائل الاتصال ، والتصورات العديدة حول المصداقية التي لا بدّ أن تختلف باختلاف وسائل الاتصال وتنوّع وظائفها ، وقد خلصت هذه البحوث إلى أنّ المصداقية هي مفهوم متعدّد الأبعاد وقد تنوّع من دراسة لأخرى ، حيث حدّد " ماكومبس وواشنطنون " ثلاثة مجالات أساسية للبحث في مصداقية وسائل الإعلام هي : - الثقة في وسائل الاتصال .  
- الأمانة والمعايير الأخلاقية .

- التصورات عن اتجاهات الجمهور نحو الوسائل فيما

يتعلّق بكلّ من : القابليّة للتصديق ، الثقة ، الانصاف والتّحيز. (2)

ويرى البعض أنّ مفهوم المصداقية أكثر اتساعاً - في القضايا التي يعالجها الاتصال - من مفهوم القابليّة للتصديق Believability بحيث يشمل :

- الثقة في وسائل الاتصال .

- التصورات حول التّحيزات السياسية وغيرها .

- التصورات حول كيفية تغطية وسائل الاتصال للمجموعات المتنوعة في المجتمع .

- المواقف اتجاه قضايا التّقييم الإخباري . (3)

(1) الصحافة وأزمة المصداقية ، الفصل السابع ، بحوث الصحافة وفنون الإعلام ، موقع مقال الصحراء ، www.moqatel.com

(تاريخ الخول: 28 أبريل 2005م) .

(2) للمرجع نفسه .

(3) للمرجع نفسه .



- تقييم الوظيفة التي تؤديها الجرائد ووسائل الاتصال الأخرى .
- المواقف اتجاه حرية الصحافة .

ومنه يظهر أن المصداقية تتوزع على أطراف العملية الإعلامية لتصبح وكما حددها " محمد ماهاتير " :

- أ- مصداقية القائم بالاتصال (المحرر أو المذيع أو المخرج التلفزيوني مثلا) ويشمل :
  - عدم التسرع في نشر الحقيقة .
  - مراعاة الأخلاقيات في تقصي الحقيقة .
  - مراعاة العرف والتقاليد في نشر هذه الحقيقة ...الخ...

ب- مصداقية المضمون وتشمل :

- وضوح الرسالة حتى في أوقات الخطر .
- اليسر والسهولة في شرح أبعاد الخبر بما فيها السلبية ...الخ...

ج- مصداقية الوسيلة وتشمل :

- اعتماد الصحفية على كتاب موثوق فيهم .
- تعبير الصحفية عن هموم واحتياجات الشعب ...الخ...<sup>(1)</sup>

ومنه فإن المصداقية في المعادلة الإعلامية لا تختص بجانب دون غيره ، بل تتوزع عليها جميعا وتمنحها شروطا معينة تضمن تقبلها من طرف الجمهور .

### 3- الأخلاقيات

ورد عن أصل هذا الاشتقاق كلمة الخلق وهي الطبيعية ، وفي القرآن الكريم : ﴿ وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خَلْقٍ عَظِيمٍ ﴾ القلم 4 : ، والجمع أخلاق ، والخلق والخلق : السجية ، وهي بضم اللام وسكونها : الدين والطبع ، وحقيقته أنه صورة الإنسان الباطنية نفسه وأوصافها ومعانيها المختصة بها ، بمنزلة الخلق لصورته الظاهرة وأوصافها ومعانيها ، ولها أوصاف حسنة وقيحة .<sup>(2)</sup>

ومنه فمصطلح الأخلاق لا يعني فقط بالضرورة الأخلاق الحسنة ، بل هو مصطلح يحتمل الوجهين فيقال أخلاق حسنة وأخلاق سيئة ، مع أنها تأخذ - على الغالب - الجانب الإيجابي فقط من مجموع السلوكات والأفعال التي يمارسها الفرد خلال اتصالاته وتفاعلاته مع بني جنسه ، ومع جميع المخلوقات المحيطة به ، وهو في هذه العملية يحمل في ذهنه معايير وقوالب يزن بها أفعاله ، والأخلاق من هذا المنطلق هي : >> السلوك الذي اصطلح عليه المجتمع وأقره ، ويتكون من مجموعة القواعد التي تبيّن للأفراد كيف يجب أن يتصرفوا في الحالات والمواقف التي تعرض لهم ، دون أن يخالفوا في ذلك ضمائرهم أو العرف السائد في مجتمعهم ، ويعدّ تصرف الفرد لأخلاقيا إذا خدش قاعدة أخلاقية مقررة >>.<sup>(3)</sup>

(1) المرجع السابق .

(2) ابن منظور - لسان العرب - ج 2 ، ص 889 .

(3) أحمد زكي بدوي - معجم مصطلحات العلوم الإجتماعية - مكتبة لبنان ، بيروت 1978م ، ص 139 .

وكلمة أخلاقيات " Ethics " ترادف كلمة الآداب العامة " Morals " التي يجب أن يلتزم بها كل ممارس للعمل الإعلامي ، في نشر الإعلام والثقافة والترفيه المفيد الذي يراعي المعادلة الصعبة بين تحقيق صالح الفرد وصالح المجتمع . (1)

ولأهمية هذه الصفة البشرية فقد ظهر علم كامل يهتم بدراستها يسمى " علم الأخلاق " ، وهو علم يبحث في أعمال الناس فيحكم عليها بالخير أو الشر ، ويستثنى منها الأعمال الآلية الغير قابلة للتحكيم ؛ و خلاصة هذا أن موضوع " علم الأخلاق " هو الأعمال التي صدرت من العامل عن عمد واختيار ، ويعلم صاحبها وقت عملها وماهيتها ، وهذه هي التي يصدر عليها الحكم بالخير أو الشر ، وكذلك الأعمال التي صدرت لاعن إرادة ولكن يمكن الاحتياط لها وقت الانتباه ، وأما ما يصدر عن إرادة وشعور ولا يمكن الاحتياط له فليس من اهتمامات علم الأخلاق . (2)

وقد أثبت العلم أن أخلاق الإنسان ليست حظاً يُمنح حسب المصادفة والاتفاق ، ولكنها تصلح وتفسد وترقى وتتحط تبعاً لقوانين ثابتة لا تختلف... ، والناس مع الاختلاف الكبير فيما بينهم يميلون جميعاً - إلا الشواذ - إلى الشرف والحق والصدق وسائر الفضائل وإن كان هذا الميل يختلف فيما بينهم قوة وضعفاً ، والتربية الصحيحة تقوي هذا الميل وتصل بالإنسان إلى أقصى ما يمكن أن يصل إليه ، كما أن التربية السيئة تضعف هذا الميل وقد تُقنيه . (3)

وقد اهتم البعض بتحديد سمات خاصة تميز الأخلاق ، فلخصها في ثلاث هي :

- الأخلاق موضوعها ومحلها الإنسان ذاته وليس ما يملك أو ما يأتي من أفعال وسلوكيات ، فهذه الأخيرة تُعتبر ترجمة للأخلاق وليست هي الأخلاق ذاتها .

- إن الأخلاق في الحقيقة ليست مجرد قيم معنوية بل هي ذات الإنسان ، ونحن لا نقصد بهذا القيم الدينية فحسب بل ينطبق نفس الوصف على القيم الوضعية وغيرها ، فإذا جردنا أي إنسان من كل ما يؤمن به من القيم الخيرة أوحتى الشريرة لعدا كأنه بعيد الشبه عن الإنسان ، لأنه لن يتجه إلى سلوك أخلاقي وسيكون الفارق بينه وبين أي حيوان معدوماً .

- الأخلاق الحسنة تقوم على قاعدة العطاء لا الأخذ وعلى أساس التحمل بالواجبات قبل المطالبة بالحقوق ، فالأخلاق في الإسلام - خاصة - عطاء دائم لأتمن ما يملك الفرد من نفسه التي بين جنبيه ، وواجبات قبل أن تكون حقوق... وهذا العطاء هو ما يجعل التمسك بها أمراً يشق على نفوس الكثيرين ، لأنه يمتد إلى الجسم فيحرمه ويلزمه بالانقياد الكلي للبذل والعطاء ، في حين يؤثر الفرد للجسم الطعام والمشرب واللباس والراحة والرغبات. (4)

(1) حسن عماد مكاوي - أخلاقيات العمل الإعلامي (دراسة مقارنة) - الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة 1994م ، ص 24 .

(2) أحمد أمين - كتاب الأخلاق ( الموسوعة الأبيية ) - ، ص 14 .

(3) المرجع نفسه ، ص 24 .

(4) يعقوب المليجي - الأخلاق في الإسلام مع المقارنة بالذاتات المماثلة والأخلاق الوضعية - مؤسسة الثقافة الجامعية ، الإسكندرية 2003م ،

لقد مكّنتنا السمتين الأخيرتين من الوقوف على جانبين مهمين يعكسهما مصطلح الأخلاق : الأول يتمثل فيما يربط هذا المفهوم بمصطلح القيم الشاسع والواسع ، والثاني يشرح الإلزامية التي تفرضها الأخلاقيات على الأفراد ويظهر ذلك من خلال سلوكياتهم.

فالقيم تلعب دورا حيويًا وأساسيا في حياة الإنسان والمجتمع في الماضي والحاضر والمستقبل ، فتقوم بالربط بين النظم الاجتماعية وإعطائها أساسا عقليا يستقر في ذهن أعضاء المجتمع ، مما يوجد انتماءً إلى ثقافة معينة ، ونظرا لهذه الوظيفة فإن للقيم أهمية كبرى فالمجتمع ما هو إلا مجموعة من الأفراد ذوا آمال وأهداف مشتركة ، والتآلف بينهم بوجود الحد الأدنى من القيم يحقق تلك الآمال ، لأن القيم موجودة في كل لحظة من لحظات السلوك الإنساني<sup>١</sup> ، فالدين قيمة روحية ، والأخلاق قيمة اجتماعية ، والمال قيمة اقتصادية ، والسلطة قيمة سياسية ، والغذاء قيمة صحية والمساواة والعدل والحرية والاستقلال قيم سياسية واجتماعية وتاريخية ، والفنون قيم جمالية وكل هذه النشاطات هي قيم حضارية وإنسانية ، وغالبا ما نجد الشخص يسعى من أجل تجسيد قيم معنوية لها معنى بالنسبة له ، فنجده يسعى من أجل تحقيق قيم دينية أو سياسية وتعميق هذه القيم ، وهو قد يقدرها لأن جماعته التي ينتمي إليها تقدرها كذلك.<sup>(1)</sup>

وتتشكل هذه القيم منذ الصغر، فالآباء يعاقبون الأبناء على أفعال معينة ، ويكافئونهم على أفعال أخرى ويضعون لسلوكهم معايير تقتزن بثواب أو عقاب ، فهذا كذب وذلك صدق وتلك أمانة أو أنانية... الخ... ويتكرر العقاب على أفعال معينة تصبح هذه الأفعال مثارا للقلق ، ويتكرر الإثابة على أفعال أخرى تصبح هذه الأفعال مبعثا على الارتياح ، وباستمرار النمو أثناء عملية التنشئة الاجتماعية تتحول هذه القوى الرادعة الخارجية (والوالدين والدين) إلى قوى رادعة تصبح جزءاً من التركيب النفسي للفرد ، هذا والضمير كقيمة أخلاقية يضبط سلوك الفرد وهو لا يتشكل تشكلا سليما إلا إذا كان هناك ثبات في توقيع العقاب أو الإثابة ، فإذا كان الأب يعاقب ابنه على سلوك معين في حين تكافئه الأم على نفس السلوك ، أو إذا كان الأب يعاقب الطفل على سلوك معين في وقت معين في حين يعاقب عليه في وقت آخر أوروبما يكافئه ، فمن شأن ذلك أن يعيق عملية نمو الضمير بشكل متكامل ، إذ تختل معايير الصواب والخطأ في ذهن الطفل.<sup>(2)</sup>

إن تحقيق الثبات في تحديد الأحكام على السلوكيات يحقق تنشئة سليمة وصحيحة على القيم الأخلاقية ، ويبني قناعات راسخة في داخل الفرد بأحقية تفضيل سلوك على غيره ، وهذا ما يحول القيم الأخلاقية شيئا فشيئا إلى الشكل الإلزامي داخل ضمير الفرد ، والثابت لدى الباحثين أن أي مذهب أخلاقي يستند على فكرة " الإلزام L'obligation " فهو القاعدة الأساسية والمدار والعنصر النووي الذي يدور حوله كل النظام

<sup>١</sup> لقد استخدم مفهوم القيمة استخداما متعددا ومطبا بمعانٍ متنوعة في العديد من الميادين ، كما لاقت مفاهيم القيم استخداما واسع الانتشار بين العلوم المختلفة ، فاستخدمه كل من علماء الاجتماع وعلماء النفس والفلاسفة ورجال السياسة والذين وعلماء الاقتصاد ورجال الفن ، وفي رأي بعض العلماء من أمثال " رويش Roach " أن مفهوم القيمة مرادف لمفهوم (نافع أو لائق) ، كما تعرف القيمة من خلال مفهوم التوافق أو التلاؤم أو الكفاية ، وهناك من تكلم عن القيمة بمعنى الثمن ، فقيمة الشيء مرتبطة بثمنه ؛ ويعرفها آخرون بأنها " الاهتمام Interests " حيث تستخدم كلمة قيمة بمعنى الأشياء التي يعطيها الناس اهتماما خاصا ، فأني شيء حسنا أوردنا بعد قيمة . ( محمد شفيق - الإنسان والمجتمع مع تطبيقات في علم النفس الاجتماعي - المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية - مصر 2004م، ص 59 ) .

(1) حافظ فرج أحمد - التربية وقضايا المجتمع المعاصر - عالم الكتب ، القاهرة 2003م ، ص 247 .

(2) محمد شفيق - الإنسان والمجتمع مع تطبيقات في علم النفس الاجتماعي - ، ص 111 .

الأخلاقي ، والذي يؤدي نفعه إلى سحق جوهر الحكمة العملية ذاته وفناء ماهيتها ، ذلك أنه إذا لم يعد لنا ذلك إلزام فلن تكون هناك مسؤولية ، وإذا انعدمت المسؤولية فلا يمكن أن تعود العدالة وحينئذ تنفشي القوودى ويفسد النظام وتعمّ الهمجية ؛ وقد استطاع الفيلسوف الفرنسي " هنري برجسون " في تحليله العميق لقضية الإلزام الأخلاقي أن يكشف له عن مصدرين : أحدهما قوة الضغط الاجتماعي ، والآخر قوة الجذب ذي الرحابة الإنسانية المستمدة من العون الإلهي ، وهي قوة أوسع مدى من سابقتها ، وقد فسّر ذلك قائلا: >> إننا نؤدّي الدور الذي عيّنه لنا المجتمع ونتبع الطريق التي رسمها لنا ، ثمّ نسلم قيادتنا لهذه الطريق نترسمها كلّ يوم بنوع من العادة لا يكاد يخالطه تفكير أشبه شيء بغريزة النحلة أو النملة ، وذلك هو ما يسمّى عادة بالوفاء للواجب ، ولو أننا قاومنا ذلك لحظة أو حاولنا أن نعدّل من سيره فإننا لا نلبث أن نرتدّ إليه شئنا أم أبينا بفضل تلك القوة القاهرة للحياة الجماعية <<. (1)

ومن هنا تتضح مكانة الأخلاق أو الأخلاقيات ، فهي تمثّل أهمّ قيمة في حياة الفرد لدرجة أنه حين نتحدّث عن القيم فإنّ أول ما يتبادر إلى الذهن قصده " القيم الأخلاقية " ، وحين نحكم على أية ممارسات في إطار هذا المفهوم فلا بدّ أن نلمس نوعا من الإلزامية التي تولدت جرّاء ثبات أحكام معينة في الضمير البشري وبرعاية من الوسط الاجتماعي الذي نشأ فيه ، وحين نقول الوسط الاجتماعي فإنّ ذلك يُجمل كلّ المؤثرات الخارجية بما فيها العامل الديني ؛ إذن فمحصلة كلّ هذا هي مجموعة من السلوكيات والتصرفات الأخلاقية سواءً كانت حسنة أم سيئة.

### ثالثا : الدراسات السابقة والمشابهة

إنّ الاهتمام بالدراسات السابقة والمشابهة يساعد على ضبط وتوجيه مضمون البحث المقدم ، خاصة إذا كان جديدا في طرحه ومعطياته ، وهذه الدراسة - كأية دراسة أخرى - تهتمّ بهذه النقطة ، لتعرض ما صادفها من دراسات سبقت إلى مثل هذا المجال ، ومن أجل تقديم هذه الدراسات بشكل منظمّ كان من الواجب تصنيفها انطلاقا من علاقتها بالموضوع الرئيسي على النحو التالي :

✦ إذا اعتبر عامل السبق الصحفي قيمة إعلامية تختزل جملة من القيم المعروفة من (أنية وفورية وعامل الوقت ...) ، فإنّ من الدراسات التي تعرّضت لقيمة الأخبار في وسائل الإعلام على سبيل المثال : دراسة " بادو " و" وارد " حول " طبيعة الأخبار من أربعة أبعاد " ، ودراسة " صوفيا بترسون " حول " تغطية أنباء دول العالم الثالث من خلال وكالات الأنباء الغربية وصحف الصقوة " وكذلك دراسة " الكينولويس داكوستا " حول " معايير انتقاء الأخبار في الدول الإفريقية وقيم الأخبار الساندة في دول العالم الثالث ". (2)

(1) محمد عبد الله دراز - دستور الأخلاق في القرآن - تر: عبد الصبور شاهين ، ط6 ، مؤسّسة الرسالة دار البحوث العلميّة ، الكويت 1985م ، ص 21 - 23 .

(2) حسن عماد عبد المنعم مكّوي - دراسة للخدمة الإخبارية التي يقدّمها راديو القاهرة ومقارنتها بالخدمة الإخبارية الموجهة من هيئة الإذاعة البريطانية للمستمع المصري - ، ص 13 .

✧ وإذا ما نُظر إلى موضوع السِّبق الصحفي كدراسة تلقي الضوء على مجهود إعلامي معتبر لأحد أهم المصادر الخيرية ، فإن من أهم الدراسات التي ركزت اهتمامها حول العمل الإعلامي ومصادره :

- دراسة << المهنية في الصحافة الأردنية (العنصر البشري دراسة ميدانية) >> (1) ، وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على واقع المهنة الصحفية في الأردن من خلال عرض كافة العناصر والعوامل المؤثرة في طبيعة هذه المهنة ، وذلك بالتركيز على العنصر البشري الذي تقوم على عاتقه أعباء مهنة الصحافة ، بهدف الارتقاء بهذا العنصر المهم والتعرف على الظروف المحيطة بعمله الصحفي ؛ وتجب الإشارة إلى أن هناك تأكيد من جانب العديد من الباحثين الإعلاميين والصحفيين البارزين على أهمية العنصر البشري في نجاح الصحيفة التي ينتمي إليها ، لذلك ركز الكثيرون على وضع شروط يتوجب توفرها في الصحفيين .

وكان من أهم القضايا والمشكلات التي اهتمت بالبحث بالتعرف عليها : الأوضاع المادية للصحفيين من رواتب ومكافآت ، والتدريب الصحفي ، وقضية المعلومات ، وعلاقات الصحفيين بمصادر الأخبار ، والمشكلات التي يواجهها العاملون في مجال التحقيقات الصحفية ، ومدى قيام نقابة الصحفيين بدورها في رعاية المهنة الصحفية وأعضاء النقابة ، والفرص المتاحة للصحفيين لتنمية قدراتهم الثقافية ومدى الالتزام بأخلاقيات المهنة ، وظاهرة الصحف الأسبوعية التي شهدت ظهورا كثيفا في السنوات الأخيرة ، وموضوع التأمينات التي يتمتع بها الصحفي وتأثيراتها على مجمل الأداء المهني .

### منهج الدراسة

انطلاقاً من كون هذه الدراسة من الدراسات المسحية التي تتم بناءً على تصميم صحيفة استقصاء أو استبيان يراعى فيها شمول المواضيع والقضايا المتصلة تماماً بموضوع البحث من كافة جوانبه ، فقد قام الباحث بتصميم استمارة استبيان مكونة من تسعة وثلاثين سؤالاً إضافة إلى البيانات الشخصية التي تعتبر مدخلاً مهماً للدراسة ، وتتنوع بعدها الأسئلة بين المغلقة والمفتوحة التي تتطلب آراءً ومقترحات وعرضاً للمشكلات ، نظراً لخصوصية المهنة وطبيعة الظروف المحيطة بها وأنساقاً مع الرغبة في المعرفة الدقيقة بما تواجهه من عقبات ومشكلات كما يراها الصحفيون أنفسهم .

وحاولت الأسئلة التي تضمنتها الاستبيان أن تشمل كافة النواحي المتصلة بالمهنة الصحفية التي تعتبر إحدى أهم المظاهر التي تعاني منها الصحافة الأردنية ، وخاصة فيما يتعلق بالعنصر البشري المتمثل في الصحفيين أنفسهم من حيث طبيعة عملهم والمشكلات التي تواجههم ، لأن هؤلاء الصحفيين هم عصب المهنة ويتوقف عليهم نجاحها أو فشلها حاضراً أو مستقبلاً.

### العينة

تحسباً لصعوبة التّجاوب التي قد يواجهها البحث في مثل هذه الدراسات وهي تتعلّق بظروف العمل الصحفي داخل المؤسسات الصحفية وخارجها ، وما يتصل بذلك من حساسية معينة لدى الصحفيين ، فقد ارتأى الباحث اتباع أسلوب العينة العشوائية البسيطة ، وقد تمثّلت هذه العينة العشوائية في مجموعة من العاملين بالمؤسسات الصحفية الأردنية التي تُصدر الصحف اليومية والأسبوعية ؛ قوام هذه العينة اثنان وخمسون

(1) تيسير أبو عرجة - دراسات في الصحافة والإعلام - دار مجدلاوي للنشر والتوزيع ، عمان - الأردن 2000م ، ص 139-183.

صحفياً يغطون مختلف التخصصات الصحفية ومن بينهم رؤساء تحرير بعض الأسبوعيات ومدراء تحرير ورؤساء أقسام ، وبتركيز أكبر على المندوبين العاملين في مجال الأخبار والتحقيقات الصحفية بصفتهم الأكثر قرباً واتصالاً بالمشكلات والظروف التي تحيط بالعمل الصحفي ، وقد شملت العينة صحفيين من كلا الجنسين ذكورا وإناثاً.

### نتائج الدراسة

- أظهرت الدراسة أن العاملين في الصحافة الأردنية هم في غالبيتهم من الشباب الجامعي المؤهل علمياً في فروع العلوم الإنسانية المختلفة ، وبينهم نسبة كبيرة من خريجي الصحافة والإعلام .
- وأن نسبة الذين يحصلون على رواتب عالية داخل المؤسسات الصحفية ضعيفة مقارنة بذوي الرواتب القليلة قياساً إلى ظروف الحياة المعيشية الراهنة .
- أوضحت الدراسة أيضاً أن نسبة المتفرغين للعمل الصحفي داخل المؤسسات الصحفية حظيت بأعلى قيمة داخل العينة ، مع أن جزءاً كبيراً من غير المتفرغين لم يخرج عن نطاق العمل الإعلامي بأشكاله الأخرى كالمراسلة مثلاً ودخول ميدان السمع البصري وغير ذلك .
- وأكدت نتائج الدراسة على قضية الحريات الصحفية وتعزيزها وحماية المكتسبات التي تحققت للصحافة منذ صدور قانون المطبوعات والنشر عام 1993 .
- وبيّنت النتائج كذلك ضرورة الالتزام بأخلاقيات المهنة الصحفية حماية لرسالة الصحافة ولدورها الإيجابي في خدمة المجتمع وقطعا للطريق على أولئك النفر الذين يسيئون للمهنة بأساليب مختلفة .
- وأوضح البحث خطورة قضية المعلومات وضرورة توفيرها للصحفيين حتى لا تتعرض المادة الإخبارية والقصص الصحفية التي يكتبونها للاختلاق والتحريف .
- وقد ركزت العينة المبحوثة من الصحفيين على أهمية التدريب الصحفي سواء داخل الوطن أو خارجه للارتقاء بالأداء المهني والتمكّن من الخبرات الحديثة التي تتيحها المعاهد الصحفية بما تقدّمه من دورات تدريبية ، ومن ذلك أيضاً تأكيد الصحفيين على أهمية إنشاء مركز للتدريب الصحفي في البلاد يساهم في تحسين الأداء المهني للصحفيين بالموازاة مع ضرورة تحسين الأوضاع المادية لهم وذلك برفع ما يتقاضونه من رواتب ، إضافة إلى المكافآت المالية والحوافز المادية لكي يتمكنوا من القيام بأعباء مهنتهم في ظل ارتفاع مستوى المعيشة ، وما تتطلبه مهنة الصحافة من وجوه إنفاق إضافية ، وضرورة قيام نقابة الصحفيين بمهامها النقابية المقررة حتى تستطيع تقديم الخدمات الضرورية لأعضائها ولكي يكون لها دور فاعل في رعاية المهنة وتأمين الأجواء المناسبة لتحسين ظروف العمل من زوايا المعيشية والإنسانية .
- دراسة " جون هونبرج " المعروفة بعنوان " الصحفي المحترف " (1)، وهي من أهم الدراسات المقدمة والتي تتعرض بشكل واضح لعمل المندوبين والمراسلين الصحفيين ، حيث اعتمدت على تقديم جملة من الدروس والتوجيهات الميدانية للعمل الناجح الفائز بالخبر ، وذلك من خلال دراسة لأمتلة ونماذج لجهود مراسلين مخبرين وصحفيين ناجحين قدّموا أعمالاً تستحق أن تذكر وفازوا بعد مشوار بحثهم بأخبار مهمة ،

(1) جون هونبرج- الصحفي المحترف - تر:كمال عبد الرؤوف ، الدار الخولية للنشر والتوزيع ، القاهرة - الكويت - لندن 1990م.



وعلى هذا فدراسة " كالتصحي المحترف " هي عبارة عن دروس مقدّمة لكلّ مخبر صحفي مبتدئ ، حيث يجد فيها زبدة العمل الصحفي النّاجح ماثلاً بين يديه بجميع سبله ومدخله ، خاصّة وأنّ المؤلّف قد تعرّض في محطّات كتابه إلى عدّة نقاط مهمّة يمكن اختصارها في الآتي :

- جهود الصحفي في تغطية الحدث ( عندما يعمل الصحفيون ) .
- كيفية كتابة الخبر والتعامل معه .
- كيفية تحسين كتابة الأخبار دون أخطاء تذكر .
- فنون كتابة الأخبار المختلفة .
- أسس التّحقيقات الصحفيّة .

وما زاد اهتمام هذا البحث بهذه الدراسة أنّها لا تهمل - في سياق تقديمها لخبرات المندوبين الصحفيين - الحديث عن ضوابط العمل الصحفي والتي تضمنتها النقاط التالية :

- الصحافة والقانون ( المحرّرون والأسرار الخاصة ، متى يذهب الصحفي للسجن ... ) .
  - أخلاقيات الصحفيين ( الحدود الأخلاقية للصحافة ، القصص الزائفة والإكراميات والرّشاي ... ) .
- وبهذا تكون الدراسة قد مهّدت بشكل كبير لبحث السّبق الصحفي ، خاصّة وأنّ " الخبر " يُعتبر محطة مهمّة من محطّات عمل المندوب أو المراسل أو المخبر الصحفي .

أمّا إذا كانت دراسة السّبق الصحفي محاولة جديدة لتقديم وتقويم جانب من العمل الإعلاميّ وذلك من خلال التّركيز على الأخلاقيات ، فإنّ العمل سيخوض مجالاً يشهد أهمّ دراسة بهذا الخصوص :

- دراسة " د . حسن عماد مكّاوي " والتي وقفت في بحثها عند " أخلاقيات العمل الإعلاميّ " <sup>(1)</sup> ، حيث اهتمت بالبحث في أنّ تحرّر وسائل الإعلام من الرقابة الحكوميّة يمكن أن يُؤدّي إلى ممارسات غير مسؤولة تضرّ بصالح المجتمع ، وتؤدّي إلى عدم إدراك احتياجات الأفراد الأساسيّة ، والخضوع لهيمنة الرّبح وتحقيق غايات أنانيّة وعدم تقديم صورة حقيقيّة عن تطورات المجتمع وأهدافه وقيمه وسلوكياته ، كذلك فإنّ خضوع وسائل الإعلام للرقابة الحكوميّة لا يدعم العمليّة الديمقراطيّة ، ويحول دون اتّجاه مختلف الآراء والأفكار التي تعبر عن فئات المجتمع ، وتعكس صورة صادقة لما يدور فيه ، ويجعل من هذه الوسائل مجرد أبواق دعائيّة لسياسات الحكومة ، غير قادرة على كشف الفساد والأخطاء التي تقع في المجتمع .

### منهج الدراسة

استخدم الباحث المنهج التاريخي من خلال رصد تطوّر حرية التّعبير والرأي وحرية الإعلام في العصور المختلفة ، وتمّ استخدام المنهج المقارن في دراسة التّشريعات التي تحكم العمل الإعلاميّ ، في المجتمع الأمريكي الذي يتّيح مجالاً واسعاً من حرية الرأي والتّعبير ، ومقارنتها بالتّشريعات الإعلاميّة في المجتمع المصري كنموذج للمجتمعات النّامية .

(1) حسن عماد مكّاوي - أخلاقيات العمل الإعلاميّ (دراسة مقارنة) - الدار المصريّة اللبنايّة ، القاهرة 1994م .

واستخدم الباحث أسلوب دراسة الحالة فيما يتعلّق بأساليب الممارسة المهنية لبعض القضايا التي تثير صراعا بين الولاء المهني والمعايير الأخلاقية .

### مجتمع الدراسة

يشمل مجتمع الدراسة دولة الولايات المتحدة الأمريكية وجمهورية مصر العربية ، لدراسة تطوّر حرية التعبير والصحافة في كلّ منهما ، والقوانين التي تنظّم عمل وسائل الإعلام وأخلاقيات الممارسة المهنية ، ويتمّ الاستشهاد ببعض المجتمعات الغربية وبعض المجتمعات العربية الأخرى .

### نتائج الدراسة

أهمّ النتائج التي خلصت إليها هذه الدراسة الآتي :

- وسائل الاتصال الجماهيرية تعكس ما يحدث في العالم بطرق عديدة ، لكنّها تختار أيضا ما تعرضه لنا ليبدو حقيقيا ، ونحن نقبل هذا التفسير الذي أصبح جزءاً من إدراكنا وخبرتنا .
- وسائل الإعلام كثيرا ما تضحّي بالجانب الأخلاقيّ عند الممارسة في سبيل الحصول على الأرباح وتحقيق السبق الصحفي .
- تنص جميع دساتير الدول العربية على حرية الصحافة والحرّيات المرتبطة بها مثل حرّيات الرأي والتعبير والطباعة والنشر ، وتربطها في جميع الأحوال بقيود قانونية وتشريعية في صياغات مختلفة مثل : النقابة - الاتحاد - الجمعية ... وتستهدف هذه التنظيمات ترتيب الإشراف على الضمانات اللازمة لمتطلبات الممارسة المهنية السليمة مثل حقّ الصحفي في حماية سرّية مصادره وإتاحة المعلومات اللازمة لعمله وعدم جواز محاكمته إلاّ في ظلّ القانون العام ، وإلغاء القيود المفروضة على الصحفيين .
- من جوانب حماية الإعلاميين ، الحقّ في حماية سرّية المصادر الصحفية ، والحصانة الإعلامية ولكن لهذه الحصانة حدود لأنّه هنا حقّ الأفراد والذي من بينه حقّ المتّهم في الحصول على محاكمة عادلة وعلنية ، مع منع وسائل الإعلام من تقديم معلومات تتضمن أحكاما مسبقة يمكن أن تؤثر على سير التحقيق ونزاهته.

### ما يمكن استخلاصه من الدراسات السابقة

- بالنظر إلى ما تمّ عرضه من دراسات سابقة ، يمكن استخلاص عدّة نقاط مشتركة جمعت بين مضمون هاتاه الدراسات وبين الدراسة المقدّمة من خلال هذا البحث ، ومن أهمّ هذه النقاط :
- الاهتمام بالعنصر البشريّ في العملية الإعلامية ، ومحاولة معرفة الجو المحيط بنشاطه الصحفي من خلال التّعامل معه مباشرة ضمن دراسة ميدانية تعتمد على أسلوب الاستبيان .
- محاولة تقديم التجارب السابقة في مجال العمل الصحفي كأهمّ عوامل كسب الخبرة والتّعلّم ، والتي يمكن لها توفير عدّة معلومات تتعلّق بالنشاط الإعلامي .
- التّركيز على تقديم جملة القوانين و الأخلاقيات التي تنظم العمل الإعلامي .
- وفوق هذه النقاط المشتركة سعت الدراسة إلى معالجة جوانب لم تعالجها الدراسات السابقة ، ولعلّ أهمّ هاتاه الجوانب ما يلي :

- التطرق لعامل السبق كقيمة إعلامية مهمة تسعى أي وسيلة إعلامية للتميز بها .
- طرح مفهوم المصداقية الإعلامية بأبعاد جديدة تخرج عن نطاق الحصر عند مجرد القابلية للتصديق .
- الربط بين تحقيق الوسيلة الإعلامية للسبق الصحفي وتحقيق مصداقيتها لدى الجمهور .
- التنسيق بين جملة التشريعات المتعارف عليها لإقرار ضوابط تنظم هذا الجهد الإعلامي المتميز .
- التقرب من شريحة مهمة من رجال الإعلام الوطني من خلال استخدام أسلوب الاستبيان مع مراسلي يوميات وطنية ، بغية الحصول على معلومات تختبر المعطيات النظرية المقدمة على أرضية تركز أكثر على تقديم النشاط الصحفي الأجنبي .

#### رابعا : منهج الدراسة

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد ، وأدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأحداث ، أو مجموعة من الحقائق أو مجموعة من الأوضاع ، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها .<sup>(1)</sup>

ومن أجل تعزيز ما توصلت إليه الدراسة نظرياً ، جاء العمل التطبيقي ليزيد البحث واقعية وحيوية ويربط المعطيات النظرية بالحقائق الميدانية ، خاصة وأن المنهج الملائم لهذه الدراسة هو منهج المسح الوصفي بالعينة ، ويعتبر هذا المنهج من أنسب المناهج العلمية للدراسات التي تستهدف وصف وبناء وتركيب الظواهر المتعلقة بوسائل الإعلام من خلال تسجيلها وتحليلها وتفسيرها في وضعها الراهن ، بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها ، وعن مصادرها من خلال مجموعة الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصادرها وطرق الحصول عليها .<sup>(2)</sup>

وقد استخدم البحث مع عينة الدراسة أسلوب الاستبيان Questionnaire ، ويعتبر الاستبيان أداة ملائمة للحصول على معلومات وبيانات وحقائق مرتبطة بواقع معين ، ويقدم الاستبيان بشكل عدد من الأسئلة يطلب الإجابة عنها من قبل عدد من الأفراد المعيّنين لموضوع الاستبيان .<sup>(3)</sup>

عينة الدراسة

استهدفت الدراسة وهي تبحث في جوهر العمل الصحفي ، شريحة من رجال الإعلام الوطني وهم مراسلو الأخبار المنتشرين في مناطق مختلفة ، وهذا بغية تتبع الجذور الأولى لميلاد السبق الصحفي ، على اعتبار أن المراسلين أو المخبرين الصحفيين من أهم مصادر الحصول على الخبر ، وقد خصص من هذه العينة فئة مراسلي الصحافة المكتوبة - اليومية منها - بمنطقة الشرق لولايات ثلاث ( عنابة ، سكيكدة ، قسنطينة ) ، دون تحديد لأسماء صحفية معينة اعتباراً لتعامل كثير من المراسلين مع عدة أسماء ، ويأتي هذا التخصيص

(1) سمير محمد حسين- بحوث الإعلام - ط2 ، عالم الكتب ، القاهرة 1993م ، ص131 .

(2) محمد عبد الحميد- دراسة الجمهور في بحوث الإعلام - عالم الكتب ، القاهرة 1993م ، ص 122 .

(3) ذوقان عبيدات وآخرون- البحث العلمي : مفهومه ، أدواته ، أساليبه - دار مجدلاوي ، عمان- الأردن ، ص 117 .

نظرا لوضوح قيمة السبق الصحفي في هذا النشاط الإعلامي ، خاصة إذا طبقت القاعدة المعمول بها في أي نشاط كان وهي قاعدة : << التعددية تخلق المنافسة >> ، والتعددية في بلادنا تتوفر لدى الوسيلة الإعلامية المكتوبة " الصحف " أكثر من أي وسيلة إعلامية أخرى .

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

## الفصل الثاني :

### السّبق الصحفي والعمل الإعلامي

أولاً : السّبق الصحفي في نظريّات الإعلام

ثانياً : السّبق بين وسائل الإعلام المختلفة

ثالثاً : السّبق بين وسائل الإعلام الواحدة

رابعاً : القيم الإعلامية للسّبق الصحفي

صاحب مفهوم السبق الصحفي العمل الإعلامي منذ القديم ، وعلى الرغم من أن تعدد الفلسفات الإعلامية في مرحلة ما قد أثار - إلى حد كبير - على عملية اعتماده كعنصر مهم يميز نشاطها إلا أن هذه الحقيقة لم تقلل من نزعة البحث عن السبق ، خاصة والمخترعات في المجال الإعلامي تتزايد وتتوسع سنة بعد أخرى ، فكان ذلك أدعى إلى تفعيل روح المنافسة واعتماد السبق الصحفي كعنصر متجذر في العمل الإعلامي ، وتأكدت أهميته أكثر حين تحددت فيه جملة من القيم الإعلامية التي لا يمكن لأي عمل إعلامي ناجح أن يتجاهلها .

### أولاً : السبق الصحفي في نظريات الإعلام

يمكن استخلاص مدى الاهتمام بعنصر السبق في ظلّ نظريات الإعلام المعروفة من خلال فهم فلسفة كلّ منها في شرح العمل الإعلامي ، وطبيعة تعاملها مع الخبر كمادة خام لهذا النشاط ، وعليه يظهر الاختلاف واضحاً وهو يميز نظرية عن أخرى ، فالمعروف أنّ هذه النظريات كانت عبارة عن ترجمة لنظام اجتماعي واقتصادي وسياسي وثقافي ساد مجتمعات معينة ، فصار هناك ما يعرف بالمجتمعات اللبرالية والماركسيّة الاشتراكية أو الشيوعية ، والتي راحت جميعها تقوّل الجهد الإعلامي بقالب من المبادئ والقوانين التي تقرّها وتتادي بها ، حتى كان السبق الصحفي - من خلال تتبعها - يظهر في بعضها ليختفي في أخرى .

#### 1- السبق الصحفي في النظرية السلطوية والماركسيّة

تتفق كلّ من النظرية السلطوية والماركسيّة في أنّ وسائل الإعلام حسبهما تعتبر موجهة ودعائية وأدوات للسيطرة ، فمع أنّ ملكيتها كانت خاصة إلا أنّ المسؤول الأول للبلاد أوحزبه كانوا يملكون وحدات منها (1) ، والصحافة حسب النظرية السلطوية تتجسد فكرة أنّ الشخص الذي يعمل في الصحافة يكون عمله هذا بمثابة امتياز خاص يمنح بواسطة القائد الوطني ، لذلك فهو مدين بالالتزام له ولحكومته .

إنّ هذه الفلسفة الصحفية كانت ومازالت القاعدة أو الأساس لكثير من أنظمة الصحافة في العالم ، إنّها تدين بوجودها للحكومة وتعمل لدعم السلطة ، فحرية وسائل الإعلام في ظلّ هذه النظرية توجد بالقدر الذي تسمح به القيادة الوطنية في أي وقت . (2)

(1) جون ميرل ، رالف لونشتاين - الإعلام وسيلة ورسالة - تر: مساعد خضر العرابي الحارثي ، دار المريخ للنشر ، الرياض - المملكة العربية السعودية 1989م ، ص 236 .

(2) تعني نظرية السلطة الارتباط بنظم الحاكم والاستبدادية التي لا تؤمن بالديموقراطية ولا بالحرّيات العامة ، وهذه النظرية قديمة قدم الإعلام الحديث نفسه ، فحين اخترع جوتنبورج الطباعة عام 1450 كانت نظم الحكم الاستبدادية هي السائدة في أوروبا ، وكانت هذه للنظم تستمد وجودها من سيطرة الإقطاع والكنيسة ، اللتان تتبنيان فكرة الحق الإلهي المقتس وأنّ الملك أو الحاكم هو ظلّ الله في الأرض وخليفته ( عبد الوهاب كوحيل - الرأى العام والسياسة الإعلامية - ط 2 ، مكتبة المدينة ، القاهرة 1987م ، ص 114 )

(2) المرجع نفسه ، ص 237 .



وإذا كانت الصحافة من خلال هذه النظرية تعمل لدعم الساطة التي منحها حق البقاء والاستمرارية في مزاوله النشاط ، فإنها في الإيديولوجية الماركسية تعني عملية التقاط المعلومات الاجتماعية وتقيحها ونشرها ، وهذه العملية تفترض وجود تصور فكري مسبق عن هدف وسير استراتيجيه النشاط الاجتماعي لطائفة من الناس ، وتنظيم ومراقبة وتحقيق هذا النشاط كما يخدم النظام السياسي القائم على المفهوم الماركسي ، والصحافة في الاتحاد السوفيتي يغلب عليها طابع التكرار الممل لشعارات الشيوعية والاشتراكية ومعطيات الإيديولوجية السوفيتية ، وإن كانت تفرد مساحات كبيرة لرسائل القراء ، وربما كان هذا السبب وراء فقدانها لمصداقيتها وتأثيرها لدى المواطن ، فقد مل المقالات الطويلة التي تمدح الاشتراكية والشيوعية ، ومل الشعارات البراقة التي لا يفيد كثره ترديدها بشيء ودونما أن يتحقق منها شيء في الواقع ، خاصة وأن الصحافة والإعلام اليوم صارت تعكس الحاجة للمعلومات والأخبار الموضوعية وليس لشعارات براقة ، وعليه كان مفهوم الصحافة في ظل هاتين النظريتين يعكس السيطرة الكاملة للحكومة ، فالصحافة مملوكة ملكية عامة للحزب الحاكم أو للسلطة التي تسيطر أمور الدولة وتمثلها بشكل رسمي ، فالواضح إذن أنه لاوجود للمنافسة بين وسائل الإعلام ولا للسبق الصحفي ، فكل الأخبار المقدمة من خلال وسائله والموضوعات موظفة فقط لخدمة الحزب والحكومة.(1)

## 2- السبق الصحفي في النظرية الليبرالية

يمكن القول بأن نظرية الحرية والمسؤولية الاجتماعية في التسمية التقليدية لنظريات الإعلام وجهان لنظرية واحدة هي النظرية الليبرالية ، ويمكن القول أيضا بأن المسؤولية الاجتماعية هي تطور طبيعي لنظرية الحرية (2) ؛ وتسود نظرية الحرية الدول الديمقراطية في أوروبا الغربية والولايات المتحدة وكندا ، وقد جاءت الصحافة في هذه الدول محصلة طبيعية لتيار من الفكر التحرري الذي اجتاح أوروبا منذ عصر النهضة ، وهو تيار سابق على نشأة الصحافة الجماهيرية ، فحينما حل العصر الذي أصبحت فيه الصحافة وسيلة اتصال جماهيرية كانت البنية الفكرية الأوروبية قد مهدت الطريق أمامها من خلال العديد من الإصلاحات الدينية والاجتماعية . (3)

ووفقا للنظرية الليبرالية ينبغي أن تكون للصحافة قاعدة كبيرة من الحرية كي تساعد الناس في بحثهم عن الحقيقة ، ولكي يصل الإنسان إلى الحقيقة عن طريق العقل ينبغي أن تتاح له حرية الوصول إلى المعلومات والأفكار ، وهو يستطيع أن يميز فيما تقدمه له الصحافة بين الحقيقي والزائف باستخدام عقله ، ووفقا لنفس النظرية فإن حرية التعبير تحمل في طبيعتها عوامل تصحيحها ، والرقابة قبل النشر رذيلة تنتهك الحق

رأت الدول الشيوعية أن مصلحة الجماهير لا يدركها إلا الحزب الحاكم ، ومن هنا حرمت ملكية وسائل الإعلام على الأفراد أو الهيئات وركزتها في يد الدولة ، وكان لهذا التركيز أوفرض تملك أجهزة الإعلام في يد التولية سلبات كثيرة ، منها اتعدام روح المنافسة بين وسائل الإعلام وهذا يعني عدم التطور والتقدم ، ومنها فرض ما تراه الحكومة على الرأي العام (عبد الوهاب كوحيل- الرأي العام والمسئاسة الإعلامية - ، ص 112 )

(1) محمود عبد الرؤوف كامل- مقدمة في علم الإعلام والاتصال بالناس - مكتبة نهضة الشرق ، جامعة القاهرة 1995م ، ص 153 .

(2) محمد سيد محمد- المسؤولية الإعلامية في الإسلام - ط2 ، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر 1986م ، ص 217 .

(3) حمدي حسن- مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال - دار الفكر العربي ، القاهرة 1917م ، ص 166 .

الطبيعي للإنسان في حرية القول ، ولأنها تمكن الطغاة من الاستمرار في السلطة وتجعل من الدولة عدواً للحرية بدلاً من أن تكون حامية لها ، والرقابة - إضافة إلى كل هذا - تعوق البحث عن الحقيقة (1).

في ظل هذه المفاهيم جاء تركيز الاتجاه الليبرالي - في تحديده لمفهوم الخبر - على عنصر الإثارة طوال القرن التاسع عشر والنصف الأول من القرن العشرين ، ولم يكن ذلك سوى تعبير موضوعي عن الفلسفة الليبرالية التي سادت الحياة السياسية والاجتماعية في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية ، ورد فعل طبيعي لدور الفرد في هذه الفلسفة واعتباره خير حكم على الأفعال التي تعود عليه بالنفع ؛ والخبر في ضوء هذه النظرية تتحدد قيمته وبالتالي يتقرر نشره من عدمه أو الحجم الذي ينشر به والمكان الذي ينشر فيه ، من خلال تقييم الصحيفة لمدى رد فعله على القراء بعد النشر ومدى ما يثيره من اهتمام عند أكبر عدد منهم (2)، خاصة وأنه أصبح أكثر تنوعاً يلبي الأذواق والاحتياجات والاهتمامات الجديدة ، بعدما كان يعني تقريراً حول أحداث سياسية واجتماعية ذات أهمية حقيقية إلى أن بدأت إحدى الصحف بإصدار أخبار من نوع آخر ، مثل وصف الجرائم وقصص الخطيئة والكوارث ، أي الأخبار التي يراها الناس في الشوارع شيئاً مثيراً يبعث على الترفيه والتسلية ، حتى أن محرري هذه الصحيفة أو هموا قراءهم باكتشافات علمية جديدة مثل وجود حياة على القمر ، وحينما كشفت صحيفة أخرى زيف هذه الادعاءات أفادت الأولى بأن جعلتها دعاية اجتذبت بها الآلاف من القراء ، وقد كان نجاح بعض الصحف في توزيع عدد كبير من النسخ دافعا قوياً لآخرين من أجل المنافسة وتحقيق نجاحات أخرى خاصة بالاعتماد على الإثارة التي تضمنتها أخبار الجريمة والاعتصام والفضائح إلى جانب أخبار السياسة والاقتصاد ؛ هذا التنافس بين الصحف كان من أجل الحفاظ على عدد قرائها ، حيث أن مزيداً من القراء يعني مزيداً من الإعلانات وهو ما يعني في النهاية مزيداً من المال ، مما أدى في الأخير إلى هبوط مستوى ما تنشره لقراء كانوا في ذلك الوقت على قدر من التعليم ، ومن ثمة راجت بينهم بضاعة مفرداتها الجنس والجريمة والفضيحة ؛ تنافس أدى في حقيقته إلى ظهور ما يسمى بالصحافة الصقراء ، وهي تنسب في الغالب إلى شخصية كوميدية ابتدعتها إحدى الصحف بعنوان " yellow kid " هذا التطرف في أخبار الجنس والجريمة والفضائح أوجب خلق نوع من السيطرة الاجتماعية على مضمون هذه الكتابات الصحفية ، كضرورة أخلاقية نادى بها صيحات الغضب التي أطلقتها جهات مسؤولة من رجال الدين والتعليم والقانون والمسؤولون الحكوميون (3).

وفي مرحلة لاحقة صار من الواضح أن ليبرالية النصف الثاني من القرن العشرين تختلف عن ليبرالية القرن التاسع عشر ، وعن ليبرالية النصف الأول من القرن العشرين ، فقد عرفت أكثر المجتمعات الليبرالية في الفترة التي أعقبت الحرب العالمية الثانية العديد من الإجراءات والتشريعات التي تسمح بتدخل الدولة في

(1) محمد سيد محمد - المسؤولية الإعلامية في الإسلام - ، ص 166 .

(2) فاروق أبو زيد - فن الخبر للصحفي - ، ص 30 .

مع أن أكثر المراجع تجمع على هذا السبب إلا أن البعض يرى أن أصل كلمة صقراء راجع إلى أن صحيفة " نيويورك وولد " كانت عام 1895 تستخدم الحبر الأصفر في طباعة العمود المتأخر فيها ( أنظر : عبد العالي رزا في - الخبر في الصحافة ، الإذاعة ، التلفزيون والانترنت - دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع ، الجزائر 2004م ، ص 111 )

(3) حمدي حسن - مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال - ، ص 31 .

الاقتصاد الرأسمالي ؛ كما نتج عن هذا التطور - في مثل هذه المجتمعات بفلسفتها الليبرالية - ظهور نظرية جديدة في الإعلام الليبرالي هي نظرية المسؤولية الاجتماعية ، والتي ترفض الفردية المطلقة وتلزم وسائل الإعلام المختلفة بمجموعة من المبادئ الأخلاقية التي تسعى لإيجاد توازن بين حرية الفرد وبين مصالح المجتمع ، وترفض أن يكون الخبر هو فقط تلك المعلومة التي تثير اهتمام أكبر عدد من الناس ، وإنما أضافت إلى المفهوم القديم بعداً آخر وهو أن يكون للخبر وظيفة اجتماعية تتمثل في تقديم المعلومات الجديدة عن الأحداث الجارية بصرف النظر عن وجود إثارة فيها أو عدم وجودها على الإطلاق أي إيجاد ما يسمى بالحرية المسؤولة.(1)

وتطور القانون بعد ذلك في ظل النظرية الليبرالية فصار لا يقتصر على إباحة حق إصدار الصحف للأفراد والهيئات والشركات ، وإنما يضمن حماية حرية هذه الصحف مما يسهل عليها الممارسة الإعلامية في جو من المنافسة تنظمه قواعد وقوانين مضبوطة ، وقد أعرب "جورج سوكولسكي" ذات مرة عن المفهوم الليبرالي لملكية الصحف بقوله : << إن معركة التوزيع تصبح معركة من أجل الحقيقة >> ، وتفسير هذه العبارة في ضوء التقاليد الليبرالية هو أن بعض الصحف وبعض الصحفيين يمكن أن يخدموا أهدافاً وضعية ولكن في النظام التنافسي تنتصر الحقيقة في النهاية ، فما يسعى البعض لحذفه يسعى آخرون لنشره ، والخطأ الذي يرتكبه صحفي والأكذوبة التي يسوقها محرر يُصوبها صحفي أو محرر آخر ، ومحاولة خدمة قضية خاصة تكشفها صحيفة أو وكالة أنباء منافسة ، وحين يخدم الناشر مصلحته الشخصية لتحقيق الربح فإنه يعطي للمجتمع الصحيفة التي يريدونها ويحتاج إليها هو وحده.(2)

من خلال ما سبق ذكره تتضح المكانة التي احتلتها المنافسة الصحفية في النظرية الليبرالية ، وهذا ما لم يلاحظ فيما قبلها من نظريات ، وعليه تتأكد فرضية أن الفكر الليبرالي قد شجع - إلى حد كبير - عملية ترسيخ فكرة البحث عن السبق الصحفي ، مما يجعل هذه المرحلة بداية واضحة لإثبات هذا المفهوم القيم ضمن العمل الإعلامي الحديث .

(1) محمد سيد محمد - المسؤولية الإعلامية في الإسلام - ، ص 221 .

(2) المرجع نفسه ، ص 222 .

## ثانياً : السبق بين وسائل الإعلام المختلفة

كانت الصحافة حتى أوائل القرن العشرين الوسيلة الوحيدة للإعلام ، وبعد ذلك ظهرت السينما <sup>٥</sup> فالرأديو ثم التلفزيون ، فلم يتوسط القرن العشرين حتى كانت كبريات الدول تعرف هذه الوسائل بكثرة ، وقد أحدث تواجدهما معا تنافسا كبيرا ، فتنافست الصحف أولا فيما بينها قبل أن تتنافس مع الرأديو والتلفزيون ، وتشعب التنافس حتى كثرت الصحف ومحطات الإرسال ، وتتنوعت أجهزة الاستقبال وغمرت السوق أنواع متعددة من الأجهزة الدقيقة والحديثة .(1)

## 1- الصراع بين الصحافة والرأديو حول إذاعة الأخبار

عرفت المجتمعات البشرية الخير المخطوط مع اكتشافها لفنون الخط كتعبير اتصالي دائم يحل محل الاتصال الرمزي الذي ميّزها زما ، ومع تطور فنون الكتابة والخط ظهرت طلائع الصحف الخبرية على صورة مجموعات متنوعة من النشرات الإخبارية المخطوطة ، ورغم ظهور الطباعة لم يخف الخبر المخطوط بل استمر متماشيا مع تطور الخبر المطبوع (2) ، وصار واضحا ما قدمه ويقدمه عصر الطباعة والنشر من سلعة تتطلب الإفادة منها مهارة جديدة ؛ وبانتشار الطباعة ظهرت فكرة الصحيفة في أوروبا والعالم الجديد ، فالصحف الأمريكية ظهرت لسنوات عديدة قبل تكوين الولايات المتحدة كدولة ، إضافة إلى أنه على الرغم من انتقال الطباعة إلى إنجلترا في أواخر القرن الخامس عشر فإن الصحف لم تظهر بها حتى بعد قرن ونصف ، وحين بدأت ارتكز محتواها على الاستخبارات الخارجية ، ولم تكن تظهر بشكل دوري مثلما هو الحال في الصحف التي ظهرت فيما بعد بفرنسا وإيطاليا ، ومرّ وقت طويل قبل أن تصبح هذه النماذج المبكرة من الصحف أكثر نضجا ، وتشتمل على ألوان من المعرفة مثل التعليق والإعلام والترفيه بالإضافة إلى الأخبار ، وحينما أصبحت الصحافة الجماهيرية شيئا واقعا ومألوا حدث تحول كبير في بعض المفاهيم الصحفية ، ليصير من الواضح آنذاك أن الصحافة في العالم كله بدأت صحافة خبرية تكفي بنشر الأخبار دون التعليق عليها .(3)

ظلت الصحف زما وسيلة الجمهور الوحيدة لمعرفة الأخبار والمستجدات ، لا تتازعها في هذه الوظيفة وسيلة أخرى ذات وزن إعلامي لدى الجمهور ، فكانت المنافسة خلال هذه الفترة مقتصرة على الأسماء الإعلامية المختلفة للنوع الواحد ، أي أن هذه المنافسة كانت داخلية بين الصحف فقط ، وفي الوقت الذي زاد فيه

<sup>٥</sup> كانت السينما في وقت ما تمثل منافسا إعلاميا للصحف بما كانت تقدمه من أفلام تسجيلية وأخرى إخبارية وجراند مصورة ناطقة ، مثلها مثل غيرها من وسائل الإعلام الأخرى تخدم ثلوث الأغراض الصحفية (الإعلام والتأثير والتسلية ) ، وهي غالبا ماكانت تجمع بين الوظائف الثلاث جميعا ، لكن ظهور التلفزيون بقوة والرأديو قبله وتطورهما وانتشارهما جعل اهتمام السينما الإعلامي ينحصر تدريجيا ليقصر على عرض الأفلام بعيدا عن الغرض الإخباري ، ومع الصورة التي آلت إليها السينما حاليا رأت التراسه أن تستثنيها من ميدان المنافسة لتحصره بين الأنواع الثلاثة الأكثر شهرة في هذا المجال ( أنظر : محمود أدهم- التحقيق الأنموذجي وصحافة الغد - دار الثقافة للطباعة والنشر، القاهرة 1984م ، ص 181)

(1) زهير إحدان- مدخل لعولم الإعلام والاتصال - ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، ص 68 .

(2) فاروق أبو زيد- فنّ الخبر الصحفي - ، ص 75 .

(3) حمدي حسن- مقبمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال - ، ص 28 .

الاهتمام بسرعة تقديم الخبر ظهرت الإذاعة لتقتسم مع الصحافة مهامها الإعلامية ، وتحققها بشيء من الكفاءة يفضل ما كانت تقدمه الصحف ، حتى أنها احتلت تماما أهمية الصحافة المقروءة في نشر الأخبار الهامة والحالية ، فالإذاعة هنا تمثل إلى حد كبير نافخ البوق القديم أو العداء الذي يحمل الأخبار أو الرواية ، حيث لم يكن يعوق عمل أحدهم أو يحول بينهم وبين قيامهم به حائل ، كان أحدهم يستطيع متى توفر له الخبر الهام أن يحدد بنفسه متى يعلنه على الناس ، وليس كما هو الحال بالنسبة للصحافة المقروءة التي يكون عليها أن تنتظر أن يكون قارئها نفسه مهتماً أو تنتظر دوران المطبعة ، لقد استحوذت الإذاعة - بوسائلها الفنية - أن تفوز بخاصية إحراز السبق في وصول الأنباء إلى المستمع ، فما عليه إلا أن يفتح جهاز الاستقبال الموجود إلى جواره أو أي مكان يريده حتى يمكنه الاستماع إلى النبا الهام والعاجل .<sup>(1)</sup>

صار المذيع منافسا خطيرا للصحافة خاصة وهو يتوفر - بالإضافة إلى السرعة في توصيل الخبر - على مؤثرات صوتية تشد حتى الطبقة الأمية التي لم يكن لها مجال في عالم الصحافة المكتوبة ، ولم يكن هذا حال الإذاعة عند بدئها ، فقبل أن تهدد مكانة الصحف كان من الصعب عليها أن تقدم البرامج الإخبارية بشكل منتظم ، ولعل المحاولة الأولى لتقديم خدمة إخبارية منتظمة هي تلك التي قام بها محرر صحيفة "هيرالد تريبيون" حين قام بإذاعة ملخص للأخبار مدته 15 دقيقة عبر محطة في نيويورك عام 1923 ، وفي ذلك الحين كانت استعانة محطات الراديو برجال الصحافة لإذاعة الأخبار هو الحل أمام المشكلات التي اعترضت تقديم الأخبار في الراديو بشكل مستقل عن جهد الصحافة المكتوبة ، وأبرز تلك المشاكل عدم قدرة محطات الراديو آنذاك على تحمل تكاليف تعيين مندوبي أخبار متخصصين ، ورفض وكالات الأنباء الرئيسية بيع الأخبار لمحطات الراديو بضغط من مالكي الصحف ، مما أدى إلى فقدان الراديو شعبيته حتى انخفض عدد المحطات بعدما تحول المستمعون عن الراديو لضعف مستوى البرامج وعجز المحطات عن إنتاج برامج أفضل بسبب ضعف الإمكانيات ، لكن الوضع تحسن بعد ذلك بإنشاء لجنة اتصالات فيدرالية واهتمام الحكومة واعترافها بالراديو كصناعة جديدة متنامية ، مما أثار قلق رجال الصحافة ولم يكن قلقهم ينحصر في خسارتهم للمعلنين فحسب ولكنها خشيت أن يتمكن الراديو من أن يصبح منافسا مباشرا في مجال إذاعة الأخبار ، وهو المجال الذي تمتعت الصحافة باحتكاره .<sup>(2)</sup>

لم يكن في ميسور ناشري الصحف أن يعرفوا كيف يعالجوا مسألة الراديو : هل هو عدو أم حليف ؟ وقد عومل الراديو على أساس أنه عدو وحليف معا في بداية الأمر لكن ما إن حل عام 1933 حتى تملك اتحاد ناشري الصحف الأمريكيين ذلك الخوف من الراديو ، فأوصيت الصحف التي تملك محطات إذاعة أن تقتصر إذاعتها على أنباء النشرات فقط ، وأن ترفض الاتحادات بيع أو إعطاء الأنباء لمحطات الإذاعة إلا بعد نشرها في الصحف ؛ وترتب عن هذا الاقتراح أن أصبحت الأنباء حكرا على أعضاء الاتحاد ، فرفضت

(1) محمود فهم - التحقيق الأثموني و صحافة الغد - ، ص 161 - 162 .

حدث في ذلك الوقت أن ساهمت أكثر من مئة جريدة في محطات الإذاعة ، باعتبارها وسيلة نافعة للإعلان عن الصحف لجمهور جديد من الناس ، والظاهر أن فكرتهم كانت تتلخص في أن الأنباء التي تُذاع من مكبرات الصوت سوف تفتح " شهية " المستمع فيبادر إلى النزول لشراء الجريدة ( برنارد ويزبرجر - الصحفي الأمريكي - تر : وديع سعيد ، مؤسسة سجل العرب ، 1962م ، ص 238 )

(2) حمدي حسن - مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال - ، ص 51 - 52 .



" الأسوشيتد برس " و " اليوناييتد برس " و " الأنترناشيونال نيوز سرفيس " أن تباع أنباءها لشبكة الإذاعة وردت الإذاعة على هذا بتنظيم خدمات أخبار خاصة بها ، فلم تلبث " اليوناييتد برس " و " الأنترناشيونال نيوز سرفيس " أن سلّمت في عام 1935 بالمبدأ القائل : << مادمت لا تستطيع قهرهم فمن الخير لك أن تنظّم إليهم >> ، وبدأت الوكالتان ببيع أخبارهما لمحطّات الإذاعة وتبعتهما بعد ذلك " الأسوشيتد برس " في عام 1940 وسمحت لرجال الإذاعة بالانتساب لعضويّتها. (1)

وبذلك تخلّصت الإذاعة من القيود التي كانت تفرضها الصحافة حولها ، واحتدمت المنافسة بين المذيع والصحف لتكشف تماما وبوضوح قوّة الكلمة المذاعة وأثرها وخطورتها على الكلمة المطبوعة ، وتعلن للجمهور عصرا جديدا بزعامة الصحافة المسموعة المسماة " إذاعة " .

## 2- مولد المنافس العملاق

جاءت سنوات ما بعد الحرب العالمية الثانية بتغيّرات هامة ، حيث واجه الراديو منافسة شديدة من قبل مولود جديد إسمه التلفزيون ، وهنا يمكن رؤية كيف يؤدي الصراع إلى إحداث التّغير الاجتماعي ، فقد وقف الراديو كمنافس مباشر للوسيلة الإعلاميّة الجديدة ، التي كان من الواضح أنّها تلبي الحاجات الهامة للجمهور بطريقة أكثر فاعليّة ؛ في البداية حاول الراديو أن يفرض نفسه من خلال طرح يغلب عليه التّفاؤل إلى ما مؤداه أنّ الناس ارتبطت بالإذاعة وتكوّن لديها ولاء للراديو عبر السنين ، وقد قدّم الراديو لهم الخدمات وليس من السهل إغراؤهم و جذبهم بعيدا نحو شيء مضيء مثل التلفزيون ، ورغم ذلك اتّضح أنّ الجمهور متقلّب تماما ، فبمجرد أن يصبح بوسع الأسرة شراء جهاز التلفزيون حتّى كانت تتخلّى على الفور عن الراديو وتهرع نحو الجهاز الجديد ، وبلغت الهيكله الوظيفيّة يمكن القول أنّ الراديو كان يلبي حاجات معيّنة داخل المجتمع كنظام اجتماعي ، وعندما أصبح هناك بديل وظيفي أكثر تأثيرا ومتاحا على نطاق أوسع كان من الحتمي أن تتغيّر وسيلة الإعلام القديمة ويطويها النسيان (2) ، خاصة وأنّ التلفزيون يتميّز كجهاز إخباري بعدة مزايا يشارك فيها وسائل الإعلام الأخرى وينفرد دونها بمزايا إضافيّة ، فهو أقرب وسائل الإعلام إلى الاتّصال المواجهي كما أنّه يقدّم لنا الأحداث والوقائع في منزلنا بصورة متكاملة ، تعتمد مشاهدتها على الصّوت والصّورة والحركة واللّون في شكل أقرب للواقع ، والصّوت والصّورة عاملان حيويّان يلعبان دورا هاما في حياة الأفراد اليوميّة والعاديّة ، ويتصلان بالانفعالات المختلفة لكل فرد ما دام يستطيع السمع والابصار ، والصّورة من أحسن الوسائل إقناعا ، فإذا اقترن الخبر الإذاعي برؤيته على الشّاشة الصغيرة مصورا في موقعه ، فإنّ ذلك أدعى إلى تصديقه. (3)

كما أنّ ميزة الفوريّة لدى التلفزيون تزيد من واقعيّته ، لأنّه يقدّم مادّة إخباريّة من مكانها ، وفي نفس زمن حدوثها ينقل الأخبار في مبناها وفي مغزاها في التّو والحال ، ويتفق النقاد على أنّ التلفزيون يبلغ ذروة

(1) برنارد ويزبرجر - الصحفي الأمريكي - ، ص 238 .

(2) ميلفن ل. ديفلير ، ستندرا بول روكيتش - نظريّات وسائل الإعلام - تر: كمال عبد الرّؤوف ، الدار التّوليّة للنشر والتّوزيع ، القاهرة 1993م ، ص 167 .

(3) محمّد معوض - الخبر التلفزيوني - دار الفكر العربي ، القاهرة ، ص 11 .



الكفاءة عند تغطية الأحداث فور وقوعها كرحلات الفضاء والمؤتمرات الهامة وزيارات الرؤساء والجنارات والموكب الشعبية والحروب ... إلخ... ، لهذا يقدر الباحثون تأثير التلفزيون في المشاهدين بثلاثة أضعاف الإذاعة ، ذلك أن البرامج التلفزيونية تعطي إحساسا بالألفة والصدقة التي كثيرا ما تفتقدها برامج الإذاعة التي تعتمد على الصوت والمؤثرات الصوتية والموسيقى (1)، وفي مواجهة هذا الأمر اضطرّ الراديو إلى البحث عن احتياجات الجمهور التي لا يتعامل معها التلفزيون بفاعلية حتى يقوم بتلبيتها ، ونجح في العثور على مثل هذه الاحتياجات وأعاد تكييف نفسه وفقا للقواعد الجديدة ، ففي خلال الثلاثينات والأربعينات وحتى الخمسينات جذب الراديو انتباه الأسر الأمريكية خلال معظم ساعات المساء ، والتفّ الناس حول الراديو من أجل الاستماع لأفضل الممثلين في البلاد ، ومع نمو التلفزيون تمكّن من الاستلاء على هؤلاء الممثلين ومعهم فترات السهرة العائلية ، وأطبخ بالراديو من موقعه التقليدي في غرفة المعيشة ، وأصبح يتعيّن عليه أن يرضى بغرفة النوم أو المطبخ أو السيارة أو شاطئ البحر ، وقد ساعد الترانزيستور والبطارية اللذان فتحا أسواقا هائلة للأجهزة الصغيرة على إنقاذ الراديو من المرور بمرحلة انهيار. (2)

وبذلك أصبح التلفزيون أسرع الوسائل الإعلامية نقلا للأخبار بصورة واقعية بل وتفوق في هذا المجال نفوقا عظيما ، هذا بالإضافة إلى أن الغالبية تعتبر التلفزيون الوسيلة الإعلامية الأكثر صدقا في المجال الإخباري بعدما أضاف إلى الصحافة الإذاعية عوامل جديدة وآفاقا واسعة ، إنها أحداث اليوم في كلمات موجزة مدعّمة بالصورة والحركة واللون تهدف لإشباع حاجة الجمهور في معرفة ما يحدث حولهم ، والإنسان في حاجة إلى الوسيلة السريعة التي تزوده بالأنباء والمعلومات وتحيطه علما بما يدور حوله من أخبار ، كما يحتاج إلى وسيلة تراقب له الظروف المحيطة ، وتحيطه علما بالمعلومات والحقائق والفرص المتاحة في المجتمع. (3)

### 3- كيف واجهت الصحافة الموقف

صار هناك خطر يهدّد الخبر في الصحيفة ويجب أن تحسب له الصحافة حسابا منذ الآن ، وهذا الخطر هو المخترعات الحديثة من إذاعة وتلفزيون اللتان أصبحتا منافستين خطيرتين لها ، الإذاعة لأنها تمدّ القارئ بالأخبار فور وقوعها تقريبا ، والتلفزيون يضيف إلى ذلك تمكين الجمهور من مشاهدة وقائع الحادث فضلا عن العلم به (4)، كما أنّ الإذاعة وبنسبة أقلّ التلفزيون تميزان عن الصحف بامتداد ساعات الإرسال واستمرارها لفترة طويلة قد تصل في بعض البلدان المتقدمة إلى ما يقرب من العشرين ساعة في اليوم ، وأحيانا يستمرّ الإرسال طوال الأربع والعشرين ساعة في اليوم وهو الأمر الذي يعطي كلاّ منهما إمكانية تقديم السبق الإخباري ، أي إمكانية إذاعة الأخبار وقت حدوثها وهو الأمر الذي لا يمكن أن يتوفّر للصحف مهما تعدّدت طبعاتها في اليوم الواحد (5) ، فهي مثلا لا تستطيع أن تتنافس التلفزيون القادر على نقل أحداث

(1) المرجع السابق ، ص 12 .

(2) ميلفن ل. ديفلير ، ستاندر بول روكيتش - نظريات وسائل الإعلام - ، ص 167 .

(3) محمد معوض - الخبر التلفزيوني - ، ص 18 .

(4) عبد الطيف حمزة - المنخل في فنّ التحرير الصحفي - ، ص 534 .

(5) فاروق أبو زيد - فنّ الخبر الصحفي - ، ص 380 .

جارية في نفس اللحظة بالصوت والصورة الملونة من ميدان معركة حربية مشتتة ، ولم يقتصر الأمر على ما يدور على هذه الأرض بل امتد ليشمل الكواكب الأخرى ، فقد رأى العالم أجمع - على سبيل المثال - أول إنسان يخطو على سطح القمر لحظة وقوع هذه الخطوة التاريخية بل والكونية ؛ لكن الصحافة المطبوعة بخصائصها ومميزاتها الأصلية لم تلهث وراء منافسة التلفزيون ، إذ لا جدوى من مثل هذه المنافسة ، بل طورت هذه الخصائص والمميزات حتى تقدم للقراء خدمة لا يستطيع الراديو أو التلفزيون تقديمها ، وبذلك تحولت المنافسة المفترضة إلى منظومة عمل صحفي متكامل تشارك في صنعها وحيويتها الصحيفة مع الراديو مع التلفزيون. (1)

وإذ ذلك سوف تجد الصحافة نفسها مضطرة إلى التقليل نوعا ما من الأهمية الأولى للأخبار أو الإعلام ، وستضطر للاهتمام بمهمة أخرى من مهام الصحيفة وهي مهمة تفسير الأخبار والتعليق عليها ، أي أن القراء لن يطالعوا الصحيفة ليقفوا منها على أخبار آخر ساعة ، لكنهم سيطالعون الصحيفة ليفهموا كل الحوادث الجارية وهي مهمة لا يستغني عنها الجزء الأعظم من القراء على اختلاف طبقاتهم وتنوع ثقافتهم ، لتصبح الصحيفة اليومية باختصار أشبه بالمجلة الدورية ، لا تُعنى بالسبق الصحفي من حيث الأخبار ، وإنما تُعنى بالسبق الصحفي من حيث التعليق على هذه الأخبار ، وإذ ذلك يعود المقال ليحتل مكانه القديم في الصحافة الحديثة ، ويعود الكتاب والمفكرون فيصبحون من أهم أعضاء الأسرة الصحفية الجديدة. (2)

فالحق أن الصحافة - منذ البداية - لم تأخذ موقفا سلبيا ، وإنما على الرغم من صعوبة المنافسة إلا أنها لم تأخذ بالجانب الأكثر سهولة وتجلس مكتوفة اليدين ، ولم تتسحب من السباق أيضا ، بل دخلت في مواجهة حاسمة أسفرت في النهاية عن موقف قوي حول السباق والمنافسة إلى تعاون وتكامل شديدين انطلاقا من معرفة كل وسيلة من هذه الوسائل الثلاث بإمكانياتها التي تختص بها (3) ، ومن ثمة احتفظت الأخبار الإذاعية والتلفزيونية بجماهيرها كما لم تفقد الصحافة جمهورها أيضا ، والصحيح أن إحداها قد تفوز على الأخرى في مرحلة ما أوفي أكثر من مرحلة خلال السباق ، بل قد تفوز بجدارة واستحقاق ، ثم تعود في مرحلة أخرى إلى التقهقر والتأخر لتتقدمها الأخرى وهكذا دواليك ، لكن الحسم النهائي للسباق والقضاء الكامل على المنافس لم تعد في الحسبان ، حتى أن أحد الخبراء قال : >> مع استهلال النصف الثاني من القرن العشرين بدا أن كل وسيلة من وسائل الاتصال تساعد على إنعاش الوسيلة الأخرى << ويضيف في موضع آخر : >> وسعت كل وسيلة إلى تقوية ذاتها عن طريق الوسيلة المنافسة ، وأصبحت الوحدات الرئيسية في كل منها عاملة فيها جميعا << وبهذا تتأكد الأطراف من استحالة تحقيق الفوز الحاسم والنهائي ، عندها يتأكد أيضا للجميع أن لكل خصائص قوته المتجددة ، فخطوط السباق تتشابك ويحس الجميع بأنهم بحاجة إلى تحالف الأقوياء من أجل التطور والتقدم وخدمة الجمهور. (4)

(1) نبيل راغب- العمل الصحفي - دار نوبار للطباعة ، الشركة المصرية العالمية للنشر " لونجمان " ، القاهرة 1999م ، ص 13 .

(2) عبد اللطيف حمزة- المدخل في فن التحرير الصحفي - ، ص 534 .

(3) محمود أدهم- الصورة الإخبارية - القاهرة 1989م ، ص 123- 124 .

(4) لمرجع نفسه ، ص 140- 141 .

## ثالثاً: السبق بين وسائل الإعلام الواحدة

إذا كان التسلسل التاريخي والتطور التقني قد كشف عن منافسة محتدمة بين وسائل الإعلام المختلفة ، على اعتبار أن الجديد منها كان يتمتع بما يميز القديم ويزيد عليه ، فإن هذه التطورات لم تكن لتشغل كل نوع عن صراعاته مع بني جنسه ، خاصة وهي تشهد تزايداً مستمراً في أعداد الأسماء الإعلامية ، وهذا خلق في الجمهور نوعاً من الاختيارية دفعت كل وسيلة إعلامية نحو البحث عن الأفضلية من أجل الاستئثار بأكبر قدر من الجمهور على حساب منافسيها ، مما جسّد وبوضوح مقولة : « أن التعددية تفرض المنافسة » إذا لم نقل الصراع .

## 1- بين الصحف

يقول "عبد المجيد شكري" : « فالصحافة الآن لا تعيش عصر السبق الصحفي الذي أكد وجودها لفترة طويلة ، فقد انتهى ذلك العصر بالنسبة للصحف اليومية فلم نجد جريدة تصدر ملحقا لها في نفس اليوم لإعلان خبر جديد هام حدث ، لأنّ الراديو سبق الجريدة بالضرورة وكذلك التلفزيون ، ولذلك تكتفي الصحف اليومية بتقديم تحقيق صحفي أوروبورتاج عن ذلك الحدث الهام الذي فاتها نشره لحظة وقوعه » .<sup>(1)</sup>

يفهم من هذا القول إقرار بأنّ الصحف قد تخلّت عن المنافسة والمزاحمة على الخبر ، أو كما عبّر عنها "عبد المجيد شكري" ( لا تعيش عصر السبق الصحفي ) ، لكنّ الواقع المعاش يوحي بعكس ذلك فإذا كانت مكانة الصحف قد تراجعت وظيفياً أمام الراديو ثمّ التلفزيون فإنها مازالت تحتفظ بمكان متميّز بين جمهور القراء البعيد عن تلك المخترعات لأيّ سبب كان ، وهذا يبقيها في مضمار السباق كأى وسيلة أخرى ، وإلا فما الذي يميّز صحيفة عن أخرى أو إذاعة عن مثيلاتها وتلفزيونا عن غيره ، ولعلّ هذا ما تداركه "عبد المجيد شكري" حين ألغى تأكيده بقوله : « وهكذا عادت الصحف إلى نشر التحقيقات الصحفية بل لقد عادت إلى ما يسمّى بتحقيق الصفحة الواحدة ... وذلك بعد أن كادت الصحف تفقد أهميتها في مجال السبق الإخباري أو السبق الصحفي »<sup>(2)</sup> أي أنها لم تفقد هذه الأهمية بشكل مطلق ، فليس من المنصف الحكم عليها بأنّها قد انسحبت من ميدان المنافسة الإعلامية لمجرد أنها لم تعد تصدر ملحقا لها أو حتى طبعات أخرى ، لماذا لا نقول أنها قد فسحت المجال لمشاركة باقي الوسائل ذات الإمكانيات الأكبر في مهمة كانت تنصبّ على عاتقها وحدها لمدة طويلة ، وهي مهمة إعلام الجمهور بمستجدات الساعة ، أو - كما مرّ سابقا - أنها قد أقرت منظومة العمل الصحفي المشترك والمتكامل الذي يجمع بين الأنواع الإعلامية الثلاثة .

(1) عبد المجيد شكري - الإذاعات المحلية لغة العصر - ، ص 19 .

(2) المرجع نفسه ، الصفحة نفسها .

توجد علاقة وثيقة بين السياسات التحريرية للصحيفة وتمتدّ طبعاتها ، لأنه كلما تعددت هذه الطبعات كلما تغيّر محتوى صفحات الجريدة بهدف تضمينها آخر الحقائق والمعلومات التي ترد إليها ، وحذف الحقائق والمعلومات التي فقدت أهميتها (عصام عبد الهادي - التغطية الإخبارية بالجراند الممانيّة - نيلستار للطبوعات الإعلامية ، القاهرة ، ص 34 )

وفي خضم هذه المشاركة المعلنة واصلت الصحف مشوارها المهني في جوار من المنافسة عرفت به منذ زمن ، فلا بدّ للعاملين في الصحافة أن يندكروا فيما بينهم قصص المؤتمرات الصحفية السابقة التي كان يعقدها الرؤساء ، وما كان يحدث من حوادث حين تتطاير أقدام المخبرين نحو الخارج لتبليغ الأخبار ، ففي يوم من أيام سنة 1945 وهو اليوم الذي انتهت فيه الحرب بأوروبا جرى أحد المخبرين الصحفيين من مؤتمر عقده الرئيس الأمريكي " ترومان " وتعثر في سلم سقط من أحد المصورين فانخلعت كتفه ، ولكن الخبر كان من الضخامة والأهمية بحيث لا يصح أن يحول دونه شيء ، فرحف إلى كشك تليفوني وأملى القصة في ساعة كاملة وهو يتلوى من الألم ثم انهار وحمل إلى المستشفى ؛ وثمة قصة أخرى يتفكك بروايتها مخبرو البيت الأبيض عن مؤتمر رئاسي عقد منذ سنوات حين كانت الاجتماعات تعقد في البيت الأبيض نفسه إذ كانت توجد خارج حجرة الاجتماع ردهة يغطي أرضها البلاط الأملس ، وفي وسطها منضدة يضع الصحفيون فوقها معاطفهم ، وكان الصحفيون في هرولتهم يضطرون للدوران حول هذه المنضدة في طريقهم إلى أكشاك التليفون ، وذات يوم كان أحد الصحفيين يلبس حذاءً أملس النعل فلم يتمكن من أن يحفظ توازنه وهو يستدير، فترحل إلى طريق السيارات خارج البيت الأبيض ، وقد أخره هذا الحادث ثلاثين ثانية ، فخرس بذلك سباقه مع زملائه ورسمت خسارته هذه تعبيسة كبيرة على جبين رئيس التحرير .<sup>(1)</sup>

كان مقياس نجاح الصحيفة هو عدد النسخ التي توزعها ، ففي عام 1837 بلغ توزيع صحيفة " Sun " الأمريكية 300.000 نسخة ، وهذا مثل نجاحا باهرا دفع بأخرين لمنافستها ، فظهرت صحيفة " herald " في نيويورك لتتحقق نجاحا كبيرا باعتمادها على الإثارة التي تضمنتها أخبار الجريمة والاعتصاب والفضائح بالإضافة إلى أخبار السياسة والاقتصاد ، فأدى مثل هذا التنافس بين الصحف إلى هبوط مستوى ما ينشر لقراء كانوا في ذلك الوقت على قدر من التعليم ، ومن ثمّة راجت بينهم بضاعة مفرداتها الجنس والجريمة والفضيحة ، وحتى اعتبر هذا التنافس هو ما أدى إلى ظهور الصحافة الصفراء .<sup>(2)</sup>

وقد كانت مرحلة الصحافة الصفراء واحدة من أهم مراحل تطور الصحافة ، ففي الثمانينات من القرن قبل الماضي كانت الصحيفة قد حققت انتشارا واسعا في البيوت الأمريكية ، وكان من الصعب تحقيق زيادات فلكية في التوزيع ، وفي نفس الوقت كانت قد استقرت كمشروع مالي ناجح ، مادام من الممكن الحفاظ على التوزيع في حده الأقصى ، وفي إطار هذه المنافسة بين الصحف اندلعت صراعات وحشية على المزيد من القراء بين المسؤولين عن الصحف الكبرى المتنافسة ، وقد لجأ كل طرف إلى مختلف الوسائل والأساليب والحيل والأفكار لجعل صحيفته جذابة بالنسبة لجمهور القراء ، والصحف اليوم تحتوي العديد من هذه الأساليب التي كانت في الواقع إحدى ثمار مرحلة التنافس هذه في التسعينات من القرن قبل الماضي .<sup>(3)</sup>

(1) فيل أولت - وراء الأخبار ليلا ونهارا - تر: أحمد قاسم جودت ، دار النهضة العربية بالاشتراك مع مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر ، القاهرة - نيويورك 1965م ، ص 10 - 11 .

(2) حمدي حسن - مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال - ، ص 31 .

(3) ميلفن ل. ديفيلير ، ساتندرا بول روكيتش - نظريات وسائل الإعلام - ، ص 97 .

ومع مرور الزمن وتطور الإمكانيات التكنولوجية زادت أهمية المنافسة وتحقيق السبق ، ومن دلائل هذا التصور أن كسبت الصحف المحلية والأجنبية أهمية كبيرة في مجال استقاء الأنباء ، فهي تعدّ مصدرا من أهم مصادر الأخبار الرئيسية حيث تقوم الصحف ووسائل الإعلام الأخرى بنقل الأخبار عنها . (1)

ومن جهة أخرى ظهر اتجاه سائد الآن وهو تحويل الكثير من الصحف المسائية إلى صحف صباحية والأسبوعية إلى يومية لأكثر من سبب ، منها ميل جمهور القراء إلى مشاهدة التلفزيون في المساء بدلا من قراءة الصحف ، فالمشاهدة والاستماع أسهل من القراءة ، وأنه وقت صدور الصحيفة في المساء أبعده تكون الأخبار قد عرفت من الراديو والتلفزيون ، وأصبحت قديمة في نظر القارئ وفي عرف الصحافة فلم يعد القارئ يقبل على صحف المساء كما كان من قبل فترة الثمانينات وما بعدها بقليل (2) حيث كان إصدار الصحف المسائية فكرة تصادف رواجاً سريعاً ، فالمرء كان يبتاع الصحيفة المسائية وهو عائد من عمله لتقرأها الأسرة كلها ، من ثمة كانت قيمتها الإعلانية تفوق قيمة الصحيفة الصباحية ، وبفضل الاتصالات البرقية الواردة من أوروبا كانت إذا أرسلت من هناك في المساء فإنها تمدّ الصحف الأمريكية بالعناوين الضخمة نظراً لفروق التوقيت بين أوروبا وأمريكا . (3)

وفي سياق الحديث عن طبيعة المنافسة بين الصحف من الجانب المهني فإنّ الدارسين قد فصلوا فيها على النحو التالي : حين تحرز واحدة من الصحف سبقاً صحفياً كبيراً بنشرها لخبر تتفرد به عن سائر الصحف الأخرى ، يقوم المسؤولون عن الصحيفة المنافسة بالتفكير في الطريقة التي يردّون بها على هذا السبق أو هذه الخبطة الصحفية أو الضربة التي وجهتها إليهم الصحيفة التي أحرزت هذا الانتصار المهني ، وحيث يتحوّل الأمر إلى مسألة كرامة مهنية وإرضاء للغرور الفني قد يلجأ هؤلاء إلى أكثر من أسلوب يحاولون به تعويض ما فاتهم الحصول عليه ، ويحققون هدفاً هو هنا هدف التعادل في مرمى الخصم ، ولكن الهدف هنا ليس هدفاً عادياً أو أيّ هدف ، وإنما هو هدف ملعوب ونادر ، إذ ينبغي العمل على نفس المستوى ، قد يكون بنشر خبر آخر أكثر أهمية وخطورة ، وقد يكون بنشر تحقيق صحفي كبير يعطي الانطباع عند القراء بأن صحيفتهم كانت تعرف الخبر الذي نشرته الأخرى ، وإنما كان انتظارها لتقدّم هذا التحقيق الصحفي الكبير والذي يعتبر ضربة صحفية هو الآخر ، أما الطريق الثالث الذي تردّ به الكرة فهو طريق عمل حديث صحفي كبير مع أبرز الشخصيات المرتبطة بهذا الخبر والتي تشملها وقائعه أو تدور حولها تفاصيله ، بحيث يقدّم الخلفيات

(1) سليمان صالح - صناعة الأخبار في العالم المعاصر - ط2 ، دار النشر للجامعات ، القاهرة - مصر 1998م ، ص 49 .

(2) محمود عبد الرؤوف كامل - مقدّمة في علم الإعلام والاتصال بالتلس - ، ص 152 .

(3) يقبل القارئ تلقائياً على الصبّاحيات نتيجة عامل نفسي وهو الرغبة في معرفة ما حدث أثناء نومه ، ومن جهة أخرى تحاول المسائيات أن تعوّض ذلك باستخدام أكبر قدر ممكن من وسائل جذب الانتباه ، فهي تركز على القصص الخبرية التي يتوقّع أن تجذب القارئ غير المنظم في القراءة وتشر عناوينها مثيرة بدرجة أكبر مما تشره الصبّاحيات ، ومع أن محاولات جذب القراء لا تقتصر عليها فقط إلا أنها تفوق على بقية الصحف في ذلك لأنها أحوج إلى استخدام هذه الأساليب ، فهي لا تضيّع الوقت في حذف خبر ونشر آخر إذ أنّها تترك عموداً خاصاً لذلك يسمّى عموداً آخر ساعة ، وقد تبنت المسائيات اللندنية هذه الطريقة في نهاية القرن التاسع عشر ، فكانت تضمّن السطح الطابع كل الإضافات الخاصة بخبر آخر لحظة ، وتستخدم الصبّاحيات أيضاً مثل هذه الأعمدة لكنها عادة تكون قليلة لأنها لا تحتاج إليها بنفس الدرجة (عصام عبد الهادي - لتغطية الإخبارية بالجراند المسائية - ، ص 33 - 35 )

(3) برنارد ويزنجر - الصحفي الأمريكي - ، ص 167 .



والأبعاد ويضيف مزيداً من التفاصيل ، بل ويقدم أكثر من خبر آخر من نوع هذا الخبر الذي سبقت به الصحيفة الأولى ، فيردّ بذلك الصّاع صاعين ويقدم ضربة أشدّ وقعا وسبقا من نوع آخر، ويحدث فرقة إعلامية تلفت الأنتظار وهكذا يريد المسؤولون عن الصحيفة أن يقولوا لقرّائهم ، حتّى من قبيل إرضاء هذا الغرور المهني وإثبات الوجود والاستمرار كما هو عليه في أعين القراء وغيرهم.(1)

إنّ هذه الأحداث تعطي انطباعاً بأنّ المنافسة بين الصّحف والبحث عن السّبق الصحفي قد تحوّل بمرور الأيام إلى فنّ مدروس ، ومنهج تتبني عليه الممارسة الإعلامية لأيّ صحيفة تريد الاحتفاظ بقرّائها حتى لا ينصرفوا عنها لأخرى ، وهذا ما جعل السّاحة الإعلامية تتحوّل إلى حلبة صراع محتدم بين الصّحف .

## 2- بين الإذاعات

ظهرت الإذاعة في ظروف حرجة يشهدها العالم ، وأدرك هذا الأخير سريعا مدى تأثيرها الفاعل ، فأدخلها دون تردّد في دوامة صراعاته لتتحوّل الحرب المسلّحة بالمنطقة خلال تلك الفترة إلى حرب عبر الموجات الإذاعية ، وأثناء هذا الصّراع ظهر ما يمكن اعتباره الإرهاسات الأولى للإذاعة الدولية ففي سنة 1915 بادرت ألمانيا ببث نشرات إخبارية خاصة بالعمليات الحربية من خلال البرق اللّاسلكي ، وكان يقوم بصياغة هذه الأخبار العديد من الصّحف في أوروبا وفي غيرها من القارات .(2)

وكان ينبغي الانتظار حتى سنة 1938 لكي تدخل فرنسا وانجلترا والولايات المتّحدة في سباق الإذاعات ، إذ أنّ البي. بي. سي (B.B.C) لم تبدأ برامجها الموجهة إلى أمريكا اللاتينية إلا في مارس 1938 في حين كانت برامج فرنسا الموجهة متواضعة جدّاً ؛ وقبل اندلاع الحرب العالمية بشهور قليلة كانت الإذاعة قد انتشرت على مستوى العالم ، سواءً في ذلك ما يتعلّق بالبرامج الموجهة أو البرامج على مستوى كلّ دولة ، ووفقاً للأرقام المعلنة في إحصائية عامّة للاتّصال اللّاسلكي قام بها مكتب الاتّحاد الدولي للاتّصال عبر الفضاء كان هناك في نهاية سنة 1937 على مستوى العالم 1550 محطة للإذاعة ، وعلى مستوى أوروبا وحدها فإنّ الإحصائيات تشير إلى زيادة في عدد محطات الإرسال وأنّ الرّقم قد قفز من 123 محطة إلى 463 محطة في الفترة من سنة 1926 إلى سنة 1939 .(3)

خلال كلّ هذا كانت الولايات المتّحدة آخر دولة كبرى تطوّر إذاعتها الدولية على نطاق واسع لأنّه كان ينقصها الدوافع لإنشاء مثل هذه الإذاعات ، فليس لها حدود مشتركة إلا مع دولتين ، وليس لها مستعمرات ، وقد أدت التّطورات السّياسية التي حدثت في أواخر الأربعينات إلى تحوّل كبير في اتجاهات الكونجرس الأمريكي وخاصة بعد اكتشاف روسيا للقنبلة الذّرية ، لذلك وافق الكونجرس سنة 1948 على قانون

(1) عبد اللّطيف حمزة- المدخل في فنّ التحرير الصحفي - ، ص 154 - 155 .

(2) فؤاد بن حالة- الحرب الإذاعية - تر: اشراح الشّال ، دار نهر النيل للطباعة والنّشر والتّوزيع 1988م ، ص 44 .

(3) المرجع نفسه ، ص 64 - 65 .



سميث مانديث " الذي تضمّن تخصيص اعتمادات لصوت أمريكا <sup>١</sup> ، بالرغم من أنه قبل ذلك بعام واحد كان قد قرّر ترك حرب الكلمات للروس والبريطانيين. (1)

وبشكل عام يمكن القول أنّ المنافسة بين الإذاعات كانت تعيش في ظلّ الدعاية الإعلامية السائدة آنذاك ، فمثلاً كانت إذاعة موسكو الموجهة باللّغة العربيّة من الإذاعات الهامّة التي كانت تركّز عليها الدعاية السوفييتيّة ، وقد واجهت هذه الإذاعة منافسة شديدة من الإذاعات الغربيّة ( كصوت أمريكا ، B.B.C ، مونت كارلو ، وغيرها... ) ، وبالرغم من ذلك فإنّ عدد مستمعيها من العرب كان يزيد خلال ظروف الحرب المتعلّقة بمنطقتهم كحرب العراق ضد إيران. (2)

أمّا الألمان فقد كانت جهودهم مركّزة من أجل القضاء على شعبيّة إذاعة الـ B.B.C والتي حقّقتها آنذاك ، إلّا أنّهم أقنموا على خطوتين أدتا إلى جذب المستمعين الألمان أنفسهم إلى هذه المحطّة ، واحدة خاصّة بالتشويش عليها ممّا أدّى إلى تطبيق قاعدة الممنوع مرغوب ، والثانية عندما دأب " هتلر وجوبلز " على تجريح المعلّقين الانجليز وفي الوقت نفسه التزم الانجليز الصمت وعدم الردّ ، في حين كانت التكتيكات الدعايية التي استخدمتها الـ B.B.C لجذب المستمع الألماني والإيطالي إذاعة قوائم بأسماء الأسرى الألمان والإيطاليين بين البرامج مع تقديم لقطات صوتيّة أو أحاديث معهم. (3)

وعلى الرغم من أنّ المنافسة بين الإذاعات مستمرة إلى وقتنا الحالي إلّا أنّها لم تعد تبدو بالحدة التي كانت عليها في بدايتها ، مع أنّ المحطّات قد ازدادت كمّاً وتطوّرت كيفاً ، والسبب في هذا الاختلاف أنّ الإذاعة في وقت ما كانت ورقة مهمّة بيد الدعاية التي تستخدمها الأطراف المتصارعة كسلاح في الحرب ، وسبب آخر يمكن إضافته إلى هذا يتمثّل في مكانة الرّاديو ذاته بين الجمهور خاصّة مع ظهور المنافس العملاق ( التلفزيون ) . (4)

وهنا كان على الإذاعة المسموعة أن تطوّر نفسها أمام منافسة الإذاعة المرئيّة ، وأبرز صور التطور عودتها إلى المحليّة <sup>٢</sup> ، وبهذا أمكنها أن تعود لجو المنافسة من جديد ، حيث ينبغي لها أن تكون الأسبق دائماً في نقل الأخبار والأنباء التي تتعلّق بالمجتمع المحلي والتي تهّم كافة أفرادها ، إنّها أسبق من أيّ وسيلة أخرى ، أسبق من الصّحف وأسبق من الإذاعة المركزيّة ، وأسبق من الإذاعات الأجنبيّة في نقلها للخبر المحليّ. (5)

<sup>١</sup> بدأت صوت أمريكا خدماتها في 4 فيفري 1942 كخدمة تابعة لوكالة استعلامات الو.م.أ ، وهي الإذاعة الرسميّة للحكومة الأمريكيّة ( مساجي الطواني- مدخل إلى الإذاعات الموجهة - دار الفكر العربي ، 1982 - 1983م ، ص 101 )

(1) المرجع نفسه ، الصّححة نفسها .

(2) المرجع نفسه ، ص 100 .

(3) المرجع نفسه ، ص 79 .

(4) عبد المجيد شكري- الإذاعات المحليّة لغة العصر - ، ص 77 .

<sup>٢</sup> توصي البحوث والدراسات الإعلامية بضرورة زيادة الاهتمام باللّون المحليّ في المواد الإخبارية ، عن طريق متابعة الأحداث الداخليّة وإشاعة الاهتمام بالقضايا الوطنيّة المختلفة على كافة المستويات وفي شتى المجالات ، ذلك لأنّ أيّ إنسان يهتمّ بنفسه ثمّ بالوسط المحيط به ، بعد ذلك تتدرّج عنده الأشياء المحيطة به في الأهميّة... ، لهذا يرى " ولير شرام " أنّ نسبة الأخبار المحليّة أو الوطنيّة تتراوح في وسائل الإعلام عادة ما بين 60 - 90 %

(محمد معوض ، بركات عبد العزيز- الخبر الإذاعي والتلفزيوني - دار الكتاب الحديث ، 1996م ، ص 161- 162 )

(5) المرجع السابق ، ص 78 .

وتعتبر الإذاعات المحلية مصدرا إعلاميا هاما يمكن أن ينافس باقي الإذاعات وحتى باقي الوسائل الإعلامية ، فهي مثلا تلعب دورا بارزا في إيضاح الجانب الوحشي لنممارسات الإسرائيلية البشعة بحق أبناء الشعب الفلسطيني ، فكان لها السبق الصحفي بكل حدث وتطور على الساحة الفلسطينية ، ومن هنا أصبحت الإذاعات المحلية مصدرا موثوقا به من قبل قطاع المستمعين من الجمهور الفلسطيني المحلي ، بل من المؤكد أن نجد الجمهور وقد ترك الفضائيات العربية والأجنبية وأصبح يستمع إلى مصدر موثوق به وسريع في نفس الوقت ألا وهو الإذاعات الوطنية المحلية ، وفي هذا الخصوص لم يصبح الأمر سواء ، إذ أن للسبق قيمة لدى المستمعين ، حيث أسفر استطلاع أجرته الهيئة العامة للاستعلامات الفلسطينية حول الإذاعة المحلية ونسبة اهتمام الجمهور المحلي بها ونسبة الاستماع لها ولبرامجها وتلبية رغبات الجمهور ، فحازت إذاعة " صوت الشباب " على المرتبة الأولى بين باقي الإذاعات المحلية بقطاع غزة التسع ( الحرية - ألوان - غزة - الأقصى - المدار - العمّال - صوت فلسطين - القرآن الكريم ) ، هذا بالرغم من أن إذاعة " صوت الشباب " لم يتجاوز عمرها الزمني وبثها الإذاعي سوى 6 أشهر حيث انطلقت في سماء الإعلام بتاريخ 2004/01/01 ومع ذلك استطاعت أن تتفوق وبجدارة على إذاعات تجاوز تأسيسها السنوات (1) .

إذن فالتفوق والسبق الصحفي لا يعترفان بسنوات الخبرة الطويلة ، وهذا ما أكدته الإذاعة المحلية السابقة الذكر حين تحدت نظيراتها نوات السنين الطوال ، وذلك لأن المنافسة تحمل - في مضمونها المهني - الجديد كل يوم .

### 3- بين التلفزيونات

بينما تخصصت قنوات ومؤسسات التلفزيون حتى بداية الثمانينات بتغطية الساحة الوطنية ، فإن انخفاض تكاليف صناعة الأجهزة التلفزيونية وإطلاق الأقمار الصناعية للاتصالات وتصغير أحجام أجهزة الاستقبال جعل من الممكن تحقيق تطور هائل للتلفزيون بلا حدود .

في الأصل كان استخدام الأقمار الصناعية للاستقبال الفردي مخصصا ومحددا لتغطية المساحات أو الفضاءات الوطنية ، آنذاك لم تنجح فرنسا في تغطية أراضيها 100 % مع 200 مرسلات تلفزيونية و 1500 لإعادة البث في محطات تقوية ، إلا أن إطلاق القمر الصناعي TDF<sub>1</sub> في أواسط الثمانينات قد أتاح لفرنسا على الفور القيام بعملية استقبال جيدة للبث على الأرض ، وسرعان ما أصبحت المحطات أو القنوات الفرنسية ومن بعدها الإيطالية في أوروبا وجزء من بلدان حوض المتوسط ، تمثل قنوات تكميلية أو بديلة للبرامج التلفزيونية الوطنية ، وقد حفزت المنافسة التي بدأت تظهر بين القنوات على تطوير وتحديث البرامج في بعض البلدان كالمغرب ، حيث راجعت المحطة الوطنية بها منذ عام 1986 برامجها مراجعة كلية ، ورفعت فترة البث من 4 إلى 10 ساعات يوميا (2) ، وبعدها مضت محطات المغرب غير الحكومية إلى أبعد بثها منذ

(1) أحمد نبيل أبو دياب - تقارير وتحقيقات صحفية - المجموعة الفلسطينية للإعلام . [www.pal.group.info.com](http://www.pal.group.info.com) (تاريخ الدخول: 21 ديسمبر 2004م).

(2) جان ميشيل ديمون وآخرون - الإعلام العربي - الأوروبي حوار من أجل المستقبل - مركز الدراسات العربي الأوروبي ، بيروت 1998م ، ص 117 .

عام 1995 نشرات إخبارية باللّغة البربرية وفي أثناء ذلك كانت الدّول العربيّة تستعدّ للدّخول في عصر التّلفزيون المباشر عبر القمر الصّناعي بفضل مشروع عربسات ، كما أصبحت محطات C.N.N و M.T.V وسائل إعلام تلفزيونيّة عالميّة ؛ وقعت حرب الخليج ضمن هذا التّطور وساهمت في تكريس شهرة محطة C.N.N الأمريكيّة ، وأظهرت تلك الحرب الحاجة العاجلة للتّقافات الأخرى وليس فقط للتّقافة العربيّة ، لكي تأخذ مكانها في الرّقعة الكبيرة للتلفزيونات المباشرة التي تبتّ عن طريق الأقمار الصّناعيّة ، وفي أيلول عام 1991 بعد انتهاء حرب الخليج الأولى انطلقت من لندن محطة الـ M.B.C التي سرعان ما فرضت نفسها نتيجة لنوعيّة برامجها ، حيث بدأت بنّها انطلاقا من القمر الأوروبي ( أوتيل سات 2 ) الذي أضيف إليه ( عربسات 1 اس ) وهو أول قمر صناعي عربيّ للتلفزيون المباشر أطلق عام 1992 ، وبعد عام أعقب إنشاء محطة الـ M.B.C أنشئت محطة تلفزيون عربيّة مباشرة هي " راديو وتلفزيون العرب " ( art ) المتواجدة في روما ، والتي طوّرت نمطا جديدا واستغلت مرامي جديدة خاصّة وهي حيّز تلفزيون القنوات المتخصصة ، وفي نفس الوقت انطلقت محطتان عربيّتان للاستحواذ على الصّحون الهوائيّة الاستقباليّة انطلاقا من مناطقيهما التّقافيّة وهما محطة " دبي " ومحطة " مصر " الفضائيّة ، وتبعتهما محطات التّلفزيون الفضائيّة المغربيّة والجزائريّة والتّونسيّة أواسط سنوات التّسعينات مستخدمة القمر الصّناعي ، ليس فقط من أجل شروط بث أفضل وتغطية أفضل للأراضي الوطنيّة فحسب بل وتتيح لمواطني هذه الدّول المقيمين في أوروبا البقاء على اتّصال دائم مع بلدانهم الأصليّة . (1)

وبعدها برز توجه أو اتّجاه جديد هو إيجاد محطات عربيّة مخصّصة للبثّ الواسع عبر الأقمار الصّناعيّة ، ولكن هذه المرّة نحو البلدان العربيّة ، وهكذا ظهر في أواخر عام 1996 انطلاقا من قطر قناة " الجزيرة " ، تبعتها عام 1997 محطة الإمارات المتحدّة " E.B.C " التي تطمح كما يوحي اسمها إلى منافسة " mbc " ، وهكذا غرق العالم العربيّ بمحطات أنجلو- سكسونيّة مثل ( C.N.N ، MTVK ، STARTV ، SKYTV ... ) وفرنسيّة مثل ( TF1 ، France 2 ، France 3 ، ARTE ، M6 ، TV5 ، ... ) وإيطاليّة وهنديّة وتركيّة ... وغيرها . (2)

### تسابق القنوات الإخبارية العالميّة لاقتناص السبق الخبري

تطوّرت التّغطية الإخبارية في التّلفزيون حتى وصلت مرحلة النّضج التّام<sup>\*</sup> ، فبعد أن كان هناك نقص واضح وملحوظ في المادّة الإخبارية المصوّرة وبعدها كانت التّقارير عن الأحداث الأجنبيّة تقدّم بالصّورة الثّابتة من وكالات الأنباء أوبالأفلام الإخبارية القديمة المحفوظة في أرشيف التّلفزيون ، حقّق رجال الأخبار تقدّما

(1) المرجع السابق ، ص 117 - 118 .

(2) المرجع نفسه ، ص 119 .

\* مرّت التّغطية الإخبارية في التّلفزيون بتغيّرات كبيرة وواضحة سواء في الكمّ أو الكيف ، حتى أصبحت أخبار التّلفزيون هي العنصر الرئيسيّ والهام الذي تبنى عليه خريطة البرامج التلفزيونيّة اليوم ، وأصبحت الأخبار مجالا للمنافسة بين أشهر المحطات العالميّة ، كما أنّها تميّز محطة عن أخرى بعدما كان يُنظر إليها على أنّها شيء مزعج في بداية عهد التّلفزيون ، وتضاعف الوقت المخصّص للأخبار وتضاعفت القوى العاملة وتزايدت في أقسام الأخبار ، وبلغ الاهتمام بالناحية الإخبارية حدّا هائلا ، لدرجة أنّ التّلفزيون اليابانيّ يعمل فيه قرابة الألف شخص في قسم الأخبار وحده (محمد معوض ، بركات عبد العزيز - الخبر الإذاعي والتّلفزيوني - ، ص 157 )

واضحا وكبيرا ، حيث أصبح من الممكن إذاعة الأحداث من موقعها فور وقوعها وأحوال وقوعها في أيّ مكان من العالم بفضل التّطورات التّكنولوجيّة في مجال الاتّصالات الفضائيّة عبر الأقمار الصناعيّة ، وصحيح أنّ أخبار التّلفزيون بزغت من وسط أخبار الإذاعة إلاّ أنّه سرعان ما رسمت أخبار التّلفزيون لنفسها شخصيّة مستقلّة مميّزة تماما ، وكانت النّتيجة الازدياد في ثقة الجماهير بالتّلفزيون ونهوضه حتّى أصبح الوسيلة الإخبارية الطّاغية من حيث التّقبّل والنّفوذ ، وصارت الأخبار من جهة أخرى هي المعيار الذي يقيّم على أساسه مدى انتشار محطّات التّلفزيون بين المحطّات المختلفة في هذا المجال فارتفع بذلك التّحدّي (1) ؛ وقد زادت التّوترات التي شهدها العالم من حروب ونزاعات حادّة في أهميّة ودسامة هذا الجانب الإعلاميّ ، لتظهر القنوات الإخبارية المتخصّصة بكثرة وتشغل حيّزا كبيرا من اهتمام الجمهور الباحث عن معرفة التّطورات بدقّة وفي كلّ لحظة ، وقد أوردت صحيفة " لوس أنجلس تايمز " مقالا يُلخّص حالة السّباق على الخبر ، التي تعيشها القنوات الإخبارية العالميّة في خضمّ أهمّ الأحداث التي يشهدها العالم وجاء فيه : ( في ظلّ تسارع خطى الو.م.أ وباكستان للبحث عن رئيس تنظيم القاعدة " أسامة بن لادن " وقادة التّظيم الآخرين ، بدأت القنوات التّلفزيونيّة الإخبارية الأمريكيّة في التّسابق لنقل المعدّات اللّازمة والمراسلين إلى كلّ من أفغانستان وباكستان لاقتناص خبر إلقاء القبض على أحد هؤلاء الإرهابيين ، وتزامن ذلك مع تحرك القوات الباكستانيّة لمحاصرة الرّجل الثّاني في تنظيم القاعدة " أيمن الظّواهري " ، فقد شرعت عديد من المحطّات الإخبارية كمحطّة C.B.S و E.B.C في تعيين مراسلين لها بالعاصمة الأفغانيّة كابول ، كما وصل مراسل محطّة N.B.C خلال الأيّام الماضية إلى هناك بينما عمدت محطّة C.N.N إلى تعيين مراسل ثانٍ لها في نفس المنطقة كما أعلنت محطّة فوكس نيوز أنّه من المتوقّع وصول مراسلها إلى كابول في الأسبوع القادم ، من جهة أخرى كانت محطّات E.B.C و N.B.C و C.N.N قد أسّلت فرقا من المراسلين التّابعين لها إلى باكستان في وقت سابق ، كما أنّ لدى C.N.N مراسلها المعتمد " آرون براون " في العاصمة الباكستانيّة إسلام آباد ؛ ويعدّ التّنبؤ بوقوع الأحداث المهمّة وتغطيتها فنّ دقيق ومخادع ، فقد تعرّضت الشّبكات الإخبارية للعديد من الانتقادات بسبب بطئها في تغطية تفجيرات مدريد التي أسفرت عن مقتل 202 شخصا ، لدى فإنّها بدأت تتفاعل سريعا في الأسبوع الماضي إثر التّفجيرات الأخيرة في بغداد لكثافة عدد المراسلين الذين كانوا يغطّون تلك الأحداث هناك ، ويعلّق " كريس كريمير " المشرف على شبكة المراسلين في محطّة C.N.N على ذلك قائلا : >> لا أملك شخصيّا معلومات استخباراتيّة بل إنّي أعتقد طبقا للغريزة الصحفيّة لديّ بأنّ هناك حدث هام سيحدث في أفغانستان عمّا قريب يتحمّم علينا تغطيته <<. (2)

من جهة أخرى ضاعفت محطّة E.B.C الإخبارية من طاقمها في المنطقة ، ويعلّق " باول سلافن " - نائب رئيس الشّبكة الإخبارية لشؤون التقاط الأخبار العالميّة - على ذلك قائلا : >> نتلقّى إشارات عديدة بشأن قرب أمر ما ، ولذا فإنّنا ضاعفنا عدد موظّفينا في المنطقة ، كما عمدت الشّبكة الإخبارية إلى نقل عدد من أجهزة

(1) المرجع السابق ، ص 158 - 159 .

(2) إليزابيث جينسن - تسابق القنوات الإخبارية العالميّة لاقتناص السّيق الخبيري - تر: أنوار بارون ، مركز المعلومات والأبحاث قسم التّرجمة ، وكالة الأنباء الكويتيّة ' كونا ' 2004 م ، www.kuna.net (تاريخ التّخول: 21 ديسمبر 2004م) .

الإرسال المحمولة إلى أماكن متفرقة في المنطقة >> ؛ ويضيف براون : >> لقد أصبحنا بحكم هذه الجهود مصدرًا موثوقًا به للمعلومات الواردة من الحكومة الباكستانية نتيجة لعملنا الدؤوب ، وخير دليل على ذلك السبق الصحفي الذي ستميز به الشبكة الإخبارية يوم الخميس المقبل بلقاء مع الرئيس الباكستاني " برويز مشرف " الذي ذكر في وقت سابق أن القوات الباكستانية تحاصر هدفًا بالغ الأهمية ، وقد أكد مسؤولون باكستانيون لاحقًا على أنه " أيمن الظواهري ... " >> ، ويردف قائلاً : >> لا أعتقد شخصيًا بقيمة حدوث نهاية قريبة للأحداث الساخنة هناك >> ، كما يؤكد براون أن التخطيط للقاء الرئيس الباكستاني قد استغرق وقتًا طويلًا من الجهد ولم يكن ضربة حظ على الإطلاق ؛ فقد كان مقرراً أن يتوجه " مشرف " إلى نيويورك إلا أنه فضل البقاء وتأجيل زيارته حتى إشعار آخر وتأكد بذلك أمر اللقاء به ، أما بالنسبة للتكلفة المالية التي تتكلفتها الشبكات الإخبارية لتغطية إلقاء القبض على " بن لادن " وأعوانه ، فقد أكد براون أن الحصول على السبق الإخباري لا يأتي بسهولة بل يتطلب جهدًا دؤوبًا ... ) (1).

هذا التسابق من أجل السبق الصحفي بين المحطات الإخبارية جعل الجمهور حول العالم على اختلاف مستوياتهم مطلعًا على أهم الأخبار سواء العالمية منها أو المحلية ، كما ساهم من جانب آخر في لمعان نجم قنوات معينة وجعل أسماءها أكثر تداولًا بين الجمهور .

### خاص بالجزيرة

من بين القنوات الإخبارية التي ذاع صيتها في الآونة الأخيرة " قناة الجزيرة " القطرية ، فقد استطاعت هذه المحطة في فترة قياسية أن تتخطى الكثير من العقبات من أجل الفوز بانفراد في تغطية أهم الأحداث ، ولا أكثر من الإشادة لها بجهداتها الجبار في سلسلة متابعتها الصحفية لجملة من الأحداث الساخنة ، بدءًا بحرب الخليج الثانية إلى أحداث 11 سبتمبر 2001 بالو.م. أ ، وما ترتب بعدها من تطورات عالمية انطلقت من أفغانستان حتى وصلت إلى العراق .

ويقول " فيصل القاسم " في هذا الصدد (2) : >> لقد تغير المشهد الإعلامي العربي على مدى عقد من الزمن بشكل دراماتيكي ، فكلنا يعرف أن شبكة C.N.N الأمريكية كانت أثناء حرب الخليج الثانية عام 1991 مصدر المعلومات الوحيد تقريبًا ، وكانت سيّدة الإعلام العالمي حتى بالنسبة إلى العرب ، وقد شاهدتُ رسماً كاريكاتوريًا في ذلك الوقت يصور طائرة حربية وقد ركب على أحد جناحيها مراسل C.N.N وكأنهم يقولون لنا إن هذه القناة تعرف حتى أين تسقط الصواريخ بالضبط لشدة استحوادها على المشهد الإعلامي ، لكن البساط بدأ يتحرك من تحت وسائل الإعلام الغربية منذ عام 1998 ، ... حيث دخلت الجزيرة بقوة في تغطية الأخبار ، وبدأت تنافس بجدارة إلى حد أنها أصبحت مصدرًا مهمًا للمعلومات والأخبار حتى بالنسبة إلى وسائل الإعلام الغربية ، وقد ظهرت صحيفة " التايمز " البريطانية ذات صباح وهي تحمل على صفحاتها الأولى صورة تلفزيون غربي وقد ارتسمت على شاشته " خاص بالجزيرة " ومرّت الأيام وجاءت حرب

(1) المرجع السابق .

(2) فيصل القاسم - الفضائيات العربية والحرب على العراق - حلقة نقاشية ، مجلة " المستقبل العربي " ، السنة 26 ، ع 295 ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت 2006م ، ص 130 .



أفغانستان لتتربّع الجزيرة على عرش التغطية الحربيّة فأصبحت مصدر المعلومات الوحيد تقريباً ، تماماً كما كانت C.N.N خلال حرب الخليج الثانية >> .

وقد تعرّضت هذه المؤسسة الإعلامية الضخمة لضغوط جرّاء نقلها المفصل للأحداث ، حيث قال وزير الخارجية الأمريكي " كولن باول " أثناء حربه مع النظام العراقي السابق أن قناة " الجزيرة " التلفزيونية تقوم بتغطية الحرب الأمريكية على العراق بطريقة سلبية وتضخم الإنجازات العسكرية الصغيرة لنظام " صدام حسين " ؛ كانت " الجزيرة " قد ذكرت قبل حديثها مع " باول " أن نسبة مشاهديها ارتفعت بقيمة 10% منذ بدء الحرب على العراق ، والجزيرة أوّل قناة بثّت صور جنود أمريكيين قتلى وأسرى في العراق ، ممّا أثار غضب المسؤولين الأمريكيين والبريطانيين الذين قالوا أن بث الشريط انتهاك لاتفاقية جنيف ؛ وقد حظيت المحطة باهتمام كبير من الغرب إثر بثها بيانات " لأسامة بن لادن " بعد هجمات الـ11 سبتمبر 2001 ؛ وتواجه القناة التي تجذب نحو 35 مليون مشاهدا في شتى أنحاء العالم العربي لعرضها الأحداث على نحو لا تتناوله العديد من وسائل الإعلام الأخرى في المنطقة انتقادات متزايدة من المسؤولين الأمريكيين والبريطانيين لتغطيتها حربهم ضدّ العراق ، وأضاف أحد المسؤولين بحسب صحيفة " الشرق الأوسط " أن قناة " الجزيرة " استقطبت حوالي أربعة ملايين مشاهد جديد يضافون إلى مشاهديها الأربعين مليون عبر العالم خلال فترة الحرب على العراق ، يذكر هنا فقط أن قناة " الجزيرة " ثمانية فرق من المراسلين والمصورين في العراق ، وهي في وقت ما كانت القناة التلفزيونية الوحيدة الموجودة في البصرة ، كبرى مدن الجنوب العراقي حين وقفت قوات التحالف الأمريكية والبريطانية عند أبوابها ؛ وقد تناقلت وسائل الإعلام الدولية خبراً يقول ، أن هيئة إذاعة الشرق الأوسط ذات التمويل السعودي الـMBC وفي محاولة منها لمنافسة قناة " الجزيرة " القطرية التي استطاعت إثبات وجودها على الساحة الإعلامية العربية وخطف اهتمام المشاهد العربي وغيره ، قد قامت بتأسيس قناة إخبارية فضائية تحمل اسم " العربية " تبث على مدار 24 ساعة يوميًا . (1)

وفي نفس سياق أخبار الحرب بين الفضائيات العربية ، فقد أفادت الأنباء عن توقيع هيئة الإذاعة البريطانية الـMBC اتفاقية تعاون لتبادل المعلومات الإخبارية والمراكز الصحفية مع قناة " الجزيرة " والذي بموجبه ستتمكن المؤسسة من استخدام المراكز الصحفية والمعدات التابعة لكل منهما ؛ وقال " أدريان فان كلافن " رئيس قسم الأخبار في BBC أن الاتفاق سيعود بالفائدة على جميع المشاهدين في العالم ، كما أنه كال المديح لقناة " الجزيرة " بقوله : >> أنها أثبتت سمعتها كقناة رئيسية عالمية >> ، وأكد على العمل جنباً إلى جنب مع " الجزيرة " في مجال جمع الأخبار للتمكن من تقديم خدمات إخبارية أكثر شمولية لمشاهدي الـBBC في بريطانيا والعالم . (2)

(1) قناة الجزيرة تتعرض لضغوط...أداة دعائية لصدام ، شبكة النبا المعلوماتية 2003م ، www.annabaa.org (تاريخ الدخول: 21 ديسمبر 2004م) .

(2) العربية قناة إخبارية فضائية جديدة لمنافسة الجزيرة ، شبكة النبا المعلوماتية 2003م ، www.annabaa.org ( تاريخ الدخول :



ويبقى المستفيد من الصّراع أو المشاركة بالدرجة الأولى المشاهد في أنحاء العالم ، فالصّراع يدفع إلى تحسين مستوى الخدمة والشراكة بين الأقوياء تشيّد بناءً صلباً يضمن استمرارية العمل في مستواه العالي وهكذا...

## رابعاً: القيم الإعلامية للسبق الصحفي

تعني القيم إذا ارتبطت بالأخبار تلك العناصر التي إذا توفرت في أحد الأخبار زادت فرصته في النشر أو الإذاعة ، ومن الواضح أنّ وسائل الإعلام تركّز على نوعيّة خاصّة من الأخبار ، وهي الأخبار الحديثة ، أي تلك الأخبار التي تتحقّق فيها الجدّة أو الحداثيّة أو تلك التي تشكل ما اصطلح على تسميته بالسبق الصحفي<sup>(1)</sup>. ومن هنا يظهر أنّ مصطلح السبق الصحفي يجمع بين جملة من القيم الإخبارية التي يبني عليها ، والتي رأت الدراسة أنّ تسميتها " قيم السبق " ؛ ومن خلال ما تمّت دراسته من قيم مختلفة وُجد أنّ ما يعكسه هذا المفهوم جملة منها يمكن حصرها في ما يلي :

### 1- الأنيّة أو الحاليّة أو الفوريّة

وهي مفاهيم تصبّ في غاية واحدة ومعناً واحد وهو أن يكون الخبر طازجاً ، ولا يشكّ الجمهور فسي ذلك مطلقاً ، فهو حين يفتح صحيفة أو يجلس أمام التلفاز أو الرّاديو في موعد الأخبار ينتظر جواباً عن سؤال عام : << ماذا حدث من جديد ؟ >> ؛ وقد نجد بعض التّطرف في السعي الدائب وراء الأنيّة التي تميّز الصحافة ، والركض وراء السبق الصحفي أي وراء الخبر الجديد الذي سينقل ما يجري أحياناً على حساب الخبر ، وإذا كان هذا السباق يشكّل حافزاً للصحفيين فهو أحياناً يصطدم بلا مبالاة الجمهور ، ولكن ومهما يكن الأمر فهو قانون من قوانين الصحافة الحديثة ومن العبث تجاوزه ، فوكالة الأنباء ومحطّة الإذاعة التي تسبق غيرها في نقل حدث مهمّ ، تكسب شهرة كبيرة<sup>(2)</sup>.

ولذلك ألزمت وسائل الإعلام بمتابعة آخر التّطورات حتى لا تفاجأ بها وقد نشرت عبر أسماء إعلاميّة منافسة ، وهذا ما جعل أمر المنافسة بين التّلفزيون والصحف شبه محسوم ، حتّى بالنسبة للصحف الكبرى ذات الإمكانيّات الضخمة ، فخصائص الأخبار والتّقارير التّلفزيونيّة الحاليّة الفوريّة المصوّرة " الحيّة " من موقع الأحداث تبدو شيئاً كبيراً ، بجانب صورة أو أكثر تنشرها الصحف في اليوم التّالي<sup>(3)</sup>.

### 2- الجدّة أو الحداثيّة

وتعني أنّه من الضّروري أن يكون الخبر جديداً ، أي أن يكون مجارياً للأحداث دون أن يسبق إليه أحد لأنّ الخبر أسرع مادّة معرّضة للتلف والفساد بمجرد مرور ساعات قليلة على وقوعه ، فالخبر الجديد يفقد جدّته وبالتالي يفقد قيمته إذا سبقتك إليه صحيفة أخرى ونشرته ، فإذا لم تتوافر كلّ هذه الصّفات في الخبر يصبح

(1) سعيد محمد السيد- إنتاج الأخبار في الرّاديو والتّلفزيون - عالم الكتب ، القاهرة 1988م ، ص 14 .

(2) فليب غايار- تقنيّة الصحافة - تر: فادي الحسيني ، ط2 ، منشورات عويدات ، بيروت - باريس 1883م ، ص 35 .

(3) محمود أدهم- الصورة الإخبارية - ، ص 12 .

اعتياديًا ولا يحمل معنى الخبر أو النبأ ، وأحدث الأخبار وأخرها أكثر جذبًا للانتباه ولفظًا للأخبار ، ولهذا تهتم وسائل الإعلام بموضوعات الساعة.(1)

ولكن مفهوم الجدة بهذا التصور يصبح مقاربا لمصطلحات الآنية والحالية والفورية ، مع أنه يملك صفة مغايرة ومفهوما مختلفا ومضمونا واتجاهات مختلفة أيضا . نعم ، إن الجدة يمكن أن تعني الفكرة ذاتها ، وجنتها هي مجردة عن عامل الزمن وحدوده بمعنى أنه ليست كل فكرة حديثة أو طازجة - زمنيا - يمكن أن تكون فكرة جديدة ، فإن الجدة هنا تعني أنه لم يسبق أحد إليها ، ولم تتكرر ولم تصبح فكرة عادية بعد ، أو كما يقول التعبير الصحفي " لم تحترق " حيث لم تنتشر بعد على الصفحات مما يجعل من تنفيذها مجرد تكرار ممل أو ترتيب لأفكار الآخرين ، كما لم تثبت أيضا ولم تقدمها الشاشة الصغيرة أو الكبيرة.(2)

وبتمثل هذا المعنى أصدق تمثيل - أي أن يتوافر للفكرة الإعلامية الناجحة عنصر الجدة أو الحداثة - بالأفكار أو المقترحات مستقاة من مادة تحريرية أو إذاعية أو تلفزيونية قديمة ، كما لا تكون منبثقة عن حدث وقع في الماضي دون أن تكون له دلالة الجديدة ، أو آثاره التي ما تزال شاهدة عليه ويستثنى من ذلك بالطبع ما يتصل بالمناسبات التاريخية وبالتاريخ نفسه بأحداثه المميزة ، ومن هنا كانت الأفكار والمقترحات التي تتصل بأحداث حالية ، أو التي تنبثق من آخر الأخبار أو " آخر خبر " أو " آخر ساعة " أو تلك المستمدة من أخبار لم تنتشر بعد كانت هذه أكثر جذبًا للأخبار والاسماع ، حيث تعكس الاهتمامات والوقائع والتفاصيل والمواقف الجديدة خاصة بالنسبة للتقارير المصورة ومادة المجالات التلفزيونية والمواد الإخبارية على كافة أنواعها ؛ ويتصل بهذا المعيار أيضا ما يمكن أن نطلق عليه اسم " عنصر الأثر الزمني المستمر " ومعناه أن تكون الأفكار ومقترحاتها مما يشد إليها الأنظار وتجذب الانتباه ، ليس لفترة قصيرة من الوقت وإنما لعدة أيام وربما لعدة أسابيع أيضا حيث تكون المادة التي تنبثق عنها الفكرة مما يتحدث عنه الناس ، وسوف يتحدثون عنه أيضا ... مع ملاحظة هامة تلك هي أنه ليس شرطًا أن تكون هذه الأفكار مما يرتبط بأحداث أو بوقائع كبرى وإنما بالأراء والمواقف والاتجاهات والفلسفات أيضا.(3)

### 3 - عامل الوقت

عند التحدث عن الآنية أو الفورية والجدة أو الحداثة فلا بد من التحدث عن عنصر التوقيت أو عنصر الزمن وهو محدد كل هذه القيم المعالجة سابقا ، وعلى هذا فالبعض يرى أن هذه القيمة تتضمن جانبين: أولهما : جدة الخبر وحاليته وهو الجانب الذي سبق التطرق إليه ، أما الجانب الثاني لهذه القيمة الخبرية فهو ارتباط الحدث بأحداث أخرى تزيد من احتمالات بثه عبر وكالات الأنباء أو نشره في الصحف ، وهذا الترابط أو التزامن مع أحداث أخرى يعطي لهذا الحدث أهمية حتى وإن قلت أهميته في حد ذاته ، وتلعب تطورات العلاقات بين الدول دورا أساسيا في زيادة التركيز على أخبار معينة.(4)

(1) محمد معوض - الخبر في وسائل الإعلام - ، ص 10 .

(2) محمود آدم - الفكرة الإعلامية - دار الثقافة للطباعة والنشر ، القاهرة 1983م ، ص 118 .

(3) المرجع نفسه ، ص 114 - 115 .

(4) سليمان صالح - صناعة الأخبار في العالم المعاصر - ، ص 73 .

ومن جهة أخرى فإنّ عنصر الزمن والوقت المحدّد لدوران المطبوعة في الجريدة من العناصر البالغة الأهمية ، التي ينبغي أن يحسب حسابها بدقة في أيّ تغطية صحفية ، والصحفي المكلف بموضوع ما عليه بداية أن يحدّد الوقت اللازم للاتّصال بالمصادر المختلفة والوقت المستغرق لتجميع المادة ، وموعد تقديم المادة المكتوبة إلى المسؤولين في الجريدة بما يناسب وموعد دوران المطبوعة فهي لن تتوقف انتظاراً له ؛ وعلى ذلك يجد الصحفي نفسه تحت ضغط عامل الوقت والحاجة إلى السرعة في الانجاز ليس فقط لتقديم المادة الخيرية في موعدها المناسب ، ولكن أيضاً خشية المنافسة والانفراد والسبق الصحفي من الجرائد المنافسة .<sup>(1)</sup>

والظاهر للبعض أنّ عامل الوقت هو عدوّ كلّ التّحقيقات الصحفية ، فالصحفيون لا يتعرّضون فقط لضغط متواصل من داخل المؤسسة التي يعملون بها من أجل الخروج بنتائج ، وإنّما تتأمر دائماً الأحداث التي تخرج عن نطاق سيطرة الصحفي لتزيد من الإلحاح على سرعة استكمال التحقيق ، ذلك أنّك قد تجد منافسة من مؤسسة إخبارية أخرى ، أو تودّي التطورات التي تحدث في أماكن تغطيتك إلى إفشال جهدك كلّها ، أو أن يوجّه الاهتمام إلى الشخص الذي تركّز عليه في تحقيقك ، أو أن يقرّر عقد مؤتمر صحفي عمّا تقوم بالتحقيق عنه في محاولة لإزالة آثاره ، وأنّ هذه جميعاً من دواعي قلق أولئك الصحفيين ممّن يكدون يومياً في مجال الصحافة ، فالصحافة أو محطة التلفزيون تؤثر على قرائها أو مشاهديها عن طريق نشر الأخبار ، وذلك حين تجيء في الوقت المناسب وتتفرد بها وليس حين تهتمّ بمتابعة أخبار قدّمها منافسون آخرون .<sup>(2)</sup>

والواقع من كلّ هذا أنّ عنصر الوقت يُظهر من الأهمية أكثر ممّا يظهره من الصعوبة في احترام أبعاده ، ولا مفرّ من احترامه إذا أريد التفوق بالعمل المزمع تقديمه للجمهور .

#### 4- إثارة الاهتمام

إذا كان لعامل السبق جذور متأصلة في النظرية الليبرالية فلا بد من العثور على قيمة الإثارة تتدفق في عروق هذا العمل الإعلامي ، وقد حمل مفهوم الإثارة على مدى سنوات عدّة تسميات متباينة انطلاقاً من اعتباره دلائل مرحلة مرافقة<sup>(3)</sup> ، مرّت بها صحافة جماهيرية تبادت في حرّيتها فانتجت صحافة صفراء لا تلقي اعتباراً لأدنى مسؤولية اجتماعية أو أخلاقية ، وحصرت مفهوم الإثارة في معنى ضيق لا يخرج - في غالبيته - عن مفردات الجنس والجريمة ، ثمّ جاء مفهوم الخبر في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية فلم يستبعد تماماً عنصر الإثارة من مفهوم الخبر ، وإنّما تفاوت النظر إليه عند أتباعها ، فبعضهم تجاهل هذا العنصر تماماً في حين أنّ البعض الآخر اعتبره عنصراً هاماً مضافاً إليه عناصر أخرى كالجدّة والفائدة ، ولكنّ الشّيء الجديد الذي انفرد به أتباع هذه النظرية هو قولهم بأنّ للخبر وظيفة اجتماعية هي تقديم المعلومات الجديدة عن الأحداث الجارية بصرف النظر عن مدى الإثارة في هذه الأحداث .<sup>(4)</sup>

(1) عبد الفتاح عبد النبي - سوسيولوجيا الخبر الصحفي - العربي للنشر والتوزيع ، القاهرة 1989م ، ص 75 .

(2) جون أولمان - التحقيق الصحفي أساليب وتقنيات متطورة - تر: ليلي زيدان ، الدار الدولية للنشر والتوزيع ، القاهرة - مصر 2000م .

(3) ميلفن ل. بيفليير ، ساندرنا بول روكيتش - نظريات وسائل الإعلام - ، ص 97 .

(4) فاروق أبو زيد - فنّ الخبر الصحفي - ، ص 38 .

وبهذا بدأت محاولة التعديل من المفهوم الحادّ لمصطلح الإثارة خاصّة بعدما أضيفت إليه الأهمية أو الاهتمام ، لتصبح إثارة الاهتمام أكثر تقبّلاً وأكثر اعتدالاً عما كان يطرحه اللبيراليون من خلال تعريفاتهم للخبر ، خاصّة إذا كان ذلك مرتبطاً بأهمية الموضوع المعالج مع ما يميّزه من قيم أخرى كالجدّة والأنيّة ، وفي هذا يقول " أندريه جيد " الكاتب الفرنسي في تعريفه للصحافة : << إنها تشكّل كلّ ما سيكون أقلّ إثارة للاهتمام غداً عما هو عليه اليوم >>. (1)

ومع هذا المعنى فإنّ إثارة الاهتمام لا تكاد تتفصل عن كثير من القيم التي يقرّها الدارسون ، فهي تتقاطع - إن لم نقل تتطابق - مع عناصر كثيرة طرحت بالموازاة معها كالتشويق ، الصّراع ، الاهتمامات الإنسانيّة ، الغرابة أو الطرافة ، الضخامة ... (2) ، فمثلاً يشرح " عبد اللطيف حمزة " عنصر الضخامة تحت هذا النسق بقوله : << إنّ الضخامة هنا ليست بمعنى التهويل أو المبالغة ونحو ذلك ، ولكن بمعنى إثارة اهتمام أكبر عدد من الناس ، فمن الأخبار الصحفيّة ما يمسّ جماعة قليلة من الناس في المجتمع فلا تأبه له كثير من الصّحف ، وإن كان ولا بد من كتابته ففي ركن من أركان الصحيفة قد لا يلتفت إليه أحد ... ومهما يكن من شيء فالأساس الذي نزن به حكمنا بالضخامة هو اهتمام الرأى العام بالخبر ، أو اهتمام أكبر عدد ممكن من الناس بمثل هذا الخبر >> (3) ، ويواصل " عبد اللطيف حمزة " في هذا النمط القياسي ليضيف عنصراً آخر أسماه الدراما أو المسرحيّة أو مراكز الاهتمام في الإنسان (4) ، أي أنّ الخبر لا بد وأن يركّز على مراكز اهتمام الإنسان إذا أراد تحقيق النّجاح الإعلاميّ .

وبنظرة موضوعيّة تتأكّد حقيقة مهمّة هي أنّ قيمة الإثارة بمعناها المعتدل أو إثارة الاهتمام عنصر لا يمكن لأيّ وسيلة إعلاميّة أن تتجاهله ، إذ أنّها تستمدّ أهميّتها الكبرى من طبيعة التكوّن البشري أو الفطرة الإنسانيّة وهو الجانب الذي يركّز عليه السبق الصحفيّ بشكل واضح ، لذلك بنى تسميته " بالخبطة الصحفيّة " على شيء يلفت الانتباه بشكل آليّ وسريع يعتمد على الطّبيعة البشريّة .

هذه إذا أبرز القيم التي يمكن ملاحظتها عند دراسة " السبق الصحفي " فاهتمامه الشّديد بمراعاة توقيت العمل جعله يحقّق مبدأ الأنيّة والفوريّة ، ممّا ميّز أخباره بالحدّثة والجدّة ، وهذا بالضبط ما تبحث عنه غالبية الجمهور إن لم نقل كلّهم ، أي أنّه في الأخير قد نجح في أن يثير اهتمامهم بالمادّة الإعلامية المقدّمة .

(1) سعيد محمد السيّد - إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون - ، ص 16 .

(2) فاروق أبو زيد - فنّ الخبر الصحفي - ، ص 92 .

(3) عبد اللطيف حمزة - المدخل في فنّ التحرير الصحفي - ، ص 77 .

(4) المرجع نفسه ، ص 79 .

## خلاصة الفصل

لقد حاولت الدراسة من خلال هذا الفصل التّأصيل للسّبق الصحفي بإعطائه أبعادا تاريخيّة لا تخرج به عن المضمون الإعلاميّ بأيّ حال من الأحوال ، فخلّصت إلى أنّ النّظرية اللّبيرالية قد فتحت المجال أمام الصّحف من أجل التمتع أكثر بجوّ المنافسة ، وذلك بعدما رفعت عنها الحصار الذي كان مفروضا عليها زمنا من طرف النّظرية السلطوية والشّيعيّة ، حيث كانت كلّ منهما تسعى إلى تجسيد النّظام الإستبدادي والقمعي للحرية الإعلامية .

ومع أنّ النّظرية اللّبيرالية قد أعطت الصّحافة متنفسا ونوعا من الحرية الإعلامية إلاّ أنّها جرّدتها من كلّ الفضائل الأخلاقيّة ، لتلبسها حلّة صفراء عرفت بها بعد ذلك والتصقت بنشاطها طويلا على الرّغم من محاولة أنصار نظرية المسؤولية الاجتماعيّة إصلاح الأوضاع ، حيث غرق العالم حينها في منافسة صحفية مفرداتها البارزة : الجريمة ، العنف ، الجنس والإثارة اللّأخلاقيّة .

وأظهرت الدراسة كذلك في هذا الفصل كيف أنّ المنافسة الإعلامية قد تماشت مع تطوّر المخترعات الإعلامية ، التي راحت تتزاحم فيما بينها على الريادة أمام جمهور أدهشه جديد التّكنولوجيا أوّلا ثمّ الكمّ الهائل للأسماء الإعلامية في كلّ نوع ثانيا ، ليصبح الفيصل بين جميعها هو نتيجة المنافسة والسّبق ؛ وخلال هذه المراحل تبلور مفهوم السّبق الصحفي وبرزت قيمه الإعلامية التي تميّزه عن باقي النّشاطات الرّوتينيّة العاديّة ، ليختار هذا المصطلح لنفسه جملة من القيم الإخباريّة تمثّلت أساسا في ( الحاليّة ، الجدّة أو الحداثّة ، عامل الوقت ، إثارة الإهتمام ) ، حيث اجتمعت كلّ هذه القيم لتكوّن في الأخير محصلة نشاط إعلاميّ بارز اسمه السّبق الصحفي .

## الفصل الثالث :

### السَّبَق الصَّحْفِي لِتَحْقِيقِ الْمَصْدَاقِيَّةِ

أولاً : أهداف تحقيق السَّبَق الصَّحْفِي

ثانياً : مصداقيَّة وسائل الإعلام السبّاقية

ثالثاً : شروط تحقيق السَّبَق الصَّحْفِي



قد يبدو من الغريب أن تُفرد هذه الدراسة فصلا كاملا يتحدث عن العلاقة التي تربط بين السبق الصحفي ومصداقية الوسيلة الإعلامية ، على الرغم من أن الكثيرين يدرجون المصطلح الأخير كواحد من الأخلاقيات الإعلامية التي سيأتي ذكرها في الفصل الموالي ، لذلك كان من الضروري الوقوف عند هذه النقطة قبل الخوض في أية تفاصيل .

صحيح أن مصطلح المصداقية يحمل قرابة 80 % من مفهوم الصدق ، إلا أنه من جهة أخرى يأخذ أبعادا - تم توضيحها في مفاهيم الدراسة - تجعل منه مركبا متميزا قويا يستقل بنفسه ؛ ويأتي الاهتمام بهذا المصطلح تحديدا من طبيعة الاهتمام به في الأوساط الإعلامية ذاتها ، حيث أنه يتردد أكثر من أي قيمة أخلاقية أخرى كتعبير عن مدى نجاح الوسيلة الإعلامية ، فحينما تزايدت مصداقية الوسيلة الإعلامية لدى الجمهور تزايد التقييم الإيجابي لهذه الوسيلة دون غيرها ، وهذا من غير أن نتقيد بمعنى الصدق كقيمة مجردة ، إذ ليست كل وسيلة إعلامية صادقة تتمتع بالمصداقية الإعلامية ، والتي يُعبر عنها بمحصلة التصديق ، الثقة ، الاهتمام والمتابعة ، فقد نصتق ما يرد في جريدة أو إذاعة أو محطة تلفزيونية ما لأننا عاجزين عن تأكيد العكس ، لكننا قد لا نتابعها باستمرار أو نهتم بما يرد فيها على الدوام ، وقد تم افتراض أن تحقيق السبق الصحفي أو السبق الإعلامي بشكل عام هو الفيصل في هذا الأمر ويظهر هذا بوضوح أكثر بالنسبة للمحطات التلفزيونية ، فهذه القيمة لها أن تبرز للواجهة أسماء معينة ، وهي محتملة التصديق على اعتبار ما يتابعه الفرد بنفسه من خلال ما تقدمه من صور حية ، ليحقق بذلك الثقة كأقدر الوسائل على إطلاعها بكل جديد وفي وقت قياسي ، وهذه نقطة إيجابية تجذب الجمهور لطلب محطة معينة دون غيرها ليهتم بمتابعتها على الدوام ، خاصة إذا أكدت نجاح وتميز عملها لتكسب بذلك خلاصة المصداقية ذات الوقع القوي على الأسماع .

### أولا : أهداف تحقيق السبق الصحفي

صار من الواضح أن السبق الصحفي يمثل ورقة رابحة في يد أي وسيلة إعلامية ، وهي تعطي امتيازات عديدة لكل من ينجح في استغلالها أفضل استغلال ، ولعل أبرز ما يحققه السبق الصحفي لرجال الإعلام ثلاثية : كسب الجمهور ، الربح المادي ، السيطرة .  
ومع أن جميعها قد يبدو للوهلة الأولى متاخلا إلا أن هذه العناصر ستتدرج لتبرز السلم الذي ترتقيه الأسماء السبابة لبلوغ القمة ، بدءا بسحر الجمهور إلى غاية تحقيق مفهوم السيطرة بجميع صورها ، وهذا ما يمكن أن يُصطلح عليه بـ " أهداف تحقيق السبق الصحفي " .

## 1- كسب ثقة الجمهور

تماشيا منها مع إيقاع العصر تسابقت الدول العربية في مجال الفضائيات ، وكان تحركها سريعا حتى أنها دخلت عالم الإعلام الفضائي قبل مرور 50 عاما من ظهور القنوات الفضائية ، منتهى السرعة في رد الفعل مع أن الدخول إلى عصر الفضائيات يمثل إيذانا لبدء التنافس العنيف فيما بين القنوات العربية ، لم يكن تنافسها في مجال عرض القضايا العربية السياسية والاجتماعية وغيرها كما تصور البعض قبل إنشائها ، ولكن كان تنافسها محمومًا على الاستئثار بأكبر عدد ممكن من الجمهور ، تمهيدا للاستئثار بأكبر حصة من الإعلانات التجارية من شركات السيارات والطائرات مرورا بشركات الشامبو والمنظفات ، لأن الإعلان لهذه الشركات يكون بالدولارات وهي تعتمد إلى جذب هذه الإعلانات عن طريق جذب أكبر عدد من المشاهدين ببذل ما تستطيعه من حشد البرامج الترفيهية والمنوعات بمفهومها الحديث والعصري . (1)

فهت الفضائيات العربية قانون اللعبة الإعلامية ، وأدركت أن الدخول إلى عالم الخدمة الإعلامية بمفهومها العصري يكون من بوابة كسب ثقة الجمهور المتنوع والكبير ، مدخل يفتح للوسيلة الإعلامية آفاقا قد تكون للكثيرين حلما بعيد المنال ، وعلى رأس هذه الأمانى تحقيق الربح المادي ، هذا الهدف التجاري وغيره جعل الرغبة في كسب الجمهور تلهب جو المنافسة بين الوسائل الإعلامية منذ زمن طويل .

فقد كان للصحف باع طويل في مجال المنافسة على اجتذاب أكبر عدد من القراء ، وكما كان لهذه المنافسة بعض الجوانب الإيجابية في تحسين فنون التحرير الصحفي وتطور آلات الطباعة وآلات صف الحروف وتحسن الخدمة الصحفية بصفة عامة ، كان لها بعض الآثار السلبية جراء تنبع أهواء وغرائز الجمهور ، منها انحدار المعالجة الصحفية بالتركيز على أخبار الإثارة والفضائح والجريمة ، وإبرازها بنشرها على الصفحات الأولى والمساحات الكبيرة وطباعة عناوينها بحجم بنط كبير ، وهذا ما تحول بعد زمن إلى ما سمي - كما ورد مرارا - عصر الصحافة الصقراء . (2)

واليوم تطورت أساليب كسب الجمهور وتنوعت وسط التسابق الكبير الذي تعرفه الوسائل الإعلامية ، فصار معروفا لديها أن الخبر لكي يحدث تأثيرا لا بد أن يجتذب ثقة القارئ ، ولا يتم ذلك بصحة الخبر فقط ، ولكن بتوافره على عدد كبير من شروطه ( كالدقة والآنية ، والعالمية ، والديناميكية والقابلية للنشر والشهرة والجديّة...) فهناك أخبار يصدقها العالم ثم لا يلبث أن يظهر تزييفها ، ولكن المهم في إحداث التأثير هو ثقة القارئ في الخبر ، وهذا يستلزم من أي عبارة أن تجد صدى في نفس القارئ ، وتأتي الثقة عن طريق موضوعية العرض ، فكلما كان العرض قصيرا واضحا وموضوعيا كلما زادت الثقة به . (3)

إن تنافس الصحافة على ثقة القارئ يجبرها على الالتزام بالموضوعية ، كما أن شخصية الصحفي ذات أهمية كبيرة بالنسبة لموضوع الثقة والسمعة الصحفية ، والصحيفة المشهورة منذ سنين عديدة يصدقها القارئ أكثر

(1) أيمن الأمير - صوتنا الأعلى لا يسمعه أحد - مجلة ' الوطن ' الإلكترونية ، السنة الثانية ، العدد 724 ، 2002م ، www.alwatan.com (تاريخ الدخول: 12 جانفي 2005م).

(2) محمود عبد الرؤوف كامل - مقدمة في علم الإعلام والاتصال بالناس - ، ص 149 .

(3) عبد العزيز الغنم - مدخل في علم الصحافة - ج 1 ، ط 2 ، مطابع الدجوى ، مكتبة الأنجلو المصرية 1977م ، ص 296 .

من صحيفة تختصّ بنشر الفضائح والمؤامرات البشريّة ، والثقة تنمو ولا يمكن فرضها ، كما قد يقضي مقال صحفيّ على الثقة بين القراء وبين الصحفيّة ، عندئذٍ تحتاج من جهتها لوقت طويل لإعادة هذه الثقة ، وعندما تعطي الصحفيّ فرصة لأخرين ممّن يختلفون عنها في الاتجاه لنشر آرائهم ، عندئذٍ يعرف القارئ أنّه لا يوجد من يريد إقناعه فقط بل إخباره كذلك . (1)

ومن جهتها تقوم الإذاعة لكسب ثقة الجمهور باستخدام عنصر التشويق ، وهو في الوقت نفسه أسلوب إقناع ، حيث تقدّم البيانات المتنوّعة عن الشعب ، هذه البيانات لها ثقلها الرّسمي خاصة إذا ما كانت سياسية ومن مسرح الحدث ، والمستمع للإذاعة ليس في مركز يمكنه من تقصّي ما يسمعه ونقده ، ولا هو يستطيع استعادة الخبر مرّة أخرى لذلك فهو يترك فيه طباعاً أو شعوراً معيّناً لأول مرّة ، خصوصاً إذا كان لديه شعور وإحساس مسبق بمصداقيّة هذه الإذاعة أو حتى مصداقيّة جزء يسير عنها ، فيجب إذا أن تتوفر لدى كلّ من يسعى إلى عمل إعلاميّ ناجح القناعة التامة بأنّه مهما بذل من جهد وأموال طائلة في العمل الإعلاميّ ، فلن يكون له أيّة قيمة أو جدوى إذا لم يكن جديراً بثقة الرّأي العام الداخلي والخارجي على حد سواء ، من أجل هذا تسعى الإذاعة لاستخدام أسلوب الاستعانة بالأكاديميين على غرار الصحفيّ والتلفزيونات خاصة أولئك الذين عرفوا بشهرة بين أوساط الجمهور ، لعرض تحقيقاتهم وآرائهم الإخبارية ، وهؤلاء طبعا ليست لهم علاقة بالإذاعة ، ومن أجل الإيحاء للمستمع بصدق الخبر وتأكيدهم تقوم أيضا بالاتصال بمراسليها في الخارج ممّن وقفوا على الحدث نفسه لتقديم المزيد من التوضيح والتعليق على أخبارها ، وهذا تماما ما تفعله بعض الإذاعات كهيئة الإذاعة البريطانية وإذاعة مونت كارلو وغيرهما... ؛ ويقول بعض الإعلاميين في هذا الخصوص : >> إنّ من أسباب إقبال الناس على إذاعة لندن واقتناعهم بأخبارها طريقة صياغة الخبر وإتقان التلاعب بالكلمات ، فهذه العنصرين دور كبير في التأثير النفسي على المستمعين ، إذ كم من مرّة تمكّنت الإذاعة من تحويل مواقف ميؤوس منها عسكرياً إلى مواقف موائمة لها ، فمثلاً حينما بدأت حرب الخليج ومن أجل أن تقنع المستمع العربيّ بمصداقيّتها ، وأنها لا تخضع للسياسة البريطانية - وهي طبعا من دول التحالف - فقد جعلت من موقفها مخالفاً ومغايراً لأكثرية المواقف لتظهر تأييدها للعراق ، ثمّ شيئاً فشيئاً بدأ الموقف يتحوّل 180° ، والمستمع متعلّق فكره معها يتلقّى منها أخبار حرب الخليج لحظة بلحظة >> . (2)

أمّا التلفزيون فحظّه في كسب الجمهور كان أوفر على اعتبار أنّ النقل المباشر والمصورّ يوسّع من دائرة معايشة الأحداث والتفاعل معها ، فهناك فرق كبير بين " سأحدثكم عمّا جرى " وبين " لنتابع الآن ما يجري " والذي يعطي مصداقيّة أكثر لنشاط التلفزيون ، خاصة ذلك الذي يعاني من عجز في كسب ثقة المشاهدين . (3)

ويعمل قسم البرمجة على مراعاة هذه الجوانب من خلال تعبيره عن الأهداف المسطرة بطريقتين : الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المشاهدين أو شدّ المشاهدين - مهما كان عددهم - أطول مدّة ممكنة لمشاهدة ما يقدم لهم ، حيث نجد هذين الهدفين ضمن مؤشرات قياس المشاهدة التي تحدّد نسبة تغلغل أيّة حصّة تلفزيونيّة

(1) المرجع السابق ، ص 297 .

(2) عبد الله بن محمد العوشن - كيف تقنع الآخرين - ط3 ، دار العاصمة للنشر والتوزيع ، 1996م ، 64 - 65 .

(3) نصر الدين لعياضي - التلفزيون دراسات وتجارب - دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع ، الأبيار - الجزائر ، ص 23 .

في أوساط المشاهدين ، أو تبيّن المدّة التي يقضيها كلّ فرد أمام شاشته الصّغيرة لمشاهدة البرامج التّلفزيونيّة ، بدون شكّ يسعى المبرمج في الممارسة الإعلاميّة إلى تحقيق الهدفين معا ، لكنّ الوسائل لتحقيق هذه الغاية ليست واحدة ، وحتىّ أنّها متناقضة في بعض الأحيان لبلوغ الهدف الأوّل أي الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المشاهدين ، إذ تركّز الشّركات التّلفزيونيّة على البرامج الأصليّة والجذابة وتقوم ببعض الخطبات وتبحث عن الأرقام والأحداث الرّياضية والمنوعات التي تتمتع بجاذبيّة أكثر لمشاهديها ، حتى أنّها تعتمد على ما يطلق عليه الأمريكيّون " SPECIALS " أي البرامج الخاصّة أو الاستثنائيّة التي تُخصّص بنسبة أكثر للسلسلات التّلفزيونية وتُسعى إلى كسر عادات الجمهور قصد جذب مشاهدي محطات التّلفزيون المنافسة (1). إنّ المنافسة الشّديدة بين القنوات التّلفزيونية تترجم هاجس الاحتفاظ أو اكتساب أكبر حصّة من سوق المشاهدة ، وهو الهاجس الذي قاد التّلفزيون تدريجيّاً ليكون حاضراً طيلة النّهار ويستمرّ أيضاً في البثّ طيلة اليوم (2).

## 2- الرّبح المادّي

من الواقعيّة و العمليّة أنّه حين يتمّ الاقتراب من الممارسة التّطبيقية اليوميّة للفنون الصحفيّة كما هي في حجرات وصلات التّحرير أن يُعرف للمال قدره وحقّه ، فمن حقّ الصّحف والمجلّات ووكالات الأنباء أن تحقّق الرّبح المادّي الذي تطوّر به نفسها ، وتضاعف من إمكانيّاتها الفنيّة والبشريّة والهندسيّة والتّجهيزيّة ، لتبثّ مادّتها في خضمّ المنافسة الرّهيبية بينها وبين غيرها (3).

فمنذ القرن التّاسع عشر أضحت الصّحف في أمريكا وأوروبا مشاريع اقتصاديّة تتطلّب الكثير من الأموال وتُسعى للرّبح ، والصّحف هناك مؤسسات مملوكة ملكيّة خاصّة ، فهي لا تمولّ من قبل الدّولة كما هو الحال مع معظم الصّحف في الدّول العربيّة ، والصّحف الإخباريّة اليوميّة والأسبوعيّة في أمريكا وأوروبا تغطّي تكلفتها من عائدات الإعلان على صفحاتها بل وتحقّق أرباحاً أيضاً ، وقد أدت المنافسة الحادّة بين الصّحف في أمريكا وأوروبا في القرن التّاسع عشر إلى اجتذاب أكبر عدد من القراء وبالتالي المعلنين ، والمنافسة كانت بالسبب الصحفي أو الانفراد بنشر الأخبار (4).

إنّ المؤسّسة الإعلاميّة قد تحوّلت مع مرور السنين إلى مؤسّسة ذات طبيعة مزدوجة فهي اقتصاديّة صناعيّة تجاريّة كأيّة مؤسّسة اقتصاديّة أخرى ، وهي مؤسّسة ثقافيّة تنتج سلعا خاصّة وتهتمّ بقضايا ذهنيّة ، هذه الطّبيعة المزدوجة تفترض طريقة خاصّة للعمل : فالمؤسّسة الاقتصاديّة صناعيّة كانت أم زراعيّة أم تجاريّة في ظلّ النظام الليبرالي تنبغى الرّبح بشكل أساسي ، وهي في هذا النّظام تتصارع مع المؤسّسات الشّبيهة من أجل هذه الغاية ، وكنتيجة لهذا الصّراع من أجل الرّبح الأقصى فهي معرّضة للصّعود والتّطور بقدر ما هي معرّضة للهبوط والانكفاء ، كما أنّها معرّضة أيضاً للاحتكاك التّصادمي مع مكوّنات البيئة الاجتماعيّة

(1) المرجع السابق ، ص 51 .

(2) المرجع نفسه ، ص 64 .

(3) محمود أدهم - المدخل في فنّ الحديث الصحفي - ، ص 148 .

(4) محمود عبد الرّؤوف كامل - مقبّمة في علم الإعلام والاتّصال بالنّاس - ، ص 150 .

والسياسية والثقافية التي تعمل ضمنها ، الأمر الذي يعني أنها تعمل ضمن اقتصاد السوق في صراعها وتنافسها وتكاملها ؛ ويضاف إلى هذه الطبيعة المزدوجة للمؤسسة الإعلامية أفقا جديدا ، وهذا الأفق يتجلى في توسع طبيعتي المؤسسة وتعمقهما وتعددهما ، فالربحية والتنافس في الحقل الوطني محكومان بنظام سياسي واحد وقوانين وأنظمة واحدة محددة ، والإنتاج الثقافي موجّه لشعب واحد وإن تنوع ، بينما الربحية والتنافس في الحقل العالمي محكومان بتعدد الأنظمة السياسية وبتنوعها وأحيانا بتناقضها فضلا عن تعدد القوانين والأنظمة الرأعية لعمل المؤسسات الاقتصادية ؛ وهذا يعني أنّ المؤسسات الإعلامية الفاعلة في العالم تعمل للربح في بلدان متنوعة ومتضاربة المصالح ، ولا يتجاوز عدد الشركات المسيطرة على إنتاج الرسالة الإعلامية الخمسين شركة ، متوطنة في عدد محدود من الدول الصناعية المتقدمة على رأسها الولايات المتحدة واليابان وبريطانيا وفرنسا وألمانيا. (1)

ويأخذ ربح المؤسسة الإعلامية شكلين :

الأول : الربح المباشر من خلال بيع السلعة الإعلامية وهي خبر أو برنامج ... إلى مؤسسات إعلامية أخرى ، أو بيعها إلى المستهلك مباشرة عندما تكون السلعة صحيفة أو شريط فيديو أو غير ذلك من السلع الممكن اقتناؤها ؛ وقد شهد تاريخ وكالات الأنباء صراعا شديدا حول احتكار أسواق العالم في القرن التاسع عشر واستمرّ بحدّة حتى الحرب العالمية الثانية ، كما تتصارع الوكالات حاليًا على الخبر الأسرع .

الثاني : الربح غير المباشر وهو الربح الأكثر جدوى من الربح المباشر في عمل المؤسسات الإعلامية والمتجلى في الإعلان بشكل أساسي ، حيث صرّحت شركة " بوليز " للبحوث بذلك حين قالت : «> إن تسليم الجمهور للمعلن هو المهمة الأساسية لأيّة وسيلة إعلامية << .

ويشتمل الربح غير المباشر على جانبين :

1- التسويق لمنتجات الشركات الاقتصادية والصناعية والزراعية والسياحية ... الخ .

2- التسويق لأجهزة الالتقاط الأكثر تطورا والحثّ على اقتناء كل جديد . (2)

ومن أجل الاهتمام بهذا الجانب استحدث قسم في الصحافة يسمّى القسم الاقتصادي ويختصّ بتنظيم العلاقة بين المصروفات والدخل ، بحيث يتحقّق الربح الذي يساعد الصحيفة على الاستمرار في أداء وظائفها ، ويعتبر البعض عمل الناشر وظيفته اجتماعية بينما يعتبره الآخرون عملا تجاريا صرفا يستهدف الربح المجرد ، والواقع أنّ عمله يجمع بين الأمرين ، فهو يؤدّي وظيفته الاجتماعية بواسطة خدماته التي يقدّمها للرأي العام ، في حين يجد نفسه مضطرا للخضوع للمبادئ الاقتصادية العامة ، ومن أهمّها تحقيق الربح حتى وإن أراد الاستمرار في أداء وظيفته الاجتماعية لذاتها ، وعن طريق تحقيق الربح يستطيع أن يحافظ على استقلال صحيفته . (3)

(1) فارس إشتي- الإعلام العالمي: مؤسساته ، طريقة عمله وقضاياه - دار أمواج للطباعة والنشر والتوزيع ، بيروت- لبنان 1996م ، ص 95- 96 .

(2) المرجع نفسه ، ص 98- 99 .

(3) عبد العزيز الغنّام- مدخل في علم الصحافة - ، ص 50 .



ويشتري القارئ الصحيفة لكي يشبع رغبته في الأخبار ، إلا أن قدرته على استيعاب الأخبار وقدرته الماليّة محدوتان ، وهذان هما مجالاً تنافس الصحف المختلفة حول القارئ ، فإذا ما رفعت صحيفة ما ثمنها ، نتج عن ذلك انصراف القارئ إلى صحيفة أخرى ، وتتحد عناصر المنافسة بين الصحف حول قدرة القارئ على استيعاب المحتوى بثلاث مجالات ، شكل الصحيفة ومحتواها والإشهار ، ويتوقف سعر الإشهار على مقدار توزيع الصحيفة ومقرئيتها ، فكلما زادت رقعة التوزيع كلما زاد تدفق الإشهار على الصحيفة ، وبالتالي يرتفع ثمن المساحات التي تؤجرها الصحيفة للإشهار .<sup>(1)</sup>

ويمكن القول بأن نجاح قسم الإشهار يتوقف على العوامل التي تؤثر في حجم التوزيع ، وهي كيفية التحرير والإخراج وقدرة الإدارة ، ويأتي دخل الصحيفة من المبيعات عن طريق الاشتراكات أيضا ، ويخصم من دخل الصحف - التي تباع بواسطة الاشتراكات - تكاليف إنتاج الصحيفة ومصروفات أقسام التحرير والإدارة وإخراج الصحيفة وأثمان ورق الطبع ونقله قبل الطبع وأثمان مواد الطباعة المستهلكة ، وقيمة استهلاك آلات الجمع والصبّ والطبع ، والمكان الذي تطبع فيه الصحيفة إلى غير ذلك ، وأجور وكالات التوزيع وتكاليف النقل والبريد ، والتي تبلغ حوالي ربع دخل المبيعات عن طريق الاشتراكات ، وتكون تكاليف قسم التحرير الجزء الأكبر من المصروفات إذ يشتمل على مرتبات المحررين والمصورين وكل من يعمل في هذا القسم وأثمان الحصول على الأخبار من وكالات الأنباء والتيلكس وتكاليف أجهزة الهاتف والتلغراف ، ومكافآت الذين يساعدون قسم التحرير في العمل وتكاليف شراء الصحف الأخرى ، والصنور والرحلات وسفريات المندوبين... الخ ...<sup>(2)</sup>

وأمام هذه المصاريف فإنه على الوسيلة الإعلامية بذل الكثير من أجل تحقيق ربح صاف ، فصناعة استقاء الأنباء هي كغيرها من الحرف الأخرى ، من حيث أن من يعمل فيها يصيب من الدّخل ما يعود به عليه حظّه واجتهاده ، أي أنه في تلك الحالة يبدأ دخله من نقطة الصّقر ولا يقف بعد ذلك عند حدّ<sup>(3)</sup> ، ومن هنا يمكن القول أن الإغراء المادّي والرغبة في جني أرباح ومكاسب طائلة كان أحد الأسباب القويّة وراء السباق المحموم الذي تتبارى فيه بعض المحطّات الفضائيّة العربيّة لتنفيذ أنواع عديدة من البرامج ، والتي لا تتناسب وثقافتها ولا توجهها الديني ولا حتى عاداتها ، فالمكاسب الماليّة التي باتت تحقّقها بعض الأنواع من البرامج الترفيهيّة والمنوعة والتي تصل إلى عشرات الملايين من الدولارات ، تغري المحطّات ذات النّفس التّجاري أو التّوجّه الاستثماري للتّفكير في الاتّجاه إلى هذه البرامج لاستغلال الفوائد العائدة من استخدام الهواتف في التّصويت أو المشاركة في أي مسابقة ، ويمكن القول أن المحطّات الفضائيّة ذات الأهداف التّجاريّة أو الاستثماريّة تعاني من مشكلة التّحدّي أو صراع البقاء ، فلكي تستمرّ في السّاحة الإعلاميّة الفضائيّة عليها أن تجد وسائل لتعزير مواردها وتنمية مدخولاتها السنويّة ، وليس أمامها في هذه الحالة سوى طريقتين : إمّا التّشهير بحثا عن اشتراكات المشاهدين لتقديم خدمات خاصّة ، والطّريق إلى تحصيل مكاسب عبر هذا

(1) المرجع السابق ، ص 51 .

(2) المرجع نفسه ، ص 52 .

(3) ستانلي جونسون ، جوليان هاريس - استقاء الأنباء فنّ (صحافة الخبر) - تر: وديع فلسطين ، دار المعارف ، مصر 1960م ، ص 14 .



المسار صعب وشاق يتطلب تميزاً شديداً ، وتقديم خدمات نوعية وافرادية تجبر المشاهد على تخصيص ميزانية شهرية للاشتراك في خدمة فضائية تلفزيونية ، وسط جمهور عربي يتسم مستوى معيشته عموماً - باستثناء منطقة الخليج - بالتواضع ، ولنا في تجربة محطات " الآي . آر . تي " النموذج في الصراعات التي تخوضها كمحاولة لجذب المشاهد وخاصة عبر احتكار البث الحصري للبطولات الرياضية الكبرى ، وما تفجّره من انفرادية في هذا المجال . (1)

أمّا الطريق الثاني للتمويل بالنسبة للمحطات الفضائية التجارية ، فهو عبر " سوق الإعلان " ، ومعروف أنّ السوق الإعلانية العربية محدودة قياساً بحجم السوق التجارية العربية ، وقد دلّت الدراسات الإعلامية أنّ نحو ثلاث محطات فضائية عربية تحتكر نحو 80 % من الإعلانات التلفزيونية في المحطات الفضائية ، وقبل سنوات كانت " أل . بي . سي " اللبنانية تحتكر بمفردها ثلثي مدخولات الإعلانات التلفزيونية في المنطقة العربية ، وأرجع الخبراء احتكار هذه المحطات للسوق الإعلانية التلفزيونية إلى قيام هذه المحطات بتقديم كمية كبيرة من برامج المنوعات الفنية والتي تركز على الفقرات الغنائية والبرامج الحوارية مع أشهر نجوم السينما والتلفزيون من ممثلين وفنانين ومطربين ، فضلاً عن الدرجة العالية من الحرية الغير مسؤولة التي تتسم بها هذه المحطات ؛ وكانت هذه العوامل وراء تسابق المحطات الفضائية التجارية في محاكاة وإعادة إنتاج كثير من البرامج ، وصولاً إلى برامج " تلفزيون الواقع " الذي يسلب الضوء على الحياة اليومية لمجموعة من الأفراد ، وكلّ ذلك على أمل شدّ انتباه المشاهدين ، ومن ثمّ دفعهم للتفاعل والتواصل الهاتفي بحيث تصبح الاتصالات الهاتفية مصدراً لتمويل هذه المحطات وتحقيق الأرباح المالية في النهاية ، فقد ثبت أنّ برنامج " السوبر ستار " الغنائي قد حقق مكاسب طائلة لمحطة " المستقبل " اللبنانية ، وكان نجاحه دافعاً للمحطات الأخرى من أجل تقليده ، وهكذا بات التركيز على تلك النوعية من البرامج التي تستهدف بالذات قطاع الشباب الذي يشكّل نحو 70 % من الجمهور العربي هو السبيل - بالنسبة للمحطات الفضائية - لضمان بقائها في حلبة المنافسة ، فضلاً عن تحقيق الأرباح المادية . (2)

### 3- السيطرة الإعلامية

على ضوء الطبيعة المزدوجة للمؤسسة الإعلامية يتحكّم عاملان أساسيان في توجيه عمل المؤسسة الإعلامية العالمية هما : الربح والسيطرة .

فالربح - أي العامل الأول - وقد تمّ التحدّث عنه في العنصر السابق ، بقي العامل الثاني المتمثّل في السيطرة وهي وإن كانت أقلّ أهمية من العامل الأول أي الربح من حيث المردودية إلا أنّها الأكثر أهمية لأنها المسيرة له و المديمة لربحيته ، خاصة وأنّ السلعة الإعلامية مجانية في الظاهر أي أنّها تصل إلى أوسع قطاعات الناس دون كلفة مباشرة ، كما أنّها ذهنية تخاطب عقل المشاهد والمستمع والقارئ وتتداخل مع معتقداته وإيديولوجيته و ميولاته (3) ؛ وتحمل السيطرة أكثر من معنى في هذا المجال :

(1) عبد المالك سليمان - أزمة الإعلام الفضائي العربي بين الإفلاس والتغريب - ، www.arabrenwal.com (تاريخ الدخول: 05 أبريل 2005 م).

(2) المرجع نفسه .

(3) فارس إشتي - الإعلام العالمي: مؤسساته ، طريقة عمله وقضاياه - ، ص 101 .

## 3-1- السيطرة السياسية

تتال الصحافة هذا الامتياز حينما تقدم الأخبار المتعلقة بهرم السلطة ، أو يكون لها دور في تنفيذ مشاريع الحكومة ، أو تغيير بعض القرارات الحساسة في البلاد ، ويكون ذلك خاصة حينما تقترب من أصحاب القرار وتعمل في ظل السلطة التشريعية أو حينما تكون تابعة أصلاً لهذه الجهة ، إذ لا يختلف اثنان على أن الصحافة كسلطة تمارس التغيير والتأثير بأشكال متعددة في حياة الناس سواء كانوا حكّاماً أو محكومين ، ومن أجل هذا يدعّمها رجال السلطة لأغراض شخصية تتعلق بمصالح معينة هي خارجة من نطاق التعامل العادي إلى الأمور الداخلة في قطاع الإعلام ، فهم بحاجة إلى صحافة تابعة تمنع عنهم الأقاويل وتساعدهم على ترتيب مصالحهم ، وكذا توجيهها ضدّ كل من يريد أن يقف في وجه مطامعهم مهما كانت رتبته الاجتماعية أو المشروع الذي يحمله ويدافع عنه ، هناك أيضاً جهة أخرى تهتمّ بها الصحافة ونقصد بها الدعم المادي الذي توفره السلطة التشريعية ، إضافة إلى واجهة الاستثمار للذين يحاولون شراء النجوم البارزة بها وكذا تأجير الأقاليم لاستغلالها في إطار تثبيت أو تحصيل أهداف قد تكون منفعيّة خاصة بمشروعات معينة ، أو من أجل الحصول على امتيازات سياسية لتأكيد حق أو إبطال حقوق (1) ، وتحاول هذه المؤسسات أن تراعي أهداف الجهة التابعة لها سواء كانت حكومة أو أفراداً في سدة الحكم ، وكمثال على ذلك ما هو متعارف عليه في الدول الصناعيّة الكبرى على رأسها الولايات المتحدة الأمريكيّة وبريطانيا وفرنسا وألمانيا واليابان ... فالكاتب الأمريكي " شيلر " حدّد عام 1974 الطرفين المسيطرين على صناعة المعرفة في الولايات المتّحدة الأمريكيّة بـ : الحكومة والعنصر العسكريّ الصناعيّ ، فهذا الأخير يمارس سيطرته من خلال دور وزارة الدفاع التعليمي وتحالفها مع الشركات المنتجة لمعدّات التعليم ، ووسائل الإعلام على إعادة تنظيم صناعة النشر ، في حين تظهر الحكومة كـ :

- منتجة للمعلومات وجامعة لها .

- ناشرة للمعلومات عبر الترويج للدعايات وتشكيل العلاقات العامّة

وتوجيه الإعلام. (2)

فقد كانت الدول قديماً وخاصة ألمانيا النازية وإيطاليا الفاشية من أوائل الدول استخداماً للإذاعة - كوسيلة إعلامية - من أجل التأثير على الجماهير في الداخل من جانب وفي الخارج من جانب آخر ، كذلك كان الأمر بالنسبة للاتحاد السوفييتي الذي اكتشف مبكراً سلاح الإذاعة لاستخدامها في الدعاية الخارجية والتأثير على بعض المناطق في القارة الأوروبيّة ، ممّا شكّل حلقات لحرب إذاعيّة برزت أكثر بين فرنسا وألمانيا وبولندا وذلك في إطار التسابق لتحقيق سيطرة إذاعيّة ، وبعدها دخلت المنافسة كل من روما وبرلين وموسكو ثم انضمت إليهم طوكيو ، وغالباً ما كانت تتحدّد أهداف الدولة الأمّ للإذاعة الموجهة من خلال معرفة المنطقة أو الدول المستهدفة ، وهذا يعكس توجّه كل إذاعة لخدمة الأهداف الأساسيّة وسياسة الحكومة التابعة لها ، فألمانيا الهنريّة بدأت بثّ برامجها الموجهة في شهر أبريل سنة 1933 ، وانتهجت سياسة عالميّة أظهرت من

(1) إسماعيل معارف قالية - الإعلام حقائق وأبعاد - ديوان المطبوعات الجامعيّة ، بن عكنون - الجزائر ، ص 11 .

(2) فارس إشتي - الإعلام العالمي: مؤسساته ، طريقة عمله وقضاياه - ، ص 102 .

خلالها رغبتها في السيطرة ، فبالإضافة إلى أنها كانت تُبثّ بـ 12 لغة موجّهة إلى دول أوروبية متعدّدة ، كانت إذاعة برلين سنة 1938 تقدّم خدماتها طوال 24 ساعة إلى مختلف أنحاء العالم .<sup>(1)</sup>

هذا بالنسبة لاستخدام الوسائل الإعلامية في الدعاية ، أمّا بالنسبة للتحكم في الأخبار وإنتاجها فقد ظهرت العلاقة بين الحكومة وبعض وسائل الإعلام من خلال اعتماد شبكة CNN - التي غطت أخبار معارك الخليج والحرب على العراق عامي 1990 و1991 - على مصادر البنتاغون والبيت الأبيض ، ومن ثمّة حصرت الإدارة الأمريكيّة تغطية أخبار المعارك في تلك الحرب بعدد مختار من المراسلين الذين تراهم قادرين على خدمة مصالحها<sup>(2)</sup> ؛ كما قامت عقب أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001 بإطلاق إذاعة " سوا " الناطقة بالعربيّة والموجّهة للعالم العربيّ ، والتي لعبت دورا في الحرب الإعلاميّة الأمريكيّة التي رافقت الحملة العسكريّة على العراق ، وكانت تبثّ برامجها وأخبارها للعراقيين من على متن سفينة عسكريّة في الخليج العربيّ .<sup>(3)</sup>

ويمكن للإعلام من جهة أخرى - وفي ظلّ بعض من الحرية - أن يحظى بفضل بعض الخطبات الصحفيّة على امتياز السيطرة السياسيّة وصنع القرار بعيدا عن السّلطة التشريعيّة ، وغير بعيد عن الضغوطات جرّاء تحول الصحافة من صديق بين أحضان أصحاب القرار إلى عدوّ يكشف فضائح هؤلاء وانتهاكات أولئك الذين يتحصنون بمراتبهم الحساسّة في الدّولة ، ممّا يجعلهم محطّ اهتمام الجماهير الواسعة التي لا يمكن لها أن تتجاوز عن أخطائهم دونما تمحيص ، وأبرز مثال على هذه الفكرة الضجّة الإعلاميّة التي أثارتهام فضيحة " سجن أبو غريب " أثناء الاحتلال الأمريكي للعراق ، وما خلّفته من مواقف اتّجاه شخصيات بارزة في الإدارة الأمريكيّة ، وهناك أيضا القضية الأخلاقيّة التي أثارتهام بعض وسائل الإعلام ضدّ الرئيس الأمريكي السابق " بيل كلينتون " حين نشر خصومه تفاصيل علاقته مع سكيرتيرته الخاصّة .

ولا يمكن الخروج من دائرة الفضائح الأمريكيّة لصنّاع القرار دون الإشارة إلى أشهر فضيحة أثارتهام وسائل الإعلام وجسّدت من خلالها وبوضوح السيطرة السياسيّة التي يمكن أن تتمتع بها ، ونعني بكلّ هذا " فضيحة ووترجيت " التي كانت سببا رئيسيّا في الإطاحة بالرئيس الأمريكي آنذاك " ريتشارد نيكسون " عندما استطاعت " كاترين جراهام " رئيسة تحرير صحيفة " الواشنطن بوست " قيادة فريق متميّز قام بتقديم أدلّة على إقدام بعض رجال " نيكسون " على إخفاء عدد من أجهزة التّصنّت ، داخل مقرّ الحزب الديمقراطيّ المنافس للاطلاع على ما يدور داخله أثناء فترة الانتخابات وذلك تحت إشراف وكالة الاستخبارات الأمريكيّة ، هذه الفضيحة أثارتهام ضجّة إعلاميّة كبيرة نالت صداها بين الرّأي العام ، لتدفع الضغوطات بالرئيس الأمريكي إلى تقديم استقالته وتنحيه عن الرّئاسة كليّة<sup>(4)</sup> ؛ وقد تعرّضت هذه الصحفيّة رفقة مخبريها - بسبب هذه الخبطة الصحفيّة - إلى نيران شديدة خاصّة من طرف بعض أصدقاء الرئيس " نيكسون "

(1) فزاد بن حالة- الحرب الإذاعيّة - ، ص 59- 60 .

(2) فارس إشتي- الإعلام العالمي: مؤسّساته ، طريقة عمله وقضاياها - ، ص 107 .

(3) همام عبد المعبود- قناة الحرة الأمريكيّة...في عيون الخبراء - القاهرة ، www.almoslim.net (تاريخ النّخول: 19 جانفي 2005) .

(4) جون هورنبرج- الصحفيّ المحترف - ، ص 339 .

الذين تقدّموا بشكوى إلى لجنة الاتصالات الفيدرالية حول مئكية صحيفة "الواشنطن بوست" لمحطّتين تلفزيونيتين ، مما أدّى إلى هبوط 50% تقريباً من أسهم الصحيفة في بورصة الأوراق المالية الأمريكية ، ولكنّ الصحيفة لم تتوقّف قطّ عن مساندة مخبريها الذين ظلّوا يواصلون الكدّ والبحث في طريق كشف الحقيقة (1).

### 3-2- السيطرة الثقافية

يتمثّل هذا المفهوم من خلال نشر مؤسسات الإعلام العالمية لقيم الدّول الأمّ وثقافتها وتقاليدّها في البلدان الأخرى ، وهذا يعني أنّ الرّسالة الإعلامية لهذه المؤسسات تعمل على تعميم ثقافة الدّولة الأمّ وقيمها ، فنقيم بالتالي لغة مشتركة بين البلدان تسهّل للطرف الأقوى فرض سيطرته على الطرف الأضعف بحيث تصبح كما قال " شيلر " : << ثقافة الإعلام الأمريكي المسيطرة أداة مثلى لنظام التجارة العالمي >> ، وتكون السيطرة الثقافية عبر :

- نشر قيم النظام الرأسمالي في الدّول المسيطرة عليها عبر البرامج المتنوّعة ، بدءاً بأبسط الثقافات كتقافة " TOM AND JERRY "

- تصدير فلسفات عمل المؤسسات عبر الدّول المسيطرة .

- نشر عادات وتقاليد ولغات المجتمعات المسيطرة .

- التدفّق الحرّ للمعلومات (2).

وقد انتهجت الدّول الأجنبية سياسة تُلخّص جملة النّقاط السّابقة اتجاه الدّول النّامية بشكل عام والدّول العربيّة بشكل خاص ، ولعلّ من أبرز صور ذلك إذاعة "سوا" الأمريكية والنّاطقة بالعربيّة ، التي ظهرت بعد أحداث 11 سبتمبر 2001 ، وكان " نورمان باتيز " ( المدير التّفيذي لـ " ويست ورد وان " التي تعدّ أكبر شركة إذاعيّة في الولايات المتّحدة الأمريكيّة ) هو صاحب الفكرة التي تهدف من ورائها إلى كسب جمهور الشّباب العربي عبر استخدام برامج شبيهة ببرامج الإعلانات التجارية الهادفة إلى ترويج سلعة ما ، ولكن في حالة "سوا" تصبح الأخبار والقيم الأمريكيّة هما السّلتعتين موضوع الإعلان ، وقد رصد لهذا المشروع 35 مليون دولار ؛ كما أطلقت الإدارة الأمريكيّة أيضاً مجلة "هاي" العربيّة الموجهة للشّباب العربي دون سنّ الثّلاثين وبشكل خاص لطلّاب الجامعات ، ووزعت من هذه المجلة عشرات الآلاف من النّسخ بأسعار زهيدة ، في محاولة منها لاستهداف عقول الشّباب العرب ، ومؤخراً أطلقت الولايات المتّحدة الأمريكيّة مشروعها الأكبر لنشر ثقافتها في العالم العربي والمتمثّل في محطة " الحرّة " التّلفزيونيّة المقدر تكلفتها تأسيسها بـ 400 مليون دولار ، حيث قامت الو.م.أ. بتخصيص مبلغ 62 مليون دولار كميزانية أوّليّة للمشروع ، فيما تعكف إدارة المحطة على لفتتاح مكاتب لها في بغداد بتكلفة 40 مليون دولار سيتمّ اقتطاعها من الأموال المخصّصة لإعادة إعمار العراق كما يقول القائمون على المحطة (3).

(1) المرجع السابق ، الصفحة نفسها .

(2) فارس إشتي - الإعلام العالمي: مؤسساته ، طريقة عمله وقضاياها - ، ص 109 .

(3) همام عبد المعبود - قناة الحرّة الأمريكيّة... في عيون الخبراء - ، (موقع سابق) .

وقد شكّلت السيطرة الأجنبية في إنتاج البرامج المثيرة لاهتمام الجمهور أزمة للإعلام الفضائي العربي ، حيث فجرت سلسلة النسخ العربية من البرامج التلفزيونية لما يسمّى " تلفزيون الواقع " أو " تلفزيون التصوير الواقعي " المنقولة عن تجارب مماثلة في التلفزيونات الأوروبية والأمريكية مثل برنامج " ستار أكاديمي " و" عالهاوا سوا " و" الأخ الأكبر " أو " الرئيس " موجة عاصفة من الجدل السياسي والفكري والثقافي في المجتمعات العربية ، لم تهدأ بعد رغم وقف برنامج " الأخ الأكبر " الذي كان يجري تصويره في إحدى جزر البحرين ؛ ويُعتقد أنّ هذه الموجة الجديدة من البرامج إنّما تعكس الأزمة التي تعيشها " الفضائيات العربية " أي محطات التلفزيون التي تبثّ عبر الأقمار الصناعية وبانت تدخّل كل بيت عربي ، والملاحظ أنّ هذه المحطات التلفزيونية قد أخذت في التكاثر خلال العقد الأخير من القرن العشرين ، ولعلّ هذه الكثرة هي أحد أسباب الأزمة ، لأنها تولّد درجة عالية من المنافسة والرغبة في التميّز ومحاولة البحث عن الجديد المثير من البرامج ، بهدف شدّ انتباه المشاهدين إلى هذه المحطات في محاولة للبقاء في دائرة المنافسة واهتمام المشاهدين خوفاً من الإهمال والاندثار وسط زحام الفضائيات ، ممّا دفعها إلى استنساخ هذه المجموعة من برامج الإثارة غير المألوفة والتي سبق أن جرّبتها التلفزيونات الغربية في إطار ما أصبح يسمّى ببرامج " التصوير الواقعي " ، والتي كانت قد بدأت في هولندا عام 1999 ببرنامج غريب تمّ الجمع فيه بين عدد من الشباب في غرفة واحدة لمدة ثلاثة أشهر ، وقد حقّق هذا البرنامج نجاحاً كبيراً حيث شاهدته نحو 300 مليون شخص عبر العالم كلّه ، أخذت هذه البرامج تتكرّر في بقية التلفزيونات الغربية فظهر برنامج " جزيرة روبنسون " في أمريكا حيث حظي بمائة مليون مشاهد ، وفي إسبانيا قدّم برنامج " المزرعة " وفي فرنسا برنامج " لوف ستوري " الذي حصّد أرباحاً تقدّر بـ 120 مليون يورو في 16 يوماً فقط ، وهذه الأرباح تتحقّق عبر ما يسمّى " التواصل الهانفي " والذي يتيح للمشاهدين التفاعل مع المتسابقين المتبارين في البرنامج والتصويت لهم بالبقاء أو الخروج وصولاً إلى تحديد الفائزين في النهاية .<sup>(1)</sup>

ويمكن إسقاط واقع مثل هذه البرامج على نوع آخر سار على نفس الطّريق ، ونعني سلسلة المسابقات المنتشرة على الفضائيات ، حيث عمد الإعلام العربي إلى استنساخ مجموعة منها حين وجد فيها تقبلاً كبيراً من طرف جمهور واسع ، وقد كلف ذلك الدول المستنسخة تقديم مقابل مادي كبير نظير الحصول على ترخيص بتقليد هذه البرامج والتي نذكر من بينها " من يربح المليون " و " الحلقة الضعيفة " ، " آخر كلمة " الذي يعرض هذه الأيام على القناة الجزائرية الداخلية .

هذه البرامج المختلفة تعكس السيطرة الثقافية لنمط واقعي من البرامج الناجحة ، والذي تأكّد نجاحها بالتهاافت على استنساخها من طرف قنوات أخرى .

(1) عبد المالك سليمان - أزمة الإعلام العربي بين الإفلاس والتغريب - ، ( موقع سابق ) .

### 3-3- السيطرة الاقتصادية

المعنى الاقتصادي للسيطرة يؤدي إلى توجيه الناس توجهًا محددًا يتجاوب مع حاجة الرأسماليين لزيادة الاستهلاك ، وقد ظهر جراء هذا المفهوم مصطلح الشركات الإعلامية العالمية والذي يعني : >> المؤسسات التي تشرف على أكثر من وسيلة إعلامية من صحيفة وإذاعة ومحطات تلفزيونية ، وينضوي تحت إشرافها شركات فرعية في أكثر من بلد << ، وقد أدرجت هذه المؤسسات في دليل الشركات تحت عناوين :

- شركات الطباعة والنشر .

- شركات التسلية والترفيه . (1)

وتعمل هذه المؤسسات كالمؤسسات الاقتصادية الأخرى ضمن منطق اقتصاد السوق ، القائم على حرية التنافس والاحتكار وعلى استهداف الربح في سوق أصبحت مفتوحة أمام كل بلدان العالم بعد عام 1990 ؛ فهي بهذا مؤسسات متنافسة فيما بينها على الربح والتوسع والهيمنة من جهة أولى ، ومؤسسات عملاقة متنوعة النشاطات ومتعددة الأسواق ومحتكرة من جهة ثانية . (2)

و يمكن تقديم نماذج عن أكبر هذه المؤسسات في السوق الإعلامية من خلال الجدول التالي : (3)

إسم المؤسسة	تأسيسها	إمكاناتها	يتبعها
هيئة الإذاعة البريطانية BBC	هيئة حكومية تأسست عام 1922.	قيمة مبيعاتها 2.25 بليون دولار ، ويقدر عدد العاملين بها حوالي 22 ألف موظف.	BBC1 - BBC2 - شبكة تلفزيونيتين.
صوت أمريكا V.O.A	محطة إذاعية حكومية أنشئت سنة 1953.	من أضخم المحطات الإذاعية في أمريكا يبلغ عدد العاملين فيها 2300 مستخدم.	
كولومبيا بروود كوتسنج CBS	تأسست سنة 1927 كمحطة إذاعية ثم كبرت تدريجياً لتصبح مؤسسة إعلامية .	من أضخم الشركات الأمريكية في أعمال البث التلفزيوني ، إذ يعمل فيها حوالي 6500 مستخدم وتقدر مبيعاتها بـ 2.78 بليون دولار سنوياً.	تملك شبكة تلفزيونية من 212 محطة فرعية و 20 محطة إذاعية .

(1) فارس إشتي - الإعلام العالمي: مؤسساته ، طريقة عمله وقضاياها - ، ص 38 .

(2) المرجع نفسه ، ص 128 .

(3) المرجع نفسه ، ص 35 - 95 .



<p>- تدير 7 محطات للبث التلفزيوني . - تقدم خدمات لأكثر من 200 محطة متعاونة معها في الوم.أ.</p>	<p>يعمل فيها حوالي 6000 مستخدم ومبيعاتها تقدر بـ3.64 بليون دولار ، وتعتبر الشركة الأولى التي تقدم الخدمات الإعلامية في الوم.أ.</p>	<p>شركة خاصة أمريكية تأسست عام 1926 .</p>	<p>أن.بي.سي NBC</p>
<p>صحف : Times - Star - Fort Worth - Star-telegram - Kansas city -</p>	<p>تعتبر الشبكة الثالثة من حيث الضخامة في الوم.أ بعد CBC و NBC ، يعمل بها حوالي 3700 مستخدم وتقدر مبيعاتها بـ4.77 بليون دولار.</p>	<p>اشتراها " إدوار نوبل " وجعل منها مؤسسة إعلامية كبرى عام 1941.</p>	<p>أي.بي.سي ABC</p>
<p>- راديو CNN و SNC - قنوات مثل: News - Channel Satellite -</p>	<p>لها دور قائد في الاتصالات بأمریکا يعمل بها حوالي 5000 مستخدم ومبيعاتها تقدر بـ1.48 بليون دولار.</p>	<p>تأسست عام 1970.</p>	<p>سي.أن.أن CNN</p>
<p>- تملك أو تشارك في 107 جريدة في القارات الأربع مثل: - Times - Sunday Times -</p>	<p>يبلغ عدد العاملين فيها 28000 مستخدم و تقدر مبيعاتها بـ6.77 بليون دولار.</p>	<p>شركة عامّة تابعة " لروبرت مردوك " Robert Murdoch تأسست عام 1979 .</p>	<p>نيوز كوربوريشن News corporation</p>
<p>- مجلات: Parents - Young Miss -</p>	<p>يعمل فيها حوالي 43500 مستخدم ، وتقدر مبيعاتها بـ8.90 بليون دولار.</p>	<p>شركة عامّة ألمانية تأسست في منتصف القرن 19.</p>	<p>برتلسمان AG Bertelsmann AG</p>
	<p>تعتبر من المجموعات العشر الأكثر أهمية في العالم ، يعمل فيها حوالي 14360 مستخدم ، وتقدر مبيعاتها بـ1.92 بليون دولار.</p>	<p>شركة عامّة بريطانية تأسست إبان الحرب العالمية الثانية ، أعاد بناءها اليهودي الأصل " ماكسويل " كمؤسسة ضخمة عام 1964.</p>	<p>مكسويل كومينيكيشن كورب MCC</p>

Encyclopedia - American موسوعة : Hachette	يعمل فيها حوالي 31000 مستخدم ، وتبلغ قيمة مبيعاتها 5.70 بليون دولار.	شركة عامّة فرنسيّة	هاشيت Hachette
Washington Post - News week - مجلي : Washington post	يعمل فيها حوالي 6 آلاف مستخدم ، وتبلغ مبيعاتها 1.44 بليون دولار.	شركة عامّة أمريكيّة	واشنطن بوست Washington post
The New York - times مجلة: The New York times	يعمل فيها حوالي 10400 مستخدم ، وتبلغ قيمة مبيعاتها حوالي 1.78 بليون دولار.	شركة عامّة أمريكيّة	نيويورك تايمز كومباني NYT
Daily express - Sunday - Express Daily - Star صحف : Daily express - Sunday - Express Daily - Star	عدد عامليها 13 ألف مستخدم ، وتقدّر مبيعاتها بـ 1.6 بليون دولار.	شركة عامّة بريطانيّة	يوناييتد نيوز بيبر UNP

وتجسيدا لمثل هذا النّجاح الاقتصادي للوسيلة الإعلاميّة ، فقد أعلنت قناة " الجزيرة " القطريّة أنّ استطلاعاً للرأي أجرته " برانت شانل " - التي تُنشر على موقع الانترنت - أنّ رمز الجزيرة قد احتلّ المرتبة الخامسة بين الماركات التجاريّة<sup>٥٥</sup> ، من حيث تأثيرها في الناس في شتّى أرجاء العالم حتى أكثر من شركة " كوكاكولا " ، وقد أرجع هذا النّجاح الباهر إلى القوّة الإعلاميّة التي تتمتع بها قناة " الجزيرة " القطريّة للأخبار ، والمنظور المختلف الذي تعالج به الخبر .

<sup>٥٥</sup> الماركات التجاريّة :هي عبارة عن اسم أو تسمية أو إشارة أو ختم أو تصوير أو حرف أو رقم أو أيّ سمة تُستخدم في تمييز السلع والمنتجات ، ويقال لها واصفة أو وصفية Disruptive إذا كانت التسمية طريقة تنسب إلى السلعة دون أن تكون مقتبسة من طبيعة السلعة نفسها ، وهي تصويرية Figurative إذا كانت إشارة أو صورة أو حرفاً أو رقماً متشابهة تستوقف النظر ، وهي إسمية Nominale إذا كانت هي اسم الصانع أو التاجر مكتوباً في شكل معين ، وهي مسجلة إذا قيّدت أو أودعت في قلم المحكمة التجاريّة أولدى وزارة الاقتصاد أولدى المنظمات العالميّة المختصة ، وفي هذه الحالة تكتسب الحماية من التقليد ؛ ويتخذها الصانع أو التاجر شعاراً لمنتجاته أو بضاعته تمييزاً لها عن غيرها من المنتجات والبضائع المماثل ، وهي من أهم الوسائل التي ...

وتعتبر الماركة التجارية من أهم المميزات الاقتصادية التي تحقق المكاسب المادية لكثير من الشركات ، فمثلا تحقق شركة " SAMSUNG " 10 مليارات و 800 مليون دولار ، وهذا مكسب ضخم ليس بغريب على شركة صار اسمها من أشهر الشركات وأكثرها ترددا في السوق التقنية للإعلام . (1)

وبهذا تكون الدراسة قد قدمت جملة الأهداف الواضحة والتي من أجلها تطمح كل وسيلة إعلامية لحيازة السبق الصحفي ، بغية التميز ولفت انتباه أكثر عدد من الجمهور لتحظى بربح مادي يزداد مع الإعلانات التي تبحث عن الوسيلة الأكثر مصداقية وطلبا لدى المستهلك ، وكل هذا يبني للوسيلة الإعلامية سيطرة مهما تعذت معانيها فهي معتبرة في المجال الإعلامي .

## ثانيا : مصداقية وسائل الإعلام السبّاقية

تؤكد معظم نتائج البحوث التي أجريت في مجال الاتصال على درجة الارتباط العالية الوثيقة بين صدق المصدر والنّقة فيه من جانب الجمهور ، ودرجة الاستقبال والتّصديق التي تلقاها الرّسالة الاتّصالية حين يقدّمها هذا المصدر ، وترتبط هذه النّتائج بما يسمّى " مصداقية المصدر " أو قابليّة المصدر للتّصديق أو النّقة في المصدر، والتي تشير في مجملها إلى أنّ الرّسالة الاتّصالية التي يتمّ بثّها من مصادر عالية التّصديق تزيد من درجة إقناعيّة الرّسالة ذاتها . (2)

ويشير " روبرت هاينمان " إلى أهمّ العوامل المساعدة على كسب الاهتمام بقوله : >> لكي نكسب يجب أن يصدّقنا الآخرون ، ولكي يصدّقنا الآخرون يجب أن نكون قابلين للتّصديق وذلك يكون بإبلاغهم الحقيقة << ، ويضرب مثلا قويا من الحياة على المصداقية وهو البناء المميّز للمصارف والبنوك حيث الجدران جميلة مزخرفة والأرضية رخامية ، فالمصارف تنفق الكثير على هذا البناء لسبب واحد هو : المصداقية ، والبناء الخارجي يوحي بالمصداقية نظرا لأنّه يعكس معنى الصّلابة والحصانة ، فالنتيجة إذا هي أنّ المصداقية شيء يوهب لشخص معيّن من قبل شخص آخر أو عدّة أشخاص آخرين والتي غالبا ما تكون نتيجة عمل شاق ، لكنّ العمل الشاق لا يكفي وحده من أجل تحصيل هذه القيمة ، والمهارة في هذا الإطار هي بمعرفة المميّزات أو المزايا التي تجعل الآخرين يهبوك المصداقية (3)، وتشمل هذه المزايا ما يلي :

- الاستقامة والنّزاهة والشّخصية المميّزة عن الآخرين.
- الخبرة.

... يلجأ إليها الصّناع أوالتّاجر لتمكين المستهلك من التّعرف على سلعته أيضا ووجدت وضمن عدم تضليل الجمهور وخذاعه في أمرها ( أحمد زكي

بدوي- معجم المصطلحات القانونيّة (فرنسي ، إنجليزي ، عربي) - دار الكتاب المصريّة ، دار الكتاب اللّبنانيّة ، 1989م ، ص 629 - وأنطوان

النّاشف- الإعلانات والعلامات التجاريّة بين القانون والإجتهد - منشورات الطّبي الحفويّة ، بيروت - لبنان 1999م ، ص 131 )

(1) النّشرة الاقتصاديّة ، قناة الجزيرة القطريّة ، الاثنين 31 جانفي 2005م ، ص 17:30 .

(2) سمير محمّد حسين- الإعلام والاتّصال بالجمهور والرأي العام - ، ص 153 .

(3) روبرت هاينمان- فنّ المحاضرة المؤثّرة - تر: مركز التعريب والتّرجمة ، الدّار العربيّة للعلوم ، 1996م ، ص 77 .

- الإحساس بالآخرين .

- الثقة والإحساس بالقوة والسلطة .<sup>(1)</sup>

إنَّ محصلة المصداقية تشكل حصانة ومناعة تعكس ميزة مهمة قد لا تتمتع بها أي وسيلة إعلامية عادية ، ولهذا كان من الضروري الحديث عنها في هذه المرحلة كنتيجة أساسية لمجهود إعلامي جبار قائم على المنافسة والسبق .

يقول " ديفيد إس برودر " : >> علينا أن نعمل على ترسيخ المصداقية ، فنحن في الصحافة نعمل وهذا العمل يوفر خدمة عامة للجمهور في ظل حرية تضمنها لنا دستور خاص ضد تدخلات الحكومة ، ونحن نستطيع كسب التأييد اللازم للحفاظ على هذه الحرية ، إذا حافظنا على درجة عالية من الصدق والصراحة والنزاهة في كل ما نفعله ، فكلما عرف الناس الكثير عنا وعن الطريقة التي نعمل بها ، كلما كانت الصحيفة وأخبار الإذاعة والتلفزيون أكثر أهمية وفائدة بالنسبة لهم ، وربما يكونون في هذه الحالة أكثر استعدادا للاحتجاج على جهود الحكومة والآخرين لإقصاء الصحفيين وتقييد المعلومات << .<sup>(2)</sup>

لقد تأكدت - مما سبق - العلاقة الوطيدة التي تربط بين صدق المصدر وثقة الجمهور ، والصحفيون لا يحصلون أساسا على المصداقية إلا كما تحصل مصادر أخبارهم مع مدى استعداد هذه المصادر للكشف عن هويتها ، وينبغي عليهم في المقام الأول أن يكونوا مستعدين لاجتياز اختبار الصدق ، فإذا كانت مصداقية المؤرخين تتوقف على الصدق كما انعكس عبر القرون ، فإن مصداقية الصحفي تعتمد أحيانا على إدراك الحقيقة الكاملة في دقائق ، وهذا في النهاية هو العبء الذي ينبغي أن يتحمّله الصحفي<sup>(3)</sup> ، لأن تصرفات الصحفيين حيال الأخبار والطريقة التي يعالجونها بها لها تأثير على تقييم الجمهور لأجهزة الإعلام ، ففي الثمانينات أظهر استطلاع رأي لمؤسسة " جالوب " بين 760 شخصا أن الصحفيين يحتفظون بدرجة مصداقية محترمة بين أرباب المهن ، حيث يأتي رجال الدين أولا بين المجيبين على الاستطلاع بنسبة 71 % ، يتلوهم الأطباء 58 % ، فالصحفيون 38 % ، فرجال الأعمال 31 % ، فمديرو الإعلانات 12 % ، فأعضاء الكونجرس 6 % ، فالشرطة 5 % ؛ غير أنه في نفس الاستطلاع " جالوب " قال 62 % من أصحاب الردود أنهم لا يصدقون إلا قليلا جدا أو بعض الأخبار فقط ، في حين اتفق 33 % على أن أغلب الأخبار التي تنشر صحيحة ، وقال 5 % فقط أنهم يصدقون كل ما يطالعونه أو يسمعونه في أجهزة الإعلام ؛ وفيما يتعلّق بالدقة في أجهزة الإعلام ، تمّ استطلاع آراء نفس العدد من أصحاب الردود فرأى 34 % أن الحقائق تنكر بشكل غير دقيق ، وقال 47 % أن الحقائق حسب اعتقادهم تعرض بدقّة ، و 19 % لم يقدّموا أي ردّ .<sup>(4)</sup>

(1) المرجع السابق ، ص 78 .

(2) ديفيد إس برودر - وراء الصلحة الأولى - ، ص 363 .

(3) جون هونبرج - الصحفي المحترف - ، ص 138 - 139 .

(4) المرجع نفسه ، ص 502 .

وهكذا قد يرى أنّ هناك انقسام في موقف الجمهور اتجاه أجهزة الإعلام بصفة عامّة ، وانقسام حادّ بين التصديق وعدم التصديق... بين المصداقية وعدم المصداقية ، فضلا عن أنّ الصحافة لا تتوقف على تأييد الجمهور ، ورغم ذلك فإذا حدث وأن اختفى هذا التأييد فسوف تواجه الصحافة متاعب عميقة . (1)

إنّ الكرامة والمصداقية قيم مهمّة في الصحافة أيّا كانت وسيلتها وهي عرضة للضياع بسهولة في أخبار التلفزيون حيث يظهر المندوب على الشاشة ، وحتى تتمتع بالمصداقية كن منصفا ، فالكلمات الرخيصة والاتهامات تنهال بسهولة عند بعض مصادر الأخبار ، فإذا اكتفيت بنقل هذه الكلمات والاتهامات دون فحص الدوافع ومدى مصداقية المصدر فستكون عرضة للإضرار ظلما بأبرياء ، فصحيح أنّه لديك سلطة كبيرة كمندوب لكن على هذه السلطة أن تصاحبها مسؤوليّة تذكّر دائما بإمكانية تدمير حياة بعدة كلمات مستهترّة بلا وعي ، ولذا يجب أن تمارس سلطتك بحرص ، وحتى تتمتع بالمصداقية لا بد أن يكون خبرك متوازنا ، فهناك دائما طرفان في كلّ مشكلة وأنت مدين لمشاهديك بأن تقدّم إليهم الخبر بأكبر قدر ممكن من المعلومات من جميع الأطراف . (2)

وحين يتمّ التحدّث عن المصداقية التي تتمتع بها كثير من الأسماء الإعلامية هذه الأيام فقد يلاحظ أنّ هذا البناء الصلّب الذي يتأسس جراء جهد إعلامي متميّز وطويل الأمد قام على الانفراد والسبق الصحفي ، ومن الصّعب عليه أن ينهار بسهولة خاصّة وأنّ الجمهور بعيد عن ساحة تأكيد الأحداث ، ولهذا فليس من السهل ضرب مصداقية أيّة وسيلة ضخمة تتمتع باسم كبير ومكانة مشهود لها بين الجمهور العالمي .

ولأنّ هذا الأمر حسّاس ومهمّ بالنسبة لأيّة وسيلة إعلاميّة فإنّ الحرب الإعلامية قد اعتمدت كثيرا على الضرب في المصداقية ، فرغم أنّ الفصل في هذا الأمر ليس سهلا إلا أنّ هذه القضية كانت ولا تزال محطّ اهتمام الدارسين ونقطة نزاع بين رجال الإعلام ، فواقع الممارسة المهنية يسوق في هذا الإطار بعض الأمثلة منها : "دان رادر" إعلامي أمريكي شهير يتمتع بمصداقية كبيرة بين مشاهدي التلفزيون في الـ 60 دقيقة ، وهو عضو بارز مخضرم في فريق تقديم البرنامج الأمريكي الشهير "60 دقيقة" الذي يعتبر أقدم وأنجح برامج التحقيقات التلفزيونيّة في شؤون السياسة والاقتصاد وحياة المشاهير، وعلى الرغم من ظهور بعض البرامج المقلّدة له في محطات منافسة إلا أنّ "60 دقيقة" الأمريكي و "بانوراما" البريطاني لا يزالان حتّى الآن النموذج الأشمل والأفضل لبرامج البحث عن الحقيقة ، التي تتحدّى العقبات السياسيّة وتسبح ضدّ التيار لتتوير الرأى العام بما يجري حوله وتبديد الظلام وإيقاف التّضليل الإعلامي والسياسي . (3)

واستنادا إلى شعبيته الكبيرة ومتابعة الأمريكيين لتحقيقاته ومقابلاته الصحافيّة فإنّ نفوذه في تقرير ما يعرض في برنامجه يفوق صلاحيّات وقدرة المديرين التنفيذيين في شبكة (سي. بي. أس) التي يعمل فيها ؛ هذا الإعلامي المخضرم تسبّب في وضع شبكته التلفزيونيّة وبرنامجه الشهير في مأزق سياسي وإحراج قاس

(1) المرجع السابق ، ص 503 .

(2) كارولين بيانا لويس- التغطية الإخبارية للتلفزيون - تر: محمود شكري العدوي ، المكتبة الأكاديميّة ، 1993م ، ص 104-105 .

(3) سبأ عبد الله باهري- كوارث البحث عن السبق الصحفي - مجلة "الوطن" الإلكترونيّة ، السنة الرابعة ، العدد 1461 ، 2004م ،

www.alwatan.com (تاريخ الدخول: 13 ديسمبر 2004م).

فيما يتعلّق بمصداقيّة ما يقدّمونه للجمهور ، عندما انقاد بتسرّع خلف شهوة تحقيق السبق الصحفي المثير دون إعطاء المعلومات والوثائق حقّها من التّحقيق والتّدقيق والتّحقّق من الصّدقيّة والموضوعيّة ، خاصّة وأنّ المعلومات التي سارع إلى إذاعتها استنادا إلى وثائق مزوّرة كانت تتعلّق بالرئيس الأمريكي " جورج دبليو بوش " الابن خلال المراحل الأخيرة من التّنافس على انتخابات الرئاسة ، ممّا فتح الباب أمام خصومه لآتهامه بافتعال الأخبار لأسباب انتخابيّة وتحيّز غير مسؤول إلى الديمقراطيّين ، وهو ما لا يليق بمكانته الإعلاميّة والتي من المفترض أن تكون فوق الشّبّهات خصوصا في موضوع الحياد السّياسي والموضوعيّة المهنيّة ، وعلى الرّغم من أنّ البيت الأبيض أعلن عن سعادته بإعلان المحطّة عن زيف الوثائق والاعتذار عن خطئها والاستمرار في التّحقيق لمعرفة الدّافع الحقيقي ومن يقف وراء كلّ هذا ، لكنّ الإعلاميين المنافسين تسابقوا على الظّهور في برامج الحوار السّياسي ليعلنوا عدم تصديقهم لفكرة الخطأ البريء ، خاصّة من إعلاميّ شديد المراس وذي خبرة ضاربة الجذور في القضايا السّياسيّة ، خصوصا وأنّ هذا الخطأ حدث في ذروة التّنافس الانتخابي على الرئاسة ؛ كبار رجال الإعلام في الو.م.أ تناولوا هذا الأمر في افتتاحيّات الصّحف الكبرى والأعمدة السّياسيّة ، وعلى الرّغم من شبه الإجماع على أنّ مصداقيّة " دان رادر " ونزاهته لا تزال في درجات عالية إلا أنّ تسرّعه ولهفته على السبق ستلقي بظلالها على كلّ تحقيقاته التّلفزيونيّة السّياسيّة مستقبلا ، وأنّ الأمر هو كارثة بكلّ المقاييس لمحطّة ( سي. بي. إس ) وعليها أن تتعامل معه بأقصى سرعة لتطويق ذبوله وأصدائه ، وقد عبّر عن هذا الرّأي رئيس تحرير مجلة ( يو.إس. نيوز اندر ولد ريبورت ) " مورتمر زيكمان " حين قال : << إنّ الخاسر الأكبر هي مصداقيّة برنامج " 60 دقيقة " وقدره القاتمين عليه في تقييم المواضيع التي يتناولونها بشكل دقيق يتناسب مع التّقة التي يتمتّعون بها >> (1).

أزمة كبيرة في عدم التّقة تهدّد الاتّصال هذه الأيام ، رغم التّقدم التّكنولوجي المذهل في صناعة الوسائل الاتّصالية ، والسبب هو انهيار مصداقيّة هذه الوسائل والتي تتكشف جرائمها واحدة وراء أخرى ، ممّا جعل البعض يبحث عن مخرج لذلك ، وفي الوقت الذي تتبارى فيه وسائل الاتّصال العالميّة بشكل عام وفي أمريكا بشكل خاص على اختلاق الصّور الشّائنة و الصّاقها بالعربيّ المسلم ، تتكشف الحقائق عن انعدام المصداقيّة لمحتوى ما تنقله هذه الوسائل حتّى وإن كان - هذا المحتوى - صادرا عن جهة رسميّة هي البيت الأبيض والرئيس الأمريكيّ نفسه (2) ، وقد تفجّرت أزمة عدم مصداقيّة البيت الأبيض نفسه كمصدر رسميّ رئيسيّ للإعلام إثر استقالة " برنارد كالب " من منصبه كمتحدّث صحفيّ باسم وزارة الخارجيّة الأمريكيّة احتجاجا على خطة التّضليل الإعلاميّ التي اتّبعها أمريكا اتّجاه ليبيا ، ومن هنا أصبحت مصداقيّة الوسائل الاتّصالية كلّها محلّ شكّ كبير مادام البيت الأبيض نفسه يعمل بعدّة أوجه مختلفة ويعلن غير ما يبطن حتّى في مجال تعامله مع الشعب الأمريكيّ نفسه ، وبالتالي أصبحت مصداقيّة القائم بالاتّصال محلّ شكّ ، إذ قد يقوم بالتعبير

(1) المرجع السابق .

(2) مرعي مذكور - الإعلام الإسلامي وخطر التّلفق الإعلاميّ الدولي - دار الصّحوة للنشر والتّوزيع ، القاهرة 1988م ، ص 12 - 13 .



دون قصد منه عن مهام خفية ليست واضحة في محتوى الرسالة الاتصالية لكنها ناتجة عن تخطيط وتدبير من جهة المصدر أو القائم على أمر الوسيلة الاتصالية (1).

وجراء هذه الإشكالية برزت دعوة كانت قد أطلقتها بعض أشهر مدارس الإعلام الأمريكي مثل " كلية ميدل الصحفية " كتوجيه عام للحد من نفوذ رؤساء تحرير الأخبار في الصحافة والتلفزيون والراديو ، في التأثير على الرأي العام استنادا إلى ميولاتهم الشخصية ، وقد انبعثت هذه الفكرة من جديد بعدما ثبت خلال العشرين عاما الماضية أن بعض رؤساء التحرير أساؤوا التقدير ، مثل رئيس تحرير " نيوزويك " الذي نشر في عام 1984 مذكرات " أدولف هتلر " الشخصية ليتضح بعد ذلك أنها مزورة مما اضطره إلى الاستقالة ؛ شبكة ( أن . بي . سي ) أيضا في عام 1982 اضطرت لوضع متفجرات قرب خزان الوقود في بعض عربات النقل لإثبات أنها غير آمنة عند حدوث انقلاب أيامها ، وصورت انقلابا تتفجر فيه سيارة وعند اكتشاف التزوير والتضليل اضطرت مدير الشبكة وثلاثة من منتجيهما للاستقالة ؛ وحين اتهمت ال ( سي . أن . أن ) الو.م.أ باستخدام الغاز السام ضد جنودها في الفيتنام وثبت زيف ذلك قامت الشبكة بفصل المحررين والمراسلين المتورطين وتقديم اعتذار وتصحيح ، ومثال آخر عن هذه الفضائح قامت به صحيفة " نيويورك تايمز " عندما نشرت عددا من التغطيات الصحفية قام بتأليفها وتلقيها مراسلها " جابون بليز " عن مواضيع ساخنة في مختلف أرجاء العالم ، بينما كان ينقلها عن مصادر أخرى وهو مستلق في شقته بنيويورك (2) ؛ ويقول " تيرنس سميث " في حوار أجراه معه " أولينا " على شبكة الانترنت : >> إن شبكة CNN قد اقترفت أخطاء عديدة وكذلك " النيويورك تايمز " و " يو. إس . إي . توداي " ، وغالبا ما تكون هذه الشبكات عند اقترافها للأخطاء بطيئة في اعترافها بها ، كما أنها تعتمد إلى لوم شخص آخر على تلك الأخطاء... << ، ويضيف قائلا : >> إن الثقة العامة في الوسائل الإخبارية قد هزّت بعدة فضائح أخيرة وزلات التقرير الصحفي ، مما فتح الباب أمام السؤال حول كيفية تحسين مصداقيتهم ، ففي السنوات الثلاثة الماضية كانت هناك فضائح " 60 دقيقة " ، " النيويورك تايمز " ، " يو. إس . إي . توداي " وأخبار شبكة " بي . بي . سي " التلفزيونية مما شوّه صورة مهنة الإعلام ، ولإصلاح الثقة العامة في أدائهم قاموا باستئجار محققين شكاوي ، لفتح الحوار مع جمهورهم وتكليف لجنة مستقلة لكي تفحص وتحسن سياسات غرفة الأخبار << (3).

وتأتي هذه الصورة بعد أن كانت ( السي . أن . أن ) قد اعتبرت كأكثر قناة قابلة للتصديق لفترة ما بين 1996 إلى 2002 ثم سقطت مصداقيتها إلى جانب كل من ( أن . بي . سي ) و ( إي . بي . سي ) وأخبار شبكة ( سي . بي . إس ) التلفزيونية حيث صنفت تقريبا بالتساوي فيما يخص المصداقية من قبل الجمهور ، وقد اعتبر 24 % شبكة NBC نيوز بأنها موثوقة بدرجة كبيرة وهذا بعدما كانت نسبة تصديقها تقدر

(1) المرجع السابق ، ص 15 - 17 .

(2) سبأ عبد الله باهري - كوارث البحث عن سبق الصحفي - ، (موقع سابق) .

(3) Ken Auletta - Credibility Matters - , www.pbs.org (تاريخ التحويل: 19 جانفي 2005م) .

بـ 30 % في عام 1998 ، واتبعت أنباء ABC نمطا متشابها حيث يراها 24% على درجة كبيرة من القابلية للتصديق بالمقارنة مع 31 % في عام 1996 ، وقد انتقلت أخبار شبكة CBS التلفزيونية من 32 % من التصديق في عام 1996 إلى 24 % اليوم .<sup>(1)</sup>

ويواجه الصحفيون في العالم الثالث مشكلة مصداقية وسائل الإعلام بنفس الحدة ، حتى ولو كانوا صحفيين متمسكين بالأخلاق ممن يحدوهم الأمل في كتابة تقارير دقيقة عما يدور ويحدث ، فالموظفون العموميون والمواطنون قد يعتبرون الصحفي مفتقرا إلى الثقافة والتجربة وميالا إلى قبول الرشاوى أو أنه يبيع لمن يدفع أكثر ؛ ثم تحولت مشكلة مصداقية وسائل الإعلام لتصبح مشكلة تتعلق بالمصداقية الشخصية بالنسبة للصحفي الفرد ، وإن لم يثق إنسان في صدق صحيفة أو أترانها فلن يثق في الصحفي الذي يعمل في هذه الوسيلة الإعلامية<sup>(2)</sup> ، وفي الوقت الذي برزت فيه أسماء إعلامية " كالجريدة " القطرية ، " العربية " ، " المنار " ، " أبو ظبي " وغيرها ، صار الضرب في مصداقية مثل هذه المحطات هو الوسيلة الأكثر استخداما في سياق الحرب المعلنة ضد المنافسين والجهات التي من مصلحتها الحد من نشاطات هذه القنوات ، فمثلا تشكل قناة " الجزيرة " الحدث الأكثر إثارة في أقاليم الإعلام العربي وربما العالمي ، إذ أصبحت هذه القناة المحصنة في علة كبريت - كما قال عنها الرئيس المصري حسني مبارك - معرضة للاتهامات بشكل مستمر في كل مرة تفاجئ الجمهور بشيء جديد ، سواء كانت مثبسة بالجرم فعلا أو بريئة ، فالبعض يعتبرها من الصحف الصقراء التي تبحث عن الإثارة الرخيصة بصورة مقنعة بالموضوعية الحصيفة دون أن تراعي المصالح العامة للأمة ، لكن هناك في طرف آخر من يدافع عنها ويعتبرها الحدث الذي كسر طوق الممنوع وفسح المجال للمواطن العربي لأن يعبر عن صوته بشكل حر ، وفي استعراض لبعض ما قالته الصحافة حول قناة " الجزيرة " نجد : - ما كتب " سعود هلال الحربي " في صحيفة " الوطن " الكويتية من مقال عن هذه القناة بعنوان " صهيونية الجزيرة " ، ومما جاء فيه : >> سنوات ونحن نشكك بمصداقية قناة " الجزيرة " ، كنا نعرف حقيقتها وعدوانيتها من خلال ما كانت تمارسه ضد الكويت على وجه الخصوص من كلام وتجريح ، ومن خلال أبقاها وبعض المرتزقة التي تجمعهم من شتات الأرض ، تكلموا ، وتبجحوا ، وشككوا حتى في عربتنا وإسلامنا ، ومع ذلك صبرنا لأن الثقة تملونا ولأننا لا نستمتع لمن يزايد علينا ، وكما أشعر بالمرارة الآن وأنا أتذكر تلك الوجوه الحالكة والأصوات الناعقة وهي تنهش في جسد الكويت... " <sup>(3)</sup>

- أما " نبيل عمر " فقد كتب في صحيفة الأهرام المصرية مقالا بعنوان (عندما يكون الطابور الخامس قناة فضائية ) ، ومما قال فيه : >> وقد لاحت نظرية المؤامرة وحلقت فوق رؤوس الكثيرين منذ أذاعت " الجزيرة " القطرية إعلانها عن شهادات جديدة لقيادات تنظيم القاعدة المتهمين بالهجمات الانتحارية الإرهابية على نيويورك وواشنطن في 11 سبتمبر ، وانفجرت معها تساؤلات مدوية عن التوقيت والسبب

<sup>(1)</sup> Media Credibility , The few research canthers for the people and the press, www.people-press.org

(تاريخ الدخول :19 جانفي 2005م )

<sup>(2)</sup> ألبرت.ل.هيستر ، واي لان.ج.تو- دليل الصحفي في العالم الثالث - تر:كمال عبد الرؤوف ، الدار الدولية للنشر والتوزيع ، 1992م ، ص 30 .

<sup>(3)</sup> قناة الجزيرة الإثارات المنعكسة ، شبكة الأنباء المعلوماتية ، www.annabaa.org (تاريخ الدخول:10 جانفي 2005م) .

والهدف ، وهل إذاعة تلك الشرائط هي مجرد شطارة مهنية فحسب أم هي جزء من رسالة إعلامية دأبت " الجزيرة " على زرعها في عقول العرب منذ تحليقها عبر الأقمار الصناعية السابحة في الفضاء؟! ولا يستطيع أحد أن ينكر كفاءة " الجزيرة " المدهشة وقدرتها الهائلة على منافسة الشبكات التلفزيونية الغربية والتفوق عليها أحيانا في موضوعات بعينها تتعلق بالحال العربي والإسلامي العام ، أو تقدم إجابات أو حلول لمسائل لا يجد لها الإعلام في الغرب أو صنّاع القرار منفذا أو مخرجا! وطبعا قد يكون هذا الاتهام غريبا ، ولا يستسيغه البعض وهو يرى " الجزيرة " رافعة شعارات وطنية وقومية مدافعة عن الشعوب العربية والمواطن العربي ضد الوجود. إسرائيل ، لكن هل كان يمكن " للجزيرة " أن تلعب الدور المنوط بها وهي تظهر وجها آخر؟! ...هل كان سيتاح لها هذا الحضور والزخم وهي تطل على الناس بوجهها الحقيقي؟! ... < (1).

وأمام هذه المعطيات التي لسنا في سياق التحقيق في حقيقتها من عدمها نتساءل : هل أثرت هذه المناوشات على شهرة ومصداقية قناة " الجزيرة " ؟ بالطبع لا ، ولعل السبب يرجع بالدرجة الأولى إلى أن المشاهد العربي - خاصة - بعيد عن معظم هذه المناوشات وعن فهم تفاصيلها ، هذا من جهة ، من جهة أخرى فهو على ثقة من أنه لا يوجد عمل كامل ، وليس " للجزيرة " عذر في طمس الحقيقة إذا كانت هذه الأخيرة لا تخدم مصالح أطراف معينة ، كما أن المواطن العربي قد تعود على مثل هذه الانتقادات التي لا يسلم منها أي نجاح ، " فالجزيرة " تمثل له النموذج المثالي للنجاح الإعلامي لذلك فلا بد من أن تتعرض للكثير من الانتقادات دون أن تؤثر على شعبيتها أو مصداقيتها لدى الجمهور الواسع والعريض خاصة وهي تثبت جدارتها يوما بعد آخر.

وعلى عكس ما وصلت إليه " الجزيرة " تأتي تجربة إعلامية أخرى تسمى قناة " الحرية " الأمريكية ، وبحسب الخبراء والمحللين فإن إطلاق هذه القناة في 2004/02/14 كقناة فضائية ناطقة باللغة العربية يأتي في إطار سعي الإدارة الأمريكية لتفعيل مبادرة لإقامة مشروع " الشرق الأوسط الكبير " ، مؤكداً على أن هذه القناة قد جاءت لتسويق السياسات الأمريكية في منطقة الشرق والعالم ، وقد استهلّت القناة إرسالها بحوار خصتها به الرئيس الأمريكي " جورج بوش " ، تم بثه مباشرة يوم الأحد 2004/02/15 تحدت فيه عن مشروعه لنشر الديمقراطية في العالم العربي ، كما تناول قضايا أخرى تتعلق بالسياسة الأمريكية اتجاه كل من المملكة العربية السعودية وسوريا وإيران . (2)

وقد بدأت الشبكة التلفزيونية بهذا عملها رافعة شعار التحدي والمنافسة على الخبر ، والسبق به لتقديمه إلى المشاهدين حول العالم والعرب خاصة الذين سيتمكنون من مشاهدة الشبكة الجديدة على القمرين الرئيسيين في

(1) المرجع السابق .

يُعمل بالقناة فريق يضم نحو 200 صحفياً وإعلامياً عربياً ، استقطبوا من بعض الوسائل الإعلامية المختلفة ، معظمهم صحفيين لبنانيين ومصريين وأردنيين وسوريين وفلسطينيين ، إضافة إلى قطري وجزائري وعراقية ، ولا يتجاوز معدل أعمار العاملين في القناة 30 عاماً ، ويدير القناة الصحفي اللبناني 'موفق حرب' (36 عاماً) الذي عمل في السابق كرئيس لمكتب صحيفة 'الحياة' اللندنية بواشنطن ، كما عمل مديرًا لقسم الأخبار في إذاعة 'سوا' الأمريكية الموجهة للعرب (همام عبد المعبود - قناة الحرية الأمريكية...في عيون الخبراء - ، موقع سابق )

(2) المرجع نفسه .

المنطقة وهما "عربسات" و "نايل سات" ، ومن المقرر أن يكون شعار "الحرّة" الذي يظهر على الشاشة حصانا عربياً يجري خلال الفواصل بين البرامج ؛ وتعدّ " الحرّة " أكبر مشروع إعلامي سياسي غربي موجّه للعرب منذ إطلاق القسم العربيّ بهيئة الإذاعة البريطانية " بي . بي . سي " في عام 1934 ، وصوت أمريكا باللّغة العربيّة في عام 1942 ، وقد خصّص الكونجرس الأمريكيّ ميزانيّة قدرها 62 مليون دولار لتمويل القناة لعام 2004 ، كما تمّ تجهيزها بأحدث التجهيزات اللّازمة للإعلام المرئي ، ويقع مقرّ القناة الرئيسي في إحدى ضواحي ولاية " فرجينيا " على بعد 20 دقيقة من وسط واشنطن ، فيما تنتشر شبكة مراسلين تابعين للمحطّة التلفزيونيّة في معظم أنحاء العالم العربي ؛ ومن المتوقّع - حسب الخبراء الإعلاميين - أن تواجه قناة " الحرّة " تحديات عدّة ، أهمّها شكوك الجمهور العربي في مدى مصداقيّتها ، خاصّة مع تحييز واشنطن الواضح للسياسات والممارسات الإسرائيليّة اتّجاه الفلسطينيين ، كما أشارت صحيفة " نيويورك تايمز " الأمريكيّة في موقعها على الانترنت الأربعاء 2003/12/17 إلى أنّ خبراء من منطقة الشرق الأوسط يشكّون في إمكانيّة أن تأتي هذه القناة ثمارها بين جمهورها المستهدف الذي وصفته بالمشكّك دائما في كلّ ما هو أمريكي ، من جانبه قال " إدوارد جيريجيان " ( رئيس معهد جيمس بيكر للسياسة العامّة التابع لجامعة راييس الأمريكيّة ) : >> تشكّك في إمكانيّة عبور حاجز المصداقيّة التي يمكن أن تتمتع بها القناة بينما ستكون خاضعة لإدارة الدّولة << . (1)

ويرى إعلاميون عرب أنّ " الحرّة " قد تجد لنفسها مكانا بين الفضائيات العربيّة إذا قرّرت معالجة مواضيع لا تستطيع الفضائيات المملوكة للحكومات العربيّة أن تتناولها ، غير أنّ أهمّ ما سيتعيّن عليها تجاوزه هو العمل على كسب مصداقيّة لدى الرّأي العام العربي ، وهي مهمّة لا تبدو بأيّ حال من الأحوال باليسيرة ، وقد ذكرت صحيفة " نيويورك تايمز " الأمريكيّة في موقعها على الانترنت بتاريخ 2003/12/17 أنّ الو.م.أ تهدف وراء إطلاق هذه القناة إلى جعلها منافسا أمريكيا عادلا ومتوازنا ، يردّ على قناة " الجزيرة " القطريّة التي تتّهما واشنطن بتحريض الجماهير العربيّة ضدّها ، ويصرّح الدكتور " عبد الله الأشعل " (مساعد وزير الخارجية المصري المستقيل ) وخبير القانون الدولي بقوله : >> إنّ هذه القناة قد ولدت ميّنة لأنّ النّاس في العالمين العربي والإسلامي متحفزون لها لكونها صادرة عن هؤلاء المحتلّين الذين يحكمون قبضتهم على العراق وينهبون خيراته ، كما أنّهم يفهمون جيّدا أنّ هدفها هو التّسويغ والتّبرير للاحتلال ، ومن ثمة فقد فقدت هذه القناة مصداقيّتها قبل البدء ، وإذا ما فقدت الأداة الإعلاميّة ثقة النّاس بها فقد انتهت << . (2)

وتخلص الرّاسة في الأخير إلى أنّ بناء مصداقيّة لدى الجمهور اتّجاه أيّة وسيلة إعلاميّة ليس بالأمر السّهل إدراكه ، خاصّة إذا فقدت الجهات المسؤولة نفسها ثقة الجمهور ، أمّا إذا تحقّق لها ذلك فليس من السّهل كسر حاجز المصداقيّة مع جهد لا يزال يسير بنفس الكفاءة والجودة اللتان حققتنا هذا الامتياز ، ولعلّ الظفر بجملته من الخبطات الصحفية هو العامل الرئيسي في تحديد درجة هذا النّجاح ، في خضمّ المنافسة المحتدّة بين التعدديّة الإعلاميّة .

(1) المرجع السابق .

(2) المرجع نفسه .

## ثالثا : شروط تحقيق السبق

ليس من السهل على أي وسيلة إعلامية الظفر بسبق صحفي دون أن تلقي بالا لاعتبارات عدة ، فهذا النجاح الإعلامي هو ثمرة مجهود كبير وطاقت فذة تسهر أياما من أجل وضع خطة محكمة للفوز باهتمام الجمهور ، وقد وجدت الدراسة أن من أهم شروط تحقيق السبق ما يلي :

## 1- الكفاءات البشرية

يعتبر أهم عنصر في المنظومة الإعلامية " العنصر البشري " أي الصحفي نفسه ، مراسلا كان أو مندوبا أو محررا أو مصورا ، فكل منهم المقدر على أن يجعل مؤسسته في مقتمة الأسماء الإعلامية ولو بأبسط الإمكانيات ، إذا توفرت فيه عدة أمور :

## 1-1- اختيار الفكرة الجديدة

كل خطوة في العمل الإعلامي تبدأ بفكرة ، والنجاح الحقيقي هو كيفية تجسيد هذه الفكرة على أكمل وجه ، وقد تبين في قيم السبق - التي ورد ذكرها في فصل سابق - كيف يمكن تقديم فكرة على أنها جديدة حتى ولو كانت في توقيتها قديمة ، فطريقة طرحها ومعالجتها هو ما يجعلها تتمتع بالحدثة والجدة .

فالفكرة الجديدة المبتكرة هي أول شيء يقوم بتطبيقه رؤساء العمل ، ومن هنا يكون على المحرر أن يقوم بتنفيذها على وجه لم يسبق إليه أحد ، وهي تجذب إليها القراء ، وتشد أنظارهم ولا تجعلهم ينصرفون عن المادة بمجرد النظرة الأولى ، وإن لم تكن كذلك فستعطي الانطباع المقيت بأنه برنامج قديم ومتكرر وليس فيه جديد ، وبتكرار ذلك يسهل اتهام الأجهزة بأنها مرددة لأفكار غيرها عقيمة وغير مبتكرة ، فيحكم عليها بالتكرار والجمود ، وتسقط من أنظار جمهورها القارئ أو المستمع أو المشاهد (1) ، ومن هنا فقد تستطيع الموهبة أن تفتنص من بين المصادر المتعددة أو من الحياة نفسها فكرة جديدة كل الجدة ، ولم يسبق أحد إلى تنفيذها على المستوى الإعلامي التقني ، بينما تكون هي ذاتها فكرة قديمة أو تتبثق عن خبر قديم ، أو معلومة غير طازجة بصرف النظر عن بعض الأفكار الناجحة التي قد تتصل بمواد تتناول التاريخ في حد ذاته ويكون هو إطارها الزمني (2) ، وكمثال على هذا المعنى ما ورد في إحدى حصص قناة " الجزيرة " القطرية ونعني حصّة " شاهد على العصر " ، هذه الحصّة تهتم باكتشاف الجديد من خلال حقائق تاريخية قد تكون معروفة لدى الجميع ، إحدى حلقات هذه الحصّة كانت مع الرئيس الجزائري الأسبق " أحمد بن بلة " حيث تناولت معه معطيات تاريخية فصلها الضيف كطرف مهمّ فيها لذلك حازت تصريحاته على جانب كبير من المصداقية لدى المتابعين ، وفي ذات الوقت أثارت تصريحات أخرى ضجة في الأوساط السياسية بالبلاد ،

(1) محمود أدهم- الفكرة الإعلامية - ، ص 114 .

(2) المرجع نفسه ، ص 118 .

☆ حصّة سياسية تحليلية تبث مسجلة أسبوعيا كل يوم أحد على الساعة 21:05 بتوقيت غرينيتش ، وتعاد يومي الاثنين والثلاثاء 10:05 بتوقيت غرينيتش ، هذه الحصّة قامت باستضافة الرئيس الجزائري السابق " بن بلة " في إحدى حلقاتها سنة 2002م ، حيث أثارت التصريحات التي تضمنتها جدلا كبيرا .



خاصة وهي تحدث ثغرات تاريخية عديدة في الأرشيف الوطني ، مما سمح لبعض المنتبئين بالمطالبة بضرورة إعادة كتابة التاريخ ؛ هذا السبق الإعلامي الذي حققته القناة قد لفت الانتباه إلى مدى نجاح هذا النوع من الأعمال الإعلامية ، حتى عمدت إحدى القنوات العربية الأخرى إلى التأسّي " بالجزيرة " وأعدت استضافة نفس الشخصية في ظرف زمني لا يفصل كثيرا عن سابقه ، لكنها لم تحقق شيئا من تكرار الفكرة ، ليبقى النجاح من نصيب منفذها الأول قناة " الجزيرة " .

ومنه فإنّ المحرّر الموهوب هو وحده الذي يستطيع أن يلتقط في أي وقت ومن أي مصدر مالا يستطيع غيره أن يلتقطه ، وإلا فمن الضروري تناول الفكرة المطروقة أو الرئيسيّة - إذا كان لابد من تناولها - من زاوية جديدة ، كما أنّ من الأهميّة أن تكون الفكرة ، ممّا يهتم به أكبر عدد من الناس ، إضافة إلى ضرورة توفير الإمكانيات اللازمة لتنفيذها ، وأن تكون كذلك صالحة للتحوّل إلى تحقيق صحفي مصوّر يصلح للنشر بالصحيفة أو المجلة أو البث بواسطة أجهزة الإرسال والبرق .<sup>(1)</sup>

إنّ الفكرة الجديدة كأى عمل ابتكاري خلاق ، تعكس موهبة الإعلامي وقدرته المبدعة والدرجة من الحسّ الذي يتمتع به ، وهي أبرز ما يميّز بين إعلامي وغيره ، بل بين محرّر وعدد من المحرّرين ، وربما لا تملك وسيلة من الوسائل إلا بعض هؤلاء الموهوبين المبتكرين الذين يفوقون أعداد ما تملكه الوسائل المنافسة التي تعلن تحديها ، ورغم ذلك فإنّ التفوق يكون معقودا لتلك التي تملك المحرّر الموهوب .<sup>(2)</sup>

### 1-2- الإحساسات الحدسية تؤدّي إلى القصص الإخبارية

في كثير من الحالات الخاصة المتعلقة بالتغطية الإخبارية ، يلعب الحدس وسرعة البديهة وحاسّة الشمّ الإخبارية دورا هامّا في التوصل إلى قصّة إخبارية هامّة ، هذا الحدس الباطني ، يجعل الصحفي يرى في بعض التفاصيل والأخبار العادية مؤشرا على أمور وتطوّرات هامّة ، يقوم المخبر بربط الأحداث المتباعدة والتي قد تبدو منعزلة عن بعضها ، هو يفعل ذلك ببديهيته وبعده ، ويتوصّل إلى استنتاجات هامّة تجعله يظفر بقصص إخبارية ضخمة ، وعلى حدّ تعبير " توم ديكر " المخبر الصحفي الذي غطّى اغتيال الرئيس الأمريكي السابق " جون كينيدي " لوكالة " الأسوشيتد بريس " : >> ... إذا لم يستطع المخبر أن يثق بإحساسه الغريزي بالحقيقة ، فإنّه لا يستطيع أن يثق بأيّ شيء << .<sup>(3)</sup>

وتعتمد هذه الميزة على خبرة الصحفي في المجال الإعلامي ، حيث يمكنه أن يميّز بين المناطق والظروف التي تخلق الجديد من غيرها ، إضافة إلى أنّ عامل البديهة في النشاط الصحفي يلعب دورا كبيرا ومهما ، فمثلا حين تعلن الو.م.أ حربها على أفغانستان أو على العراق فهذا التطور يجعل من البديهي أن تتحوّل المنطقتين إلى مصدر للعديد من الأخبار الطازجة ، ومن الضروري تغطيتها ، فإذا حدث العكس يعني هذا أنّ الوسيلة الإعلامية تتجاهل الأحداث لأيّ سبب آخر غير خلوّ المنطقة من أيّ تطوّر مهمّ .

(1) محمود أدهم- التحقيق الأمني وصحافة الغد - ، ص 13 .

(2) محمود أدهم- الفكرة الإعلامية - ، ص 118 .

(3) ميلفن مينتشر- تحرير الأخبار في الصحافة والإذاعة والتلفزيون - ، ص 187 .



## 1-3- المبادرة

ونعني بها ذكاء المخبر الصحفي وجرأته في إيجاد مخرج يمكنه من بلوغ هدفه رغم العراقيل التي تقف في طريقه ، فتحقيق السبق الصحفي لا يحتاج إلى التراجع أو الخوف أو السلبية أو الاستسلام للعقبات ، وهنا تظهر مهارة المرسلين ومواهبهم ، وكمثال على هذا ما ورد عن أحد المخبرين : فقد أرسلت صحيفة " شيكاغو ديلي " المخبر الصحفي " ريموند كوفي " لتغطية إضراب طلاب جامعة " ميسيسيبي " ، عندما وصل " كوفي " إلى مبني الجامعة كان باستطاعته أن يسمع هتافات الطلاب في الساحة ، ولكن الشرطة أبلغته أنه من المحظور دخول الصحفيين إلى الجامعة ، حاول " كوفي " وزملاؤه الدخول من أبواب أخرى للجامعة ، ولكن النتيجة كانت واحدة " ممنوع دخول الصحفيين " ، فكر " كوفي " : >> بالتأكد هناك قصة إخبارية هامة خلف أسوار الجامعة ولا بد من الحصول عليها << ، عاد " كوفي " إلى غرفة فندقه ... بدّل ثيابه ولبس ثيابا شبيهة لثياب الطلبة ... ووضع قلمًا وعدة أوراق في جيب سرواله ... مثل دور الطالب ... وأقنع رجال الشرطة ... ودخل مبني الجامعة ، وكان الصحفي الوحيد الذي استطاع أن يجمع مادة هامة ومثيرة و يغطّي هذا الحدث . (1)

## 1-4- حساب عامل الوقت

لقد تبين فيما سبق أهمية الزمن والوقت بالنسبة للسبق الصحفي ، وكما ورد فإن دوران المطبعة لن يتوقف انتظارا لعمل أي صحفي ، وعليه وجب مراعاة حدود الوقت بدقة . رغم الضغط الذي يعانيه الباحث عن السبق بسبب ضيق الوقت إلا أنه ليس عليه الاستسلام ، بل من واجبه أن يتحداه إلى آخر ثانية منه ، وهذه القصة تمثل أكبر نموذج يصور تحدي الموهبة الصحفية حين تحب عملها وتبحث عن النجاح فيه : تأخذنا القصة إلى غرفة تحرير الأخبار في صحيفة " نيوجرسي " ، حيث كانت المخبرة تجري اتصالاتها الهاتفية الأخيرة مع مراكز الشرطة ، وخصوصا تلك التي لا يغطيها نشاط المخبر المختص بقضايا الشرطة في الصحيفة هنا ، وغالبا ما تسفر الاتصالات بالشرطة عن الحصول على قصص إخبارية جيدة ، وذلك نظرا لأن الشرطة هي أول من يعرف بالحوادث والجرائم والاضطرابات وبأي انحراف عن الحياة الطبيعية للمجتمع ، في تلك الليلة حصلت المخبرة على شيء مهم ( اصطدمت سيارة بدراجة نارية عند إشارة المرور ، وأسفر الحادث عن مقتل الشابين اللذين كانا يركبان الدراجة ) ، تم اعتقال سائق السيارة ووجهت إليه تهمة القيادة وهو مخمور ، أدركت المخبرة أن هذه القصة الإخبارية مثيرة للاهتمام ، ولكن الوقت الباقي على الطبعة الأخيرة قصير جدا . (2)

تذكرت هذه المخبرة القاعدة المعمول بها في غرفة تحرير الأخبار ، والتي كان يكررها رئيس التحرير دائما : >> في لعبة البيسبول إذا ما أمسكت بالكرة ولم تعرف كيف تتعامل معها ، أو تتصرف بها فهذا يعتبر خطأ ، فبغض النظر عن مدى المصاعب التي قد تقف في طريقك إذا ما حصلت على قصة إخبارية قبل

(1) المرجع السابق ، ص 8 .

(2) المرجع نفسه ، ص 153 .

الموعد النهائي لتسليم المواد للطباعة ولم تستطع أن تعدّها للطبعة القادمة فإنك لست مخبرا >> ؛ عرفت المخبرة بسرعة اسمي الضحيتين واسم السائق والمكان الذي وقع فيه الحادث والظروف التي جرى فيها ، ونظرا لأنها تدرك أنّ لدى ضباط الشرطة المكلفين بالتحقيق في الحادث تفاصيل وهي بأمر الحاجة إليها خاصة ما يتعلّق بمطاردة السائق ، وأثناء حديثها مع ضباط التحقيق ذكر لها أحدهم أنّ هذا الحادث هو الثالث لدرّاجة نارية خلال الشهر الماضي ، ومن خلال القصصات الصحفية في أرشيف الصحيفة تأكّدت أنّه الحادث الرابع من نوعه في المنطقة ، إزاء ذلك قرّرت أن تتصلّ بوالدي الشاب الذي قتل ؛ في بعض الصحف لا يقوم المخبر بنفسه بإجراء هذه الاتصالات الهاتفية مخافة التطفل على مأساة العائلة ، ولكن في هذه الحالة يجب أن تتصلّ المخبرة بنفسها من أجل معرفة تفاصيل أكثر ، وحين أجرت المكالمة ردّت عليها الأخت الصغرى للضحية ، وكانت قادرة على تزويد المخبرة ببعض التفاصيل عن الشاب ؛ لدى مراقبة المخبرة وهي تعمل يلاحظ أنّها استخدمت المصادر المادية والبشرية ، وأنّ أحد المفاتيح الهامة للقصّة كان معرفتها أنّ ضباط التحقيق ربّما كانوا ما زالوا في مراكز الشرطة يعدّون تقريرهم عن الحادث بعدما قاموا بالتحريات اللازمة ، وبعد أن جمعت المخبرة الصحفية هذه المعلومات كافة ، جلست أمام آلتها الكاتبة وبدأت تكتب الخبر ، بقي حوالي عشرون دقيقة على إقفال الطبعة الأخيرة من الصحيفة ، وكانت واثقة أنّ هذه المدّة كافية ، وذلك لأنها كانت قد نظّمت ورتّبت القصّة أثناء عمليّة التغطية وجمع الوقائع ، وبذلك استطاعت أن تتمّ عملها في الوقت المناسب .<sup>(1)</sup>

مما سبق كلّهُ يتّضح أنّه على الصحفي النّاجح أن يمارس مهامه كمخبر الشرطة ، إذا ما أراد أن يسبق بالخبر أو المادّة الإعلامية ، فعمل المخبر يعتمد على الذكاء والحيويّة والمهارة في استخدام الوسائل البسيطة والصبر والإصرار دون تخاذل أو كسل ، فلن تنزل الأفكار والمعلومات من السماء على الصحفي الذي يقبع في مكتبه ، ولهذا السبب تضع الصحف العديد من الشّروط عند اختيار مندوبيها الصحفيين ، فهي تعتمد على تلك المواصفات الخاصة التي تبرز من خلال النقاط التالية :

- أن يتمتّع بالحنس الصحفي الذي يمكنه من الحصول على الخبر .
- أن يكون محبّاً للاستطلاع وراغباً في التّعرف على الأخبار و الأحداث ، ومتابعها والكشف عن أبعادها وتفاصيلها المتعدّدة .
- أن يتمتّع بثقافة واسعة في أكثر من مجال .
- أن يكون موهوباً في فنّ مخاطبة الناس والقدرة على إقامة الصّدقات الجديدة وكسب ثقة مصادرهم .
- أن يكون سريع الحركة قادراً على التّقلّب من مكان إلى آخر .
- أن يكون قويّ الملاحظة سريع البديهة .
- أن يكون لديه موهبة الأسلوب الصحفي الذي يمكنه من صياغة الخبر باختصار .<sup>(2)</sup>

(1) المرجع السابق ، الصفحة نفسها .

(2) فاروق أبو زيد- فنّ الخبر الصحفي - ، ص 213 .

هذه هي أهمّ المواصفات التي تمكّن أي صحيفة من الفوز بسبق صحفي عن طريق هذه الطّاقات البشرية الفذة .

## 2- الإمكانيات الماديّة

إنّ المال كان ولا يزال إحدى السمات البارزة في الدّفع بالأشياء إلى التّحقيق أو الدّوبان ، والذي يملك رؤوس الأموال بإمكانه التّرويج لأيّ أمر كان ، غير أنّ الحديث عن الدّور الذي تلعبه المادّة في عالمنا اليوم طبعاً وحتماً لا ينصرف إلى الأمور العاديّة التي يعرفها العامّة ، بل هو حديث يرتبط بعلاقته بالإعلام ، هذا الأخير الذي أصبح صناعة معقّدة ومذهلة بفضل التّطورات الكبيرة التي حدثت في عالم الاتّصال ، والتي كان وراءها رؤوس أموال معتبرة عملت الدّول من خلالها على استثمارها ، وأبرزت من خلال تلك إمكانيّة جعل المال في خدمة قطاع الصحّافة ، وبدا التنافس ظاهراً بين الدّول الكبرى التي لديها تقاليد عميقة في هذا المجال<sup>(1)</sup>، حتّى صار الفرق واضحاً وكبيراً بين وسيلة إعلاميّة تملك طائفة من أقدر المحرّرين ، وهؤلاء هم الأكبر أجراً في العادة<sup>☆</sup> وفي الظّروف الطبيعيّة أيضاً ، وكذا أحدث الأجهزة كالعقول الإلكترونيّة وأجهزة المعلومات المرئيّة والطّباعة الإلكترونيّة وأجهزة ومعدّات الاتّصال ، وبين وسيلة إعلاميّة أخرى لا تملك شيئاً من هذه كلّها ، أو تملك القدر المتواضع منها والذي يعينها فقط على الاستمرار والمواصلة .<sup>(2)</sup>

إنّ الإعلام الحديث أصبح يحتاج إلى مصروفات كثيرة ونفقات باهظة ترتفع أرقامها كلّما زادت الحوادث وكثرت الأخبار وتعدّدت أماكنها وبعدت مساحاتها ، ممّا يتطلّب الانتقال من مكان إلى آخر بأسرع ما يمكن لإبلاغ الوكالات والصحّف بأخر تطوّراتها ، والمعروف أنّ المراسلين مسموح لهم بعمل أيّ شيء ممكن في سبيل الحصول على الأخبار ، فقد يتمّ استئجار طائرة خاصّة يركبها بمفرده أو حتّى مركباً إذا تطلّب الأمر ذلك ، إذ ليس غريباً أن يصبح الخبر أغلى سلعة في السّوق وفي نفس الوقت أسرعها عطفاً .<sup>(3)</sup>

ولم تبق رؤوس الأموال في مجال الإعلام حكراً على الدّول بل امتدت أيادي الخواص من رجال الأعمال وأصحاب الملايير والأثرياء إلى عالم الاتّصال والإعلام طبعاً ، بحيث أنفقوا العديد من الأموال في إنتاج المحطّات الإذاعيّة الخاصّة أو بناء العديد من الهياكل على شكل مقرّات لمؤسّسات إعلاميّة ، أو تمويل مشاريع لدور الصحّافة على شاكله الجرائد والدوريات ، ولم يتوقّف التّمويل عند ذلك الحدّ بل أخذ منعطفاً آخر بحيث أصبح شراء الأقالم الصحفيّة والوجوه التّلفزيونيّة عملة متداولة في سوق المستثمرين في قطاع الصحّافة من رجال الأعمال ، لدرجة أن أصبح تقريباً كلّ رجل أعمال لديه أقلام ومؤسّسات إعلاميّة تعمل لحسابه وتدافع عن مشاريعه وتوجّهاته ، خصوصاً السّياسيين الذين يمتلكون المال الكثير ويحاولون دفع

(1) إسماعيل معراف ثاليّة- الإعلام حقائق وأبعاد - ، ص 27 .

☆ الاقتدار إلى مرتبّ كان في العمل الصحفي يؤدي في الغالب إلى مشكلة حصول بعض الصحفيين على رشواي أو مقمّم أتعاب من ذوي النفوذ الذين يريدون أن يضمّنوا أنّهم سيحصلون على المعالجة الصحفيّة التي يفضلونها عندما يكتب أحد الصحفيين قصّة إخباريّة (البرت.ل.هيسنر ، واي لان.ج.تو- دليل الصحفي في العالم الثالث - ، ص 29 )

(2) عبد النّظيف حمزة- المدخل في فنّ التّحرير الصحفي - ، ص 148 .

(3) إبراهيم إمام- وكالات الأنباء - ط3 ، دار الفكر العربي ، القاهرة 1994م ، ص 76 .

خطتهم إلى الأمام بالاعتماد على أقلام ذات رواج في عالم الصحافة ، لتساعدهم على ذلك مقابل التكفل بانشغالاتهم المادية من عمل على مستوى كبير إلى متابعة تنقلاتهم ورحلاتهم في كل مكان من أجل الوصول إلى مصادر الخبر ، والدول الغربية لها باع طويل في هذا المجال بحيث نجد أنه في أمريكا استطاع رجال الأعمال اليهود - من أجل تنفيذ مشروع إسرائيل الكبرى - أن يسيطروا على كل مؤسسات الإعلام تقريبا بأموالهم الضخمة ، فلا تجد اليوم جريدة أو قناة فضائية أو محطة إذاعية وليس فيها رائحة يهودية ، وكل من يتردد على هذا السياق يتعرض لتطويقات مختلفة سواءً بشراء تلك المؤسسة كلية أو بمحاولة خنقها في سوق المنافسة الإعلامية ، من خلال حرمانها من الإعلانات والإشهار الذي يعد مصدرا لعيش الوسيلة الإعلامية ، وبالتالي تتعرض لحوادث مادية فتضطر إلى الغلق ، والحديث لا يختلف في أوروبا حيث أصحاب الأموال من لاجئين سياسيين يمولون بعض وسائل الإعلام بأموال بلدهم من أجل ممارسة المعارضة عن بعد ضد الأنظمة الحاكمة هناك ، فصارت الصحافة أداة طيعة في يد من يدفع أكثر ، والأحزاب الكبيرة في أوروبا تمول مشاهير التلفزيونات وتشتري صراحة الأقلام الكبيرة في ( لومند والفيغارو والهيرالد تريبيون... ) من أجل تنفيذ معارضتها أو تقديم مرشحها أو ممارسة التجريح بين مرشحي الحملات الانتخابية إلى غير ذلك من الحوادث التي تبرز سمات الالتقاء بين سلطة الإعلام وسلطة المال ، فالصحافة إذن تمثل مؤسسة إنتاجية لا يمكن أن تعيش بدون توفر أموال كبيرة ، إذ أن المشاريع الإعلامية الكبيرة التي تأخذ من أوروبا وأمريكا مقرا لها وراءها أموال طائلة ، لأن متابعة الخبر يلزمه تدفق للمال ، فجريدة لومند العالمية مثلا وكذلك بعض المحطات التلفزيونية الناجحة في العالم ، ما كان لها ما وصلت إليه لو لم يكن لديها مراسلون وكتاب عبر كل نقاط العالم تقريبا ، فهي حاضرة في العالم على مدار السنة كاملة ، وهذا فعلا يتطلب نفقات باهظة على شكل تذكرات سفر من عاصمة إلى عاصمة ، وتلكسات وفاكسات وأجهزة اتصال ذات الجودة العالية ، وكذا أموال تدفع في سبل مختلفة من أجل تزويد الجريدة بالمعلومات والحقائق حول العديد من القضايا ، وعلى العموم فإن الصحافة إن غاب عليها الدعم المادي للدولة خصوصا تلك التابعة لها فإنها تتحول إلى منبر أو ممر يعبر عليه أصحاب المال ويقدمون بواسطته مشاريعهم ورؤيتهم إلى الأشياء .<sup>(1)</sup>

إن كون الصحافة تحتاج إلى رأس المال وإلى الإعلان يجعل منها خاضعة لهما ، إلا إذا وضعت قيود على استخدامه متلما هو الحال في بعض البلدان النامية والشبهوية ، ويمكن قياس خطورة الاستخدام السيئ للصحافة من خلال ما جاء على لسان الزعيم الهندي الأسبق " نهرو " : >> من أن شركات الأسلحة قاومت فكرة نزع السلاح بالصحافة << ، وذكر أن إحدى لجان عصبة الأمم التي انتدبت خصيصا للتحقيق في مسألة المصانع الخاصة بالأسلحة أكدت أن هذه الشركات اشترت الصحف للتأثير في الرأي العام بما يخدم مصالحها ، ولا شك أن التمويل يحدد أيضا الإدارة المستخدمة في المؤسسات الصحفية واتجاهاتها ، والإدارة بدورها تتحكم في القدر المتاح لحرية التعبير بالكلمة المكتوبة .<sup>(2)</sup>

(1) إسماعيل معارف قالية- الإعلام حقائق وأبعاد - ، ص 27- 31 .

(2) جيهان المكاوي- حرية الفرد وحرية الصحافة - الهيئة المصرية العامة للكتاب 1981م ، ص 97 .

وبهذه المعطيات يمكن تحديد توجه الصحافة في الوطن العربي إذا ما عرف أن القاعدة الاقتصادية الضعيفة للصحف قد أدت إلى أن تسعى أعداد منها إلى طلب الدعم المادي من مصادر حكومية وخاصة متنوّعة ، وقد ساهم الاعتراف بأهمية الصحافة السياسية في التشجيع على رعايتها ، وما استطاعت كثير من الصحف الخاصة في أرجاء الوطن العربي البقاء إلا لأنها فقط كانت مدعومة بشكل علني أو بشكل آخر من قبل عناصر خارجية ، ومنه نرى بالطبع أن الدعم يرتبط ارتباطاً مباشراً مع محتويات الإعلام ، وقد تمّ تمويل كثير من الصحف العربية الأولى في القرن التاسع عشر من قبل الحكومات ، ومختلف الأحزاب السياسية وذلك لتعزيز وجهات نظر هذه المصالح ، وحين توجد الصحف التي لم يكن يرعاها هؤلاء فإنها كثيراً ما كانت تتعرض للضغوطات إذا ناقضت نشاطاتها مصالح هذه الأطراف (1).

وفي واقعا المعاصر تطوّرت الوسائل وصارت الأسعار العالمية تحجّم وبشدة عملية الاستثثار بمميزات الإعلام الإلكتروني ، والذي يكلف غالباً الكثير لتشغيله حيث لا يتمكّن إلا القليلون من دفع مصاريف هكذا مشاريع ، وهذا سبب رئيسي لأن تعود محطات الراديو والتلفزيون إلى أحضان الحكومة في الدول العربية (2) ، ويمكن القول على العموم أن المحطات الفضائية التي تدعّمها وتمولها الحكومات ، يمكن توقع استمرار حصولها على الأموال لتغطية النفقات الباهظة للبحث الفضائي عبر الأقمار الصناعية ، ولتغطية النفقات المتزايدة للبحث عن الخبر على مدار الساعة حتى ولو كانت هذه المحطات الفضائية تعدّ أداة أساسية في توجيه الخطاب الإعلامي والسياسي للدول والحكومات ، وهي بحاجة ماسة إليها لتوجيه الرأي العام من خلال شرح سياسات معينة ومحاولة حشد التأييد الشعبي لها (3).

ومهما يكن الأمر فلا غنى عن المال في سبيل التغطية الشاملة للأحداث ، هذا وإن اختلفت ضماناته من وسيلة إلى أخرى فإنه لا يلغي الحاجة للمال من أجل الفوز بالأحداث الساخنة أو حتى نقلها بشكل اعتيادي وروتيني ، إذ في الوقت الذي نرى بعض الجهات تضع اعتبارات عدّة لمصاريفها المادية قبل الخوض في أي نشاط إعلامي ، نجد الأسماء الإعلامية الكبرى تتجاوز هذه العقبة مقابل الفوز بالخبر والسبق به ، وهذا ما أكدّه "مارسي ماكفيتيس" (نائب رئيس شبكة CBS للتغطية الإخبارية) معلقاً على التكاليف الباهظة لتغطية الأحداث المهمة بأفغانستان فترة الحرب الأمريكية على تنظيم القاعدة ، حيث قال : >> يكلفنا إبقاء

١٠ لقد تأسس الإعلام الإخباري العربي وبصورة عامة بقاعدة اقتصادية ضعيفة ، حيث تطوّرت الصحف عندما كان كل من الدخل القومي والتعداد السكاني قليل ، وكان معدل المعرفة بالقراءة والكتابة متدنّي ، لذا كانت كل من عوائد نشر الإعلانات ومبيعات التوزيع - وهما المصدرين الرئيسيين لدخل الصحف - معدومة ، وحتى بعد الحرب العالمية الثانية أو عندما بدأ الاقتصاد العربي بالتطور لم يحظ نشر الإعلانات باهتمام كاف من رجال الإعلام العرب ، ولم يكن مشجعاً بقدر كاف للصحف المنتشرة المتواضعة ليساعد ناشري الصحف ، وما زاد الوضع تأزماً النقص في ورق الصحف ومصاريف الطباعة بالإضافة إلى مختلف القيود على التوزيع مثل المفارقات السياسية وضعف وسائل النقل المحلية والعالمية ، ومع أن الصحف اليومية لم تعد الآن كمالية وغالية الثمن للطبقة الوسطى في المنطقة كما كانت عليه في بداية الخمسينات ، خاصة بعدما انتشرت في دول الخليج خلال الثمانينات نتيجة الثراء النفطي هناك ، إلا أن الأسعار والأمية بصفة عامة تبقى أرقام التوزيع بالإضافة إلى العوائد المادية منخفضة (وليم أيه رويو - الصحافة العربية : الإعلام الإخباري وعجلة السياسة في العالم العربي - تر: موسى الكيلاني ، مركز الكتب الأردني 1989م ، ص 29)

(1) المرجع نفسه ، ص 32 - 33 .

(2) المرجع نفسه ، ص 30 .

(3) عبد المالك سليمان - أزمة الإعلام العربي بين الإفلاس والتغريب - (موقع سابق).



الفريق الإخباري هناك أموالا باهظة ، فنحن نتكفل بتغطية تكاليف خمسة أشخاص ومعداتهم وسكنهم وأجورهم اليومية ، ووسائل النقل التي يستخدمونها بالإضافة إلى تكاليف السائقين وتأمين سلامتهم هناك ، ونتيجة لارتفاع تكلفة بقائهم هناك ، لم تعد تلك الأموال تخضع لميزانية الشبكة ، وعلى الرغم من ذلك يتحتم علينا إبقاؤهم في مناطق الحدث مع تحمل تكاليفهم للحصول على التغطيات الإخبارية المطلوبة >> . (1)

### 3- التكنولوجيا في خدمة السبق

بعيدا عن المفهوم التجاري الذي قد يميز الوسيلة الإعلامية ، فإن امتلاك المال بالنسبة لها يؤدي بالضرورة إلى امتلاك التكنولوجيا التي تسهل عملها كثيرا ، ويعتبر هذا التوجه استثمارا ناجحا للمؤسسة الإعلامية من أجل تحقيق الكفاءة والجودة وضمان الاستمرارية ، وما مطمح الوسيلة الإعلامية -على الغالب - في توفير الدعم المادي وتحقيق الربح الكبير إلا من أجل تجهيز مؤسستها بأسطول من المعدات الحديثة والتقنية المتطورة ، القدرة على مواجهة المنافسة المعلنة واختزال الكثير من الوقت أمام تقديم خدمة إخبارية أفضل للجمهور، ولعل أهم ما يفكر فيه صاحب كل مؤسسة إعلامية هو كيفية تجهيز مؤسسته ، فنحن نتطور سريعا من الصحيفة المطبعية إلى الصحيفة الإذاعية فإلى التلفزيونية ثم أخيرا الإلكترونية الفضائية ، وهذا التطور هو خطوات متعاقبة في طريق التقدم أي في طريق اختصار الزمان والمكان ، بعدما كان العالم في القرون الوسطى يطوف حول الأرض لتبلغ مخطوطته أو صحيفته ، أما الآن فإنها تبلغه حيث هو بلحظة طواف حول الكون (2) ، ومع تطور التكنولوجيا الفضائية تأكد أن التواصل الآلي والتواصل الإعلامي متلازمين ، حيث مكن هذا التلازم من تحسين الخدمة الإعلامية ، فالإعلام البريطاني الإذاعي والتلفزيوني اليوم صار بإمكانه أن يزود البريطانيين بخدمات تلكسية تتيح لهم أن يتلقوا الأنباء وأحوال الطقس وأسعار السوق بمخبرة دماغ إلكتروني عبر الجهاز التلفوني ، وقد تطورت المؤسسات التلفونية في بريطانيا وألمانيا وفرنسا واليابان والو.م.أ من شبكات تخاطب إلى شبكات تزود بكل الأنباء والمعلومات المنشودة . (3)

فالتقدم العلمي الهائل كان منذ زمن في خدمة وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها ، حيث قدم ذلك كله مساعدات جبارة ساهمت إلى حد كبير في تحسين الصورة وجودة الطباعة ، وزيادة النسخ المطبوعة وتقليل سعر الجريدة وتوفير الوسائل لنقل القدر الكبير من المعلومات ونقل الصور والصفحات عبر المسافات والقارات ، فقد أصبح من اليسير اليوم على ملايين الأشخاص في جميع أنحاء العالم مطالعة عدد كبير من الجرائد والمجلات المختلفة كل يوم مجانا عن طريق استخدام شبكة الانترنت ، بعد أن وصل عدد الصحف التي تصدر عليها إلى 2200 صحيفة خلال عام 1996 ، وذلك بزيادة قدرها 1900 صحيفة مقارنة بعام 1995 ، وقد جاء تدافع الصحف على الاشتراك في هذه الشبكة العالمية بعد أن تأكدت من إمكانية الحصول على عائدات هائلة من الإعلانات على نفس الشبكة والتي يشترك فيها أعداد كبيرة من مستخدمي أجهزة

(1) إليزابيث جينسن - تسابق القنوات الإخبارية العالمية لاقتناص السبق الخبري - (موقع سابق).

(2) حسن صعب- إجازة التواصل الحضاري الإعلامي ' نحو وكالة عربية دولية للأخبار ' - ، 1984م ، ص 22 .

(3) المرجع نفسه ، ص 25 .



الكمبيوتر ، إذ قدر دخل الإعلانات على الانترنت خلال الربع الأول من عام 1996 بحوالي 26 مليون دولار .(1)

وإذا كانت هذه الإحصائيات تخصّ عام 1996 فكيف هو الحال إذا عام 2004 ؟! وعدد مشتركى هذه الشبكة تضاعف كثيرا ، وزادت أهمية التكنولوجيا الحديثة بالنسبة لوسائل الإعلام حتى أصبح من الواضح أنّ هذه الأخيرة صارت تلعب دورا كبيرا في إنجاح العملية الإعلامية ، ابتداءً من تغطية الأحداث إلى غاية عرضها على جمهور مترامي الأطراف .

ومن الضروري التأكيد في هذا المقام على أنّ التعامل مع التكنولوجيا الإعلامية دقيق جدًا ، إذ أنّها تعني أمرين : الأول هو كيفية الحصول على هذه التكنولوجيا ، وهذا يعتمد على إمكانيات مادية ضخمة ؛ والثاني يتمثل في كيفية استغلالها على أكمل وجه ، وهذا يعتمد على المهارة والخبرة وكذلك الذكاء ، فيكفي أن تكون الوسيلة هاتفا ليكون بالإمكان الفوز بسبق صحفي أو سبق إخباري ، إضافة إلى إتقان التعامل مع المستجدات التقنية وتطويعها لخدمة المصالح المطلوبة ، فالمعروف أنّ أدوات المندوب الذي يعمل في الصحف هي : القلم وبعض الأوراق ، ويستخدم بعض المندوبين مسجلا للتأكد من أنّ ما ينقلونه دقيق تماما ، وتعتبر هذه أمور بسيطة بالمقارنة مع الأدوات التي يستخدمها مندوب التلفزيون ، ويجد مندوبو الصحف الذين يتحوّلون إلى التلفزيون أنّهم في عالم جديد غريب ، حيث يبدو كثيرا أنّ متطلبات التكنولوجيا تعترض طريق القصة الخبرية ، وأنّها لتجربة مفزعة أن يعاني بعض المندوبين الجدد من كواليس الأجهزة المعقّدة و أعطاب الكاميرات ، أو حوادث اختفاء الصورة في غرف المونتاج ، وعلى المندوب أن يتعلّم كيف يتعايش مع حقيقة أنّ تكنولوجياه غير كاملة ، إذ كلّما ازدادت تطوّرًا وتعقيدًا تطلبت فنيين مهرة للسيطرة عليها وضبطها ، وأنّه كثيرا ما تتعطل الأجهزة أو يخطئ بعض العاملين استخدامها ، ويحتاج المندوب إلى أن يتعلّم كيف يتغلب على المصاعب الفنية بروح المرح والمهارة والذكاء ، وأن يواصل القصة الخبرية برغم العقبات الفنية غير المتوقعة ، ومفتاح الأمر كلّهُ هو كلمة " السيطرة " ، فتذكّر أنّ مهمتك هي الحصول على القصة الخبرية وإيلاها جيّدًا ، ولذلك فلا بد أن تسيطر على التكنولوجيا حتىّ تخدم هذه الأغراض لا أن تخدم نفسها .(2)

وقد توسّعت محطات التلفزيون في البلاد المتقدّمة في استغلال التكنولوجيا خاصّة في عملية نقل الحدث وقت وقوعه ، حيث وظّفت العلم والصناعة وتكنولوجيا العصر في تحقيق هذا الهدف ولم يعد النقل المباشر للأحداث قاصرا على الأحداث المحلية بل امتدّ ليشمل أهمّ الأحداث العالمية وذلك عن طريق القمر الصناعي ، ويلاحظ أنّ هذا التطور في تكنولوجيا نقل الخبر التلفزيوني ما يزال حتى قاصرا تقريبا على الدول المتقدمة ، فعالية الدول النامية تعاني من النقص الشديدي في الإمكانيات والخبرات ، ولا يمكنها أن تتحمّل نفقات استخدام التكنولوجيا الحديثة في البث المباشر للأخبار ، إلا في حالات نادرة ، غالبا ما تقتصر على نقل الخطب والاستقبالات السياسية لزعماء هذه البلاد .(3)

(1) شريف درويش - تكنولوجيا الاتصال (المخاطر والتأثيرات الاجتماعية) - الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة 2000م ، ص 75 .

(2) كارولين ديانا لويس - التغطية الإخبارية للتلفزيون - ، ص 43 .

(3) فاروق أبو زيد - فنّ الخبر الصحفي - ، ص 380 .

ولقد تسبب نقص الإمكانيات والتكنولوجيا الدقيقة في خلق عجز لدى الدول النامية في المنافسة على الخبر حتى ولو كان على مقربة منها ، إذ أن التعود على الوصول المتأخر يخلق إحساسا بالانهزامية أمام حركية الخبرات المتمكنة والتي تملك الوسيلة الأقدر على الاستنثار والسبق بالخبر .

وما يقرب أكثر من هذا المعنى مثال يعكس هذا المفهوم ، حيث يروي " نصير بوعلي " \* عن حادثة شهدها خلال مشواره في مهنة الصحافة قائلا : >> في سنة 1984 تم اختطاف طائرة كويتية تدعى " الجابرية " وبداخلها عدد كبير من الركاب الكويتيين والعراقيين لتحتط في مطار " هواري بومدين " الجزائري ، وبعد مدة طلب المختطفون إجراء ندوة صحفية يحضرها ثلاثة أشخاص فقط من رجال الإعلام ، وانتدب لهذه المهمة ممثل من وكالة الأنباء الجزائرية ( واج ) ، وممثل وكالة (الأسوشيتد بريس) الأمريكية وممثل وكالة الأنباء الفرنسية ، ودامت الندوة حوالي نصف ساعة ، وفي الوقت الذي انتظر الجميع بث الخبر عبر وكالة الأنباء الجزائرية تفاجأوا بصدوره عبر " الأسوشيتد بريس " خلال ربع ساعة ، ثم تبعها خبر وكالة الأنباء الفرنسية ليصدر أخيرا عبر وكالة الأنباء الجزائرية صباح اليوم الموالي ، على اعتبار أن الحدث وقع على الساعة الثامنة مساءً من اليوم الأول << ، وحققة ما حدث - حسب ما ذكره " بوعلي " - هو أن التكنولوجيا الأمريكية قد خدمت إعلاميها في الفوز بهذا السبق ، على الرغم من أن الخبر كان أولى بإعلامي محيطه ، والظاهر أن الأمريكيين والفرنسيين قد استخدموا تكنولوجيا الاتصال عن بعد ، التي تمثلت حينها في مسجلات متطورة تتصل مباشرة بالمقرات ، وبهذا استطاعت كل من الوكالة الأمريكية والفرنسية تلقي الخبر مباشرة وبسرعة فائقة ؛ وبعد سنوات طويلة من هذه الواقعة لا تزال وسائلنا الإعلامية العاجزة حقا عن تقديم عمل إعلامي كامل وناجح تجسد هذا المعنى من خلال حادث الطائرة الذي وقع في السنوات الأخيرة " بتمنراست " جنوب الجزائر ، حيث تحطمت طائرة بوينغ تابعة للخطوط الجوية الجزائرية مخلقة مقتل جميع ركابها ، فعلى الرغم من تحقيق التلفزيون الجزائري انفرادا بتغطية الكارثة إلا أن ذلك كان بعد زمن معتبر من وقوع الحادث ، حيث لم يتمكن من نشر صور لمكان الحادث أو لعمل اللجان المختصة بالتحقيقات في عين المكان ، وقد أشارت الصحف اليومية لهذه النقطة ووصفت نقص التغطية بعجز التلفزيون الوطني عن القيام بدوره على أكمل وجه ، في حين رد التلفزيون بعدها على ما ورد في الصحف معللا هذا العجز بنقص الإمكانيات المساعدة على التغطية في الجنوب الجزائري نظرا للمسافة التي تفصله عن العاصمة وصعوبة إيصال التجهيزات التصويرية إلى عين المكان .

ونحن إذ نرى الحال على ما هو عليه في الدول النامية منذ 1984 إلى 2003 فإن عجلة التطور التكنولوجي لم تتوقف لحظة عن المضي في تقديم المستجدات للعمل الإعلامي ، وآخر ما جادت به على هذا الجهد الهاتف النقال الذي يحتوي على كاميرا ، فقد ساعد التطور الجديد في عالم الهواتف النقالة - التي تحتوي على كاميرا - الصحف ووسائل الإعلام في نشر صور التقطت فور حدوث الخبر في انتظار أن يصل المصورون المحترفون لاستكمال الموضوع .

\* أستاذ محاضر بجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية ، قسنطينة - الجزائر .

وقد بدأت إحدى صحف الفضائح في مدينة " لوس أنجلوس " الأمريكية في صرف هواتف نقالة لمصورّيها الصحفيين لمساعدتهم على التقاط صور المشاهير في أيّ وقت ، وقد يكون هذا بداية موجة جديدة من المصورّين الصحفيين الذين يملكون طرازاً جديداً من كاميرات التصوير ذات قدرة على التقاط الصور العالية الجودة كلّ يوم ؛ وقد ظهر تأثير هذا التطور في قضية اغتيال المخرج الهولندي " ثيوفان جوخ " حيث أثّرت ضجة إعلامية كبيرة ، عندما نشرت صحيفة " داي تليغراف " اليومية في أمستردام صورة لجثة المخرج الهولندي التقطت بعد دقائق من مقتله قبل وصول الشرطة ، ولم تكن هذه هي المرّة الوحيدة التي شهد فيها أحد مستخدمي الهواتف المحمولة المجهزة بألة تصوير حدثاً مهماً ، حيث قالت صحيفة " سويس ديلي " أن أحد مستخدمي الهواتف استطاع التسبب في عودة طائرة كانت متجهة من سويسرا إلى جمهورية الدومينيكا ، بعد أن استطاع تصوير قطعة معدن تسقط منها عند إقلاعها من مطار زيوريخ ، ممّا يعني حدوث عطل فنيّ كان يمكن أن يسقطها ، ولكنّ الوضع تطوّر من مجرد استخدام وسائل الإعلام التقليديّة للإمكانيات التّقنيّة من أجل الحصول على سبق صحفي ، حيث تعدّى إلى تغطية موضوعات صحفية عن طريق مذكرات شبكة المعلوماتيّة وتخصيص بعض مواقعها - المتخصّصة في الصور الصحفية - جزءاً من مساحتها لنشر هذه الصور التي التقطها الناس بهواتفهم المحمولة .<sup>(1)</sup>

وبمعرفة قيمة التكنولوجيا الحديثة بالنسبة للسبب بالخبر تتأكّد حقيقة أنّها ستغدو مطعماً لكلّ وسيلة إعلامية في الدول المتقدّمة ، وحلماً يتردّد عليها في الدول النامية العاجزة تارة عن امتلاكها ، لنقص ماديّ أو سوء تخطيط وتسيير داخل المؤسسة الإعلامية ، وتارة عاجزة عن استغلالها أفضل استغلال بسبب افتقارها للخبرة وللطاقات النشطة والمتحمّسة لتقديم الأفضل عن طريق إتقان التعامل مع التقنيّة الحديثة ، وبين الاستحواذ والعجز تبقى التطورات التكنولوجية تعرض خدماتها على الإعلاميّ من أجل الفوز بسبق صحفي .

#### 4- حرية الوصول إلى المعلومات

تعتبر حرية الوصول إلى المعلومات من أهمّ الشروط الواجب توفّرها لتحقيق سبق صحفيّ ، إذ من غير هذه الحرية فلا معنى للجهد البشريّ الذي سيصطدم بحواجز رفض التغطية الإعلامية ، وحتى بتوفّر التكنولوجيا والإمكانيات المادية فإنّ محاولة اختراق هذه المعوقات سيوقع - على الغالب - في دوامة التجاوزات القانونية والتنازلات الأخلاقية ( كإعطاء الرشاوى ، وسرقة الوثائق ... الخ ... ) والتي إن لم يلق لها الصحفي الأجنبيّ بالافإنها تستوقف الصحفي المسلم عندها طويلاً ، وبعيدا عن هذه الدوامة يكون رفع الحواجز والعقبات أمام الحصول على المعلومات فرصة لخلق جو من التنافس الإعلاميّ العادل حول الخبر أو المعلومة ، لهذا جاء التأكيد على عنصر الحرية في الوصول إلى المعلومات كمطلب ضروري لتحقيق

(1) النقال يساعد على نشر الصور فور وقوعها ، العدد 10986 ، يومية " الفجر " الجديد الإلكترونيّة ، صفحة الأسبوعيات ، المؤسسة العامة للصحافة 2004م ، [www.alfajr.aljadid.com](http://www.alfajr.aljadid.com) (تاريخ الدخول: 21 ديسمبر 2004م).

"سبق الصحفي" ، وقد طُرحت هذه النقطة كثيرا تحت تسمية "الحق في المعرفة" ، وظهر هذا المبدأ أولاً بعد الحرب العالمية الثانية عن طريق "كينت كوبر Kent Cooper" مدير عام وكالة أسوشيتد بريس الأمريكية ، حين انتقد الرقابة الحكومية والحواجز المفروضة دون التدفق الحرّ للمعلومات حول العالم ، وتحدثت عن "حقّ الناس في المعرفة" فطالما أنّ التعديل الأول من الدستور الأمريكي يعطي الحقّ في التعبير والنشر بحريّة فإنّ حقّ الناس في المعرفة يعطي لوسائل الإعلام واجب التعرف على ما يدور في المنظمات الحكومية وتقديمه للناس ، وقد تطوّرت هذه الأفكار بشدّة خلال عقد الخمسينات بعد النظر إلى وسائل الإعلام باعتبارها "سلطة رابعة" تقوم بدور حقيقي في حكم الدولة<sup>(1)</sup>، وقد وُصفت الصحافة بأنّها "السلطة الرابعة" نظراً لأنّ المعلومات الكاملة والدقيقة حول الأمور المتعلقة بالصالح العام هي الوسيلة التي تمكّن الجمهور من محاسبة الحكومات والمؤسسات والمنظمات وكلّ من بيدهم السلطة على أيّ مستوى ، ومع ذلك فإنّ القائمين على السلطة كثيراً ما يعملون على إخفاء ما لا يودّون ذبوعه أو ما يحتمل أن يثير الرأي العام ضدهم ؛ ومن هنا يأتي إنكار حق الوصول للمعلومات ، والرقابة الصّريحة أو المقنّعة ومحاولات التّضليل المتعمّدة من قبل المتحدّثين الرّسميين<sup>(2)</sup>، فمنذ السّنوات التّالية للحرب العالمية الثانية حرص الرّؤساء الأمريكيّون بداية من الرئيس "ترومان" وبعده الرئيس "أيزنهاور" على إصدار أوامر استثنائية تهدف إلى حجب المعلومات الحكوميّة عن الجماهير ، ويتمّ ذلك من خلال تصنيف الوثائق الحكوميّة التي تتعلّق بالأمن القومي ، والدفاع ومؤسسة الرّئاسة والمخابرات إلى وثائق سرّيّة ووثائق غير سرّيّة يمكن أن تتاح للجماهير ، ويتمّ تصنيف الوثائق السّريّة إلى ثلاثة فئات هي : سرّي جداً Top Secret ، سرّي Secret ، حسّاس Confidential ويمنع القانون الأمريكي تداول هذه الوثائق السّريّة لمُدّة خمسة وعشرين عاماً حتى تتقادم وتقلّ أهمّيّتها وفعاليتها ، وتزعم وسائل الإعلام الأمريكيّة أنّ حجب المعلومات الحكوميّة عن الجمهور وفرض القيود على تداول الوثائق المهمّة يتعارض مع مبدأ التدفق الحرّ للمعلومات ، والسّوق الحرّة للأفكار التي يفترض أن تسود المجتمع الديمقراطي عامّة ؛ وأثناء حرب الصّحراء في الخليج العربي عام 1991 حظيت العمليّات العسكريّة لقوات الحلفاء بقدر كبير من السّريّة ، وتمّ فرض قيود عديدة على تحركات الصحفيّين ومعلوماتهم ، وتغالي الدّول النّامية عادة في فرض القيود على الإعلاميين أثناء بحثهم عن المعلومات والوثائق الحكوميّة التي تهّمّ الناس ، وتضع المجتمعات النّامية قيوداً تشريعيّة للحفاظ على سرّيّة الوثائق والمعلومات الماسّة بالأمن القومي والدّفاع وسياسات الحكومة.<sup>(3)</sup>

\* ظهر مبدأ الحقّ في معرفة ما يدور في المنظّمة الحكوميّة في الولايات المتحدة الأمريكيّة بعد الحرب العالمية الثانية ، وذلك نتيجة لمحاولات الحكومة الأمريكيّة فرض السّريّة على الوثائق والمعلومات التي تهّمّ الصّالح العام ، ونتيجة لضغوط وسائل الإعلام وافق الكونجرس على إصدار قانون حرّيّة المعلومات لعام 1967 ، وتمّ تعديل هذا القانون في عامي 1974 و 1986 ، ويتيح القانون حرّيّة الوصول إلى المعلومات والوثائق الحكوميّة ، وإتاحتها لعامّة النّاس باستثناء القليل منها ممّا يتعلّق بالوثائق السّريّة الخاصّة بالمحاكم والكونجرس ومكتب الرّئاسة الأمريكيّة (حسن عماد مكّاوي - أخلاقيّات العمل الإعلامي (دراسة مقارنة) - ، ص 213 )

(1) المرجع نفسه ، ص 215 .

(2) شون ماكبرايد وآخرون - أصوات متعدّدة وعالم واحد - الشركة الوطنيّة للنشر والتّوزيع ، الجزائر 1981م ، ص 488 .

(3) المرجع السابق ، ص 216-217 .

ويواجه الصحفيون - الذين يُعتبرون عادةً شهداء - مخاطر جمة إذ يصبحون هدفاً مفضلاً للهجمات ، أخطار جسمانية في النزاعات والحروب المعلنة وغير المعلنة ، وفي الحروب الأهلية بل وحتى عندما يغطون التجمعات والمظاهرات العامة التي تقومها قوات القائمين على السلطة<sup>(1)</sup>، ففي تقرير اللجنة الدفاع عن الصحفيين صدر في شهر ماي 2002 احتلت الضقة الغربية المرتبة الأولى كواحدة من أخطر عشر مناطق للصحفيين ، حيث استخدمت حكومة رئيس الوزراء الإسرائيلي القوة الشديدة لمنع الصحفيين من تغطية الاجتياحات الإسرائيلية لمدن الضفة الغربية ، كما قامت من خلال مكتب الصحافة الحكومي الإسرائيلي برفض تجديد بطاقات الصحافة الصادرة عن هذا المكتب لجميع الصحفيين الفلسطينيين ، والتي انتهى سريان مفعولها في نهاية عام 2001 الأمر الذي أثار حفيظة المنظمات الدولية ، لأنّ بطاقة الصحافة الإسرائيلية هي البطاقة الوحيدة التي تعترف بها الجهات الرسمية الإسرائيلية ، وخاصة قوات الجيش الإسرائيلي<sup>(2)</sup> .

وقد تفاقمت عملية الحدّ من النشاط الإعلامي وتطورت عواقبها ، لتتحوّل منحا خطيرا عرف سقوط الكثير من ضحايا العمل الصحفي ، إذ أوضح معهد الصحافة الدولي في تقريره السنوي حول حرية وسائل الإعلام والذي نشر في فيينا أنّ سنة 2003 الأكثر دموية في التاريخ الحديث بالنسبة لمراسلي الحرب ، حيث سجّل في تقريره مقتل 64 صحفياً خلال عام 2003 بينهم 19 سقطوا في العراق ، واعتبر المعهد المختصّ في الدفاع عن حرية الصحافة والذي يتخذ مقرّه في فيينا وله مكاتب في 115 دولة أنّه بمقتل 19 صحفياً في العراق بينهم 14 خلال الحرب وخمسة في فترة ما بعد الحرب ، وفقدان اثنين يعتقد أنّهما قتلا ، وعلى ضوء هذه الحصيلة دعا المعهد في بيانه العسكريين إلى مراجعة خطوط الاتصال التي تربطهم بوسائل الإعلام في زمن الحرب ، وذكر البيان أنّه يمكن تجنّب سقوط عدد من القتلى في العراق لو تلقى الجنود المعلومات التي كانت في حوزة رؤسائهم حول مواقع الصحفيين ، وبمعزل عن العراق قتل 45 صحفياً العام الماضي في 19 بلداً - بحسب التقرير - وكانت آسيا المنطقة الأخطر بالنسبة للمراسلين حيث قتل 19 صحفياً بينهم سبعة في الفلبين وثلاثة في روسيا ورابع في أوكرانيا ، أمّا نصيب الدول الأمريكية فهو 17 صحفياً تسعة منهم في كولومبيا التي تبقى أخطر بلد في العالم لمزاولة الصحافة ، وقتل أخيراً صحفياً في إفريقيا وتحديداً في ساحل العاج<sup>(3)</sup> ؛ كما أصدر الاتحاد العام للصحفيين العرب ومقرّه القاهرة تقريراً خاصاً بشهداء الصحافة العربية والعالمية في العراق تحت عنوان " دفاعاً عن حرية الصحافة " ، " مع الحرية ضدّ القتل " ، واشتمل التقرير على تفصيل للحوادث المؤسفة التي تعرّض لها صحافيون عرب وأجانب وبشكل مؤرّخ يسهم في عملية التوثيق لتلك الجرائم الخاصة بضحايا مهنة الصحافة على مدى عامين 2003 - 2005 ؛ وفي ظلّ الاحتلال الأمريكي للعراق تمّ قتل 73 من الصحفيين والإعلاميين ومساعدتهم واختفاء 3 وخطف 10 بينما كانوا يؤدّون مهامهم في كشف الحقيقة<sup>(4)</sup> .

(1) شون ماكبرايد وآخرون - أصوات متعدّدة وعالم واحد - ، ص 491 .

(2) وليد بطراوي - أقرب إلى الموت جرائم الحرب الإسرائيلية ضدّ الصحفيين - ، [www.crimesofwar.org](http://www.crimesofwar.org) (تاريخ الدخول: 06 مارس 2005م).

(3) تقرير فيينا حول حرية وسائل الإعلام في العالم ، شبكة النّبأ المعلوماتية 2004م ، [www.annabaa.org](http://www.annabaa.org) (تاريخ الدخول: 21 ديسمبر 2004م).

(4) شهداء الصحافة العربية والعالمية خلال عامين على احتلال العراق ، مركز حماية وحرية الصحفيين ، شبكة الحريات الإعلامية ،

[www.mediafree.dam.network.com](http://www.mediafree.dam.network.com) (تاريخ الدخول: 05 مارس 2005م).



لقد حرّمت جميع المواثيق الدولية استهداف الصحفيين بهذا الشكل ، حيث نصّت المادة 79 من البروتوكول الإضافي الأول الملحق باتفاقيات جنيف لسنة 1949 على مايلي : << يعدّ الصحفيون الذين يباشرون مهمّات مهنيّة خطيرة في مناطق النزاعات المسلّحة أشخاصا مدنيّين ، يجب حمايتهم بهذه الصّفة بمقتضى أحكام الاتفاقيات وهذا البروتوكول ، شريطة ألا يقوموا بأيّ عمل يُسيء إلى وضعهم كأشخاص مدنيّين ، وذلك دون الإخلال بحقّ المراسلين الحربيين وبالتالي فإنّ استهداف الصحفيين والاعتداء عليهم جريمة حرب بحسب الاتفاقيات الدوليّة >> ، وتتناهى العراقيل المتمثّلة في منع الصحفيين من التّقلّح بحرية للحصول على المعلومات مع المادة التاسعة عشرة من الميثاق العالمي للحقوق المدنيّة والسياسيّة والتي تنصّ على أنّه لكلّ شخص الحقّ في حرية التّعبير ، ويتضمّن هذا الحقّ البحث عن المعلومات وجميع أنواع الأفكار وتسليمها ونقلها عبر أيّة حدود شفهيّة كانت أم كتابيّة أم طباعيّة ، سواءً على شكل فنّ أو أيّة وسائل أخرى يختارها ، وعليه فإنّ منع الصحفيين من الحصول على المعلومات بحريّة وذلك عن طريق وضع العراقيل والمعوقات أمامهم يعتبر خرقا للمواثيق الدوليّة (1)؛ وتتجاهل هذه القوانين قرارات بعض السّطات بغلق المكاتب الصحفيّة المتواجدة في منطقة حكمها ، مثلما حدث لمكاتب " الجزيرة " في مناطق مختلفة من العالم ، حيث أعلنت الحكومة العراقيّة المؤقتة عن قرارها بإغلاق مكتب " الجزيرة " الفضائيّة ببغداد وذلك لإثارها النّعرة الطائفية والعنف العرقيّ ، ومن جهتها أصدرت السّطات الجزائريّة أمرها بتجميد نشاط مكتب ذات القناة (2)، وتتضارب الآراء حول الأسباب الحقيقيّة لهذه الخطوة ؛ ومؤخرا ورد أنّ السّطات الإيرانيّة انتهجت نفس السياسيّة مع نفس القناة بتهمة تغذية التّوتر في إقليم خوزستان المحاذي للحدود العراقيّة (3).

والظّاهر من كلّ هذا أنّ الحدّ من نشاط الإعلاميّ في خضمّ التّوترات والنزاعات والحروب يأتي في إطار سياسة مفرّرة تنتهجها سلطة بعض الحكومات ، من أجل غرابة الأخبار وتصفيتها قبل أن تبلغ الجمهور، إذ ليس من مصلحتها فتح كلّ الأبواب أمام التّغطية الدّقيقة والدائمة للمجريات هذا من جهة ، من جهة أخرى فإنّ سياسة القمع والاعتداء الجسدي على الإعلاميين يأتي في إطار عدم التّفرقة بين صحفي وغيره وعدم الاعتراف بحصانة الإعلاميين كما تقرّها لهم القوانين الدوليّة ، فصاروخ المعتدي حين تقصف لا تستثني من أذاها الصحفيين من غيرهم ، وعلى هذا الشكل وهذه المعطيات يصير تحقيق السّبق الصحفي من الأمور الصّعبة إذا لم نقل المستحيل .

(1) وليد بطراوي - أقرب إلى الموت جرائم الحرب الإسرائيليّة ضدّ الصحفيين - (موقع سابق) .

(2) مصطفى فتحى - السّطات الجزائرية تجمد نشاط مكتب " الجزيرة " - ركن الوطن العربي ، موقع عرب 2000 ، www.arab 2000. Net ، تاريخ الدخول: 19 أبريل 2005م)

(3) السّطات الإيرانيّة تغلق مكتب قناة " الجزيرة " بتهمة تغذية التّوتر ، صفحة الدّولي ، جريدة " الشّروق اليومي " ، ع 1359 ، مؤسسة الشّروق للإعلام والنّشر ، الجزائر 2005م .



## خلاصة الفصل

لقد بينت الدراسة من خلال هذا الفصل كيف أن " السبق الصحفي " يسعى إلى تثبيت وزيادة وتأكيـد ثقة الجمهور بالوسيلة الإعلامية ، فهذا الأخير يبحث دائما عمّن يكشف له الحقيقة المطموسـة مهما كانت التحدّيات والعراقيل ، ليكافئه - نظير سعيه ذاك - بثقة هي مرمى كلّ نشاط إعلامي مهما تعدّدت أساليبه وتشعبت أهدافه ، ذلك أنّ هذه الثقة تعني أمرين لا ثالث لهما بالنسبة للوسيلة الإعلامية :

أولاً : الرّبح المادّي ، الذي يمثّل لها فروعاً أكثر في مناطق متعدّدة من العالم ، وتجهيزات أوفر لتقديم خدمة إعلامية أسرع وأفضل وأسهل .

وثانياً : السيطرة ، التي يمكن لها أن تلخّص موقفاً له وزن وتأثيرات فاعلة سواءً على الحياة الثقافيّة أو الاقتصادية أو حتّى السياسيّة ، حيث أثبتت المعطيات التاريخيّة هذا كلّ .

وقد تحوّلت هذه الثقة تدريجيّاً إلى مصطلح المصداقيّة بسبب طغيان مفهوم الحقيقة كمطلب رئيسي لدى الجمهور ، من خلال نشاطها المتميّز وتوحيّ الدقّة والموضوعيّة والصدّق في الطّرح ، ولأنّ بناء المصداقيّة ليس بالأمر السّهل فإنّ تهديمها ومحاولة الإطاحة بها ليس سهلاً هو الآخر ، وقد تأكّدت هذه الحقيقة من خلال التّعريض لمصداقيّة الوسائل الإعلاميّة السبّاقة وإلقاء الضّوء على تجارب حيّة لأسماء إعلاميّة كبرى ( كالجزيرة ، C.N.N ، وغيرهما ... ) ؛ إذا فالسّبق الصحفي عبارة عن وصفة سحرية للظفر بالتميّز وبالثقة وبالمصداقيّة ، وبالكشف عن تركيبة هذه الوصفة السّحرية ماذا نجد ؟! سنجد فيها الكفاءات البشريّة التي تجيد اختيار الفكرة ، وتملك إحساسات حدسيّة توجّه العمل ، وتبادر دون أن تخطئ الهدف أو تضيّع الوقت ، وسنجد أيضاً إلى جانب ذلك الإمكانيّات الماديّة التي لا غنى عنها في أيّ عمل ، إذ قبل أن يتحوّل المال إلى مكسب و مدخول فلا بدّ له أن يكون ضريبة نجاح ومصروف ، ولعلّ أهمّ ما يمكن أن يُستغلّ فيه المال هو شراء وتوفير التّكنولوجيا العالية التي تفتح الأبواب المغلقة للوصول إلى الخبر ؛ وفي الأخير خلصت الدّراسة إلى أنّ هذه الوصفة إذا لم توضع في فرن مناسب الحرارة فإنّها إمّا تحترق وإمّا لا تنضج أصلاً ، والمقصود بالفرن هنا حرية الوصول إلى المعلومات التي يوفرها الوسط المحيط بالصحفي .

## الفصل الرَّابِع : جامعة الأزهر الإسلامية

### أخلاقِيَّات السَّبِق الصَّحْفِي

أولاً : تجاوزات في طريق السَّبِق الصَّحْفِي

ثانياً : بين حرِيَّة الصَّحَافَة وخصوصِيَّة الأفراد

ثالثاً : قوانين تضبط السَّبِق الصَّحْفِي

من المعروف أن ما حطَّ من قيمة النشاط الإعلامي الليبرالي هو أفكاره الإباحية ، ولعلَّ اشتعال فتيل المنافسة وتحوُّله إلى صراع معلن هو ما دفع ببعض الوسائل الإعلامية إلى أن تتحاز شيئاً فشيئاً نحو جذب المزيد من الجمهور بأية وسيلة ومقابل أيِّ ثمن ، بصرف النظر عن مدى هشاشة ما تقدّمه وسطحيته وضحاكته ، وهذا ما عرضَ الرأي العام زمناً لعاصفة هوجاء من الصحافة الصقراء (1) ، والتي انحرفت بوظيفة الصحافة كُلية حين اقتصرَت على نشر أخبار الجنس والجريمة ، بل وحملت هذه الأخبار بما ليس فيها فلجأت إلى أسلوب التهويل والتضخيم في صياغة الأخبار ، وذلك رغبة منها في زيادة التوزيع والحصول على أكبر عدد من القراء ، ولو كان ذلك على حساب الحقيقة وعلى حساب قيم المجتمع وأخلاقياته وتقاليده الصحافية ورسالتها (2) ، وعلى الرغم من أن هذا النوع من الصحافة صار محسوماً إلا أن الركض وراء السبق قد أثار النقاش حولها من جديد ، خاصة ونحن نرى الصحفيين يندفعون في مضمار السباق متجاهلين كثيراً من القوانين والأخلاقيات ، هدفهم الأوحى من كل ذلك هو الظفر بالمعلومة " الخبر " قبل الآخرين ، لدرجة أنه صار من الواجب تدارك الأمر ، والتذكير بالقوانين والأخلاقيات التي تقيد هذا النشاط الإعلامي قبل أن يفقد قيمته الخالصة ونبل رسالته كُلية .

### أولاً : تجاوزات في طريق السبق

يقصد بالتجاوز الإعلامي أو الصحفي عدم تقيد الصحافة ووسائل الإعلام والعاملين في هذه المجالات بالنصوص التشريعية على اختلاف درجاتها سواءً الأمرة منها أو الناهية<sup>\*</sup> ، كذلك يدخل ضمن هذا المفهوم عدم التقيد وتجاوز الأعراف الإعلامية والصحفية المستقرة ، التي أصبحت ملزمة نتيجة تكرارها واستقرار العرف الصحفي عليها ، وفي الاتجاه ذاته تعتبر الأنظمة والتعليمات واللوائح الداخلية التي يقرها مجلس إدارة المؤسسة الإعلامية والصحفية من القواعد التي يجب مراعاتها والتقيد بها وعدم الخروج عنها (3) ، وأي إخلال

(1) ميلفن ل. ديفيلير ، سانديرا بول روكيتش - نظريات وسائل الإعلام - ، ص 97 .

(2) فاروق أبو زيد - فن الخبر الصحفي - ، ص 38 .

<sup>\*</sup> إنَّ للتجاوزات الإعلامية والصحفية أسباباً متعددة كغيرها من الظواهر ذات الصلة بالسلوك الإنساني ، إذ أنَّ هذه التجاوزات في مضمونها هي انحراف إداري في السلوك الوظيفي للعاملين في المؤسسات الإعلامية والصحفية ، نتج عن تظافر مجموعة من العوامل الاجتماعية والثقافية والمهنية للموظف أو للعامل في النطاق الإعلامي والصحفي ؛ وإضافة إلى القواعد المنظمة للعمل الإعلامي والصحفي والمتعلقة بالضمير المهني للفرد فإنَّ للعوامل الإدارية والاقتصادية دورهما في انتشار ظاهرة التجاوزات ، التي صار يطلق عليها بالجرائم الإعلامية والصحفية ، فالإدارية ترتبط بالتنظيم الداخلي للمؤسسات الصحفية والسياسات المتعلقة بالتحسين والتدريب والمتابعة والرقابة الإدارية ، كل هذه الأسباب تتفاعل فيما بينها للتقاع بالصحفي إلى عدم احترام التشريعات والقوانين ووقوعه في ظاهرة الجرائم الإعلامية والصحفية ، أمَّا الاقتصادية فتظهر في السعي وراء الثروة والغنى السريع ، وهذا يعبر عن الأنماط السلوكية التي يسعى إليها كثير من أفراد المجتمع ومن ضمنهم العاملون في الجهاز الإعلامي والصحفي على مختلف المستويات ، وكذلك فإنَّ للأسباب التشريعية دور من كل هذا ، إذ أنَّ عدم تطبيق النصوص سواءً عن قصد أو غير قصد نتيجة عدم وضوحها وعدم مناسبتها لمعضيات الظروف يتيح مجالاً كبيراً للانحراف الإعلامي والصحفي ووقوع التجاوزات ( نائل عبد الرحمن صالح - الجرائم الإعلامية والصحفية في القوانين الأردنية - مجلة دراسات علوم الشريعة والقانون ، المجلد 25 ، العدد 02 ، عمادة البحث العلمي الجامعة الأردنية 1998م ، ص 245 )

(3) المرجع نفسه ، الصفحة نفسها .

بهذا النسق يضع العمل الإعلامي في صورة مشوهة لا تليق بوظيفته الإجتماعية المنوطة به ، ولعل من أبرز تلك الصور والتجاوزات الآتي :

### 1- صحافة القطيع

من العسير على غير الصحفيين فهم ضغوط المنافسة الرهيبة في الصحافة ، خاصة بعدما صارت مسؤولة عن الظاهرة المألوفة الآن لصحافة القطيع ، حينما تتجه وسائل الإعلام إلى تغطية نفس الأحداث بنفس الطريقة تقريبا ، وتتجاهل التطورات والقضايا الأخرى ؛ وكنتيجة لهذه الحقيقة استطاع فريق الصحافة في البيت الأبيض ووزارة الخارجية وغيرها من الوزارات أن يقرروا بشكل جماعي ما هو الموضوع الذي سيكون قصة اليوم . (1)

فلسنوات طويلة تلاعبت المخابرات الأمريكية بالآلة الإعلامية وجعلت منها أبواقا للدعاية والتضليل وتمرير الأكاذيب ، وقد حدث ذلك أولا عام 1960 عندما سرّبت وكالة المخابرات الأمريكية وثائق سرية ذكرت فيها أنّ السوفييت في طريقهم لتحقيق التفوق في سباق التسلح ، لتبدأ حملة كبريات الصحف الأمريكية بمطالبة المرشحين لمنصب الرئاسة آنذاك بزيادة ميزانية الدفاع ، وبالفعل وعد " جون كيندي " بتخصيص مليارات الدولار لإعادة إطلاق مشروع صناعة الصواريخ العابرة للقارات ، والغريب أنّ الرئيس الأمريكي اكتشف فيما بعد أنّ الو.م . أ كانت متفوقة على السوفييت في التسلح ، وأنّ الأمر كلّه لم يكن سوى خدعة مخابراتية استخدمت فيها الإعلام كمخلب قط ، وحدث ذلك أيضا عام 1964 عندما زعمت مدمرتان أمريكيتان بأوامر مخابراتية تعرّضهما لهجوم بطوربيدات فيتنامية شمالية بخليج " تومكين " ، وراحت وسائل الإعلام الأمريكية تصور الحدث - بأوامر مخابراتية أيضا - على أنه قضية وطنية مطالبة بالانتقام ، وقتها تذرّع الرئيس الأمريكي السابق " لينمون جونسون " بما نشر وطالب الكونجرس الأمريكي بإصدار قرار يسمح له عند الحاجة باستخدام الجيش الأمريكي ، لتشبّ الحرب مع الفيتنام والتي لم تنته إلا بهزيمة الأمريكان في عام 1975 ، واتّضح فيما بعد زيف السيناريو الأمريكي المخابراتي ؛ واستمرت الأكاذيب الأمريكية في حرب الخليج الثانية عندما ادّعى أنّ العراقيين الجنود نهبوا حضانات أطفال من مستشفيات الولادة بالكويت ، وهذا الأسلوب يدخل في نطاق سياسة الفرقة الإعلامية التي تبناها " بوش الأب " لخدمة أهدافه وأهداف إدارته وأجهزة المخابرات ، وهي السياسة ذاتها التي تبناها " بوش الابن " منذ وطئت قدماه البيت الأبيض عام 2001 ، حيث أصبح التلاعب بالرأي العام عن طريق ما يرمون به للصحافة من طعم مركز اهتمام الإدارة الجديدة ، وساعده في ذلك اعتداءات الحادي عشر من سبتمبر 2001 ، والتي جعلت من القلاعب بوسائل الإعلام ثمّ الرأي العام هوسا حقيقيا ، حتّى أنّ " مايكل دنفر " - المتخصّص في الحرب النفسية - قد أعلنها صراحة بقوله : << من المفروض وضع استراتيجيّة عسكرية انطلاقا من التغطية الإعلامية >> . (2)

(1) سيمون سيرفاتي وآخرون - وسائل الإعلام والسياسة الخارجية - تر: محمد مصطفى غنيم ، الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية ، القاهرة 1995م ، ص 198 .

(2) هاني زياد- إعلاميون بملابس عسكرية - مجلة " الأسيوط " الإلكترونية ، السنة السابعة ، العدد 5355 ، 2003م ، www.elosboa.com (تاريخ النسخ: 18 مارس 2005م).

ومن أجل تلبية هذه المتطلبات، بدأنا منذ بداية التسعينيات ونكثنا بوضعنا في الأردن، والهدف من ذلك هو تعزيز دور الصحافة في خدمة المجتمع الأردني، وقد ركزت مهمتها في نشر المعلومات المغلوطة التي تهدف إلى خدمة المصالح الأمريكية (1).

ولهذا بقيت وسائل الإعلام لعبة السلطات الأمريكية، تلقي إليها بطعم الأحداث الزائفة، حتى صارت جميعها تسيير كالقطيع في طريق واحد من خلال تعاملها مع تلك الأحداث، والتي راحت تغطيها بنفس الطريقة وبنفس الأسلوب، والسبب بطبيعة الحال هو أن مخبري الصحف لا يريدون أن يؤخذوا على حين غرة وخاصة مع أحداث مهمة تهتم العالم أجمع، وذلك إذا ظهر ميل ما فجأة إلى قصّة فانتهم، ومن ثمة فإنه من الأسلم الاتفاق مسبقاً والسير مع القطيع (2).

## 2- صحافة الخطبات الصحفية ... صحافة ميكيفيلية

لا يوجد ترفيه من أجل الترفيه في حد ذاته، فهناك دائماً غرض وراء القصة الخبرية، وهذا يعتمد على ما إذا كانت القصص الخبرية تستخدم من أجل قضية مقنعة أو لأسباب تتصف بالأنانية؛ ومن المعروف أن الكلمة تصبح مقنعة في مجتمع تسود فيه الأمية، ومن المتوقع في بلد تعبد التكنولوجيا وتقديسها أن تكون الأصوات المنبعثة من الإذاعة أو الصور التي تظهر على شاشات التلفزيون مجسدة للحقيقة، وعلى الصحفي أوجع الإعلام أن يحذر من أن تستغرقه أسطورة قوته، فالأخلاق وإن كانت شخصية فهي معيار مهم ضمن كل هذا الواقع (3)، وقد أظهر التنافس سلبيات كثيرة أبرزها هبوط المستوى الفني للبرامج، ومنح الجمهور ما يريده منها، ومن ثمة فإن تلبية رغبة المشاهد قد أدت إلى إنتاج برامج هابطة يدعي كثير من الإذاعيين أن الجمهور يريدتها، ومن هذا المنطلق هيمنت قوى السوق، وتعمق الطابع التجاري لصناعة التلفزيون وأجبرت المحطات على التخصص في مجال معين من مجالات الخدمة الاتصالية (4). وكما جعل ضغط المنافسة في الصحافة للخطبات الصحفية أسبقية حتى على التحليلات السياسية، فإنه قد أدى بالمقابل إلى خلق مشكلات عديدة أهمها:

- أن الكثير من الخطبات الصحفية غير دقيق تماماً.
- أن للخطبات الصحفية أسلوباً مغايراً للكيفية التي تتعامل بها الحكومة ذاتها مع المعلومات.
- أن البيئة المتنافسة تشجع تسريب المعلومات التي يمكن أن تضر ببعض العمليات التي تدخل في إطار المفاوضات مع الأصدقاء أو الأعداء، بحيث تكون هناك معلومات يجب على المسؤولين عدم الإفاضة فيها للصحف وإذا حدث ذلك فإنها يجب ألا تنشر (5).

(1) المرجع السابق.

(2) سيمون سيرفاتي وآخرون - وسائل الإعلام والسياسة الخارجية -، ص 198.

(3) أثيرت.ل. هيستر، واي لان.ج.تو - دليل الصحفي في العالم الثالث -، ص 154.

(4) قياد شاعر البكري - عام 2000 حرب المحطات الفضائية - دار الشروق، عمان - الأردن 1999م، ص 218.

(5) عبد الطيف حمزة - المدخل في فن التحرير الصحفي -، ص 55.

ومعنى ذلك أنه لا ينبغي للوسيلة الإعلامية حرصاً منها على تحقيق نسق التصقعي أو التمهيري، بل إن الأخبار أوتعتبت بتسريبها، ومن أمثلة ذلك حدث وقع في أمريكا حيث اختطف طفل رضيع من عربته الصغيرة، ووضع الخاطف ورقة صغيرة يطلب فيها فدية، وأبلغ الحادث إلى البوليس الذي رأى من المصلحة إذ ذاك عدم إذاعة الخبر إلى أن يعاد الطفل إلى والديه، ووعدت الصحف بعدم النشر إلا صحيفة واحدة رأت من الموضوع خبراً مثيراً للقراء فنشرت الخبر، وتبعتها الصحف الأخرى في ذلك بعد أن أصبح الخبر معروفاً، وكان من أثر ذلك أن فشلت خطة رجال البوليس وعثر على الطفل الذي كان وحيد والديه بعد أيام جثة هامة، وضاع كل أثر من آثار هذه الجريمة، وهكذا أفسد هذا السبق الصحفي الذي حرصت عليه الصحيفة خطة البوليس للتعرف على الجناة، وانحطت قيمة الصحيفة التي سعت إلى ذلك (1).

هذا النوع من الأحداث يشرح صورة "الصحافة الميكيفيلية" التي لا تلتقي بالالمسؤولية الاجتماعية على حساب الشهرة والظهور والإثارة، ولا يمكن أن يتحقق كل ذلك من دون سبق صحفي يرفع شعار "الغاية تبرر الوسيلة" في أية ظروف وتحت أية ضغوطات، مستبحة بذلك سبلاً عدة تُعتبر من أساسيات التجاوز الأخلاقي لدى الصحافة الميكيفيلية، والتي يمكن تلخيصها في الآتي:

## 2-1- الكذب واختلاق القصص الزائفة

إن شعار صحافة الإثارة الأوحدهو التوضيحية بكثير من الحقائق والاعتماد على التشويه والكذب والربط المزيف بين الموضوعات في سبيل إثارة الجماهير، وإذا كان هذا النوع من الصحافة قد اصطلح عليه بالصحافة الصقراء، فإنه أتبع بظهور نوع آخر من الصحافة هو الصحافة الحمراء التي تخدم إيديولوجية معينة مثل الماركسية أو الفاشية أو النازية، وقد انتقلت عدوى هذه الصحافة إلى مناطق عديدة من العالم حتى وصلت إلى العالم العربي والإسلامي، ولكنها في حالات كثيرة وخشية من ردود فعل النظم والجماهير اتخذت اللون البرتقالي كمقدمة للوصول إلى اللون الأحمر، ومن التكتيكات التي تتبناها هذه الصحف "الكذب"، وذلك بتلفيق الحقائق وقلبها رأساً على عقب وتشويهها والتهمج بأساليب مختلفة على أفراد أو هيئات في المجتمع، وبالطبع فهي تهاجم من منطلق ظاهري يعتمد على اختلاق قضايا غير حقيقية تتعلق بهذه الشخصيات، ثم تصب هجومها الأخلاقي عليهم، وتعمل الصحافة البرتقالية على خلق موضوعات مفتعلة تساهم في عدم الاستقرار السياسي وخلق فئات من الأفراد مؤهلة لتقبل الأفكار والمبادئ الهدامة، وهي في هذا الصدد قد تلجأ إلى اختلاق موضوعات لم توجد أصلاً، كما تعتمد الأساليب السرية في حصولها على بعض المعلومات التي تستخدم أساساً في تمرير رسالتها البرتقالية (2).

ويعتمد كثير من المخبرين على هذه الأساليب في سبيل الفوز بالسبق الصحفي، فمنهم من يلقق أقوالاً للاستشهاد بها، ومنهم من يزيّف أحاديث بأكملها دون أن يبدو عليها أي خطأ أو شك، فهناك قصة عن مخبرة صحفية حضرت محاكمة شهيرة، أرسلت لإجراء حديث مع المدعى عليه عند إطفاء الأنوار في

(1) المرجع السابق، الصفحة نفسها.

(2) محمد علي العويني - الإعلام الإسلامي الدولي بين النظرية والتطبيق - 2، عالم الكتب، 1987م، ص 127 - 128.



مجموعة الزنانات التي احتجز فيها خلال الليل ، فعادت هذه المخبرة بعد حوالي 15 دقيقة بحديث كامل ، وهو عمل سريع في أية فئة كانت ، وفي نفس الوقت كان رئيس التحرير قد عرف من برقية لوكالة أنباء أن المدعى عليه كان نائما خلال هذا الصخب كله ، فسألها رئيس التحرير : << كيف حصلت على الحديث ، في حين تقول وكالة " الأسوشيتد بريس " أن الرجل كان نائما خلاله ؟! >> ؛ هزت المخبرة كتفيها قائلة : << هذا ما كان سيقوله لوأنه كان مستيقظا >> ، وهذه الفصاحة وهذا المنطق كثيرا ما لبسه المنذرعون بالكذب في خطباتهم الصحفية ، فعلى سبيل المثال يقول " راي مونجو " أحد شخصيات الحركة المناهضة للحرب في الفيتنام : << إنّ الوقائع أقل أهمية من الحقيقة >> ، ويوضح فكرته بمقال في نشرة " أفاتا " ببوسطن عنوانه " تقرير من فيتنام لألكسندر سورسون " ، يوحى بأنه رواية شاهد عيان عن التعذيب في إحدى قرى الفيتنام خلال الحرب الأمريكية الفيتنامية ، ومع ذلك فإنّ " مونجو " يقول : << إنّ التقرير قصة خيالية وأنّ سورسون لا وجود له >> ، غير أنه يؤكد : << لما كان هذا قد حدث في التاريخ الإنساني ، ولأننا نعلم أننا مسؤولون عن حدوثه ، ولأنّ القصة بسيطة وإنسانية فإننا نعرف أنها حقيقية ، وأكثر من أية وقائع قد تحصل عليها من صحيفة مشهورة >>. (1)

وفي عام 1981 اضطرت جريدة " واشنطن بوست " أن تعيد جائزة " بوليتزر " ، حين اكتشفت أن إحدى الصحفيات بها قامت بفرقة قصة صحفية ، عن طفل صغير يتم حقه بمخدر " الهيروين " من طرف أمه وصديقتها ، وحين بدأ بوليس واشنطن البحث عن هذا الطفل لانقاذه من موت محقق رفضت مندوبة الجريدة تقديم أي بيانات تساعد في التعرف عليه ، وبعد حصول الصحفية على جائزة " بوليتزر " اكتشفت الجريدة أنها كانت مخادعة وقدمت قصة مختلفة ، ولم تكن هذه هي المرة الوحيدة التي ينخدع فيها رؤساء التحرير في أمريكا ، وإنما حدث ذلك من قبل مع صحف عديدة مثل : " نيويورك تايمز " ، " نيويورك ديلي نيوز " ، ومجلة " داي نيويورك " حيث سبق أن قدمت هذه الصحف موضوعات إخبارية ، ثم تبين بعد ذلك أنها لا تمثل الواقع ، وأن مصادر هذه القصص ليس لهم وجود مطلقا ، وكل هذا في سبيل تحقيق شهرة أوسع ، وبلوغ السبق الصحفي وتطبيق المقولة الساخرة : << لا تدع الحقائق تقف في سبيل تحقيق قصة إخبارية جيدة >> ، ولذلك ينظر المحررون المحترفون وكذلك المحاكم إلى القصص الإخبارية التي يتم استقاؤها من مصادر مجهولة بقدر من الازدراء والتهمك. (2)

وبهذا الشكل صار الكذب وتلفيق القصص أمرا منطقيًا في نظر الراغبين في لفت الانتباه وإثارة اهتمام الجمهور ، وذريعة الباحثين عن التميز بسبق صحفي ، حتى وإن كان هذا التميز لا أخلاقياً .

(1) جون هونبرج - الصحفي المحترف - ، ص 516-517 .

✽ للإشارة فإنّ نفس الجريدة كانت قد حصلت على جائزة " بوليتزر " لعام 1973 عن سبقها الصحفي في فضيحة " ووترجيت " الشهيرة .

(2) حسن عماد مكاي - أخلاقيات العمل الإعلامي (دراسة مقارنة) - ، ص 204-205 .

## 2-2 - السرقة وتقديم الرشاوي والإكراميات

حين تكون الوثائق الحكومية عامة ومتاحة للجميع فليست هناك مشكلة ، أما حين لا تكون الوثائق واضحة لعامة الناس فهناك تظهر المشكلات ، حيث غالبا ما يتورط الصحفي في الحصول على معلومات لا ينبغي أن تتاح لعامة الناس ، هنا تبرز أسئلة عديدة تبحث عن إجابة صريحة ، منها :

- هل يحق للإعلامي الاطلاع على التسجيلات الحكومية وحضور الاجتماعات الرسمية ؟
- هل يحق للإعلامي معرفة ما يقوم به القضاة ؟ (1)

وفي محاولة للإجابة عن مثل هذه الأسئلة يظهر أنه ليس للإعلامي الحق في تلك الأمور ما لم يُسمح له ، خاصة إذا حظيت كلها بصفة السرية في إطار إتمام نشاطات هذه الجهات ، ولكن في حالات كثيرة يعتمد الصحفيون إلى استخدام أساليب غير أخلاقية في الحصول على الوثائق الحكومية ، وكثير من الوثائق الأخرى نتيجة الرغبة في الحصول على هذه المعلومات بسرعة وتحقيق الخطبات الصحفية ، ومن أبرز الأمثلة على ذلك " قضية أوراق البنتاجون " في عام 1971 ، " وأوراق البنتاجون " عبارة عن تقرير سرّي تفصيلي حول تورط الو . م . أ في الفيتنام منذ الحرب العالمية الثانية ، ووضع هذا التقرير " روبرت مكنما " حينما كان وزيرا للدفاع بالو . م . أ ، وفي شهر مارس 1971 أعلنت جريدة " نيويورك تايمز " أنها حصلت على سبعة آلاف صفحة من هذه الوثائق السرية عن طريق مندوب التحقيقات " نيل شيهان " ، وقررت الجريدة نشر هذه الوثائق على شكل حلقات اعتبارا من 13 جوان 1971 ، وبعد تقديم الحلقة الثانية من هذه الوثائق طلب المدعي العام الأمريكي " جون ميشيل " من جريدة " نيويورك تايمز " وقف نشر هذه الوثائق ، زاعما أنّ هذه الأوراق تتضمن معلومات لها علاقة وثيقة بالأمن الدفاعي للولايات المتحدة ، وأنّ نشرها يحقّ ضررا مباشرا للدولة ، وبعد صراعات متواصلة أمام المحكمة وفي يوم 30 جوان 1971 صدر حكم المحكمة الدستورية العليا لصالح الصحفي ، بأغلبية ستة قضاة مقابل رفض ثلاثة منهم . وواصلت الجريدة النشر بعد أن حصلت على أربعة آلاف صفحة من الوثائق ؛ ومن هنا يأتي التساؤل التالي : هل يجوز للصحف استخدام وثائق مسروقة كمصدر لمعلوماتها السرية ، فالمؤكد أنّ الصحفي حصل على هذه الوثائق بدون موافقة السلطات ، ومن وجهة نظر أخلاقية بحتة فإنّ ذلك لا يجوز وفقا لمبدأ >> ما لا نرضاه لأنفسنا يجب ألاّ نسمح به للآخرين << ، فلا يمكن أن تنهض المجتمعات إذا سمحت بعمليات السرقة والسطو ، أما وجهة النظر التي تبيح ذلك فتعتمد على أسس نفعية . أي أنّها تنظر إلى الهدف النهائي ومبدأ " الغاية تبرر الوسيلة " ، ومؤدى ذلك أنّ خمسة وخمسين ألف شخص أمريكي قد ماتوا في الفيتنام . وتمّ إنفاق عشرات الملايين من الدولارات على السلاح كما أدّت هذه الحرب إلى انقسام الأمة . (2)

وإضافة إلى استباحة السرقة كوسيلة للحصول على المعلومات الموثقة ، هناك أسلوب آخر يظهر بوضوح في طريق البحث عن الخبر خاصة بالنسبة للمخبرين التابعين لوسائل الإعلام الأجنبية ، والمقصود بذلك تلقّي وتقديم الرشاوي والإكراميات . ففي مدينة نيويورك يُستباح أخذ الرشاوي من أجل تقديم أخبار مثيرة .

(1) مرجع سبق . ص 223-224 .

(2) مرجع نفسه . ص 226-228 .

ومن السهل أيضا دفعها للحصول على ذلك النوع من المعلومات ، ويجادل بعض المخبرين بأنه من الضروري بالنسبة لهم أن يشربوا شيئا مع مصدر الأخبار بين حين وآخر ، أو الذهاب للعشاء مع شخص ذي نفوذ ، وقد يكون هذا صحيحا ، ولكن دائرة الكوكيتيل والعشاء يمكن أن تستغل أكثر مما ينبغي ، وهي قد صارت عادة بالنسبة للصحف الأكثر ثراء ، حيث أن شراء كل شيء مسموح به ، من تذاكر المسارح لنقادها إلى الرحلات لكتاب شؤون السياحة فيها إلى غير ذلك ... ، أما الصحف الأصغر والأقل ثراء ، فإن لها الخيار بين أن تظهر أنه يمكن شراؤها ويمكنها - من جهتها أيضا - أن تشتري أو أن تبقي مخبريها في بيوتهم . (1)

وعليه أدرجت السرقة والرشاوي ضمن السبل الممكنة لتوفير المعلومات والظفر بها خلال أقصر مدة ، وصارت تعتبر من وسائل فتح الطريق وتجاوز العقبات .

## 2-3 - الخداع والحيادية اللامسؤولة

سأل مخبر صحيفة كبرى كلف بالتحقيق بشأن المافيا رؤساء التحرير ذات مرة ببعض السخرية : << هل تتوقعون مني حقا أن أكشف نفسي باعتباري مخبرا لهذه الصحيفة أينما ذهبت ، وأشرح ما أقوم به ، ولماذا أفعله؟! >> ؛ كان هذا التعبير في إطار تحقيق عن المافيا حيث مضى المخبر إلى مهمة الكشف عن أفرادها بحيث تتكرر في شكل عضو عصابة ، وذلك بعد السماح له فقط بعدم الكشف عن هويته مخافة أن يشكّل الأمر خطرا على حياته . (2)

لكن مسرح الأحداث ليس كله وكرّا لأفراد المافيا ، وليست كل التغطيات الصحفية مصدر خطر على المخبرين ، وعليه يتم طرح قضية استباحة الخديعة من أجل الحصول على قصة مثيرة ، ومن خلال هذه النقطة تظهر جملة من التساؤلات المهمة :

- هل هناك ما يبرر الخديعة ؟
- هل من وظيفة المخبرين أن يقوموا حقا بعمل الشرطة ؟
- هل يمكن تبرير الجرائم التي يمررها المخبرون في سبيل إتمام حثثيات القصة الخبرية ؟
- ما هو خيارهم حيال الفكرة القائلة : << إذا كان أمام المخبر جريمة قتل على وشك الحدوث فماذا عليه أن يفعل ، يمنع وقوعها أم يقوم بتغطيتها مفصلة ويحقق بها سبقا صحفيا؟! >> .

كشفت صحيفة " فري برس " عيادات للإجهاض وللعمليات الجراحية المحظورة ، وكشفت أيضا مصنعا للأدوية يدعي سماسته أن أدويته تعالج الأمراض ، وقد تمكنت هذه الصحيفة من الوصول إلى نجاحها بعد أن سمحت للمحررين بالتتكر حتى يتم الحصول على معلومات دقيقة (3)، ففي قضية عمليات الإجهاض عام 1978 تم الإيعاز إلى بعض الصحف بالعمل كمرضات أو كموظفات في تلك العيادات وذلك لاكتشاف الحقيقة ، وبعد انتحال صفة الممرضات اكتشفت الصحف بالجريدة حدوث حالات إجهاض مخالفة للقانون ،

(1) جون هونبرج - الصحفي المحترف - ، ص 518 .

(2) المرجع نفسه ، ص 513 .

(3) المرجع نفسه ، ص 514 .

وتمّ تصوير المستندات الخاصة بمائة حالة بأسلوب غير شرعيّ ، وبعد عدّة شهور من التّحرّيات تمّ نشر القصة كاملة في نوفمبر 1978 وأسفر ذلك عن وضع الولاية لعدّة قوانين جديدة تنظم مثل هذه العمليّات ، وتمّ إغلاق عيادتين وإيداع أحد الأطباء السّجن في حين هرب عدد كبير منهم ، وبالمقابل رفعت إحدى العيادات قضية قذف ضدّ الجريدة ، والملاحظ أنّ الجريدة استخدمت أساليب خداعيّة عديدة أثناء القيام بالتّحرّيات للتأكد من صدق المعلومات حول أحداث الإجهاض<sup>(1)</sup> ، وقد يرى البعض أنّ الخداع له ما يبرّره على أساس مبدأ " الغاية تبرّر الوسيلة " أمثال " نيل شاين " الذي كان مديرا لتحرير صحيفة " فري برس " ، فهو يدافع عن هذا الأسلوب بقوله : << إنّ مسؤوليتنا هي الحصول على معلومات ، وإذا أمكننا أن نفعل ذلك بطريقة قانونيّة فسوف نفعله ، إنني لن أسمح لمخبر أن يقول أنّه رجل شرطة لأنّ هذا غير مشروع ، ولكنني لا أرسم خطوطا كثيرة في عملهم >> ، ويرى آخرون أيضا أنّه حين تسمع محرّرة الشؤون الطبيّة عن شخص يبيع دواءً وهمياً لالتهاب المفاصل ، فإنها لن تذهب إليه وتقول : << إنني المحرّرة الطبيّة لصحيفة " ديترويت فري بريس " ، هل أنت طبيب دجال ؟ >> ، هذه السّدّاجة والسّخرية في الطّرح لا تبرّران الأمر ، لأنّ الخداع هو الخداع ، وكما يقول الفيلسوف الألماني " كانت Kant " : << كلّ خداع هو خطأ أخلاقيّ >> ، ووفق هذا المبدأ فالصحيفة استخدمت أساليب الخداع للحصول على الخبطة الصحفيّة ، وقد استمرت الصحفيّات لعدّة أشهر يراقبن النّساء وهن يجرين عمليّات الإجهاض متستّرات على هذا الفساد لحماية سرّيّة التّغطية الإخباريّة ، وبالتالي أصبحن مشاركات بشكل غير مباشر في ممارسة الأخطاء ، واخترن أن يلزمن الحياديّة اللّامسؤولة من أجل إتمام تحقيقهم الصحفيّ<sup>(2)</sup> .

وفوق كلّ ذلك فإنّ هذا الأسلوب لا يروق لكثيرين ، فها هو " جاري . س . شوستر " رئيس مكتب " ديترويت نيوز " في واشنطن يواجه المتاعب عندما تقمّص شخصيّة عضو الكونجرس في " ميشيغان " ، حتى يستطيع أن يكشف عدم دقّة إجراءات الأمن عند توقيع معاهدة السّلام المصريّة - الإسرائيليّة في حديقة البيت الأبيض ، وبعد أن كتب قصّته في اليوم التّالي بعنوان رئيسيّ لافت للأنظار في صحيفة " النيوز " هو " إقتحام متطفّل للحظة تاريخيّة " تلقّى توبيخا من اللّجنة الدائمة للمراسلين في الكونجرس ؛ وتعتبر " النيويورك تايمز " من الصّحف الكبرى القليلة نسبياً والتي ترفض السّماح لمخبريها بالتّكسر في هيئات أخرى ، وبدلاً من أن تمتدح أحدهم فهاهي ذي توجّه إليه اللّوم لأنّه ارتدى ملابس عامل ميكانيكيّ لمحاولة إجراء حديث مع زوجة أحد السّوفييت الهاربين ، بينما كانت محتجزة في إحدى الطّائرات ، وقال " أ . م . روزنتال " رئيس التّحرير التنفيذيّ للصحيفة : << يجب ألاّ يتكّر المخبرون الصحفيّون >><sup>(3)</sup> .

إنّ عمليّة استباحة الخداع للوصول إلى المعلومات لامبرر أخلاقيّ لها ، وإن كان الكثيرون يحتجّون بمنطق المصلحة العامّة المحقّقة من كلّ ذلك ، خاصّة وأنّ مثل هذه التّجاوزات كثيرا ما يفضي إلى جرائم أخرى

(1) حسن عماد مكّاوي - أخلاقيات العمل الإعلامي (دراسة مقارنة) - ، ص 230 .

(2) المرجع نفسه ، الصّححة نفسها .

(3) جون هونبرج - الصحفيّ المحترف - ، ص 515 .

أمام حيادية لا مسؤولة من طرف المخبرين ، وهذه الأخيرة لا يمكن لها أبدا أن تخدم المصلحة العامة بأي حال من الأحوال ، بل هي تجسد فقط نظرية " الغاية تبرر الوسيلة " .

### 3- السبق الصحفي في فتح الشائعات

كثيرا ما تتطوي سرعة نقل الأخبار على بعض المخاطر مثل عدم توخي الدقة ، وعدم التأكد من المصادر وهذا أكبر عيب قد يصيب أخبار السبق الصحفي ، فمن المعروف أن عملية نقل خبر بطريقة طبيعية بعيدة عن أي سبق تخضع لمؤثرات جمّة ، قد تؤثر حتى في مصداقية الخبر ، فموضوع توخي الدقة الوصفية والصدق المؤكّد والموضوعية التامة قد يكون أمرا صعبا على رجل الإعلام تجسيده ، لذلك تبقى هذه الأمور نسبية جدا ، ولكن هذا لا يعني أبدا التسليم لتسويه الخبر ، بل معنى ذلك أن يكون رجل الإعلام أكثر حذرا من قبل في حالة الإسراع بالفوز به ، لأنّ عامل الوقت قد لا يساعد على احترام مبادئ الدقة في أمور عدّة وتفصيل قد لا تكون آتية ، فالساعة هي العقبة الرئيسية التي تقف بين الصحفي وبين قول الحقيقة ، إذ وعلى العكس من المؤرّخ أو الباحث الاجتماعي اللذان يواجهان بعض الحدود الزمنية اليومية أو الأسبوعية لتسليم أعمالهم ، فإنّ الصحفي يخضع لمتطلبات النشر أو البثّ في الوقت الذي يبحث فيه عن المادة الضرورية لتقديم تقرير كامل ، وبالرغم من أنّ المخبر الصحفي يميل إلى أن يعطي الجمهور إحساسا بالكمال والحقيقة في تقاريره بشكل تقريبي ، عدى عن هذا فإنّ الطموح الزائد لرجل الإعلام في كسب اهتمام الجمهور لمؤسسته الإعلامية قد يهوّن عليه حتى افتعال الشائعات لتحقيق هذا الغرض (1).

والمعروف أنّ الشائعة<sup>٥</sup> - حسبما يراها كثير من الباحثين - : >> رواية تنتقلها الأفواه دون التركيز على مصدر يؤكّد صحتها ، أو أنّها اختلاق لقضية أو لخبر ليس له أساس من الواقع ، أو هي مجرد التحريف بالزيادة أو النقصان في سرد خبر يحتوي على جزء ضئيل من الحقيقة ، وكلّه ممّا قد يعبر عنه باللفظ أحيانا أو بالكتابة والرسم في أحيان أخرى << (2)، وقد تنتقل الشائعات عن طريق الصحافة أو الإذاعة أو مختلف أجهزة الإعلام أو وسائل الاتصال كما أنّ لها أشكال أخرى يمكن أن تستغلّها ، ولعلّه من الخطر أن تتخذ مكانا لها في الصحيفة ، وقد أخذ عمود الشائعات في صحف الإثارة يشغل القراء في كلّ مكان ، وهو ليس جديدا على صحف الولايات المتحدة إلّا أنّه أصبح في الصحافة المعاصرة أكثر إثارة وحيوية ، الأمر الذي دفع السلطات إلى تعطيل بعض الصحف نتيجة لما تضمنته أعمدة الشائعات من أمور تفسد علاقات الحكومة بالدول الأجنبية ، والجدير بالذكر في عمود الشائعات أنّه كثيرا ما يلجأ كاتبه إلى الحس والتخمين والتنبؤ بما سيكون وبسط هذا كلّه على أنّه حقيقة واقعية (3) ، وقد تؤدّي الشائعة أو كما يسمّيها البعض " الدردشة "

(1) عاطف علي العبد - الاتصال والرأي العام - دار الفكر العربي ، القاهرة 1993م ، ص 122 .

٥ من أهمّ التعريفات التي خصت الشائعة ما ذكره الدكتور \* مختار التهامي \* حين قال : >> الشائعة هي الترويج لخبر مطلق لا أساس له من الواقع أو تعمد المبالغة أو التهويل أو التسويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة ، أو إضافة معلومة كاذبة أو مشبوهة لخبر معظمه صحيح ، أو تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع أو الحقيقة ، وذلك بهدف التأثير النفسي في الرأي العام .... << ( المرجع نفسه ، ص 120 )

(2) محمد فريد محمود عزت - بحوث في الإعلام الإسلامي - دار الشروق ، جدة - المملكة العربية السعودية 1983م ، ص 14 .

(3) المرجع السابق ، ص 122 .



بعد التثبت منها إلى حكايات صحفية ، ولكن بعض المخبرين يعتقدون أنه من الواجب إرسالها أولاً لـ "بنة" التثبت بعد ذلك من دقتها ، والسبب في ذلك أن مهنة الصحافة تتسم بالمنافسة الشديدة ، ولا يريد المخبرون أن يرسل منافسهم معلومات فشلوا هم في إرسالها إلى صحفهم ، وما إن تكتب قصص الشائعات حتى تفرغ على المخبرين الصحفيين مهمة تأكيدها ، وكانت طريقة نشر الشائعات تستخدم لتؤدي إلى ما كان يسمى "انفراداً لمدة يوم واحد" ، وقد عُرف بعضها فيما بعد على أنه أكثر القصص انفراداً في التاريخ ، لأنهم باختصار لم تثبت صحتها. (1)

ومن الواضح أن مثل هذا التجاوز الإعلامي قد يعطي مصداقية زائفة للشائعات كونها مقدمة من طرف وسيلة إعلامية دورها الأساسي تزويد الجمهور بما خفي عليه من معلومات ، ومن جانب آخر فأجهزة الاتصال الرسمية - على الرغم من أنها تنتهج خطأً فكرياً وسياسياً وأيديولوجياً محدداً - فإن بعض الشائعات قد تنتقل عن طريقها ، ولذلك فالناشرون المسؤولون والمذيعون يتعلمون ويتدربون وتصبح لديهم الخبرة التي تمنعهم عن إعطاء بيانات خاطئة أوحى التصريح بها ، وتجعلهم على حذر من الإدلاء التي لا أساس لها من سند صريح أو مصدر منقول. (2)

رغم هذه الاحتياطات والاستعدادات لتجنب الوقوع في فخ الشائعات إلا أن الأمر يغدو مستحيلاً خاصة إذا استخدمت الإشاعة كطعم للتشكيك وتحطيم الثقة بمصادر إعلامية معينة ، وقد ظهر هذا الأسلوب في أوائل الحرب العالمية الثانية ، حيث كانت محطة الإذاعة البريطانية محل ثقة ليس من جانب الشعوب المحايدة فقط بل من طرف الشعوب المتصارعة نفسها ، ورغم النجاح الذي أحرزته القوات النازية في حروبها المتعددة إلا أنها لم تر من مصلحة النظام النازي ما وصلت إليه المحطة ، إلى حد أن اعتبر سماع الإذاعات البريطانية في مختلف أجزاء أوروبا المحتلة جريمة يعاقب عليها بالإعدام ، ومع ذلك لم ينقطع سبل الاهتمام بالإذاعة البريطانية واتخاذها المصدر المباشر للأخبار حتى في ألمانيا ، إزاء ذلك حاول الجهاز النفسي في وزارة الحرب الألمانية خلق إشاعة تحطيم ثقة الجمهور الأوروبي في محطة الإذاعة البريطانية ؛ خلال تلك الفترة كانت تخضع محطة السكة الحديدية الرئيسية في برلين إلى محاولات تدمير مستمرة ، وكانت تلك المحطة رمز النظام النازي ، فقام الألمان بنشر تقارير توحي بأن الإنجليز قد نجحوا في أحد محاولاتهم لتحطيم هذا الرمز ، وأكدوا ذلك بسيل من البطاقات الذي خرج من ألمانيا إلى أصدقاء لبعض أفراد المجتمع الألماني في سويسرا والسويد وإسبانيا ، أي في البلاد المحايدة مؤكداً الواقعة ، (3) وعندما وصلت الإشاعة المتعلقة بتدمير محطة السكة الحديدية الألمانية إلى بريطانيا أذاعت محطة الإذاعة البريطانية نبأ تحطيمها ،

(1) دافيد بوتر - مخبرو الصحف - تر: محمد مصطفى غنيم ، دار الفكر العربي بالاشتراك مع مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر ، القاهرة - نيويورك 1956م ، ص 191-192 .

(2) غريب محمد سيد أحمد - علم اجتماع الاتصال والإعلام - دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية 1996م ، ص 184 .

(3) كثيرا ما كان الألمان يستخدمون الشائعات في الحرب العالمية الثانية لتخويف الشعوب التي كانوا يخططون لاحتلالها ، ويستخدمون لثقتهم بجهنم أناس مغرضين يعملون لحساب المخابرات الألمانية ، حيث يقومون بنشرها بين الناس في أماكن التجمع الجماهيري (أحمد محمد المصري - العلاقات العامة - مؤسسة شباب الجامعة للطباعة والنشر والتوزيع ، الإسكندرية 1995م ، ص 61)

(4) غازي إسماعيل رباحة - الرأي العام والعلاقات العامة - دار البشير ، صان - الأردن 1988م ، ص 132 .



معلّقة عليه بالكثير من التفاصيل عقب فترة من الصّمت جعلت محطة الإذاعة البريطانية تتردّد في تأكيد الخبر وتنتشر فحواه ، عندها فقط خرجت وزارة الدّعاية الألمانيّة على العالم برّد فعل يكشف مدى براعتها في التّخطيط بقصد القضاء على مصداقيّة هيئة الإذاعة البريطانيّة ودعت بعض الصحفيّين والمراسلين الأمريكيّين إلى المحطّة المذكورة ليُشاهدوا بأنفسهم كذب واختلاق الواقعة .<sup>(1)</sup>

وهكذا وقعت محطة الإذاعة البريطانيّة في فخّ الشّائعة الذي نصبه لها النّازيون ، ولعلّ مثل هذا الأمر يكثر خاصّة فترة الحروب والأزمات ، ذلك أنّ الأحداث تحمل في كلّ يوم جديدا يستحقّ الذّكر ممّا لا يدع فرصة للصحفيّين - أثناء البحث والتّدقيق وراء صحّة خبر معين - أن يتداركوا الأخبار الأخرى المتدفّقة ، خاصّة مع رغبة الجمهور الملحة والتي تحاصر وسائل الإعلام لتفرض عليها تقديم كلّ جديد بشكل دائم ومستمر ، ممّا يبتعد بها تدريجيّا عن تحريّ الصدق كلّ الصدق أو الحقيقة كلّ الحقيقة ، إضافة إلى كون النّاس ميّالون أصلا إلى تصديق الشّائعات مع كونهم يفتقدون للسّبيل الذي يسمح لهم بمراجعة ما يسمعون وطرحه على معايير الصدق وهم بعيدون عن مسرح الأحداث ، فضلا عن أنّه يصعب عليهم تكذيبها إذا ما بُنيت على مجرد المبالغة المقصودة والمزايدة الواضحة في نقل الخبر .<sup>(2)</sup>

وبهذا الشّكل صارت وسائل الإعلام - وفي سبيل تحقيق السّبق الصحفي - كثيرا ما تقع ضحيّة الشّائعات أو الخدع المحيطة بها ، في خضمّ الأحداث الساخنة كالذي حدث مؤخرا حين بثت وسائل الإعلام المرئيّة شريطا مزورا لعمليّة إعدام رهينة أمريكيّة في العراق ، وبعدها اعترف أحدهم - وهو أمريكيّ - أنّه قام على سبيل المزاح بفبركة هذا الشّريط حسب ما نقلت وسائل الإعلام المحليّة عن وكالة " الأسوشيتد برس " ، وشرح " بنجامين فاندنر فورد " في اتّصال معه بمقره بسان فرانسيسكو أنّه قام بتزوير الشّريط في منزل أحد أصدقائه مستخدما دما اصطناعيا ، وذلك لعدّة أسباب أوّلها لفت الانتباه وثانيها لإثبات كم يسهل تزوير هذا النوع من الأشربة ، ويظهر الشّريط الذي بثّه أحد المواقع على شبكة الانترنت رهينة أمريكيّة تعلن أنّها سيتمّ قطع رأسها على يد الزّعيم المفترض لتنظيم القاعدة في العراق " أبو مصعب الزّرقاوي " ، ويطلب الأمريكيّ المخطوف في الشّريط الانسحاب الفوري للقوات الأمريكيّة من العراق بحسب ما أعلنت قناة " العربيّة " الفضائيّة ، ويظهر الرّجل وهو يتحدّث أمام الكاميرا إلّا أنّ الصّور بُثت من دون إذاعة الصّوت ، ولم تظهر في الشّريط عمليّة القتل ، وكان موقع إسلاميّ على شبكة الانترنت أفاد في وقت سابق أنّ شريط الفيديو المذكور كان مزورا ، وأبلغ " فاندنر فورد " وكالة " الأسوشيتد برس " في وقت لاحق أنّه نفذ مشهد الذّبح باستخدام مادّة تشبه الدّم وبدأ في توزيع شريط الفيديو على الانترنت منذ شهور وقال المذكور : >> كان هذا جزءا من خدعة بارعة لم ينتبه إليها أحد حتى الآن وقد نفذتها لسببين ، أحدهما لجلب الانتباه والثّاني لبيان أنّ مثل هذه الأمور يمكن أن تُلّفّق بسهولة <<<sup>(3)</sup> ، ومع تتابع حلقات مسلسل اختطاف الرّهائن وأشربة التهديدات على الأرض العراقيّة خلال فترة قصيرة كان من السّهل على الوسيلة الإعلاميّة أوّلا

(1) المرجع السابق ، ص 133 .

(2) عبد اللّطيف حمزة - الإعلام والدّعاية - دار الفكر العربي ، 1984م ، ص 30 .

(3) الفضائيات العربيّة تقع ضحيّة خدعة الجزيرة تتعرّض للإغراق ، شبكة النّباءالمعلوميّة ، www.annabaa.org (تاريخ الدّخول: 10 أوت 2004م)

والجمهور ثانياً تصديق مثل هذا الشريط ، مع أن اللوم في هذه القصة المفبركة يقع عاتقه على الوسيلة الإعلامية ، إذ أنها هي المسؤولة على التحري قبل بث الشريط ، لكن سرعة بثه للفوز بالسبق الصحفي هو ما دفعها للوقوع في فخ الشائعة خاصة وأن التحريات بعد ذلك أثبتت تزويره .

يمكن القول في الأخير بأن طريق السبق الصحفي مليء بالتجاوزات ، وليس من السهل أن تسلم الوسيلة الإعلامية منها لأنها مرهونة بدقات عقارب الساعة المتلاحقة والتي يبنى عليها أساسا النشاط الإعلامي ، فإذا سلمنا بأنها تتبرأ من صفة الكذب وتلفيق القصص كما تبين بالنسبة لكثير من الوسائل الإعلامية الأجنبية التي ترفع شعار " الغاية تبرر الوسيلة " ، فهامي ذي تقع في فخ الشائعات دون قصد منها ذنبها الوحيد في ذلك هو أنها بين مطرقة الوقت وسندان المنافسة .

### ثانياً : بين حرية الصحافة وخصوصية الأفراد

تحدثت الدراسة قبلاً ومطوّلاً عن واقع الصحافة في جو التضييق والتعقيم الإعلاميين ، اللذان يقفان حاجزاً أمام نشاط صحفي ناجح تغذيه المنافسة والسبق الصحفي ، وبيّنت ما يعيشه الإعلامي من تحديات بصفة عامة في ظروف الحروب والتوترات والنزاعات والمصالح المتضاربة ، ولعلّ هذا ما دفعها إلى تسليط الضوء على جانب " حرية الصحافة " التي تنادي بها الأوساط الإعلامية لمنع حدوث مثل تلك المظاهر السالفة الذكر ، وفيما يخص الجانب التنظيري لهذه الفكرة فإن الصحافة تتبنى وبشدة الرأي القائل بحق الإنسان في تتبع الحقيقة أينما كانت ، وضرورة الحدّ مما يحتمل أن يتدخل في ممارسة هذا الحق ، ولقد نادى فلاسفة الحرية مثل " جون ملتون " و " جون لوك " بأن ترفع الحكومة يدها على المطبوعات ، مؤكدين على الحرية الفردية والتي تبلورت في صورة نظرية الحرية المشهورة ، وقد عملت الصحافة في ظلّ هذه النظرية على كشف وتقديم الحقائق ، فهي حسب رأيهم لا تستطيع أن تقوم بذلك إذا خضعت لسيطرة خارجية عن ذاتها ، والواقع أنّ نظرية الحرية لا تعطي للصحافة وحدها حرية التعبير ، ولكنها تجسّد أيضاً حرية الجمهور في اختيار مصادر معلوماته ورفض مصادر لا يرى أنها تقدّم الحقيقة ، وكأنّ هذا الحق هو أكثر العوامل حسماً في ضرورة أن تلتزم الصحافة بالحقيقة ، فالحرية هنا تنتمي للجمهور أكثر ممّا تنتمي لرؤساء التحرير أو الناشرين (1).

ومع مرور السنوات كثر الجدل حول حرية الصحافة ووسائل الإعلام المختلفة في كل بلاد العالم ، فمن قائل أنّ هذه الحرية يجب ألا يكون لها حدّ ، وحجّيته في ذلك أنّ في الصحافة ووسائل الإعلام بوجه عام دواءً يشفي من دائها ، ذلك أنّ القارئ الحديث أصبح يقرأ أكثر من صحيفة والمستمع والمشاهد يستمع لأكثر من إذاعة ويشاهد أكثر من تلفزيون ، ومن ثمة كان الضرر الذي تحدثه وسيلة إعلام ما تصلحه وسيلة أخرى ، ومن قائل أنّ حرية الصحافة ووسائل الإعلام المختلفة يجب أن تكون لها حدود ، وأنه على الحكومة أن تضع

(1) حمدي حسن - مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال - ، ص 167 .

لذلك الوسائل طائفة من القيود التي تكفل صيانة الأمن ، وحجبيته في ذلك أن الدولة مسؤولة عن هذا الأمن في الدّاخل وفي الخارج .(1)

و مع التدقيق فيما يعكسه هذا المفهوم من نقاشات مطوّلة يظهر أنّ الصحافة تخلط بين حريّتها في ممارسة العمل الإعلّميّ كمؤسسة اجتماعيّة ، وبين تولّيها مسؤوليّة نشر المعرفة بين الأفراد تحت غطاء مبدأ الحقّ في المعرفة ، والظاهر أنّ كلا الوجهين مختلف رغم أنّهما لعملة واحدة ، إذ أنّ نشر الصحافة لأخبار الجنس والجريمة بشكل مبالغ فيه ، لم يكن أبداً حقاً معرفياً للجمهور بقدر ما هو تجسيد واضح لحريّة غير مسؤولة تتمتع بها المؤسسة الإعلّميّة ، ومن هنا جاءت الانتقادات حول انتهاك خصوصيّة الأفراد والتي تعبّر عن حقهم في عدم إفشاء أو نشر معلومات عنهم ، فثمّة أمور تدخل في عداد الخصوصيّات ، كالإدلاء بالأصوات في الانتخابات ، وما يتضمّنه خطاب ما قد أرسل عن طريق البريد... إلخ ... (2) ، ولقد نصّت العديد من التّشريعات الإعلّميّة وقرارات المحاكم على ضرورة حماية مبدأ " الحقّ في الخصوصيّة " ، ويعني ذلك أنّ لكلّ شخص الحقّ في حماية أسرار أسرته وحماية الحياة الخاصّة من النّشر والتداول والتّشهير ، رغم أنّ هذا المبدأ يتعارض مع مبدأ الحقّ في المعرفة والذي تنادي به وسائل الإعلام لسنوات طويلة .(3)

وتكمن مشكلة الخصوصيّة في كفيّة بحث وسائل الإعلام عن المعلومات بدون أن تعتدي على حقوق الآخرين ، ويهتمّ القانون العرفي للخصوصيّة بالضّر الذي يمكن أن يتحقّق للأفراد نتيجة اقتحام وسائل الإعلام لحياتهم الخاصّة ، وشيئا فشيئا تمادت الصحافة في ممارسة حقوقها وحريّتها حتى غدت ظلّاً ثقيلاً يضيق الخناق على خصوصيّة الأفراد ، ويتجاهل أيّ حقوق أخرى تقف أمام تحقيق المزيد من الإثارة والنّجاحات تحت مسمّى " السبق الصحفي " ، وصار ثمن الشهرة غال جداً ، وراحت تطفو إلى السطح جملة من الظواهر التي تُحسب على الصحافة اليوم لتجعل منها محلّ الانتقاد والاستنكار والإتهام ، وكلّ هذا بسبب التّجاوزات التي راحت تغضّ الطرف عنها في سبيل تحقيق سبق صحفي على حساب حياة الأفراد الخاصّة ، دون اعتبار للأضرار التي تخلفها عليهم ، ويمكن حصر جملة منها على النحو التالي :

## 1- القذف والتّشهير

حين يتناول المخبر قلمه ليكتب الأخبار في الجريدة التي يعمل بها ، أو أيّ وسيلة أخرى فإنّه يتعامل مع قيمة عالية ، هي السّمة الطيّبة للنّاس وسيرهم ، فلسمعة الشّخص واسمه النّظيف قيمة ملموسة ، وإذا ألحقت ضرراً بسمعته فقد أضررت بمنزلته في الجماعة وأضررت كذلك بوسائله في كسب القوت ، فإن كان الضّرر ظلماً وعدواناً ، حقّ للمطعون فيه أن يرفع دعوى مطالبة بتعويض عمّا لحقه من أضرار ، والسبب

(1) محمد فريد محمود عزّت- دراسات في فنّ التّحرير الصحفي في ضوء معالم قرآنيّة - ، دار الشروق ، جدّة - المملكة العربيّة السّعوديّة 1984م ، ص 75- 76 .

(2) شريف برويش- تكنولوجيا الاتّصال (المخاطر والتأثيرات الاجتماعيّة) - ، ص 183 .

(3) حسن عماد مكّاري - أخلاقيات العمل الإعلّمي (دراسة مقارنة) - ، ص 285 .

هو الكلام العام الذي من شأنه أن يخدش الشرف دون أن ينصب على واقعة معينة ، فإذا جاء الطعن علنا وكان منصبا على واقعة محددة معينة عد قذفا بحيث تتوافر فيه أركان العلانية أو التشهير والضرر .(1)

وتعتبر قضية القذف والتشهير من القضايا التي عرفت نقاشات مطولة في الساحة الإعلامية ، ذلك أنها تمس - ويشكل مباشر - حق الأفراد في تمتعهم بسمعة طيبة ، بعيدا عن مسميات السب والشتم وتشويه السمعة والتشهير والتحقير واللمز وغيرها من المسميات ، فمنذ ما يزيد على ستة قرون أدركت المحاكم في إنجلترا والولايات المتحدة الأمريكية قيمة سمعة الأفراد وأدركت أيضا أنه يمكن إيذاء هذه السمعة من خلال الكلمات العلنية سواءً باتهام الآخرين بارتكاب جريمة أو أمر لا أخلاقي وغير ذلك ، وقد سمحت المحاكم لمن يقع ضحية الكلام المؤذي أن يقاضي الذين ينتقصون من شأنه أو يحقرونه ويحصل على مبالغ توازي حجم الأذى الذي تعرض له بتقدير من المحكمة طبقا لقانون تشويه السمعة المعروف بقانون " القذف " ، وكل ذلك مبني على أساس الضرر الذي يلحق الأفراد بغير حق (2) ، وجريمة القذف تعرض الشخص بغير حق لكرهية الرأي العام أو احتقاره أو السخرية منه أو التهجم عليه ، سواء كان ذلك بعبارات صريحة أو بالتلميح أو باللمز والغمز ، ولايهم هل يكون ذلك الرأي العام كبيرا أو صغيرا ، ما دام ركن العلانية قد توفّر بالنشر .(3)

وللقذف تعريفات شتى أهمها ما أورده " جون هونبرج " من أنه إذا قام شخص بتجريح آخرين على صفحات الجرائد بدون أساس قانوني سليم ، فإن هذا الشخص يرتكب مع مؤسسته جريمة " القذف " ، وعليه أن يتحمل العواقب ، وإذا اقترب الشخص نفس الفعل على الهواء فهذا افتراء أو سب شفهي ، أما إذا وجد نص مكتوب للمادة المذاعة فالمخالفة هي " قذف " ، وورد تعريف آخر دقيق للقذف في قسم العقوبات لولاية نيويورك يتضمن : >> " أن النشر الذي يتعمد الأذى ويأخذ شكل الكتابة أو التصوير أو يأخذ شكل الدُمي أو علامة ما أو ما يشبه ذلك وهو يختلف عن التعبير الشفهي ، والذي يعرض أي شخص حي أو ذكرى شخص ميت للكرهية أو للاحتقار أو للعار ، مما يسبب أو يؤدي إلى تجنب الشخص والابتعاد عنه ، والذي تتوافر لديه نية الإيذاء لشخص أو لشركة أو لمجموعة من الأفراد في عمله أو عملهم أو في مهنته أو مهنتهم يعد كل هذا " قذفا " << ، ويستشهد بعض الكتاب خطأ بحق التعليق العادل على أفعال الشخصيات العامة ( السياسيين ، الفنانين ، وغير ذلك من الشخصيات ) كدفاع مطلق ، ولكن كتاب الافتتاحيات والمعلقون يتحملون العواقب عندما ينتقدون أو عندما تسيير ملاحظاتهم في الطريق الخطأ بعيدا عن الاهتمامات المهنية المحضة ، لتمس الحياة الشخصية للأفراد فتظهر بذلك نية تعمد الأذى القابل للإثبات ، واستخدام اصطلاحات مثل " المزعموم " أو " المتهم " أو " المشتبه فيه " كلها لا تمثل دفاعا ضد القذف ، ولا يستطيع المحررون أن يكتفوا بأن يقولوا أنهم يكررون شيئا اتضح أنه غير حقيقي ، ولا يحميهم هنا الاعتراف بالحق أو حتى التكذيب من تهمة القذف ، فهذه الأمور وإجراءات أخرى تعد دفاعا جزئيا ، الغرض منه تقليل الضرر لا أكثر .(4)

(1) ستانلي جونسون ، جوليان هاريس - استقاء الأبناء فن (صحافة الخبر) - ، ص 176 .

(2) ليونارد راي نيل ، رون تيلور - مدخل إلى الصحافة : جولة في قاعات التحرير - تر:حمدي عباس ، ط2 ، الدار الدولية للنشر والتوزيع ، القاهرة 1998م ، ص 167 .

(3) المرجع السابق ، ص 176 .

(4) جون هونبرج - الصحفي المحترف - ، ص 398-399 .

ولقد تعلم الصحفيون من التجربة أنه من ملامح القذف استعمال كلمات ضارة ، فإذا أطلقت صفة " دجال " على طبيب في موضوع منشور أو على الهواء بدون سند قانوني فمن المؤكد أنك ستجد نفسك متورطاً في قضية " قذف " ونفس الشيء يحدث إذا أطلقت صفة " زنديق أو كافر " على رجل دين ، أو إذا قلت على مدرس أنه " جاهل " ، إن هذه الكلمات وغيرها من المصطلحات التي تستخدم دون تبرير قد تؤدي إلى اتخاذ إجراء قانوني ضدك . (1)

وانطلاقاً من هذا فقد أعد القاضي " كليفورد " الأمريكي - وهو من أعضاء المحكمة العليا للو . م . أ - بياناً بالألفاظ الشائنة التي أقيمت على أساسها معظم دعاوى القذف في الو . م . أ ، ومنها ما يلي :

- الألفاظ التي يرددها شخص كذباً ، فتتسبب إلى رجل اقترف عملاً إجرامياً ينطوي على خسة أخلاقية ، بحيث إذا ثبتت هذه التهمة على الرجل أوجبته إدانته وعقابه .

- الألفاظ التي تُقال كذباً عن شخص فتتسبب إليه بأنه مصاب بمرض معدي ، حيث إذا ثبت ذلك عليه العزل عن المجتمع .

- الألفاظ الشائنة التي تُقال كذباً عن شخص فتتسبب إليه على أنه لا أهلية له للقيام بواجبات منصب معين ، أو للتصرف في مال أو افتقاره إلى النزاهة اللازمة في تصريف أعباء ذلك المنصب أو تلك الأموال .

- الألفاظ الشائنة التي تُقال زوراً عن شخص ما فتؤثر في عمله أو في تجارته .

- الألفاظ الشائنة التي تُقال زوراً عن شخص والتي وإن لم تكن في حد ذاتها موجبة للتقاضي فإنها تعرض الشخص لضرر معنوي . (2)

وهناك اقتناع عام بين الصحفيين بأنه توجد بعض الطبقات التي لا يؤثر فيها القذف ، ومن الممكن أن يكتب أويقال عنهم أي شيء دون أن يخشى الصحفي الردع ، وهؤلاء أساسهم طبقة المجرمين الذين يتمتعون بسجل جزائي طويل ، وللهاربيين من العدالة أو الموجودين في المصحات العقلية أو مؤسسات الإصلاح ، والحقيقة أنه من النادر لهؤلاء التفكير في مقاضاة الوسيلة الإعلامية ، ولكن هذا لا يجب أن يجعل الصحفي أقل حذراً . (3)

إن محاولة إظهار الصحفيين لاستقلالهم وتحررهم من أية قيود هي التي توقعهم تحت طائلة قانون القذف ، ويأتي ذلك نتيجة رغبة الإعلاميين في تحدي هؤلاء الذين يمثلون السلطة والقوة في المجتمع ، ولا شك أن وقوع وسائل الإعلام في مطبة القذف والتشهير يمكن أن يقل أو يتلاشى إذا ما راعت تلك الوسائل أهمية تدريب المندوبين والمحررين على العلاقات الإنسانية ، وإذا تم الحرص على المزيد من الدقة والموضوعية والتحرر من تسلط سيف الوقت على رقابهم ولو كان كل ذلك على حساب السبق الصحفي . (4)

(1) المرجع السابق ، ص 404 .

(2) ستانلي جونسون ، جوليان هاريس - استقاء الأبناء فن (صحافة الخبر) - ، ص 177 .

(3) جون هونبرغ - الصحفي المحترف - ، ص 405 .

(4) حسن عماد مكاري - أخلاقيات العمل الإعلامي (دراسة مقارنة) - ، ص 260 .



## 2- التجسس والتطفل على الأسرار الخاصة

ظهر خلال العشرينات في الولايات المتحدة ما يمكن أن يطلق عليه " صحافة عصر الجاز Jazz press " ، ويقصد بها تلك النوع من التغطية التي يعتمد على الإثارة التي تتحقق من خلال التوغل في تقديم المعلومات عن أسرار الحياة الخاصة للشخصيات العامة وللمواطنين ، و تعدّ قضايا اقتحام الحياة الخاصة في الأونة الأخيرة أحد المخاطر التي تواجهها وسائل الإعلام ، ذلك أنّ المحرّر لا يستطيع أولاً يحقّ له أن يحرّج أو يؤذي مشاعر أو الهدوء الذهني للأفراد بالتطفل عليهم في منازلهم أو مكاتبهم أو غير ذلك .<sup>(1)</sup>

وعند هذه النقطة يلاحظ أنّه هناك تغيّر في أخلاقيات الممارسة الإعلامية نحو الأسوأ ، فحين كان " جون كنيدي " رئيساً لـ م . م . أ في الستينات لم يكن هناك مراسل تقريباً لا يعرف عن حكايات " كنيدي " ومغامراته النسائية ، ومع ذلك لم يكتب أيّ مندوب عن هذه المغامرات ، كذلك عرف الصحفيون أنّ " وليور ميلز " رئيس موظفي البيت الأبيض ، وأحد الرجال الأقوياء في واشنطن خلال عهد الرئيس " جون كنيدي " ، أنّه يتعاطى الخمر بشراهة ، ومع ذلك لم يكتب أحد عن ذلك إلى أن ألقى البوليس القبض عليه وهو ينتشي مرحة في أحد الشوارع نتيجة التعاطي ، وخلال عقد الثمانينات وقعت بعض الأحداث التي جعلنا ندرك التغيّر الذي طرأ على أخلاقيات المهنة نحو الأسوأ<sup>(2)</sup> ، فمن المعروف أنّ الخوض في أسرار الأفراد الخاصة كثيراً ما يؤدي إلى طرح قضايا منافية للأداب كأخبار الجنس مثلاً ، إضافة إلى أنّ الحصول على مثل هذه الموضوعات لا يكون إلاّ من طرق ملتوية تبرّر الوسيلة بالغايسة ، فالصحفيون يستخدمون أسلوب المراقبة الخفية ( المتطفلة ، الفضولية ) وربما طرقاً أخرى أكثر انحرافاً بالتجسس في عملية جمع الوقائع ، ويبرّرون انتهاكهم للخصوصية بأرضية القصة الإخبارية " فالبحث عن الحقيقة يبرّر الوسيلة " ، خاصة إذا ما كشفت القصة ممارسات خاطئة ، وإذا ما ساعدت الرأي العام في عملية اتخاذ قرار وفيما يتعلّق بالحكم على الصحفي المتجسس فسوف لن يكون هناك أيّ معيار آخر سوى ضميره .<sup>(3)</sup>

لعلّ عملية التتقيب على الإثارة في حياة المسؤولين الخاصة يمكن لها أن تأخذ بعداً سياسياً أكثر منه إعلامياً ، خاصة إذا أثبت أنّ الصحافة مجرد وسيلة في أيادٍ أخرى تستخدمها كأداة مهمة لتحقيق أغراض معينة ، وغايات وأهداف بعيدة كلّ البعد عن الشعارات المرفوعة والتي تعمل في ظلّها هذه الوسائل الاتصالية .<sup>(4)</sup> ففي شهر ماي 1987 نشرت جريدة " Miami Herald " قصة " جاري هارت " مرشح الرئاسة الأمريكية عن الحزب الديمقراطي في انتخابات عام 1988 ، وتناقلت الشائعات أنّه فاسق وزير نساء ، والمشكلة أنّه كان أحد رموز المجتمع الأمريكي ، وقد اتّهم " هارت " هذه الصحف بالتشهير وعدم توخي الحقيقة ، وعدم نشر وجهة نظره ، وقد أسفرت هذه الحملة الصحفية عن انسحاب " هارت " من الانتخابات ، ويتمثل الجانب للأخلاقي في هذه القصة من خلال اختيار الصحفي للتوقيت المناسب لنشر هذه الأخبار بمناسبة ترشيح

(1) جون هونبرغ- الصحفي المحترف - ، ص 414 .

(2) صن عماد مكاري - أخلاقيات العمل الإعلامي (دراسة مقارنة) - ، ص 278 .

(3) ميلفن مينتشر - تحرير الأخبار في الصحافة والإذاعة والتلفزيون - ، ص 17 .

(4) مرعي منكور - الإعلام الإسلامي وخطر التنقّي الإعلامي التولي - ، ص 13 .



" هارت " للرئاسة ، وكذلك لاتباعها أساليب غير أخلاقية في المراقبة والحصول على المعلومات عن طريق التلصص على الحياة الخاصة ، وقد دافع مدير تحرير جريدة " ميامي هيرالد " عن هذه الاتهامات بأن " جاري هارت " شخصية عامة ومن حق الناس أن يعرفوا كل شيء عنه . (1)

ولقد أثبتت الفضائح الأخلاقية للمسؤولين الأولين للبلاد والتحقيقات التي جرت حولها أن هؤلاء الذين يشغلون مناصب عامة لا يمكن أن يجعلوا حياتهم الشخصية تتدخل في كفاءتهم كموظفين عموميين ، ففضح السلوك المخمور لأحد رجال الكونجرس مثلا ، واستخدام المال العام في الانفاق على العشيقات ( قضية الرئيس الأمريكي السابق " بيل كلينتون " مع سكرتيرته " مونिका لوينسكي " ) قد لا يكون جديرا بجائزة صحفية ، ولكن مثل هذه الأعمال نشرت وثبتت على نطاق واسع ، أما بالنسبة لفضيحة " أبسكام " والتي قام فيها أحد عملاء مكتب التحقيقات الفيدرالية بتمثيل أحد الأثرياء الغرب ، وقدم رشوة للعديد من رجال الكونجرس وأحد أعضاء مجلس الشيوخ ، مما دعم الشعور بأنه على هؤلاء الذين يشغلون المناصب العامة أن يكونوا مسؤولين عن سلوكهم في كل وقت ، وقد ثبت هذا تماما عندما قام مجلس الشيوخ بإرغام " ريسون ويليامز " على الاستقالة وهو مندوب الحزب الديمقراطي على ولاية نيوجرسي بعد إدانته في قضية " أبسكام " ، وثبت هذا أيضا باستقالة الرئيس الأمريكي " نيكسون " إثر فضيحة " ووترجيت " التي استحوطت بفضلها " الواشنطن بوست " جائزة بوليتزر للصحافة بجدارة ، ولقد قام " بان رنلي " رئيس تحرير جريدة " الواشنطن بوست " بوضع هذه التعليلة لمحرريه حول الكتابة عن شاغلي الوظائف العامة : >> طالما أنه لا يؤثر على واجباتهم العامة فإن كل ما يفعلونه هو شيء خاص بهم << . (2)

وإذا كان الكشف عن الفساد هو ذريعة الباحثين عن السبق ضمن خصوصيات الأفراد ذوي المناصب الحساسة في البلاد ، فإن هذا لا يعني أن تصوير الصحافة لصيقة بالأفراد لدرجة أن تؤثر على حياتهم الشخصية ، كما هو الحال في قضية حادث سيارة الأميرة " ديانا " سنة 1997 في نفق بباريس ، وليس من شك في أن أصابع الاتهام وجهت - قبل أن يرفعها شقيقها - إلى وسائل الإعلام ، فقد علم المشاهدون أن سبب الحادث هو محاولة هروب السائق من مطاردة كاميرات الصحفيين لها ، وكان واضحا أن السبب في حادث الموت هذا هو غزو الخصوصية الفردية من قبل وسائل الإعلام ؛ فمتابعة الشخصيات العامة والساسة والقادة واحد من الأمور المثيرة لشهية وسائل الإعلام ، والمثيرة كذلك لشهية الجمهور المتلهف دوما لمعرفة خصوصيات الناس ، إنها شهوة حب الاستطلاع ، وشهوة امتلاك الأسرار وكشفها ، وهذا ما جرى " لديانا " التي صرحت في مقابلة صحفية معها بأن : >> مطاردة الصحفيين تجعلك ترى نفسك سلعة لوسائل الإعلام الباحثة عن السبق الصحفي من خلال الأسرار الخاصة << . (3)

ذاك إذا هو ثمن الشهرة ، مع أنه هناك اختلاف شاسع بين الإعلاميين بشأن الأشخاص الذين ينبغي نشر أخبارهم الخاصة ، فهناك اتجاه يرى أن الشخصيات المشهورة ليس من حقها الاحتفاظ بأسرارها الخاصة بل

(1) حسن عماد مكايي - أخلاقيات العمل الإعلامي (دراسة مقارنة) - ، ص 279 .

(2) جون هوهنبرغ - الصحفي المحترف - ، ص 428 .

(3) صالح خليل أبو أصبع - تحديات الإعلام العربي: المصادقية، الحرية، التنمية والهيمنة الثقافية - ، ص 33 .

يجب نشر أخبارهم باستمرار ، فيما يرى الاتجاه الآخر أنّ الأشخاص المشهورين لهم الحقّ في حماية خصوصياتهم وأسرارهم من الإفشاء<sup>(1)</sup>؛ ولهذا صار بالإمكان الجزم بأننا نعيش عهدا جديدا وقويًا من عهد " الصحافة الصّغراء " التي تركز على الإثارة والشّهوات ، وتلك من خلال خطبات صحفية مضمونها الأوحى يوميات مشهور أو فنان أو شخص عام ، في وقت يبحث فيه كلّ هؤلاء عن حياة هادئة وخاصة بعيدة عن أعين المراقبين وعدسات الصحفيين الذين لا يعترفون بشيء اسمه الأسرار والحياة الخاصة .

### 3- الأحكام المسبقة

تحدثت الدراسة عن جريمة التشهير أو القذف وأبرزت الضرر الذي تلحقه بسمعة الأفراد ، كما أكدت على أحقية الأشخاص في الاحتفاظ بسمعة طيبة داخل المجتمع ، وعليه صار من الواجب الوقوف عند نقطة مهمة تتصل بقضية السمعة دائما ، وهي الأحكام المسبقة التي كثيرا ما تطلقها وسائل الإعلام في أوساط الرأي العام دون تأكيدات واضحة ، فالمعروف لدى أهل الاختصاص أنّ " المتهم بريء حتى تثبت إدانته " ، لكن الصحافة لا تقف عند هذه المقولة وهي تبحث عن السبق الصحفي حتى وإن كانت تدعي الموضوعية في طرحها والحيادية ، إذ أنّ مجرد تقديمها للوقائع يتسبب في تحريك غريزة الرأي العام المتسرع دائما في إطلاق الأحكام المسبقة التي يصعب تفنيدها إذا ما استحكمت في أذهان الجمهور .<sup>(2)</sup>

وتعد أخبار المحاكمات والجرائم مادة أساسية لجذب القراء في ضوء المنافسة الشرسة بين الصحف ، كذلك اتسم عقد العشرينات بظهور عالم الجريمة المنظمة ، وكانت أخبار جرائم العصابات هي المادة الأساسية التي تلهث وراءها الصحف ، وتحتلّ العناوين الأساسية على الصفحات الأولى ، وحين كان يتم القبض على شخص مشتبّه فيه بتهمة القتل كان الصحفيون يتنافسون بشدة من أجل جمع الأدلة التي تثبت التهمة على هذا الشخص ، ويسعى آخرون إلى جمع أدلة تثبت براءة نفس الشخص<sup>☆</sup> ، ونتيجة هذه الممارسات غير المسؤولة من جانب الصحف كثيرا ما اكتشف أنّ شخصا بريئا تمت إدانته من خلال حكم غير صحيح ، وذلك نتيجة تحيز القضاة بسبب الأحكام المسبقة التي تنشرها الصحف ، مثلما حدث عام 1968 حين كانت المحكمة تنظر في قضية اغتيال السيناتور الأمريكي " روبرت كندي " حيث أدى تدخل وسائل الإعلام إلى الحيلولة دون حقّ المتهم " سرحان بشارة " في أن يحظى بمحاكمة عادلة ، فقد التقطت الكاميرات التلفزيونية صور " كندي " وهو طريح على الأرض أمام فندق " أمباسادور " بلوس أنجلوس ، وسجلت الكاميرات هذا المشهد الذي يظهر فيه المسئس " أداة للجريمة " بعيدا عن متناول يد المتهم ، ونشرت الصحف أخبارا عن وجود سيارة " سرحان بشارة " قريبة من موقع الحادث<sup>(3)</sup> ، كما نشرت أنّ البوليس اكتشف وجود بعض الأوراق

(1) حسن عماد مكاي - أخلاقيات العمل الإعلامي (دراسة مقارنة) - ، ص 277 - 278 .

(2) المرجع نفسه ، ص 294 .

☆ كانت الصحف تعقد محاكمات خاصة بها ، بالإضافة إلى المحاكمات التقليدية للمتهمين عن طريق القضاء ، وخلال هذه المحاكمات التي كانت تجريها كان يتم الاستعانة بمصادر من بعض ضباط الشرطة ، وبعض القضاة والمحامين الذين يرغبون في تحقيق الشهرة وظهور أسماءهم على الصحف ( المرجع نفسه ، ص 295 )

(3) المرجع نفسه ، ص 301 - 302 .

المدون بها خطة الاعتقال عند تفتيش منزل المتهم ، ولا شك أن نشر مثل تلك المعلومات قبل انتهاء المحاكمة من شأنه أن يؤثر على عدالة المحكمة وحياد القضاء وقد بدأ هذا النظام في التغيّر ، وذلك بسبب تخلي بعض الصحفيين عن الممارسات غير المسؤولة والرغبة في تحقيق السبق الصحفي على حساب المواطنين ، وكذلك بروز التلفزيون كمنافس خطير للصحف حيث لم يكن التلفزيون يهتم بتغطية أخبار الجريمة بالتفصيل ، كذلك ظهر صحفيون متدربون في معاهد متخصصة يحرصون على توكي الدقة والمسؤولية الاجتماعية فيما ينشرونه من أخبار ، وذلك فضلا عن زيادة نسبة التعليم والوعي ، وظهور بدائل تحقّق الإثارة بدرجة أكبر من الصحف ، مثل الجرائم التي تعرض في مسلسلات التلفزيون والأفلام السينمائية (1) ، كذلك صارت كثير من جلسات الاستماع مغلقة أمام وسائل الإعلام على أساس النظرية التي تقول بأنّ أعدل وأصدق تغطية إخبارية سوف تضيّع بشكل ما حقّ المتهم في المحاكمة العادلة . (2)

وفي اتفاقية واشنطن تمّ تحذير الصحافة من إيداء الرأي قبل المحاكمة في كون المتهم مذنباً أو بريئاً في شخصيته ، أو الاعترافات أو أسانيد المتهم أو أيّ نوع من المعلومات التي قد تؤثر على الحكم قبل إصداره ، وعلى ذلك لم توضع قيود على الكتابة عن شخصية المتهم أو معلومات عن سيرته واسم الوكالة التي تقوم بالتحقيق معه وظروف إلقاء القبض عليه ، على أن يخضع ذلك لمقاييس الدقة العادية في الصحف وعلى حسن تقدير الصحفي . (3)

والملاحظ أنّ إصدار الأحكام المسبقة يعود أساساً إلى ثلاثة أمور ، أولها : البحث عن تحقيق السبق الصحفي بالقصة ، ثانيها : عدم تحرّي الدقة أثناء البحث ، ثالثها : تقديم خليط من المعلومات والآراء وكأنّها صادرة عن أهل الاختصاص من رجال القضاء ، وهذه أكبر الأخطاء التي تقع الصحافة فيها .

والظاهر أنّ مشكلة الخصوصية تكمن في كيفية بحث وسائل الإعلام عن المعلومات بدون أيّ تعدٍ على حقوق الآخرين ، وفي القرن الحادي والعشرين ستظلّ حقوق الإنسان في الخصوصية محورا من المحاور التي تشكل أكبر التحديات الأخلاقية لوسائل الإعلام ، وبلا شك فإنّ تطور التكنولوجيا وتوفرها والتي تزداد كفاءتها في التسلل إلى حياة الأفراد والتلصص عليها ، وتزايد القدرة على الحصول على المعلومات بشكل ملفت للانتباه ، سوف يجعل من الخصوصيات في هذا القرن جزءاً من تساؤل كبير تصعب الإجابة عليه إلا من منطلق التزام أخلاقي . (4)

(1) المرجع السابق ، ص 295 .

(2) جون هونبرغ - الصحفي المحترف - ، ص 416 .

(3) المرجع نفسه ، ص 424 -

(4) صالح خليل أبو أصعب - تحديات الإعلام العربي : المصادقية ، الحرية ، التنمية والهيمنة الثقافية - ، ص 33 .

## ثالثاً : قوانين تضبط السبّ الصّحفي

لكلّ عمل مهما كانت نوعيته ضوابط وأخلاقيات تنظّمه وتسوقه في منحى من الإيجابية والمنفعة الاجتماعية ، وتبتعد به عن أية مشاكل وأية صدمات ، ولعلّ هذه الأمور جميعها تتوفر في القوانين التي تضبط السبّ الصّحفي فتلجم شروده وتكبح جموحه ، لتجنّبه كثيراً من السقطات على مضمار السبّاق . وتمثّل هذه الضوابط " أساليب رقابة " تُفرض على الوسائل الإعلامية ، ويبالغ البعض في اعتبار المجتمعات الغربية تلتزم بعدم فرض الرقابة على الوسائل المطبوعة وغيرها ، لتترك للصّحفيين الحرية الكاملة في ممارسة عملهم على قدر إحساسهم بمسؤولياتهم الاجتماعية وتقديرهم لظروف المجتمع وخطورة الكلمة وتأثيرها ، وتعتقد هذه الرؤية أنّ الصّحفيين يلتزمون بذلك دون أية تشريعات تضعها الدولة ، وإنما من خلال موثيق اختيارية لأخلاقيات المهنة ، والواضح أنّه لا غنى لأية دولة عن تسطير قوانين تحمي المواطن من أقلام الصّحفيين كما تحمي الصّحفي من أسنة وألسنة المواطنين ، أمّا في المجتمعات النامية فهي تستند إضافة إلى ضمير الصّحفي وإحساسه الوطني إلى تشريعات وقوانين إعلامية تلزم الصّحفيين بالحفاظ على مقومات المجتمع وتفرض عقوبات على من يخالف ذلك<sup>(1)</sup> ، ولعلّ هذا ما يجب أن يكون بحقّ ، لذلك سنقف الدراسة عند هذه التشريعات في محاولة منها لحصر ضوابط العمل الإعلاميّ جملة والسبّ الصّحفي تفصيلاً .

## 1- التشريع الإسلاميّ

كان من الواجب أن تضع هذه الدراسة التشريع الإسلاميّ على قائمة الضوابط التي توجه السبّ الصّحفي ، ليس فقط لأنّه أولّ ما ينظّم سلوك الإعلاميّ المسلم ويختصّ به دون غيره ، ولكن لأنّها تؤمن بأنّ المرجع الديني من أهمّ المصادر التي يستقي منها الإنسان توجيهات عامّة لسلوكاته والتي تنعكس بالضرورة على باقي ممارساته ووظائفه الاجتماعية ، ومع اعتبار الإعلام وجهاً من أوجه الحضارة فإنّه فوق ذلك يغدو الوجه المعبر عن العقيدة الدينيّة والمذاهب السياسيّة والاتجاهات الفكريّة والظروف الاجتماعية والنظّم الاقتصاديّة ، وهو يتأثر بتلك العوامل مجتمعة ويؤثر فيها أيضاً ، لذلك فهو يعبر بالضرورة عن النظام العام في الأمة ، ولاشكّ في أنّ التّصورات العقديّة والقيم والمبادئ المنبثقة عنها تمثّل لحمّة الإعلام وسداه ، والقيم الإسلاميّة تتبع من العقيدة الصّحيحة التي تؤكّد كرامة الإنسان وحرّيته ومسؤوليته ، كما تركّز على الحقّ والعدل والإحسان والخير ، وهي كلّها قيم تتكافأ في وزنها وتندرج في مداها من الحد الأدنى إلى الحد الأقصى<sup>(2)</sup> .

ومن هنا يستمدّ الصّحفيّ المسلم منطلقاته التقييميّة لأيّ جهد إعلاميّ ، فهو - تحت ضوء هذه المقاييس - يضبط السبّ الصّحفيّ بأسس أخلاقيّة إيجابية تميّز الإعلام الإسلاميّ عن أيّ إعلام إيديولوجيّ آخر ، وتجعل منه قانوناً ثابتاً لا يقبل المفاصلة ؛ والمعروف أنّ كلّ قانون ماديّ أو اجتماعيّ أو منطقيّ أو غير ذلك يحكم بالضرورة جميع الأفراد الخاضعين له على نسق واحد ، كما يحكم الفرد الواحد في مختلف ظروفه ،

(1) حسن عماد مكاي - أخلاقيات العمل الإعلامي (دراسة مقارنة) - ، ص 108 .

(2) إبراهيم إمام - أصول الإعلام الإسلامي - دار الفكر العربي ، القاهرة ، ص 20 .

وإلا فلن يكون القانون قانونا ، والقانون واجب إلزامي وإن كان طابعا فرديا إذ أنه لا يتخلى عن الطابع المشترك في مخاطبته المكلفين كونه شمولي (1)، ويتجلى طابع الشمول في القانون الأخلاقي للإسلام بوضوح لا ريبه معه ، ألقها بالنظر إلى المصدر التشريعي الأول له ألا وهو كتاب الله القرآن ، ليس لأن مجموع أوامره تتوجه في جملتها إلى الإنسانية جمعاء فحسب ، بل لأن القاعدة الواحدة كقاعدة العدالة مثلا أو الفضيلة يجب على كل فرد أن يطبقها على نسق واحد سواء كان تطبيقه لها على نفسه أم على الآخرين قال تعالى:

﴿ أَمْرُؤْنَ النَّاسِ بِالْبِرِّ وَتَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ وَأَنْتُمْ تَتْلُونَ الْكِتَابَ ، أَفَلَا تَعْقِلُونَ ﴾ البقرة : 43 .

وحين يتكلم الشرع الإلهي فلا كلام لأحد بعده ، يقول تعالى في كلمات صريحة : ﴿ وَمَا كَانَ لِمُؤْمِنٍ وَلَا مُمْؤِنَةٍ إِذَا قَضَى اللَّهُ وَرَسُولُهُ أَمْرًا أَنْ تَكُونَ لَهُمُ الْخِيَرَةُ مِنْ أَمْرِهِمْ ، وَمَنْ يَعْصِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ ضَلَّ ضَلَالًا مُبِينًا ﴾ الأحزاب : 36 . (2)

وبهذا يظهر أن التشريع الإسلامي بمصادره الثقة يحوي جملة من المبادئ كمجموعة من القوانين الملزمة التي تتحكم في تصرفات البشر وتضبطها ، ولعل الصحفي واحد ممن تشملهم هذه القوانين وهذه الضوابط ، والمعيار الإسلامي عند النقد والتعليق والتوجيه هو الحق الذي أراده الله تعالى ، فلا يمكن الوقوف إلى جانب الأغنياء لأنهم أغنياء كما يحدث في الدول الرأسمالية ، أو إلى جانب الفقراء من الطبقة الكادحة كما تزعم الدول الشيوعية ، ذلك لأن الإعلام الإسلامي يشق معايير وقيمه من العقيدة الإسلامية وهو يتحرى الصواب ويبتعد عن التعصب وينأى عن التحيز للمال أولجاء أوللعرق أوللقومية ، حتى وإن تناول قضايا الخصوم والأعداء فإنه يكون عادلا منطقيًا : ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ وَلَوْ عَلَى أَنْفُسِكُمْ أَوَالِدِينَ وَالْأَقْرَبِينَ إِنْ يَكُنْ غَنِيًّا أَوْ فَقِيرًا فَاللَّهُ أَوْلَىٰ بِهِمَا ، فَلَا تَتَّبِعُوا الْهَوَىٰ أَنْ تَعْدِلُوا وَإِنْ تَلَاَوْا أَوْ تَعْرَضُوا فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا ﴾ النساء : 134 ؛ وهكذا يصبح ضمير الإعلامي المسلم وثقافته الأصيلة وروحه الأمينة دافعا له على قول الحق مهما كانت الإغراءات المالية أو السياسية أو الضغوط الاجتماعية ، فرقابة الضمير هي التي تحقق نجاح الإعلام حيث تحقق جميع صنوف الرقابة الإدارية والمجالس الإعلامية ولجان تقصي الحقائق . (3)

وعليه يبرز دور التشريع الإسلامي في توجيه وتحديد أخلاقيات مهنة الصحافة والإعلام عامة ، وفي إطار البحث عن السبق الصحفي المرهون بعامل الزمن خاصة ، والتي يحاول تجسيدها عمليا على أرض الواقع في صورة إعلام إسلامي ناجح .

### 1-1- الإسلام وحرية التعبير

إن حرية التعبير كما هي معروفة في هذا العصر الحاضر نادرا ما يشار إليها في القرآن الكريم أو السنة المطهرة ، فليس مما يدعو إلى العجب إذن أن يُعتقد بأن حرية التعبير أو حتى الحرية السياسية - كما يطلبها الكثيرون - لا وجود لهما في الإسلام ، حتى صار البعض يدعي بأن الإسلام لا يمكن أن يرقى إلى درجة

(1) محمد عبد الله دراز - دستور الأخلاق في القرآن - ، ص 53-54 .

(2) المرجع نفسه ، ص 57 .

(3) إبراهيم إمام - أصول الإعلام الإسلامي - ، ص 49 .



من الديمقراطية الأوروبية الخاصة بالفردية والليبرالية<sup>(1)</sup>؛ لقد أصبحت موضة سائدة في الدوائر الغربية أن توصف السياسات الإسلامية بكونها ديكتاتورية، فحريات الفرد لا يمكن أن تكون - على حسب زعمهم - قد أعطيت حماية كاملة واهتماما واسعا في الإسلام، وفي دراسته عن الحرية في الغرب يقول "مولر": >> لم ينتج الإسلام أبدا أي نوع من الديمقراطية، ولم يظهر أي نوع من الجهود مهما كانت نحو إنتاج واحدة منها... ولم يقرّر الإسلام أبدا في التطبيق السياسي أي نظرية للمساواة في قانونه ولا حتى المبدأ النظري الذي يقول بأن المنشأ الأساسي للقانون هو الحرية <<. (2)

إن الحقيقة مغايرة كلية لهذا الطرح فقد تطوّرت وسائل الاتصال في الغرب سريعا خلال القرن العشرين لتجسيد فلسفة "دعه يعمل دعه يمر" وهي نظرة إلى الحرية مبنية على النفعية والبراغماتية، تتاجر بالجنس والأخلاق والمبادئ مقابل حرية تقضي أن يفعل من يشاء ما يشاء، وكانت وسائل الإعلام مسرحا لهذا البذل الثقافي<sup>(3)</sup>؛ في حين صحّح الإسلام مفاهيم عديدة خاطئة من بينها مفهوم الحرية وجعلها تتضمن الرقض الواعي للفلسفة الليبرالية الخالصة والفردية التي تتلخّص في الاهتمام بشؤون الفرد فقط كمعنى وحيد للحياة أو كهدف للمجتمع، إن الحرية تعني التضامن مع المجتمع والمشاركة مع الناس في التكوين الثقافي وهذا التوجيه الاجتماعي الشمولي يتعارض مع الصّقات الليبرالية للحريات الغربية. (4)

وقد اختصّ الإسلام أساسا لشرحه مفهوم الحرية بأوصاف أربع:

- إن الشريعة لم تكن تقرّر الحرية بدافع تطوّر الفردية أو تلبية رغباتها، وإنما قرّرتها سلفا لرفع مستوى الجماعة وتقدّم الأمة والارتقاء بها على نحو يحو الجهل والهمجية والأمية ويثبت ذاتية الأمة وأصالتها واستقلالها، ويضع القواعد الراسخة لإقرار مظلة الحرية على مدى الأزمان.

- جاءت نصوص الحرية عامة مرنة لا تحتاج إلى تعديل أو تبديل وتتناسب مع تغيير الظروف والأمكنة، ومضى الزمن فجعلت بذلك من إطار حقّ الحرية واسعا شاملا كل زمان ومكان.

- جاءت صيحة الحرية قوية وشديدة أفضت مضاجع المشركين الوثنيين الذين عكفوا على ما وجدوا عليه آباءهم وأجدادهم، فدفعتهم إلى التخلّص من رواسب التقليد الأعمى، وقد تحمل المسلمون في ذلك ألوانا من العذاب فصبروا على ما أودوا وضحووا بأعلى الأشياء لديهم دعوة للحقّ بغير إكراه أحد على تغيير عقيدته. (5)

وقد أقرّ الإسلام حرية التعبير والرأي، من خلال النبي - صلى الله عليه وسلم - حين أمر بقوله تعالى:

﴿ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ، فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ﴾ آل عمران : 159، قبل أن يشيع هذه القيمة في المجتمع الإسلامي ككلّ: ﴿ وَالَّذِينَ اسْتَجَابُوا لِرَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَمْرُهُمْ شُورَى بَيْنَهُمْ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ

(1) سليمان جازع الشمري - الصحافة والقانون في الوطن العربي - الدار الدولية، القاهرة 1993م، ص 34-35.

(2) المرجع نفسه، ص 30.

(3) كريم يوسف كشاكش - الحريات العامة في الأنظمة السياسية المعاصرة - منشأة المعارف، الإسكندرية 1987م، ص 261-262.

(4) المرجع السابق، ص 37.

(5) حسن عماد مكاري - أخلاقيات العمل الإعلامي (دراسة مقارنة) -، ص 56.



يُنْفَقُونَ ﴿ الشورى : 35 ، هذا مما يؤكد أن الإسلام ينطلق من قاعدة متينة وصحيحة لا جدال فيها ، حين يمنح الحرية وحين يضع لهذه الحرية ضوابط وقيودا ؛ فأما الضوابط فهي :

- يأمر الإسلام بالالتزام بالأدب في المناقشة وإبداء الرأي ، وتقدير كلام الآخرين من غير تسرع في الحكم .
- منع الإسلام من المجادلة التي تؤدي إلى العداوة والبغضاء ، قال تعالى : ﴿ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ﴾ النحل : 125 .
- وأما القيود فهي :

- لا يجوز أن تؤدي الحرية إلى الفتنة والتفرقة .
- لا يجوز أن تؤدي هذه الحرية إلى نشر الإلحاد أو الأهواء أو البدع بين المسلمين .
- لا يصح أن تؤدي هذه الحرية إلى الفحش والخوض في أعراض الناس ، وأسرارهم : ﴿ لَا يُحِبُّ اللَّهُ الْجَهْرَ بِالسُّوءِ مِنَ الْقَوْلِ إِلَّا مَنْ ظَلَمَ ، وَكَانَ اللَّهُ سَمِيعًا عَلِيمًا ﴾ النساء : 147 .
- فالشريعة تجمع بين الحرية والتقييد ، والأصل هو حرية الرأي أما التقييد فيختص بما يمس الأخلاق والآداب والنظم ؛ إن المسؤولية أمام الضمير وأمام المجتمع وأمام الله - عز وجل - من أهم ما يميز حرية التعبير في الإسلام ، قال تعالى : ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَخَوْنُوا أَمَانَاتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴾ الأنفال : 37<sup>(1)</sup> ، وهذا كله يعطي الحق للدولة في مساءلة الإعلاميين عما يصدر عنهم من إساءة استعمال الحرية ، ومعاينة من يثبت عنه ذلك من أجل الحرص على حرية إعلامية مسؤولة تراعي في ممارستها أمرين أساسيين :

- الحفاظ على أسرار الدولة حتى لا تتسرب إلى الأعداء .
- الكف عن ترويح الإشاعات والأفكار والسلوكيات الضارة ، قال تعالى : ﴿ إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ ءَامَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ ، وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ ﴾ النور : 19<sup>(2)</sup> .
- إن حرية التعبير يجب ألا يُنظر إليها أبداً على أنها اختراع غربي محض ، فحرية التعبير والاستعلام لا يمكن فصلها عن الحريات الإنسانية الأخرى ، سواء كانت هذه الحريات دينية أو فكرية<sup>(3)</sup> .
- وانطلاقاً من اهتمام الإسلام بها جاءت نظرتة إليها مميزة عن باقي النظريات الوضعية بشكل يمكن له أن ينظم حياة الفرد مرسلأ أم متلقٍ من خلال الحفاظ على حقوق وتسهيل أداء واجبات كل طرف .

## 1-2- الإسلام والتجاوزات الصحفية

يركز الإسلام في تشريعه للأحكام بالدرجة الأولى على الوحي الإلهي ، وهذا الأخير بيّن وبشكل قاطع إقراره للمبادئ الأخلاقية ، وإنكاره لكثير من التصرفات البشرية ، فانه سبحانه وتعالى يتوعد الذين يعتدون على حرمان الناس ويروجون الافتراءات والأكاذيب عنهم ويتهمونهم بالباطل ، ويخطئون في حقهم فيرتكبون بذلك إنثما كبيرا ، يقول تعالى : ﴿ وَالَّذِينَ يُؤْذُونَ الْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ بغيرِ مَا اكْتَسَبُوا فَقَدْ احْتَمَلُوا بُهْتَانًا

(1) وهبة الزحيلي - حق الحرية في العالم - دار الفكر ، بيروت 2000م ، ص 128 .

(2) إبراهيم إمام - أصول الإعلام الإسلامي - ، ص 46 .

(3) سليمان جازع الشمري - الصحافة والقانون في الوطن العربي - ، ص 40 - 41 .

وَأَمَّا مُبِينًا ﴿ الأحزاب: 58 ، أما تلك الصحف والمجلات والإذاعات التي تسهب في ذكر أفعال الناس وتتشدق بنشر عوراتهم وعيوبهم والاعتداء على حياتهم الخاصة والتجسس على بيوتهم فإنها تخالف قيم الإعلام الإسلامي : ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ ، وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ ﴾ الحجرات: 12 ، والإسلام يحث الإعلام على أن يترفع عن قول الزور والاختلاق ، وشهادة غير الحق وينأى عن التثرثرة واللغو وما لا طائل من ورائه ، ولا فائدة ترجى منه مع أن الشكل السائد للإعلام الحديث هو كثرة اللغو إلى حد العبث ، مع سطحية تسف إسفافا شديدا باسم مخاطبة الجماهير تحت ستار من الترفيه والتسلية وهو ما يتنافى مع قوله تعالى: ﴿ وَالَّذِينَ لَا يَشْهَدُونَ الزُّورَ وَإِذَا مَرُّوا بِاللَّغْوِ مَرُّوا كِرَامًا ﴾ الفرقان: 72 ؛ وإذا كان الإعلام الغربي يجعل من السبق الصحفي قيمة حضارية كبرى يحرص عليها ويتباهى بها فيسرع بنشر الأخبار في عجلة شديدة ، ودون روية جذبا للشهرة وإثارة القراء والمشاهدين والمستمعين حتى يقبل المعلنون على شراء المساحات الصحفية والأرمنة الإذاعية فإن الإعلام ذو الطابع الإسلامي يتوخى الدقة الموضوعية الآمينة ويحرص على التأكد من صحة الأنباء والتثبت من دقتها ، مؤثرا الجانب الأخلاقي على الجوانب المادية الأخرى لقوله تعالى: ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴾ الحجرات : 6 ، وهذا كله في سبيل التأكيد على ضرورة تجنب أي تجاوزات تحط من القيمة الأخلاقية للعمل الإعلامي . (1)

ولأن الصحفي المسلم يمثل فردا فعلا داخل المجتمع على اعتباره داعية يحمل رسالة نبيلة - فقد صار من الواجب عليه الاقتداء بمعلمه الأول سيد الخلق محمد - صلى الله عليه وسلم - والذي قال عنه القرآن الكريم : ﴿ وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ ﴾ القلم : 4 ، ويكفي الصحفي المسلم أن يتقيد بتوجيهات النبي - صلى الله عليه وسلم - حتى يسلم من أي تجاوزات تفقده مصداقيته وثقة الآخرين به خاصة وأنه يمثل الوسيط بينهم وبين المجتمع والعالم الواسع ، فعليه إذن أن يكون على قدر ثقنتهم واثمتانهم إياه ، قال رسول الله - صلى الله عليه وسلم - : « كَبُرَتْ خِيَانَةٌ تَحْدُثُ أَخَاكَ حَدِيثًا هُوَ لَكَ مُصَدِّقٌ وَأَنْتَ بِهِ كَاذِبٌ » رواه ابن حنبل . (2)

وفيما يخص العلانية فالشريعة الإسلامية تعدها ركنا مهما في جريمة القذف ، وقد ركزت الشريعة الإسلامية على رمي المحصنات بالزنا لتوضح عواقب جريمة القذف ، بحيث لا يوقع الحد بشأنها إلا إذا كان القذف قد تم في علانية ، لأن هذا الركن هو ما يسبب خدش سمعة المتهم والإضرار به ، وبالموازاة مع جريمة القذف فإن تحريم مجرد السب يبدو واضحا من نص الآية : ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا يَسْخَرْ قَوْمٌ مِّن قَوْمٍ عَسَىٰ أَنْ يَكُونُوا خَيْرًا مِنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِّن نِّسَاءٍ عَسَىٰ أَنْ يَكُنَّ خَيْرًا مِنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنْفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِاللُّقَابِ بِيْسِ الْإِسْمِ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ وَمَنْ لَّمْ يَتُبْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ ﴾ الحجرات : 11 ، والسخرية هنا تشمل التحقير وإظهار العيوب والنقائص ، وربما وردت هذه الآية بصيغة الجمع للتنبيه إلى فكرة العلانية ، حيث يأتي وقع التحقير أو السخرية من خلال إظهارها على الملأ كذلك الآية الكريمة ، وهي آية قاطعة

(1) المرجع السابق ، ص 50 - 51 .

(2) أحمد بن محمد بن حنبل - منتخب كنز العمال في سنن الأقوال والأفعال ( مسند الإمام أحمد بن حنبل ) - ج 4 ، دار الفكر ، بيروت ، ص 183 .

الدلالة على العلانية المنهي عنها ، وهي تلك التي تتضمن قولاً منكراً ، إلا في حالات الظلم والسعي لدرء مظلمة أو تنبيه إلى صواب حيث يباح الجهر بذلك ، إعمالاً بالآيات الكريمة في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ، وحماية مصلحة الفرد والجماعة .<sup>(1)</sup>

إذا فمن البديهي القول أنّ حرية التعبير في الإسلام ليست مطلقة ، كما هو الحال بالنسبة لأية حقوق يتمتع بها الإنسان وكلّ ذلك من أجل ألاّ تتضارب المصالح وتحفظ الخصوصية والكرامة من الإهانة ، ويعرف كلّ واحد ما له وما عليه .

## 2- التشريعات الصحفية

إذا كانت الدساتير في حدّ ذاتها لا تستخدم لتقييد حرية الصحافة فإنّ قوانين الصحافة قد وضعت لكي تتناول بالتحديد الحقوق والقيود المفروضة على الصحافة ، فعلى امتداد العالم كانت قوانين الصحافة قد وضعت من قبل الحكومات كقواعد مباشرة إرشادية على الصحافة أن تلتزم بها نصّاً وروحاً وأن تتفّدها بالكامل ، وتعدّ هذه القوانين والقواعد الإرشادية من أشدّ الضغوط الممارسة في هذا المجال أهمية وشرعية وتقييداً لحرية الصحافة من كونها حامية لها<sup>(2)</sup> ، ومن النصوص التشريعية التي تحكم الإعلام والصحافة بشكل مباشر : قانون المطبوعات والنشر ، قانون نقابة الصحفيين ، ميثاق الشرف الإعلامية .

### 1-2- قانون المطبوعات والنشر

مع بداية اعتماد الإنسان على الطباعة في القرن السادس عشر انتشرت ظاهرة الرقابة على الكتب والصحف في أوروبا ، فأصبحت عملية المراقبة شغلاً يشغل بال الكنيسة والدولة ، وقد رأت الكنيسة أنّ من واجبها شنّ الحملات المكثفة على الكتب التي تخرج على سياسة الدولة والكنيسة ، وذلك خوفاً من تدفّق الآراء والأفكار السياسية الحرة ، فالكنيسة تعتبر أنّ السيطرة على المعرفة عنصراً يقوّي سلطتها على المجتمع ، وفي عام 1564 أصبحت الرقابة على المطبوعات مؤسسة مركزية تأمر بإحراق الكتب التي تخرج على سلطتها وحرمان الأفراد الذين يخالفون الكنيسة من الحقوق الكنسية<sup>(3)</sup> .

وتعد كلمة الرقابة واحدة من أفبح الكلمات في كلّ اللغات ، ورغم أنّ الحرية يجب ألا تكون مطلقة إلا أنّ الرقابة لا ينبغي أن تكون موجودة في المجتمعات الحديثة ، وقد ظهرت المعارك الأولى لحرية تدفق المعلومات في المملكة المتحدة ، ففي عام 1534 فرض " هنري السابع " على المطابع ضرورة الحصول على ترخيص بالعمل ، وظلّ هذا القيد مفروضاً على المطابع البريطانية حتى ألغاه البرلمان البريطاني عام 1694 ، وكان من واجب الصحفيين تأييد النظام الملكي ونشر سياسات الدولة وعدم إثارة الفتن والهجوم على السلطات ، وقد طوّرت النظم الملكية التسلطية أساليب عديدة للتحكم في الصحافة شملت ما يلي :<sup>(4)</sup>

(1) حسن عماد مكاوي - أخلاقيات العمل الإعلامي (دراسة مقارنة) - ، ص 243 - 244 .

(2) سليمان جازع الشّمري - الصحافة والقانون في الوطن العربي - ، ص 74 .

(3) المرجع نفسه ، ص 100 .

(4) حسن عماد مكاوي - أخلاقيات العمل الإعلامي (دراسة مقارنة) - ، ص 106 .

- الرقابة المباشرة على المطابع قبل النشر .
- منح الترخيص لحقوق الطباعة ، وإعطاء أصحاب المطابع المولية للدولة احتكارا ربحيا كمكافأة على ولائهم المستمر ، فخلال القرن السابع عشر كانت شركة " Statements Company " تتحكم في تجارة المطبوعات في إنجلترا وتستطيع معاقبة من يخرج على أحكامها .
- مقاضاة الناشرين الذين يروجون لمواد غير مرغوب فيها ، ففي عام 1579 على سبيل المثال نشر "جون ستوبس" احتجاجا ضدّ زواج الملكة "إليزابيث" من دوق إينكون ، وقد اعتبرت الحكومة هذا الاحتجاج تحريضا على القذف ، وتمّ الحكم على "ستوبس" واثنين من مساعديه بقطع اليد اليمنى .
- فرض ضرائب خاصة للحدّ من تداول الصحف ، وسميت "ضرائب المعرفة" وتلتزم المجتمعات الغربية بعدم فرض الرقابة على الوسائل المطبوعة وتترك للصحفيين الحرية الكاملة في ممارسة عملهم على قدر إحساسهم بمسئولياتهم الاجتماعية وتقديرهم لظروف المجتمع وخطورة الكلمة وتأثيرها ، وفي مثل هذه الرؤية يلتزم الصحفيون بذلك دون أية تشريعات تضعها الدولة ، وإنما من خلال موثيق اختيارية لأخلاقيات المهنة ، أما المجتمعات النامية فهي لا تستند فقط على الضمير الصحفي وإحساسه الوطني ، بل تتضمن تشريعاتها وقوانينها الإعلامية ما يلزم الصحفيين بالحفاظ على مقومات المجتمع ، وتفرض عقوبات على من يخالف ذلك .<sup>(1)</sup>
- أما بالنسبة للأقطار العربية والتي كانت خاضعة للحكم العثماني فقد سبقت سوريا بقيّة الأقطار العربية الأخرى بفرض الرقابة على المطبوعات ، وصدر أول قانون مطبوعات عثماني في سوريا عام 1865 وهناك ألفاظ يُمنع تداولها واستخدامها داخل الصحف العربية أيام الحكم العثماني مثل : استقلال ، ثورة ، إعدام ، اغتيال ، انتخاب جمهورية ... الخ... ؛ إنّ قوانين المطبوعات في كلّ من مصر ، الكويت ، السودان ، السعودية ، لبنان ، البحرين ، عمان ، الجزائر ، الأردن ، الإمارات ... ، تقوم على حظر التعدي على مبدأ المسؤولية الاجتماعية كما تراها السلطة ، وذلك بالتأكيد على المؤشرات التالية :<sup>(2)</sup>
- تحريم نشر الأخبار الكاذبة والغير نزيهة .
- تحريم نشر ما يعد انتهاكا للأديان السماوية ، وكذلك التحريض على كراهية طائفة من الناس .
- تحريم التحريض على ارتكاب الجرائم وما يثير النعرات العنصرية .
- تحريم التحريض على عدم الانقياد للقوانين ، وتحريض الجند على عدم إطاعة الأوامر .
- تحريم نشر أيّة مادة صحفية تنتهك الآداب العامة وكذلك الإساءة للشعوب .
- تحريم نشر أخبار التحقيقات التي حظرت سلطة التحقيق إعلان شيء عنها ، وكذلك نشر وقائع الجلسات السرية للمحاكم .
- تحريم النشر المؤثر على سير المحكمة والعدالة .

(1) المرجع السابق ، ص 107 - 108 .

(2) سليمان جازع الشمري - الصحافة والقانون في الوطن العربي - ، ص 100 - 102 .

- تحريم نشر صور وأسماء الأحداث المتهمة في قضايا معيّنة وكذلك الأخبار المتعلقة بالأحوال الشخصية (كالطلاق والنفقة وقضايا إثبات البنوة والزنا ... الخ ... ) .
  - تحريم الخروج على أخلاقيات نشر الإعلان وآدابه .
  - تحريم التشهير والقذف في حق الآخرين .
  - حماية مبدأ الحق في الخصوصية .
  - ضمان حق التصحيح والردّ لما ينشر في الصّحف .<sup>٥</sup>
- ومن هنا تمّ اتباع أساليب للرقابة ضمن قوانين المطبوعات في الوطن العربي منها :
- الإذن المسبق للقيام بالعمل الإعلامي ويجري العمل بهذا الشرط في كل من : الكويت ، البحرين ، قطر ، عمان ، العراق ، سوريا ، اليمن الجنوبي ، ليبيا ، الجزائر ، الأردن .
  - الموافقة المسبقة على أعضاء المؤسسة الصحفية وتحديد الشروط المطلوبة لرئيس التحرير .
  - طلب بعض المعلومات والبيانات التي يجب توضيحها للوزارة المسؤولة من قبل المتقدم بطلب إنشاء صحيفة .
  - الرقابة اللاحقة وذلك من خلال أشخاص متخصصين يطّلعون على جميع ما يكتب بالصّحف والمجلات الوطنية .
  - الرقابة المباشرة وتشمل المطبوعات الخارجية القادمة إلى البلاد .
  - الرقابة عن طريق الأوامر والنواهي وفرض العقوبات على من يخالف ذلك .
  - الرقابة الذاتية نتيجة بعض المحظورات التي تترتب عليها بعض العقوبات .
- فقد أصبح الصّحفي أسيراً لرقابة ذاتية تجلّه يقرأ كلّ ما يكتبه بعين الرقيب ؛ على هذا كانت القوانين الخاصة بالمطبوعات والنشر تنظّم العمل الإعلامي ، ولا تزال كذلك في كثير من الحكومات باعتبارها الضابط الأمثل القادر على الحدّ من التجاوزات للأخلاقية والضارة بالصّالح العام للبلاد .<sup>(1)</sup>

## 2-2- قانون نقابة الصحفيين ومجالس الصحافة

اعتمدت عدّة بلدان تشريعات خاصة تنظّم مختلف جوانب مهنة الصحافة ، فالمعروف أنه هناك بعض الأحكام التي تختصّ بالقوانين الاجتماعية العامة وبعض الاتفاقيات الجماعية التي تحال على منظمات مهنية معيّنة ، هكذا يمكن أن توجد نظم قانونية متشعبة من شأنها أن تجعل من الضروري لمعرفة وضع الصّحفي الرجوع إلى قوانين العمل وإلى قانون خاص أو اتفاقية جماعية وإلى النظام الأساسي لبعض الاتحادات المهنية ، ومن الطبيعي أن يتباين الدور والأهمية الخاصة لهذه الأحكام المختلفة من بلد إلى آخر ، كذلك يمكن لقواعد السلوك المهني أن يكون لها دور هام في تحديد الوضع المهني للصحفيين .<sup>(2)</sup>

<sup>٥</sup> أنظر لمجموعة القوانين الخاصة بالمطبوعات والنشر في بعض الدول العربية ( السودان ، الإمارات العربية ، سلطنة عمان ، قطر ، المملكة العربية السعودية ، لبنان ) في : حسن عماد مكّوي - أخلاقيات العمل الإعلامي ( دراسة مقارنة ) - ، ص 128 - 132 .

(1) سليمان جازع الشّمري - الصحافة والقانون في الوطن العربي - ، ص 103 - 104 .

(2) شون ماكبرايد وآخرون - أصوات متعدّدة وعالم واحد - ، ص 494 - 495 .

ولهذا كله أقرت الجمعية الأمريكية لرؤساء تحرير الصحف بيانا سنة 1975 يحل محل قواعد الأخلاقيات أو مجموعة مبادئ الصحافة التي أصدرتها منذ 52 عاما ، حيث اعتبرت أن التعديل الأول يحمي حرية التعبير من اختصارها بواسطة أي قانون ليضمن للشعب من خلال صحافته حقاً دستورياً ، وبذلك يضع على عاتق رجال الصحف مسؤولية خاصة ، ومن ثمة فإن الصحافة تتطلب من ممارستها ، لا مجرد الصناعة والمعرفة فحسب ، بل وأيضا انتهاج معيار من النزاهة والذي يتناسب مع التزام الصحفي الفرد ، ولهذه الغاية أعلنت الجمعية العامة لرؤساء تحرير الصحف بيانا للمبادئ التي تتخذها كمعيار على أرفع أداء أخلاقي ومهني ، وأهم ما ركزت عليه ( المسؤولية ، الحرية الصحفية ، الاستقلال ، الصدق والدقة ، عدم التحيز ، التقيد بالقواعد المتعارف عليها ) .<sup>(1)</sup>

وقد بدأ تدوين قواعد السلوك المهني للمرة الأولى في بداية العشرينات ، حتى صار الآن موجودا في عدد كبير من الدول بكافة مناطق العالم ، وهي طبعا تتباين بدرجة كبيرة في شكلها ونطاقها<sup>(2)</sup> ، ثم تبلورت هذه القواعد لتظهر في عقد الستينات على شكل مجالس للصحافة ونقابات ممثلة لهذه الحرفة كأبي مهنة أخرى ، وتعتبر هذه المجالس والنقابات منظمات تطوعية خاصة تسعى إلى تحسين أداء الصحافة ووسائل الاتصال الأخرى ، ودراسة الشكاوي المتعلقة بالممارسة الإعلامية ، وهي تسمح للناس بأن ينتقدوا أداء وسائل الإعلام بدون تهديد رسمي أو قانوني لوسائل الاتصال ، ويذهب " إيفيرت دينيس " إلى أن الدور الذي تقوم به مجالس الصحافة غير ضروري ، بل هي على الغالب تمثل وسائل رقابة على وسائل الإعلام ذاتها .<sup>(3)</sup>

ومن ناحية أخرى يرى " جون ميريل " أن مجالس الصحافة والنقابات تقوم بوظيفة استشارية تنظم العمل الإعلامي عامة ، ويمكن أن تقوم هذه المنظمات بما يلي :

- التأكد من صدق الأخبار التي تغطيها وسائل الإعلام .
- العمل على تقليل قضايا القذف الموجهة ضد وسائل الإعلام وحل مشكلات الجمهور .
- تدعيم المصداقية في عمل وسائل الإعلام .
- إتاحة ردود فعل الجمهور حيال الرسائل التي يتلقونها ، ونشر ما يحسن الجمهور إدراكه وإلغاء ما يسيء إدراكه .
- إحاطة الناس علما بالدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في خدمة المجتمع .
- تدعيم حرية الصحافة من خلال الحرص على العدالة وتحسين أداء وسائل الإعلام .
- حماية وسائل الإعلام من الرقابة الحكومية .<sup>(4)</sup>

ومن بعض هذه المنظمات الخاصة نذكر : المجتمع الأمريكي لمحترري الصحف " ASNE " ، مجتمع الصحفيين المحترفين " سيجما دالتا كاي SPI " ، الاتحاد القومي للإذاعيين " NAB " ، إتحاد مديري أخبار

(1) جون هوفنبرغ- الصحفي المحترف - ، ص 522-524 .

(2) المرجع نفسه ، ص 504 .

(3) حسن عماد مكاي - أخلاقيات العمل الإعلامي ( دراسة مقارنة ) - ، ص 144-145 .

(4) المرجع نفسه . ص 146-148 .



الراديو والتلفزيون " RTNDA " ، حيث تضمن مثل هذه المجالس حقوق الصحفيين ؛ من جهة أخرى وقّع العاملون في هذا المجال ونقابات الصحفيين اتفاقاً في الأول من نوفمبر 1976 ينطبق على الصحفيين المحترفين ، ويتضمن ضمانات لحقوق التعبير للصحفيين في حدود عملهم التحريري ، وفي إنجلترا نجد أنه على نقابة الصحفيين أن تنظر في شكاوي الصحفيين ، كما أن تقرير اللجنة الملكية المنشور في جويلية 1977 يحتوي على عدد من التوصيات لميثاق الشرف بين الصحفيين ؛ وفي إيطاليا يقرّ دستور 1948 حرية تكوين النقابات الصحفية ويعطي لوكالة الصحفيين - وهو ليست بنقابة - ترخيصاً لمهنة الصحافة ، وفي مضمون القوانين الخاصة بمثل هذه النقابات يتمّ تحديد طبيعة العمل ومقدار وكيفية تقاضي الأجر .<sup>(1)</sup> وبالنسبة لمثل هذه التنظيمات في المجتمعات العربية فإنها تتخذ تسميات مختلفة تتنوع بين : نقابة - إتحاد - جمعية ، وتُعدّ هذه التنظيمات أساساً بترتيب وتوفير الإشراف على الضمانات اللازمة لمتطلبات الممارسة المهنية السليمة ، سواءً ما يخصّ الاعتبارات الاقتصادية أو الاعتبارات المهنية والأخلاقية ، وإضافة للضمانات المهنية في الحصول على المعلومات وغير ذلك فإنّ عملية تقييم نشاط أيّ صحفي يجب ألا يخرج عن نطاق منظّمته ، حيث لا يجوز إيقافه أو مساعلته بسبب ما يكتب أو ينشر دون اعتبار لهذه النقطة ، بل يجب إحالته إلى الهيئة التأديبية لنقابته أو منظّمته ، والمعروف أيضاً أنّ هناك إقرار بحُرمة مقار منظمات الصحفيين ودور الصحف بحيث لا يجوز تفتيشها إلاّ بمعرفة أحد أعضاء النيابة العامة ونقيب الصحفيين أو من يمثلهما .<sup>(2)</sup>

وتوكّد جُلّ التنظيمات والنقابات على جملة من الالتزامات المهنية التي تضبط الصحفيين ، وهي بإيجاز :

- أن يغطّي الصحفي الأخبار بإنصاف وشمول ودقّة .
  - أن يعرض الأنباء بصدق .
  - أن يشرح ما تعنيه الأخبار .
  - أن يحمي مصادره كلّما كان ذلك ضرورياً .
  - أن يحترم الأخبار السريّة إلاّ إذا قدّمت بلا مقابل وقُبلت عن طيب خاطر .
  - أن يعمل في كلّ الأوقات للصالح العام ، وألاّ يتأثر بأيّ اعتبار آخر .
  - أن يحترم القانون وحقوق الحياة الخاصّة للأشخاص الذين تشملهم الأخبار ، وأن يعالجها بصراحة وأمانة .
  - أن يعترف بالخطأ عند وقوعه ، وأن يقوم بالتصحّيات المناسبة بأسرع ما يستطيع .<sup>(3)</sup>
- ومما لا شكّ فيه أنّ هناك أشكال مختلفة من مجالس الصحافة ومجالس وسائل الإعلام ، في حين أنّ دورها ووظائفها لا يفسران في كلّ مكان بنفس الطريقة ، على الرّغم من أنّ بينهما - فيما يبدو - قاسماً مشتركاً واحداً على الأقلّ ، فحيث أقيمت مجالس الصحافة أو الإذاعة بمبادرة من وسائل الإعلام نفسها في المقام

◊ هناك مزيد من التفاصيل حول مجالس الصحافة في : شون ماكبرايد وآخرون - أصوات متعدّدة وعالم واحد - ، ص 510 - 516 .

(1) إبراهيم أحمد إبراهيم - التشريعات الصحفية في أوروبا - مجلة ' الديمقراطية ' ، السنة الأولى ، العدد الرابع ، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بجريدة الأهرام 2001م ، ص 205 .

(2) جان ميشيل ديمون وآخرون - الإعلام العربي - الأوروبي حوار من أجل المستقبل - ، ص 149 .

(3) جون هونبرغ - الصحفي المحترف - ، ص 512 .

الأول ، كان رائدها أن تتشكل محكمة شرف للتأديب الذاتي ، وقد قامت فكرة الرقابة الذاتية هذه على أساس مبدأ ديمقراطي مؤداه أن قواعد السلوك التي تُرسىها الغالبية داخل المهنة لا بد أن يحترمها جميع أعضائها .  
 إن هذه الفكرة على وجه التحديد - فكرة قواعد السلوك - تعدّ بصورة مشتركة وطوعية هي التي تعتبرها جديرة بأن تؤخذ ، وهي التي تقترح إقامة هيئات أو أجهزة متشابهة في كل البلدان ، بغض النظر عن الشكل الذي ستتخذه أو الاسم الذي سيطلق عليها ، فمن المؤكد أن إقامة مثل هذه الهيئات على نطاق واسع سيعزز القضاء التدريجي على تحريف الأنباء وسيشجّع المشاركة الديمقراطية ، وكلاهما مفتاح أساسي لمستقبل الاتصال (1).

### 2-3- مواثيق الشرف الإعلامية

تقول " جيهان رشتي " : >> لقد نجحنا في تطوير مقرّر مهمّ جدًا أسميناه " أخلاقيات العمل الإعلامي " وفي هذا المقرّر تحدثنا عن المشكلات التي يواجهها الإعلام يوميًا ، وتجعله أحيانًا ينحرف عن السلوك الأخلاقي السليم أو تجعله يفسّر حرية الإعلام تفسيرًا لا يتفق مع المصلحة العامة ، ... فقد استمرّ رجال الإعلام زمنًا يساندون فكرة أو مبدأ حرية الاتصال بصرف النظر عن نوعية الأداء أو العواقب ، وبالرغم من أن الأساس في حرية الاتصال أنه حقّ يتمتع به الفرد ، وأنّ هذا الحقّ في الحرية انتقل للإعلامي أو أصبح للإعلامي فقط كمثل للجمهور إلا أنّ الإعلاميّ سيء استخدام ذلك الحقّ ... مما أدّى إلى طرح بعض المفاهيم المتصلة بالمستويات الأخلاقية العامة التي يجب أن يلتزم بها الإعلاميّ في أدائه لعمله ، ... وقد تبلورت المستويات الأخلاقية التي ترشد الإعلاميّ في أدائه ذلك ، وقضت على سبيل المثال بأنه ليس من حقّ الإعلاميّ أن ينشر موادًا كاذبة تسيء إلى سمعة الفرد وتجعله مكروها أو محتقرا بين جيرانه أو زملائه << ، وتواصل " جيهان رشتي " قائلة : >> ... هناك مستويات تمنع الإعلاميّ من التلصص على حياة الفرد الشخصية ، وحقّه في أن يحظى بمحاكمة عادلة ، وقيل أنه ليس هناك تضارب بين حقّ الجمهور في أن يعرف ما يدور في المحاكم أو حقّ الفرد في أن يحظى بمحاكمة عادلة بعيدة عن الإثارة الإعلامية ، وعلى هذا الأساس وضعت ضوابط أخلاقية يجب أن يلتزم بها الإعلاميّ من تقديم الأخبار المسينة أو المتصلة بالحياة الشخصية للفرد أو أنباء المحاكمات ؛ وبالنسبة للمجتمع وحمايته وضعت ضوابط يمكن بمقتضاها معاقبة الإعلاميّ الذي يحضّ على قلب نظام الحكم بالعنف والقوة ، والذي ينشر موادًا خارجة عن الآداب وضوابط متصلة بنشر الوثائق السرية ، ونشر جرائم الأحداث ، كما وضعت ضوابط تعدّ من تأثير المعلن والمؤسسات الضخمة وجماعات الضغط والنشر على الإعلاميّ << (2).

إنّ اتفاق رجال الإعلام على ضرورة وضع ضوابط تنظّم العمل الإعلامي بما لا يدعو للشك ، قد دفع بالبعض إلى إقرار قوانين خاصة على شكل " مواثيق شرف " تضعها بعض وسائل الإعلام لتشهد الجميع على التزامها بمبادئ وأخلاقيات المهنة ، فتبدو مواثيق الشرف تلك على أنها تعهد تضعه الوسيلة الإعلامية

(1) شون ماكبرايد وآخرون - أصوات متعدّدة وعالم واحد - ، ص 516 .

(2) جيهان أحمد رشتي - أخلاقيات المهنة - المجلة العربية للعلوم الإنسانية ، السنة الرابعة عشرة ، العدد 54 ، مجلس النشر العلمي جامعة الكويت ،

على نفسها لتفتح مجالاً أمام جمهورها من أجل تقييم نشاطها ونقده انطلاقاً من تلك الضوابط المذكورة ضمن ميثاقها الشرفي .

وعلى الرغم من أن ميثاق الشرف الإعلامي تعدّ أحد التنظيمات الخاصة بعمل الصحافة والإعلام في المجتمعات الغربية منذ فترة طويلة ، إلا أن هذه الميثاق لا توجد في الوطن العربي سوى في الأقطار ذات الخبرات الكبيرة في مجال تنظيم المهن الإعلامية ، وقد شهد الوطن العربي خلال العقود الثلاثة الأخيرة تطورات عديدة في هذا المجال (1)، وذلك لأنّ أيّ تنظيم أو تسطير لأساسيات " ميثاق الشرف " ينطلق من الإحساس بالمسؤولية وفاعلية الرقابة الذاتية بداخل كلّ صحفي ، فهي كما يقول البعض تتبع من إرضاء الصحفي لضميره وذاته ، وأن يتحمل جيّداً شرف رسالته الصحفية دون أيّ تأثير ، مع مراعاة الاعتبار والتوجيهات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية إلى حدّ ما في أدائه لعمله ، فهي إذا ضمير الصحفي وشرف رسالة المهنة والتي يكون في إطار من القيم والمثل العليا التي يعتنقها الصحفي للوصول إلى غاية سامية في جو من الحرية في التعبير . (2)

### 3- قوانين المحاكم

من التشريعات التي ترتبط بالإعلام ولها علاقة غير مباشرة به قوانين المحاكم والقضاء ، فالصحفي في هذا المجال يخضع لطبيعته الأصلية كونه مواطناً وفرداً من المجتمع ، تقيدته قوانين المحاكم ويتعرّض لمساءلات قانونية قد يضعه فيها مواطن عادي آخر ، وقد كان هناك فهم خاطئ في قاعات الأخبار في دور الصحف أنّ الصحفي أشبه بالطبيب وبرجل الدين يتمتع بحق كتم أسرارهِ وآلا يكشف عن مصدر أخبارهِ ، ثمّ تبين أنّ هذا ليس صحيحاً ، فعدد من المحرّرين الذين اختبروا هذا الوضع قد أودعوا السّجن لاحتقارهم هيئة المحكمة (3) ؛ ومن المحتمل أن يحدث هذا مع غير هؤلاء فقد وقعت على محرّر " نيويورك تايمز " أقصى عقوبة وعلى مؤسسته الصحفية عند احتقاره لهيئة محكمة ولاية نيوجرسي برفضه إعطاء القاضي الملفات السرية في قضية جريمة قتل ، قضى المحرّر أربعين يوماً في السّجن من المدّة الأصلية للعقوبة وهي 6 أشهر ودفعت الجريدة 258 ألف دولاراً غرامة ، والقضية التي تسببت في هذا هي قضية " د . ماريو جاكسا لفيتش " الذي وقف في المحاكمة بعد أن قامت جريدة " النيويورك تايمز " بنشر سلسلة من المقالات بإمضاء المحرّر " فاريز " ، تتهم فيها " د . ماريو " بأنّه تسبّب في مقتل عدد من المرضى بالمستشفى وذلك باستخدام نوع من الأعشاب المخدّرة ، ومن ثمّة طلب الدفاع الملفات السرية التي يحتفظ بها المحرّر والتي تحتفظ بها جريدته ، وقد رفضا متمسكين بقانون نيوجرسي الذي يكفل لهما هذا الحق ، كما رفضا أيضاً أن يعطيا الملفات للقاضي في أثناء المحاكمة بحيث يتمكن من معرفة إذا كانت الملفات تتضمن مادة ذات صلة بالموضوع . (4)

(1) حسن عماد مكّاوي - أخلاقيات العمل الإعلامي (دراسة مقارنة) - ، ص 150 .

(2) سليمان جازع الشمري - الصحافة والقانون في الوطن العربي - ، ص 110-111 .

(3) جون هوفنبرغ - الصحفي المحترف - ، ص 419 .

(4) المرجع نفسه ، ص 420 .

حكم على " فاريز " بعد ذلك وأُفرج عن " د . ماريو " فوَقعت بذلك الخسارة للجريدة في هذه القضية ، ولكن الأمر لم ينته عند هذا الحد ، لقد قام المحافظ " برندان بايرن " بإصدار عفو عن " فاريز " وعن جريدة " النيويورك تايمز " قبل يوم واحد من خروجه من منصبه . (1)

إذا فالعقوبة أصبحت الشَّح الأسود الذي يطارد رجل الإعلام ، ودخلت مصطلحات الحبس الاحتياطي والحبس الغير النافذ وكذا النافذ قانون العمل الإعلامي الذي يعني الإبداع وإطلاق العنان للكلمة ، لأن طبيعته خلق التَّواصل وإقامة الجسور بين أفراد المجتمع الواحد ، وحتى بالنسبة للمواطن فإنه لم يفهم فكرة أنَّ الصحفي يمكن أن يصل إلى مرتبة المجرم أو الجاني ، لأنَّ عمله حضاريّ وفي مخيلته دائما أنَّ الذي يحمل القلم هو كمن يحمل وردة ، وبالتالي لا يفكر في الإساءة لغيره أو لوطنه ومن هذا أيضا دخلت إشكاليات جديدة مجال عمل العدالة ممَّا جعل عمل القضاة ووكلاء الجمهورية بصفة عامة شاق وغير واضح ، فكيف يمكن لقاض معين أن يستنبط حكما بشأن قضايا القذف والشتم من خلال مقال معين أو تعليق لأحد الصحفيين ، ثمَّ إنَّ الإعلامي هو إنسان يتعاطى الثقافة والفكر وبالتالي يتفاعل مع القضايا المطروحة أمامه بأساليب متعدّدة ، وبالتالي يطرح جملة من الاستفسارات أمام القضاة ، فكيف يمكن إثبات الدليل ضد الصحافة . (2)

ورغم هذه الصعوبة فقد استطاع المشرع أن يرتب جزاءات معينة على من يخالف التَّكليف بالاحترام ، حتَّى شكَّلت مخالفات هذه الأحكام أهمَّ " جرائم النُّشر " أو جرائم الصحافة كما تسمَّى عادة ، وممَّا لا ريب فيه أنَّ هذه المسائل تختلف اختلافا محسوسا بين دولة وأخرى ، ومجتمع وآخر ولكنها تتشابه من وجهة نظر أخرى بين التَّشريعات التي تنبعث عن مجتمعات متشابهة من حيث المقدِّسات والقيم ، ومنه تسمَّ تصنيف المسائل المحظور نشرها من وجهة النظر القانونية بالخضوع لعدَّة معايير أهمَّها :

المعيار الأوَّل / نوعيّة الجريمة التي يشكلها نشر المسألة المحظور نشرها ، حيث يمكن تقسيمها إلى أربع فئات :  
أ- جريمة الإفشاء : كتنشر الأخبار العسكرية والأسرار الدفعية أو نصوص الاتفاقيات السرية أو أخبار المحاكمات التي أعلنت سرَّيتها ... الخ ...

ب- جريمة التَّضليل : كتنشر الأخبار الكاذبة والمشوَّهة والوثائق المزيفة على أساس أنها صحيحة ، والإعلانات التي من شأنها تضليل الجمهور ... الخ ...

ج- جرائم الإثارة والتَّحريض : مثل نشر الأخبار والتَّحقيقات التي تحرِّض على قلب نظام الحكم أو على ارتكاب الجرائم ، أو المساس بالنظام العام ، وكلَّ ما من شأنه المساس بالأداب والأخلاق العامَّة كذلك . (3)

(1) المرجع السابق ، نفس الصفحة .

(2) إسماعيل معراف قالية- الإعلام حقائق وأبعاد - ، ص 81 .

(3) إسماعيل معراف قالية- المسائل المحظور نشرها في الصَّحف بموجب قوانين المطبوعات والنُّشر في أقطار مجلس التَّعاون لدول الخليج العربي - مجلة " التَّعاون " ، السَّنة الثَّانية ، العدد الخامس ، الأمانة العامَّة لمجلس التَّعاون لدول الخليج العربي ، شركة العبيكان للطباعة والنُّشر ، الرياض 1987م ، ص 111 .

د- جرائم الحطّ من الاعتبار : مثل السّخرية من رؤساء الدّول الشّقيقة والصّديفة ، وجرائم السّب والتّحقير والقذف ، و إشانة السّمة والطّعن في أمانة موظّف عام إذا جرت بواسطة النّشريات ( من جرائد ومجلات ونشرات ) أو بأيّة وسيلة من الوسائل الأخرى .

المعيار الثّاني / تصنّف المسائل المحظور نشرها حسب درجة جسامة العقوبة إلى :

أ- المخالفات : إذا لم تتجاوز عقوبتها الغرامة الماليّة أو التّوقيف لمدّة لا تتجاوز عشرة أيّام أو الجزاءين معا .

ب- الجنح : إذا تراوحت عقوبتها بين التّوقيف لمدّة عشرة أيّام والحبس لمدّة ثلاث سنوات .

ج- الجنايات : إذا كانت عقوبتها السّجن لمدّة أكثر من ثلاث سنوات .

المعيار الثّالث / ويستند هذا التّصنيف إلى نوعيّة الحظر فيما إذا كان " حظرا مطلقا " أو " حظرا مقيّدا " .

المعيار الرّابع / يستند هذا التّصنيف إلى الهدف من هذا الحظر ، حيث هناك :

أ- مسائل يحظر نشرها لحماية الأفراد مثل : منع السّب العلني والقذف على صفحات الجرائد .

ب- مسائل يحظر نشرها لحماية الجماعة ( الدّولة ، الحكومة ، المجالس الوطنيّة ، المجتمع ، المحاكم ، الجيش ... ) .

ج- مسائل يحظر نشرها لحماية الأفراد و الجماعة معا ( بالتّحريض على ارتكاب الجرائم ، الطّعن في حقّ

القضاة والنّواب والموظّفين العموميين ... الخ ) .<sup>(1)</sup>

وبحسب هذه المعايير فكثيرا ما يجد الصّحفي نفسه أمام المحكمة ، ولعلّ من أكثر القضايا شيوعا وتعريضا للمسائلة القانونيّة هي دعوى القذف ، وعقوبة القذف حسب القانون مرتبطة بنوعه ، إذ هناك قذف مدني يمثّل تعديا على الحقوق الشّخصيّة ، وهناك القذف الجنائي وهو يعتبر نادرا لأنّه يشكّل جريمة ضدّ الدّولة ، وفي حالة إثبات القذف المدني قد يُحكم بتعويض عام على الخسائر ، وليس على المدّعي إثبات حدوث خسائر ماديّة ، ولكن إذا ثبت حدوث خسائر من هذا النّوع فقد يُحكم بمنح تعويض خاص بذلك ؛ و يصعب إثبات الخسائر الماديّة في قضية قذف ، و إذا ثبتت نيّة الإضرار في قضية القذف المدني فإنّ هذه تعدّ كارثة ، وليس على المدّعي بالضرورة إثبات - دائما - نيّة الأذى ، فغالبا ما يكون الإهمال الجسيم أو النيّة السيّئة أو عدم تحرّي الحقيقة ممّا يشكّل أمام القانون نيّة الإضرار ، وفي هذه الحالة تكون العقوبات جسيمة ، أمّا بالنسبة للقذف الجنائي فالدّولة هي المدّعي ، والعقوبة قد تكون الغرامة أو الحكم بالسّجن ؛ إنّ القاعدة الأولى لتبتعد عن المشاكل في مواجهة قانون القذف هو أن تتحرّى الدّقة في كلّ شيء تكتب أو تذيعه ، فالصّحفي الغضوب الذي لا يتمتّع بالصّبر سيصرخ قائلا : « هيا ألم تسمع بأننا مرتبطون بالمطابع » ، ولكن الحقيقة هي أنّ المشكلة ليست مع الموضوع الذي يجب أن يسلم للمطبعة ، أو الموضوع الكبير أو التّحقيق الصّحفي الممتدّ الذي يخلق قضية القذف ، إنّما الذي يودّي إلى قضية القذف أحيانا قد لا يتعدّى فقرة روتينيّة أو حتّى خبرا صغيرا .<sup>(2)</sup>

(1) المرجع السابق ، ص 113 .

(2) جون هونبرغ- الصّحفي المحترف - ، ص 399-400 .

وهناك أيضا قضايا الأخبار الكاذبة والتي تسبب المشاكل لأصحابها ، فمثلا نجد في قانون العقوبات المصري وبالضبط المادة 188 أركان هذه الجريمة محدّدة كالاتي :

- أ- أن يكون ثمة أخبار كاذبة أو أوراق مصطنعة .
- ب- أن تنشر هذه الأخبار أو الأوراق بإحدى طرق العلانية .
- ج- أن يكون من شأن هذه الأخبار أو الأوراق تكدير السلم العام .
- د- أن يحصل النشر بسوء قصد .

ولكي تعتبر الرواية خبرا بالمعنى المقصود يجب أن تكون متعلّقة بحادث جديد مزعوم ، أمّا تشويه الحوادث فلا يعدّ أخبارا كاذبة ؛ ولا يعاقب على نشر الأخبار الكاذبة إلاّ إذا نُشرت على وجه يغيّر صحتها ، فلا يدخل في هذه المادة رواية أمر على سبيل الإشاعة ، أو على وجه يفيد الشك في صحته ، ولا التنبؤ بالحوادث المستقبلية (1).

وتجدر الإشارة أنّ العقوبة والمسؤولية لا تقع على عاتق صاحب المقال فقط ، بل حتى مسؤولو الجريدة التي قامت بنشر الخبر لهم نصيب من العقاب ، حيث تنصّ المادة 195 من قانون العقوبات المصري على أنه : >> مع عدم الإخلال بالمسؤولية الجنائية بالنسبة لمؤلف المقال أو واضع الرسم أو غير ذلك من طرق التمثيل يعاقب رئيس تحرير الجريدة أو المحرّر المسؤول عن قسمها الذي حصل فيه النشر إذا لم يكن ثمة رئيس تحرير بصفته فاعلا أصليا للجرائم التي ترتكب بواسطة صحيفته << .

ومع ذلك فإنه يعفى من المسؤولية الجنائية إذا :

- أثبت أنّ النشر حصل بدون علمه وقدم منذ بدء التحقيق كلّ ما لديه من المعلومات والأوراق للمساعدة على معرفة المسؤول عمّا نشر .
  - إذا أُرشد في التحقيق عن مرتكب الجريمة وقدم كلّ ما لديه من المعلومات والأوراق لإثبات مسؤوليته ، وأثبت فوق ذلك أنه لم يقرّ بالنشر . (2)
- وأمام هذه الإشكالات الكبيرة صار من واجب الصحفي أن يقيّم كلّ ما يصدر عنه ويزنه بميزان اللائق والقوانين ، حتى يتجنّب أن يجد نفسه بين اللحظة والأخرى ماثلا أمام هيئة المحكمة .

(1) عبد الحميد الشواربي- شرح قانون العقوبات (دراسة مقارنة في الشريعة الإسلامية) - دار المعارف ، الاسكندرية 1991م ، ص 298- 299 .

(2) إبراهيم عبد الخالق - الوجيز في جرائم الصحافة والنشر - دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية 2003م ، ص 27 .



## خلاصة الفصل

في هذا الفصل تبين أنّ السبق الصحفي يأخذ معناه الإيجابي كقيمة إعلامية تستحقّ الاهتمام حين يتقبّد بضوابط وقوانين تتدرج تحت مسمّى كبير هو الأخلاقيات ، ولأنّ هذا المصطلح صار يرد أكثرته للدلالة على السلوكيات الإيجابية - مع أنّه يشتمل على الإيجابي منها والسلبي - فقد كان من المناسب اتّخاذه كعنوان عريض لهذا الفصل " أخلاقيات السبق الصحفي " ، وقبل الخوض في الحديث عن هذه الأخلاقيات بشيء من التفصيل ، رأيت الدراسة من الواجب أن تلتفت أنظار الكثيرين للتجاوزات التي تحفّ طريق الباحث عن السبق ، ممّا يجعل الجهد الإعلامي يتأرجح بين نعوت " صحافة القطيع " و " الصحافة الكيفيائية " قبل أن تقع أخيرا في فخّ الشائعات ، وحتى لا يُحاجج البعض بحقّ المعرفة - الذي طالما نادى به كثير من المدارس - حاولت الدراسة أن توازن بين حرية الصحافة وخصوصية الأفراد ، من خلال تأكيدها على أنّ حقّ الجمهور في المعرفة لن يكون أبدا من خلال التطفّل على الحياة الخاصة للأفراد والاهتمام بقضايا الجنس والجريمة والإثارة المبالغ فيها ، وحين تقتفي لحظة بلحظة خطوات أفراد المجتمع - مهما كانت مراكزهم - بدعوى البحث عن الحقيقة ، ومن أجل إعطاء هذا الطرح إطارا قانونيا قدّمت الدراسة جملة من التشريعات تضبط السبق الصحفي ، والتي وجدت أنّها لا تخرج عن نطاق ثلاثة منها رئيسية : التشريع الإسلامي ( بحكم مرجعيّتنا الدينيّة ) ، التشريعات الصحفيّة ( من قوانين النقابات وموثيق الشرف ... وغيرها ) ، وأخيرا هناك قوانين المحاكم التي تستند إلى الدستور العام للبلاد ، تجتمع هذه التشريعات الثلاثة لتطوّق السبق الصحفي فتمنحه هيكلًا خارجيًا يزيد جمالا وسمودا ليخرج إلى الجمهور متكامل الأركان وعلى أكمل صورة .

## الفصل الخامس :

### الدراسة الميدانية

أولاً: الخطوات المنهجية للدراسة الميدانية

ثانياً: تصنيف البيانات وتحليلها

ثالثاً: نتائج الدراسة الميدانية

من أهم الأهداف التي سعت هذه الدراسة إلى تحقيقها ، محاولة معرفة ظروف عمل مراسلي صحافتنا اليومية في واقع يفرض المنافسة الإعلامية ، ويأتي هذا الفصل كخطوة لتحقيق هذا الهدف ، من خلال استكمال بعض النقائص التي قد تميز السرد النظري ، والتي من أهمها شمول الإسقاطات على الإعلام العالمي دون الوطني ، فعلى الرغم من علاقة الانتماء والاحتواء بينهما إلا أن هذا الأخير يمتاز ببعض الخصوصيات التي تستوجب الوقوف عندها ، ومن هنا جاءت الرغبة في تضمين هذا البحث قسما يعكس حركيةً وواقعيةً تتماشى وعنوان الدراسة العريض .

### أولاً : الخطوات المنهجية للدراسة الميدانية

من أجل الحصول على نتائج تذكر ، وجب اتباع منهجية متسلسلة تنظم العمل المقدم ، وكما هو متعارف عليه فإن خطوات الدراسة الميدانية لا تخلو من الآتي :

#### 1- مجتمع الدراسة

تتعدّد مصادر الحصول على الأخبار لدى وسائل الإعلام ، ويبقى العنصر البشري هو العامل المشترك فيها جميعاً ، وتتباين مراكز عمل الأفراد داخل المؤسسة الإعلامية بحسب احتياجات هذه الأخيرة ، فمن رئيس تحرير إلى مراسل أخبار عاديّ ، ومن مدير نشر إلى مشرف طباعة بسيط ، كلّ هؤلاء يدخلون ضمن منظومة عمل واسعة للمؤسسة الإعلامية ؛ ويعتبر المراسل الصحفي من أهم المصادر التي تحصل من خلالها الوسيلة الإعلامية على الأنباء ، وهو الوسيلة الأساسية لتحقيق التميز والسبق بالأخبار وتغطيتها من منظور فريد ، ذلك أن الأخبار التي تبثها وكالات الأنباء هي مصدر مشاع لكل وسائل الإعلام التي تشترك فيها ، في حين تركز الوسيلة على مراسل الأخبار رغبة منها في تحقيق السبق الصحفي<sup>(1)</sup>، حتى كان تقسيم البعض لكتاب الموضوعات اليومية يشتمل على : مندوبي المهام العامة ، مندوبي المهام الخاصة ، مندوبي السبق الصحفي<sup>\*</sup> ، والفرق بين المندوب والمراسل يتمثل في مكان ممارسة النشاط ، فالأول يعمل

(1) سليمان صالح - صناعة الأخبار في العالم المعاصر - ، ص 50 .

\* معنى مندوب السبق الصحفي أن تكون مسؤولاً عن منطقة محددة أو موضوع معين ، وهناك لدى معظم الصحف نوعان من مندوبي السبق الصحفي ، أول وأقدم هذين النوعين مندوب السبق الصحفي الحكومي أي الذي يتطلب عمل زيارات يومية إلى مجلس المدينة ، وأقسام الشرطة... أما النوع الثاني منهم فهو أكثر شمولاً من السابق بمعنى أن مسؤوليته تنحصر في موضوع واحد محدد مثل البيئة أو العلوم أو الطب ، فمثل هذا العمل يجعل المندوب يطوف أنحاء المدينة كلّها وربّما حتى خارجها ، حين يسافر المحرّر العلمي ليطغى موضوع إطلاق مكوك فضائي ؛ وأهم مزايا العمل كمندوب سبق صحفي أنك تسيطر على يوم عملك ، لأنك حين تعرف مسبقاً اللقاءات الواجب تغطيتها تستطيع وضع مخطّطاتك بعد ذلك ، فكتابة موضوع للمستقبل القريب يتيح لك الفرصة لوضع أسس قوية لهذا الموضوع ، كما أن رؤساء التحرير يعطون الأولوية للأخبار التي يحصل عليها مندوبو السبق الصحفي ؛ أما مساوئ هذا العمل فهي أنك ستعرض للمساءلة القانونية إذا سبقك منافسوك لخبر ما ، فمن أسوأ المشاعر التي يحسها الصحفي المحترف أن يقرأ أو يسمع موضوعاً عن الجهة التي يعمل فيها في حين كان يمتنى رئيس التحرير أن يجده في صفحته أولاً ، وأفضل مخرج في مثل هذه الحالات هو العودة للعمل في الحال ، والبحث عن شيء جديد يعوض تلك الخسارة ( ليونارد راي تيل ، رون تيلور - مدخل إلى الصحافة : جولة في قاعات التحرير - ، ص 69 )

داخل نطاق المدينة التي يقع فيها المركز الرئيسي للمؤسسة ، والثاني خارج حدود هذه المنطقة ، وعلى هذا الأساس يتضح الاتساع في مسمى المراسل الصحفي الذي تتحدد أنواعه على النحو التالي : المراسل المحلي (يعمل داخل الوطن) ، المراسل الخارجي (يعمل خارج الوطن) ، المراسل الإقليمي (يختص بإقليم معين) ، المراسل المؤقت أو المندوب أو المبعوث أو الموفد (يوفد من قبل المؤسسة لتغطية حدث هام) ، وتستند التفرقة بين المندوب والمراسل إلى الموقع الذي يمارس فيه كل منهما نشاطه لا أكثر ولا أقل ، ولكن المهام التي يؤديها أي منهما واحدة ، فالتفرقة إسمية لا تمتد إلى مجال النشاط. (1)

ونظرا لدور المراسل الصحفي في عملية الانفراد بالخبر فقد جاء تخصيص هذه الدراسة على فئته من بين المشتغلين في قطاع الإعلام .

### 1-1- المجال الجغرافي

إن عملية التحديد والتخصيص في أي أمر يساعد على ضمان القدر الكبير من الإحاطة والدقة ، إذ كلما تم تخصيص الجانب الذي يتم دراسته كلما أمكن فهمه أكثر والإلمام به أيضا ؛ ومن هذا المنطلق رأيت الدراسة أنه من المستحيل تغطية القطر الوطني كاملا في محاولة لاقتفاء أثر المراسلين الصحفيين ، وبحكم تواجدها في منطقة الشرق - والتي تعتبر من أنشط المناطق إعلاميا - جاء تحديدها للنطاق الجغرافي بمنطقة الشرق الجزائري ، أحد التقسيمات الكبرى والبارزة للبلاد .

وحتى تستوفي الدراسة تغطية هذه المنطقة بنسبة كبيرة فقد ركزت على ولايات مختلفة ، مع أن تقاربها الجغرافي يوحدتها في كثير من الخصائص ، وهذه الميزة تخدم البحث من ناحية تحقيق انسجام عينة الدراسة ، وقد وقع الاختيار في الأخير على كل من ( عنابة ، سكيكدة ، قسنطينة ) ، وكان يكفي مجرد الإلمام بهذه المساحة الجغرافية الواسعة .

### 1-2- المجال الزمني

لم يكن من السهل التحكم في المجال الزمني لهذه الدراسة ، نظرا لتدخل عوامل خارجية عديدة ومؤثرة خاصة في عملية توزيع الاستمارة البحثية واستردادها مرة أخرى ، إذ لم تحظ الدراسة بعينة ذات وعي كاف بأهمية مثل هذه البحوث ، ومنه ضرورة التعاون مع الباحثين على تحقيق نتائج إيجابية في هذا المجال ، حيث صادفتها عدم الجدية من بعض الأفراد - حتى لا يتم التعميم - دون غيرهم من المبحوثين . وبعد محاولة تجاوز كل المعوقات ، تحددت الفترة الزمنية التي استغرقتها الدراسة في جانبها الميداني بشهر سبتمبر ، أكتوبر ، نوفمبر والنصف من ديسمبر 2005 م .

(1) سعيد محمد السيد - إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون - ، ص 77 .

## 1-3- المجال البشري

مواصلة لأسلوب التخصيص والتدقيق حددت الدراسة من مجتمع البحث مراسلي الجرائد اليومية ، أولاً دون غيرهم من مراسلي وسائل الإعلام الأخرى ، وثانياً دون غيرهم من مراسلي الجرائد الدورية الأخرى ، نظراً لكونهم الأنسب لتسهيل مثل هذا العمل ، إذ أنّ النشاط الصحفي الذي يتخذ من المنافسة شعاراً له لا يظهر - كما صار معروفاً - إلا مع التعددية ، وهذا الشرط لا يتوفر في بلادنا بشكل مباشر سوى على الصحافة اليومية .

ولأنّ حجم المجتمع الأصلي لهذه الفئة غير معروف نظراً لصعوبة حصرها ، فقد كان من المستحيل تحديد مقدار العينة المناسب حسابياً ثمّ تعميم النتائج بعد ذلك ، وكان الحلّ هو ترك العينة العشوائية البسيطة أن تفصل في الأمر .

تمّ توزيع 80 استمارة بحث على مثلها من المراسلين ، ولو أمكن تحصيل أكثر من هذا العدد لاعتمده الدراسة ، إذ كلما كثر حجم العينة زادت مصداقية البحث ، لكنّها في الأخير - ونظراً لصعوبة العملية - لم تحصل سوى العدد المذكور كحدّ أقصى لثلاث ولايات ، مع الإشارة إلى أنّ نصيب كلّ ولاية على حدى يكاد يكون نفسه لدى الأخرى حيث كان الفارق بينها بسيطاً جداً ؛ واكتفت الدراسة بهذا القدر لمعرفة بإمكانية انتماء بعض المراسلين لأكثر من جريدة وطنية ، وهذا قد يمنح العمل صبغة التعميم في بعض جوانبه دون أن يتخطى نطاق الولايات الثلاث المختارة .

## 2- تصميم استمارة الاستبيان

يعرّف الاستبيان بأنه سلسلة من الأسئلة أو المواقف التي تتضمن بعض الموضوعات النفسية أو الاجتماعية أو التربوية أو البيانات الشخصية ، وفيه يقوم المبحوث بملىء صحيفة الاستبيان لهذا الغرض ، وتسلم الصحيفة إلى المبحوث إما عن طريق الباحث أو من ينوب عنه ، أو أن ترسل الصحيفة عن طريق البريد أو حتى الصحف ثمّ يطلب من المبحوث الإجابة على الأسئلة التي تتضمنها الصحيفة وإعادتها إلى الباحث أو الهيئة القائمة بالبحث .<sup>(1)</sup>

ومن هاتين الطريقتين كان الأنسب لهذه الدراسة أو لهما ، من أجل ربح الوقت وضمان وصول صحيفة الاستبيان إلى المبحوث ومن ثمة التأكيد على ضرورة الإجابة عليها وإعادتها سريعاً ، خاصة مع الانشغالات الكثيرة لأفراد العينة ، والتي قد لا تفسح المجال لهم من أجل الاهتمام الكافي بمثل هذه الأمور .

وقبل الوصول إلى مرحلة توزيع الاستمارات واستردادها من جديد فقد كان اهتمام الدراسة منصباً على عملية ضبط صحيفة الاستبيان ، ومن أجل تجنب أية مشاكل في فهم الأسئلة المقدمة كان لزاماً عليها تحري الدقة في تصميمها ؛ ويتحقّق هذا الهدف بمراعاة كلّ من القواعد المنهجية في مراحل إعداد الصحيفة وبعض الاعتبارات المهمة في صياغة أسئلتها وذلك باتّباع الخطوات التالية :

(1) محمّد بهجت كشك - مبادئ الإحصاء واستخداماته في مجالات الخدمة الاجتماعية - دار المعرفة الجامعية ، 1996م ، ص 28.

## 2-1- تحديد أهداف الدراسة الميدانية وأهداف الاستبيان

المرحلة الأولى من مراحل تصميم الصحيفة المستخدمة هي تحديد أهداف الدراسة بوضوح ودقة ، فإذا كان الغرض غامضاً جاءت الصحيفة أيضاً غامضة ، ويضع " ليندبرغ " قاعدة تقول : << لا تحاول أن تعدّ صحيفة قبل أن تلخص غرض الاستطلاع في أسئلة محددة ، فعلى ضوء الهدف يتمّ تصميم أداة الاستطلاع وتختار العينة المناسبة لتحقيقه >> . (1)

ولعلّ هذه النقطة قد توضحّت من خلال الإطار المنهجي للدراسة ، ومن بعده ساعد الجانب النظري على بلورتها وتأكيد النقاط التي تحتاج إلى استمارة بحثية من أجل إثباتها أو نفيها .

## 2-2- تحديد نوع صحيفة الدراسة الميدانية

هناك نوعان من صحائف الدراسة الميدانية ، صحف الاستبيان التي ترسل بالبريد أو تسلّم باليد للمبحوث ، الذي يقوم بالردّ على الأسئلة كتابة بنفسه ، وهناك صحائف المقابلة التي يقوم الباحث بتوجيه الأسئلة للمبحوث وتسجيل إجاباته ، ولكلّ نوع منهما مميزات وعيوب . (2)

و في هذا البحث اختير النوع الأوّل من الصحائف ، حيث تمّ توزيعها يدويّاً على المبحوثين من أجل الإجابة على أسئلتها كتابياً واسترجاعها منهم مرّة أخرى ، رغبة في اختزال الوقت وإعطاء فرصة أوفر وحرية أكبر للمبحوثين .

## 2-3- إعداد الصحيفة في صورتها الأولية

يتمّ إعداد الصحيفة في صورتها الأولية بعدّة خطوات من أهمّها :

- إعداد رؤوس الموضوعات التي ستشملها الصحيفة بالاسترشاد بأهداف الدراسة .
- كتابة الأسئلة التي يمكن أن تندرج تحت كلّ موضوع من موضوعات الصحيفة بشكل مختصر .
- ضبط الأسئلة عن طريق مراعاة المنهجية والصياغة في لغة هذه الأسئلة ومنطقية ترتيبها وطرحها . (3)

## 2-4- مراجعة الصحيفة منهجياً وعلمياً

يجب عرض صحيفة الدراسة الميدانية على مجموعة من الخبراء المنهجين والعلميين والممارسين على النحو التالي :

يفيد عرض الصحيفة على مجموعة من الخبراء المنهجين في تحقيق الآتي :

- مراجعة ترتيب الأسئلة وتسلسلها المنطقي والسيكولوجي من وجهة نظر المبحوث .
- مراجعة صياغة الأسئلة والتأكد من وضوحها .
- مراجعة الإجابات المحددة كبدائل لاختيار أنسبها واستكمال الناقص منها .

(1) عاطف عدلي العبد ، زكي أحمد عزمي - الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام - دار الفكر العربي ، القاهرة 1993م ، ص 15 .

(2) المرجع نفسه ، ص 16 .

(3) المرجع نفسه ، ص 18 .



و يفيد عرض الصّحيفة على مجموعة من الخبراء الممارسين والمتخصّصين في المجال العلمي في تحقيق عدّة أهداف من أهمّها :

- مراجعة المادّة العلميّة الواردة في الصّحيفة ومدى ارتباطها بأهداف الدراسة ومدى كفايتها في الإجابة على تساؤلاتها من وجهة نظر المتخصّصين و الممارسين .

- اكتشاف مواطن الضّعف أو النقص في الموضوعات الواردة في الصّحيفة و استكمالها . (1)

## 2-5- الاختبار القبلي Pretest :

يجرى الاختبار القبلي للصّحيفة على عينة صغيرة ممثلة للعينة الأصليّة للوقوف على مدى صلاحيتها للعمل البحثي ، ويفيد الاختبار القبلي في تحقيق مايلي :

- التّعرف على مدى وضوح الأسئلة .

- التّعرف على مدى قياس السؤال للعنصر المطلوب قياسه .

- التّعرف على الأسئلة التي قد تسبّب حرجا للمبحوث أو يحاول التهرّب من الإجابة عليها ، وذلك لإعادة النّظر فيها سواء بحذفها أو إعادة صياغتها . (2)

نظرا لعدم إمكانية تحقيق هذا الشرط فقد تجاوزته هذه الدراسة ، وذلك بسبب صعوبة التّعامل مع أفراد العينة لأكثر من مرّة .

## 2-6- إعداد الصّحيفة في صورتها النهائيّة

بعد الانتهاء من الخطوات السابقة تتمّ مراجعة الصّحيفة مراجعة نهائيّة من حيث الشكل العام وترميزها والحصول على موافقة بعض الجهات المنوط بها إعطاء هذه الموافقات ؛ ثمّ تبدأ بعد ذلك عمليّة التوزيع على أفراد العينة . (3)

## 3- تفرغ البيانات وتحليلها إحصائيًا

بعد توزيع الـ 80 استمارة واستردادها كاملة شرعت الدراسة في عمليّة تفرغ البيانات وتحضيرها للتّحليل الإحصائي ، وأثناء ذلك اضطرّت إلى إقصاء مجموعة منها لا تتوفر فيها الشّروط البحثيّة والتي على رأسها الإجابة على جميع الأسئلة المقدّمة ، حيث وجدت أنّ نسبة الإجابة في بعض هذه الاستمارات أقلّ من 50 % وعليه فهي غير قابلة للتّحليل والدراسة ، كما أنّ بعضها يوحي بعدم الجديّة في التّعاون مع البحث ، وتأكّد ذلك من خلال كثرة التناقضات والاستهزاءات في طريقة الإجابة ، وخلصت الدراسة في الأخير إلى أنّ العدد الحقيقي الذي سيخضع للدراسة و التّحليل هو 75 استمارة .

(1) المرجع السابق ، ص 18 .

(2) المرجع نفسه ، ص 20 .

(3) المرجع نفسه ، الصّفحة نفسها .

عملت الدراسة بداية على تفرغ كل البيانات بشكل يسهل عملية دراستها ، ثم قامت بعد ذلك بتطبيق الأسلوب الإحصائي عليها من أجل تحليلها واستخلاص النتائج النهائية منها ، ومن أهم العمليات الإحصائية التي طبقتها ما يلي :

### 3-1- حساب التوزيعات التكرارية

بعد أن يجمع الباحث البيانات التي يريدتها قد يرى أنه من الصعب عليه - أو من المستحيل - أن يستوعب هذه البيانات على ما هي عليه ، دون أن يضعها في صورة مبسطة يسهل معها دراستها ، فإذا كان الباحث - مثلاً- يجمع بيانات عن حالة السكان من حيث التعليم أو الحالة الاقتصادية ، فإنه يتعدّر عليه الوصول إلى الحقائق التي يبحث عنها إذا ما قام بدراسة الاستمارات حالة بعد أخرى ، وعلى ذلك يضطر إلى البحث عن أسلوب يعرض به هذه البيانات بطريقة سهلة واضحة ، وذلك بتبويبها وتقسيمها إلى مجموعات متشابهة ، فإذا ما حدّد الباحث التقسيم أو التصنيف الذي يحقق هدف دراسته ، فإنه يقوم بعد ذلك بفرز الاستمارات حسب هذا التقسيم ، ويعدّ مفردات كل قسم على حدى ، ليحصل على أرقام أو تكرارات توضع في جداول منظّمة ، تلك الأرقام هي ما تشكّل في الأخير التوزيع التكراري للبيانات .<sup>(1)</sup>

### 3-2- حساب النسبة المئوية

يحتاج الباحث إلى استخراج النسبة المئوية لمتغيرات سؤال معيّن في عينة ما للمقارنة بين هذه المتغيرات بحيث تصبح عملية المقارنة يسيرة ، بدلا من تحليل المعطيات معتمدا على التوزيعات التكرارية فقط ، وخاصة إذا كان حجم العينة كبيرا ، وتزداد أهمية النسب المئوية عند مقارنة نتائج عينتين في متغير محدد ، وخاصة إن كانت العينتان مختلفتان من حيث الحجم ؛ ولحساب النسبة المئوية لتكرار معيّن ، يقسم هذا التكرار على المجموع الكلي ويضرب في 100 ، فتستخرج النسبة المئوية ، وللنسبة المئوية أهميتها في عمليات إحصائية أخرى كحساب الفروق بين نسبتي دلالة هذه الفروق .<sup>(2)</sup>

### 3-3- اختبار كاي<sup>2</sup> Chi square Test

من الاختبارات التي استعانت الدراسة بها في بعض القضايا المهمة بالبحث حساب (كاي<sup>2</sup>) ، ويعتبر اختبار كاي تربيع من أهم المقاييس الإحصائية لاختبار دلالة الفروق ، ويستخدم عندما يقيّم الأفراد إلى فئات معيّنة سبق تحديدها ، مثل تقسيم الأفراد إلى أقوياء وضعفاء أو راسبون وناجحون ، وهنا يتم معرفة دلالة الفرق بين التكرار المشاهد وتكرار متوقّع على أساس الفرض الصّوري ، حيث يحدّد الفرض الصّوري على شكل معيّن مثل أن التكرار في كل فئة متساوي أو أن التكرار في فئة ما يساوي ضعف الفئة الأخرى وهكذا ، والمعادلة التي يمكن الحساب على أساسها هي :<sup>(3)</sup>

(1) غريب سيد أحمد - الإحصاء والقياس في البحث الاجتماعي (المعالجات الإحصائية) - ج1 ، دار المعرفة الجامعية ، 1995م ، ص 57 .

(2) المرجع نفسه ، ص 46-47 .

(3) سعد الدين أبو الفتوح الشرنوبى - المفاهيم والمعالجات الأساسية في الإحصاء - مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنيّة ، 2001م ، ص 176 .

$$كا^2 = \frac{(\text{التكرار المشاهد} - \text{التكرار المتوقع})^2}{\text{التكرار المتوقع}}$$

### التكرار المتوقع

ويستخدم هذا الاختبار في هذه الحالة كأداة لقبول أو رفض الفرض الصفري ، بمعنى أنه إذا كانت قيمة  $كا^2$  أكبر من القيمة الموجودة تحت نسبيتي 0.05 أو 0.01 كان الفرض خاطئاً ، وكانت هناك دلالة لعلاقة بين المتغيرين أو دلالة للفروق بين التكرارات بالنسبة لمتغير واحد .<sup>(1)</sup>

وقد استعملت الدراسة مثل هذا الاختبار لمعرفة مدى وجود علاقة تربط بين أهم متغيرات البحث ، دون أن يعني ذلك بالضرورة تأثير الواحد منها على الآخر .

عبد القادر للعلوم الإسلامية

(1) المرجع السابق ، ص 306 .

## ثانيا : تصنيف البيانات وتحليلها

إنّ عمليّة تصنيف البيانات وتنظيمها على شكل جداول تكرارية يساعد كثيرا في تحليلها بسهولة ، كما يمكن من ملاحظة الفروقات الهامة في النتائج المستخرجة ، ومن خلال البيانات المقدّمة من قبل عيّنة الدراسة أمكن الوقوف على معطيات عديدة رأّت الدراسة أن تصنّفها على النحو التالي :

## 1- وصف العيّنة

عيّنة الدراسة - كما جاء قبلا - عبارة عن مراسلي جرائد يومية من الشرق الجزائري و بالتّحديد منطقة : عنابة ، سكيكدة ، قسنطينة ، وقد تحدّد عددهم بـ 75 مراسلا ، بياناتهم الشخصية أفضت إلى ما يلي :

## 1-1- الجنس

كان توزيع العيّنة حسب الجنس كالآتي :

النسبة (%)	التكرارات	الجنس
39	29	أنثى
61	46	ذكر
100	75	إجمالي العيّنة

جدول رقم (1)



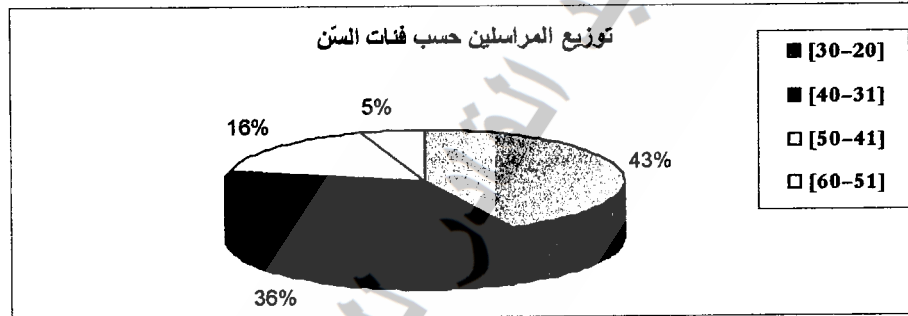
جمعت العيّنة بين صنف الإناث وصنف الذكور على السواء ، ومع أنّ الأنصبة غير متساوية إلاّ أنّه يمكن الجزم بأنّ العمل الصحفي في العصر الحالي لا يتطرّف لجنس دون آخر حيث غدا - وكأية مهنة أخرى - مقصدا للعاملين من كلا الجنسين ، حتّى وإن كان الأمر متعلّقا بموقع المراسل الصحفي الكثير التّنقل ، ومع ذلك فالملاحظ أنّ نسبة الذكور أكثر حيث قدرت بـ 61 % مقابل 39 % لدى الإناث ، أيّ أنّ فرصة السّكّور في مهنة الصّحافة كانت أكبر من فرصة الإناث .

## 1-2- السن

جاءت معطيات السن لدى عينة الدراسة كما هو مبين في الجدول التالي :

النسبة (%)	التكرارات	فئات السن
42.67	32	[ 30 - 20 ]
36	27	[ 40 - 31 ]
16	12	[ 50 - 41 ]
5.33	4	[ 60 - 51 ]
100	75	إجمالي العينة

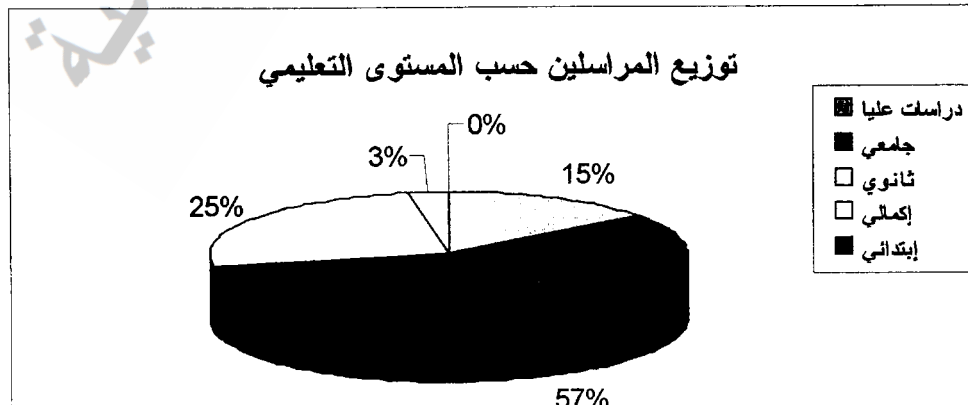
جدول رقم (2)



الملاحظ من خلال الجدول أن نسبة سن الشباب عالية جدًا حيث قدرت بـ 42.67% لمرحلة العشرينات منها و 36% لمرحلة الثلاثينات ، أي ما يعدل في مجموعها 78.67% ، وهذا يعكس حيوية مهنة الصحافة التي تحتاج إلى نشاط وحركة الشباب خاصة كمراسلي أخبار ، ويضاف إلى هذا السبب سبب آخر رئيسي وهو أن المجتمع الجزائري عموما يصنّف ضمن المجتمعات الشابة مقارنة بالمجتمعات الأخرى .

## 1-3- المستوى التعليمي

ظهر المؤهل العلمي للعينة موزعًا على النحو التالي :



النسبة (%)	التكرارات	المستوى التعليمي
0	0	إبتدائي
2.67	2	إكمالي
25.33	19	ثانوي
57.33	43	جامعي
14.67	11	دراسات عليا
100	75	إجمالي العينة

### جدول رقم (3)

يظهر من البيانات أنّ أفراد العينة هم في غالبيتهم من الجامعيين بنسبة تقدر بـ 57.33 % ، يليهم ذووا المستوى الثانوي بنسبة 25 % ، ثم أصحاب الدراسات العليا بنسبة 15 % ، في حين كانت نسبة المستوى المتوسط (الاكمالي) ضعيفة جدًا إذ قدرت بـ 3 % ، والملاحظ أيضا أنّ حصيللة المستوى الإبتدائي كانت معدومة ، وهذا يعكس ارتفاعا في المؤهل العلمي لدى العينة ، مما يخدم النشاط الممارس خاصة إذا كان في تخصصات تخدم العمل الصحفي .

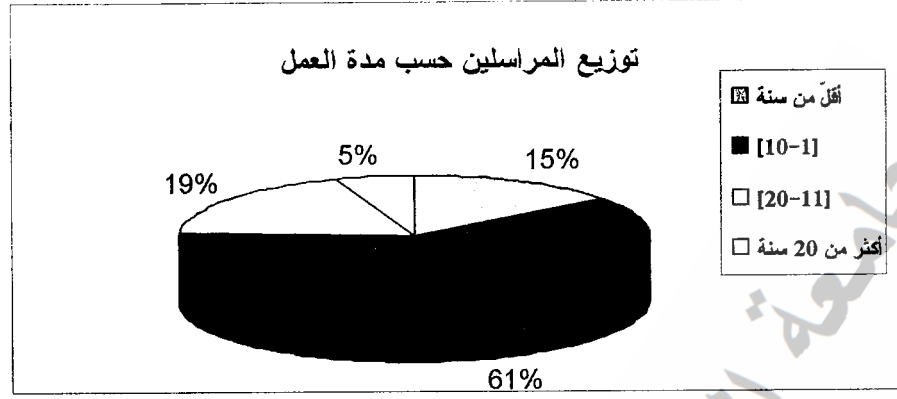
### 1-4- مدة العمل في مجال الصحافة

تمثل الخبرة عاملا مهما في أيّ مجال وخاصة في مجال الصحافة ، فهذا يعني التّحكّم في ميكانيزمات العمل الصحفي ، وكذلك فهم قوانين اللعبة ، ومن جهة أخرى اكتساب الخبرة في كيفية التعامل مع الأخبار ، انطلاقا من عملية تصنيفها حسب أهميتها إلى غاية صياغتها وإعدادها للنشر ، وانطلاقا من أفراد العينة التي تعاملت الدراسة معها كانت المعطيات حول هذه النقطة كالاتي :

النسبة (%)	التكرارات	الفئات
14.67	11	أقلّ من سنة
61.33	46	[ 10 - 1 ]
18.67	14	[ 20 - 11 ]
5.33	4	أكثر من 20 سنة
100	75	إجمالي العينة

### جدول رقم (4)





حسب البيانات أعلاه فإن مدة العمل لدى غالبية عينة الدراسة تتراوح ما بين السنة إلى 10 سنوات ، حيث مثلت هذه الفئة نسبة 61.33 % من مجموع العينة ، وهذا ليس بالغريب إذا ما نُكر أن 42.67 % منهم تتراوح أعمارهم بين 20 و 30 سنة فقط ، وهذا يتناسب تماما مع مدة العمل المتاحة لمثل هذه الأعمار ، وبعد هذه النسبة تأتي خبرة 11 سنة إلى 20 سنة بـ 19 % وهي نسبة معتبرة مقارنة بعينة قوامها 75 فردا ، وغير بعيد عن هذه النسبة تأتي نسبة مقاربة أخرى وهي 15 % المتعلقة بذوي الخبرة الأقل من سنة ، وتحلّ خبرة الأكثر من 20 سنة المرتبة الأخيرة بين جميع المستويات ، حيث قدّرت ضمن هذه العينة بـ 5 % فقط ، وهي نسبة على قدر قيمتها العالية فإنها ضعيفة جدًا بين مراسلينا الشباب .

## 2- الإطار العام للممارسة المهنية

تشرع الدراسة الآن في تحديد الإطار العام لعمل مراسلي عينتها من خلال العناصر التالية :

### 2-1- كفاءة الالتحاق بمهنة الصحافة

نظرا لخصوصية المهنة الصحفية من أنها من المهن التي تحتاج إضافة إلى التكوين الجيد ، إلى الموهبة والمهارة الخاصة من أجل تحقيق النجاح فيها ، فقد استوجبت هذه الدراسة معرفة الظروف التي عليها كان التحاق أفراد العينة بمهنة الصحافة ، وقد حصلت بعد تفرغ البيانات على الجدول التالي :

النسبة (%)	التكرارات	الاحتمالات
59.77	52	الهواية والرغبة في الكتابة
18.39	16	دراسة الصحافة
21.84	19	الصدفة
100	87	مجموع التكرارات

جدول رقم (5)

من خلال الجدول يتضح أن الالتحاق بمهنة الصحافة كان على أكثرية هواية ورغبة في الكتابة ، حيث احتل هذا الدافع المرتبة الأولى بين الاختيارات المطروحة على العينة بنسبة 59.77 % ، وجاءت الصدفة في المرتبة الثانية بنسبة 21.84 % من مجموع الاختيارات ، والغريب أن دراسة الصحافة احتلت المرتبة الأخيرة بين الاختيارات 18.39 % ، مما يعني أن العاملين في حقل الصحافة على أكثريتهم ليسوا من حاملي الشهادة في الاختصاص ، من جهة أخرى يمكن القول بأن مهنة الصحافة تعدّ من المهن الجذابة والتي تقدر أصحاب الأقدام الموهوبة فتختار غالبية أفرادها انطلاقاً من هذا المعيار ، قبل حتى معيار التكوين الأكاديمي .

## 2-2- مدى التفرغ لمهنة الصحافة

إن التفرغ لمهنة الصحافة مهمّ جدًا ، خاصة في مجال الحصول على الأخبار إذ أن عملية التخطيط والتّحضير لعمل صحفيّ ما ، من أجل تحقيق سبق صحفيّ يأخذ من الوقت والتّفكير الشيء الكثير ، ورغم ذلك فقط بيّنت أجوبة أفراد العينة المعطيات التالية :

الاحتمالات	التكرارات	النسبة (%)
متفرغ	53	70.66
غير متفرغ	22	29.34
إجمالي العينة	75	100

### جدول رقم (6)

ذكر 53 من أفراد العينة أنهم متفرغون للنشاط الصحفي ، فكانت نسبتهم هي النسبة الطاغية 70.66 % من المجموع الكلي ، في حين صرّح الباقي بأنهم غير متفرّغين للمهنة ، حيث تشغلهم وظائف أخرى إلى جانب الصحافة ، فمثلاً نسبة تقدّر بـ 29.34 % ، وبذلك فإن نسبة المتفرّغين من المراسلين الصحفيين الراكضين وراء الخبر في كل مكان وزمان هي الأكبر والأكثر اعتباراً .

## 2-3- اتصالات المراسلين الصحفيين الأخرى

احتلت الوظيفة الإدارية المرتبة الأولى بين المجيبين عن طبيعة العمل الموازي لمهنة الصحافة ، حيث مثّلت نسبة تقارب 50 % من مجموع عينة غير المتفرّغين للمهنة ، وتحتلّ وظيفة التدريس المرتبة الثانية بنسب تقارب 40 % من المجموع ذاته ، يليها الانشغال بالدراسة وخاصة متابعة الدراسات العليا وتحضير مذكرات التخرّج والماجستير وغير ذلك ، حيث مثّلت هذه الفئة نسبة 18.18 % ، وأخيراً ظهر أيضاً أن بعض المراسلين الصحفيين - حسب إجابات عينة البحث - يشتغلون في التجارة ، ونظراً للمعرفة بطبيعة

هذا العمل يمكن القول أن مردود النشاط الصحفي في مثل هذه الحالات سيكون ضعيفا جدا ، ويُلخّص الجدول الموالي ، كل هذه النتائج .

النسبة (%)	التكرارات	الاحتمالات
18.18	4	دراسة
31.82	7	تدريس
40.91	9	العمل كإداري
9.09	2	التجارة
100	22	مجموع التكرارات

جدول رقم (7)

#### 2-4- المشاركة في دورات تدريبية

نظرا لأهمية التدريب المستمر الذي يتطلبه العمل الصحفي ، خصوصا مع التقدّم الهائل الذي تشهده المهنة حاليا في مجال تقنيات المعلومات ، فقد أرادت الدراسة معرفة مدى مشاركة أفراد العينة في دورات تدريبية تزيد من كفاءتهم وتعوض نقص خبرتهم في الميدان ، فكانت إجاباتهم كما هو مبين أسفله :

النسبة (%)	التكرارات	الاحتمالات
30.67	23	شارك
69.33	52	لم يشارك
100	75	إجمالي العينة

جدول رقم (8)

لعلّ هذه الإجابات تعطي مؤشرا لاهتمام البعض بهذه الناحية المهمة من أجل تعزيز القدرات المهنية الخاصة للصحفي ، رغم ما تعكسه النسب المتباينة ، حيث شكّل غير المشاركين في أيّ دورات تدريبية السواد الأعظم بقيمة 69.33 % ، في حين اكتفت فئة المشاركين بتمثيل نسبة لا تزيد عن 30.67 % من مجموع العينة الكلي ، وعلاوة على اهتمام البعض بالتدريب لرفع المستوى والاستفادة من الخبرات المتاحة ، فقد نوّهت هذه النتائج من جهة مقابلة بضرورة الاهتمام بهذا الأمر ، وزيادة فرص تكوين الطاقات العاملة في المجال الصحفي ، خاصة للذين لم يتلقوا تكوينا أكاديميا ، وذلك من أجل ضمان الجودة والكفاءة في العمل المقدم .

## 2-5- طبيعة الدورات التدريبية

تمثلت أهم الدورات التدريبية التي خضع إليها بعض المرسلين الصحفيين فيما يلي :

- المشاركة في دورات تدريبية من تنظيم مؤسسات إعلامية لمدة محدودة ، مثل الدورة التي نظمتها مؤسسة " فريديريش هيربرت " الألمانية بولاية عنابة عام 2005 ، والتي دامت أربعة أيام .
- الانتماء إلى مدارس خاصة وطنية مثل مدرسة " Ecoopress " لتكوين المرسلين الصحفيين بعنابة وتيبازة ، وخارجية مثل مدرسة " القبس " الإماراتية للتدريب الصحفي ، وفي الحالة الأخيرة يكون التكوين في غالبه عن بعد .

- حضور ملتقيات وطنية ودولية خاصة بالتدريبات الصحفية .

- حضور محاضرات عامة لجمعيات وطنية تهتم بالنشاط الصحفي .

- تربيّصات قصيرة المدى لدى جرائد يومية معروفة مثل ( الخبر ، النصر ، آخر ساعة ، المستقبل ، ... ) ، وفي حالات كثيرة تقوم هذه الجرائد باعتماد متربّصيها ممن أثبتوا جدارة وكفاءة أثناء فترة التربيّص ، هذا إذا لم تكن قصداً قد أقامت فترة تدريب لبعض مراسليها المعتمدين ، من أجل تحسين مستواهم قبل خوضهم مجال العمل رسمياً .

والملاحظ أنّ أغلب هذه الدورات قصيرة المدى من جهة ، وغير ممنهج بأسلوب أكاديمي من جهة ثانية ، وغير كاف من جهة ثالثة ، وما إقبال المرسلين على مثل هذه التدريبات إلا دليل على اهتمامهم برفع مستواهم وبحثهم عن كلّ ما هو متعلق بمهنة الصحافة .

## 2-6- مصادر أخبار المرسلين الصحفيين

وحول أكثر المصادر اعتماداً من قبل أفراد العينة ، في الحصول على المعلومات والأخبار ، نظرا لارتباط هذا المعيار بدرجة فاعلية المراسل الصحفي وحركيته داخل المجتمع وجهوده الذاتية في بناء العلاقات مع المصادر الإخبارية ، فقد كانت إجابات أفراد عينة البحث على النحو التالي :

الاحتمالات	الرتبة 1	الرتبة 2	الرتبة 3	الرتبة 4	الرتبة 5	الرتبة 6
مصادر شخصية	65	2	4	0	1	0
وكالات الأنباء	6	17	5	8	1	3
الأرشيف الصحفي	0	19	10	3	7	1
الأقسام الصحفية الأخرى	0	5	8	9	5	6
المكتبات	3	7	8	3	7	7
الانترنت	1	9	16	13	5	3
أخرى	0	0	0	1	0	2

جدول رقم (9)

تتسجم المرتبة الأولى المعطاة بأكبر تكرارات للمصادر الشخصية مع طبيعة المهنة الصحفية وضرورتها الفعلية في العمل الميداني والبحث عن المعلومة الجديدة ، ومع أهمية الدور الذي يلعبه الأرشيف الصحفي في عملية الربط بين الأحداث جاء احتلاله للمرتبة الثانية بأكبر قدر من التكرارات ، وضمن هذا المستوى أيضا تلقت الانتباه القيمة المعتبرة لاختيار وكالات الأنباء كمصدر مهم للأخبار ، حيث لا يوجد فارق كبير بين تكراراتها وتكرارات الأرشيف الصحفي ، ولعل اعتماد المرسلين الصحفيين على الانترنت كمصدر ثالث للمعلومات يعكس أهمية هذه التقنية في عالم الاتصالات ، على الرغم من نسبة مصداقية ما تحتويه من معلومات والتي يصفها الكثيرون بالمشكوك فيها ، نتيجة عملية القرصنة التي تتعرض لها الشبكة ، وعدم وضوح مصادر تلك المعلومات ، وكمرتبة رابعة هناك الانترنت حيث حازت على أكبر قدر من اختيار العينة لها ، وهذا يعكس التوجه الكبير لاعتمادها كمصدر للأخبار ، وإلى جانبها هناك الأقسام الصحفية الأخرى التي يوحي اعتمادها بالتكامل الموجود داخل المؤسسة الإعلامية وتعاون أفرادها بعضهم مع بعض ، وهناك أيضا بقيم مقاربة للسابق تكرارات وكالات الأنباء لتؤكد مرة أخرى مكانتها ضمن مجموعة مصادر الأخبار ، أما المكتبات فقد احتلت المرتبة الخامسة مما يعني أنها تمثل مرجع المراسل الصحفي عند الضرورة فقط ، وبالنسبة لاقتراحات العينة حول مصادر معلوماتهم الأخرى فقد ذكر البعض مصادر ك ( أقسام الشرطة والمراكز الحكومية ، وخلية الإعلام المتوفرة داخل بعض المؤسسات ) ، وهذه المصادر يمكن أن تدرج ضمن المصادر الشخصية المتعلقة بالمراسل الصحفي .

## 2-7- المراسلون الصحفيون وتنمية القدرات الثقافية

وحول ما إذا كانت ظروف العمل تتيح الفرصة للصحفي من أجل تنمية قدراته الثقافية ومنه تنمية قدراته التحريرية ، فقد أجاب أفراد العينة كالاتي :

الاحتمالات	التكرارات	النسبة (%)
دائما	14	18.67
أحيانا	51	68
نادرا	10	13.33
إجمالي العينة	75	100

### جدول رقم (10)

يظهر من خلال معطيات الجدول أن نسبة 68 % من المرسلين الصحفيين يجدون الوقت لتنمية قدراتهم الثقافية أحيانا ، في حين من يتوفر لديهم الوقت لذلك بشكل دائم مثلوا النسبة المئوية وهي 18.67 % ، أما النسبة الأخيرة فقد كانت لمن لا تتاح لهم الفرصة إلا نادرا وهي نسبة ضعيفة تقدر بـ 13.33 % ، وهذه النتائج تعكس اهتماما من قبل المرسلين الصحفيين ، واحتياج مهنة الصحافة لتنمية القدرات الثقافية لدى العاملين فيها .

## 3- الممارسة المهنية للمرسلين الصحفيين

تدخل الدراسة الآن عالم الممارسة المهنية للمرسلين الصحفيين من خلال العناصر التالية :

## 3-1- الأدوات التي يعتمدها المرسل الصحفي أثناء تغطيته للأخبار

تماشياً مع تطور تقنية الاتصالات والأدوات المستعملة في عملية التغطية الإعلامية ، والتي تؤدي في مرات عديدة لتحقيق السبق الصحفي - كما تبين في القسم النظري - أرادت الدراسة معرفة الأدوات التي يستعملها مراسلو صحافتنا ، وركزت أيضاً على ترتيبها لديه حسب أكثريتها استعمالاً فوجدت ما يلي :

الاحتمالات	المرتبة 1	المرتبة 2	المرتبة 3
الذاكرة	19	18	9
ورق وقلم	48	21	3
مسجلة	8	14	24
أخرى	0	0	0

## جدول رقم (11)

تبين النتائج أعلاه مدى الاعتماد الكبير للمرسلين الصحفيين على أداة الورق والقلم ، حيث احتلت هذه الوسيلة المرتبة الأولى وبنسبة كبيرة جداً تقارب 64 % من مجموع التكرارات ، تليها الذاكرة في المرتبة الثانية وأخيراً تأتي المسجلة في المرتبة الثالثة ، أي أنّ الورق والقلم هما رفيقا المرسل الصحفي الدائم ؛ وحين أتاحت الدراسة الفرصة لذكر أدوات أخرى كانت النتيجة 0 كما هو مبين في الجدول ، إذ رغبت في أن يذكر أحدهم على الأقل الهاتف النقال الذي صار يحتوي على تقنيات عالية تخدم العمل الإعلامي عامة والسبق الصحفي خاصة .

## 3-2- مدى وجود منافسة بين المرسلين الصحفيين

في سؤال عن مدى وجود منافسة بين المرسلين الصحفيين أجاب أفراد العينة حسب النتائج التالية :

الاحتمالات	التكرارات	النسبة (%)
دائماً	40	53.33
أحياناً	31	41.33
أبداً	4	5.33
إجمالي العينة	75	100

## الجدول رقم (12)



يبين الجدول أن النسبة الكبيرة من أفراد العينة أجابت بأن المنافسة بين المراسلين الصحفيين موجودة دائما ، وهذا ما تؤكد قيمة ك 53.33 % ، أما نسبة من أجابوا بأحيانا فقد بلغت 41.33 % ، وهي نسبة معتبرة أيضا ، لتأتي نسبة من أجابوا بأبدا في المرتبة الأخيرة حيث تقدّر بـ 5.33 % ، وهؤلاء يرون أنه لا توجد منافسة نظرا لاعتبارات يعتقدونها ، أهمها على الإطلاق رأيهم بأن النجاح في العمل لا يعني بالضرورة وجود منافسة ، ورغم ذلك فإن ساحة عمل المراسلين الصحفيين تؤكد على وجود المنافسة بين العاملين فيها من أجل تحقيق التفوق في الميدان على حساب الآخرين .

### 3-3- سعي المراسلين الصحفيين لتحقيق السبق الصحفي

من الأهداف المسطرة لهذا البحث معرفة مكانة السبق الصحفي من اهتمامات مراسلي صحافتنا اليومية ، وعليه جاء هذا السؤال المباشر لمعرفة مدى سعي أفراد العينة إلى تحقيق السبق الصحفي ، فكانت إجاباتهم حسب المعطيات التالية :

الاحتمالات	التكرارات	النسبة(%)
دائما	30	40
غالبا	24	32
أحيانا	17	22.67
نادرا	4	5.33
أبدا	0	0
إجمالي العينة	75	100

### جدول رقم (13)

يرتفع التقييم الإيجابي لهذا السؤال من خلال المعطيات البارزة في هذا الجدول ، حيث أكد أفراد العينة سعيهم الدائم لتحقيق السبق الصحفي وذلك بنسبة بلغت 40 % من مجموع المجيبين ، تلتها الإجابة بغالبا بنسبة 32 % ثم أحيانا بنسبة 22.67 % ، لتأتي في المرتبة ما قبل الأخيرة الإجابة بنادرا إذ تحصّلت على نسبة لا تتعدى 5.33 % ، وانعدم اختيار الاحتمال الأخير وهو أبدا ليؤكد على أهمية السبق الصحفي بالنسبة للمراسلين الصحفيين الجزائريين ، وأنهم على الدوام يسعون في عملهم للظفر به .

### 3-4- هدف المراسلين الصحفيين من تحقيق السبق الصحفي

رأت الدراسة أن المراسلين الصحفيين يسعون على الدوام للفوز بسبق صحفي ، لكن يبقى هدف كل مراسل من وراء هذا السعي يختلف من فرد إلى آخر ، وعليه حاولت التقرب من هذه الأهداف ومعرفة انطلاقا من أجوبة أفراد العينة ، وبعد جمعها كانت كالآتي :

الاحتمالات	التكرارات	النسبة (%)
تحقيق الشهرة	24	25.81
تقديم خدمة أفضل للجمهور	56	60.21
تحقيق الربح المادي	13	13.98
مجموع التكرارات	93	100

جدول رقم (14)

إنّ الهدف الرئيسي حسب أفراد العينة من وراء تحقيقهم للسبق الصحفيّ هو تقديم خدمة أفضل للجمهور حيث تمثّلت هذه الرغبة في نسبة بلغت 60.21 % من مجموع التكرارات ، وهي نسبة عالية مقارنة بتحقيق الشهرة 25.81 % ، وكذلك تحقيق الربح الماديّ 13.98 % ، هذه الأخيرة تعني استغناء المراسلين الصحفيين على اعتبار الربح الماديّ مطلبهم الأوّل من وراء النّجاح المهني المتمثّل في السّبق الصحفيّ ، فحتى لو كان ذلك أحد المطالب فإنّه حسب رأيهم لن يكون المطلب الأساسيّ .

## 3-5- عدد مرّات تحقيق السّبق الصحفي

ما يهمّ في هذا المقام معرفة عدد المرّات التي تمّ فيها تحقيق السّبق الصحفيّ ، وبالعودة إلى إجابات مراسلي عينة الدراسة صارت المعطيات كالآتي :

الاحتمالات	التكرارات	النسبة (%)
ولا مرّة	9	12
مرّة واحدة	12	16
مرّتين	12	16
ثلاث مرّات	8	10.67
أكثر من ثلاث مرّات	34	45.33
إجمالي العينة	75	100

جدول رقم (15)

أظهرت النتائج الجدوليّة كفاءة تتناسب ووسط عمل مراسلي صحافتنا اليوميّة ، إذ أنّهم تمكّنوا من تحقيق سبق صحفيّ أكثر من ثلاث مرّات بنسبة 45.33 % ، وجاءت نسبة تحقيقهم للسّبق مرّة واحدة ومرّتين متساوية فكانت 16 % ، أمّا من لم يحالفهم الحظّ في تحقيق سبق صحفيّ فقد شكّلوا نسبة 12 % ، وأقلّ نسبة ضمن هذا التّعداد هي نسبة من حقّقوا السّبق الصحفيّ ثلاث مرّات حيث شكّلوا ما قيمته 10.67 % .

وعلى العموم فإنّ حصيلة تحقيق السّبق الصحفي تعتبر عالية بالنّظر إلى حجم العيّنة أولاً وقلة خبرتها ثانياً وحدائث سنّها ثالثاً ، فكلّ هذه العوامل تعطي تقييماً إيجابياً لنشاط هؤلاء .

### 3-6- إلى ما يعود تحقيق السّبق الصحفي

أردت الدّراسة معرفة العوامل التي ساعدت على تحقيق هؤلاء لسبقهم الصحفي فكانت إجاباتهم كالآتي :

النسبة (%)	التكرارات	الاحتمالات
57.61	53	مجهودات فردية
27.17	25	مساعدات خارجية
15.22	14	صدفة
100	92	مجموع التكرارات

جدول رقم (16)

صرّح أفراد العيّنة أنّ العامل الرئيسي في تحقيقهم للسّبق الصحفي كان مجهوداتهم الفردية ، وذلك من خلال تركيبتهم لهذا الاحتمال فمثّل 57.61 % من مجموع التكرارات ، وبعد هذا العامل تجيء المساعدات الخارجية بنسبة 27.17 % ، وأخيراً يدخل عامل الصدفة بنسبة بسيطة تقدّر بـ 15.22 % ، أي أنّ مراسلو عيّنة الدّراسة يملكون من المقدرات الفردية ما أهلهم للفوز بالسّبق الصحفي على حساب منافسيهم حتى أكثر من ثلاث مرّات .

### 3-7- الامتيازات التي يمنحها السّبق الصحفي

في سؤال مفتوح عن الامتيازات التي يمنحها السّبق الصحفي سواءً بالنسبة للصحفيّ أو للوسيلة الإعلامية ، أمكن تصنيف الإجابات المقدّمة من قبل أفراد العيّنة انطلاقاً من تكرارها كالآتي :

النسبة (%)	التكرارات	الاحتمالات
29.88	26	كسب مصداقية وثقة الجمهور
19.54	17	الثقة بالنفس
34.48	30	الشهرة
16.1	14	الربح المادي
100	87	مجموع التكرارات

جدول رقم (17)

اتفق أفراد العينة على أن أكثر امتياز يمنحه السبق الصحفي سواءاً للصحفي نفسه أو للوسيلة الإعلامية هو الشهرة ، حيث أخذت هذه النقطة نسبة 34.48 % من مجموع التكرارات ، وتلاها كسب مصداقية وثقة الجمهور بنسبة 29.88 % ، وهناك أيضاً الثقة بالنفس بنسبة قدرها 19.54 % ، وأخيراً أخذ الربح المادي النصيب الأقل وهو 16.1 % من مجموع التكرارات التي قابلت أجوبة المراسلين الصحفيين .

### 3-8- رأي الجمهور في مصداقية المراسل الصحفي ( انطلاقاً من تجاوبه معه أثناء عمله )

بما أن كسب مصداقية وثقة الجمهور - حسب اتفاق الباحثين - هي من الامتيازات الرئيسية التي يحققها السبق الصحفي لرجل الإعلام ، فقد حاولت الدراسة معرفة تقدير مراسلينا الصحفيين لمصداقيتهم لدى الجمهور والتي يمكن إدراكها انطلاقاً من تجاوب هذا الأخير معهم أثناء العمل ، خاصة وأنهم كما سبق ومرّ قد نجحوا في تحقيق سبق صحفي فاق الثلاث مرّات في غالبيته ، فأثبتوا بذلك كفاءة تذكر في هذا المجال ، وقد أسفرت البيانات على المعطيات التالية :

النسبة (%)	التكرارات	الاحتمالات
40	30	عالية
54.67	41	متوسطة
5.33	4	ضعيفة
100	75	إجمالي العينة

### جدول رقم (18)

الواضح على العموم أن التقدير ينحو المنحى الإيجابي بشكل كبير ، ويظهر ذلك من خلال النسبة العالية التي حصلها الاحتمال الثاني 54.67 % ، ومن قبله الاحتمال الأول 40 % ، في حين حاز التقدير الأخير ( ضعيفة ) على نسبة بسيطة جداً تقدر بـ 5.33 % فقط من رأي الباحثين ؛ وتتناسب هذه التقديرات - كما ورد سابقاً - مع جهد هؤلاء ، والذي عكس نجاحاً معتبراً من خلال تحقيق السبق الصحفي عدّة مرّات فمنحهم بذلك امتياز كسب مصداقية فوق المتوسط لدى الجمهور .

### 3-9- اختبار مدى وجود علاقة بين عدد مرّات تحقيق السبق الصحفي ودرجة مصداقية المراسلين

تجيب هذه الجزئية على أحد أهم الفروض المطروحة في الدراسة والذي يختصّ بالعلاقة بين تحقيق السبق ودرجة المصداقية لدى الجمهور ، وفي محاولة لاختبار هذه العلاقة كان لزاماً أولاً الرّبط بين البيانات المتوفرة في كلّ منهما ، وهذا ما أعطى الجدول التالي :

عدد مرّات تحقيق السّبق / درجة المصدّاقية	عالية	متوسّطة	ضعيفة	المجموع
ولا مرّة	1	6	2	9
مرّة واحدة	3	8	1	12
مرّتان	3	8	1	12
ثلاث مرّات	4	4	0	8
أكثر من ثلاث مرّات	19	15	0	34
المجموع	30	41	4	75

جدول رقم (19)

من خلال البيانات التي في الجدول أعلاه ومع عمليّة حسابيّة بسيطة تختبر مدى وجود علاقة بين عدد مرّات تحقيق أفراد العيّنة للسّبق الصّحفي ودرجة مصدّاقيتهم لدى الجمهور ، جاءت قيمة كا  $2 = 17.56$  بدرجة حرية قدرت بـ 8 ، وعند مقارنة قيمة كا  $2$  المحسوبة مع الجدوليّة عند هذه الدّرجة سنجدها تساوى 15.50 عند مستوى 0.05 أي أنّ كا  $2$  المحسوبة أكبر من الجدوليّة ، ممّا يعني أنّ الفرض الصّقريّ خاطئ ومنه هناك دلالة لعلاقة بين متغيّر عدد مرّات تحقيق السّبق الصّحفي ودرجة المصدّاقية لدى الجمهور .

### 3-10- تفسير رأي الجمهور في مصدّاقية المراسل الصّحفي

في محاولة لتفسير السّبب الرّئيسي لدرجة المصدّاقية التي حظي بها المراسل الصّحفي ، أعطى أفراد العيّنة إجاباتهم حسب معطيات الجدول التّالي :

النسبة (%)	التكرارات	الاحتمالات
18.58	21	نجاحات مهنيّة متكرّرة
30.09	34	مصدّاقية الجهة التي يمثّله الصّحفي
35.40	40	المصدّاقية الخاصّة بين النّاس
15.93	18	مدى تفهّم النّاس لمهنة الصّحافة عموماً
100	113	مجموع التكرارات

جدول رقم (20)

فسّر أفراد العيّنة درجة مصدّاقيتهم لدى الجمهور - حسب ما هو مبين في الجدول أعلاه - بأنهم يحظون بمصدّاقية خاصّة بين النّاس ، حيث نال هذا الاحتمال نسبة تقدّر بـ 35.4 % من مجموع التكرارات ، يلي هذه النسبة تلك المتعلّقة بمصدّاقية الجهة التي يمثّلها الصّحفي بقيمة 30.09 % ، أي أنّ مصدّاقية رجل الإعلام

هي أيضا من مصداقية الوسيلة الإعلامية التي ينتمي إليها ، وتأتي في المرتبة الثالثة نسبة النجاحات المهنية المتكررة 18.58 % ، ليأتي في الأخير مدى تفهم الناس لمهنة الصحافة بما قيمته 15.93 % فقط .  
وعليه فإن من أهم العوامل التي تدخل في تكوين مصداقية رجل الإعلام لدى الجمهور ، هي مصداقيته الخاصة بين الناس ، أي السمعة التي يتمتع بها خاصة كونه كثير التّعامل والاحتكاك بالوسط الذي يعمل فيه ، وهناك أيضا عامل الجهة التي يمثلها ووقع الاسم الإعلامي على الجمهور المتتبع للأحداث ، وبعده يأتي دور النجاحات المهنية المتكررة .

### 3-11- الرضى على طريقة العمل

كتقييم من قبل أفراد العينة لدرجة رضاهم عن عملهم ، كانت البيانات التالية :

النسبة (%)	التكرارات	الاحتمالات
10.67	8	كثيرا
82.66	62	قليلًا
6.67	5	أبدا
100	75	إجمالي العينة

### جدول رقم (21)

بلغت نسبة الرضى القليل عن العمل 82.66 % من إجمالي العينة ، وجاءت بعدها نسبة من يحسّ بالرضى الكثير بقيمة 10.67 % ، وفي الأخير تظهر نسبة عدم الرضى عن العمل ممثلة بقيمة 6.67 % ، وعليه فإنّ درجة رضى المرسلين الصحفيين متوسطة على العموم ، سواء كان ذلك تواجعا أم اعترافا صريحا ، مقارنة مع الفئة الضعيفة جدًا لمن هم غير راضين عن عملهم مطلقا.

### 3-12- سبب طبيعة رضى المرسلين الصحفيين عن عملهم

حتى يتمّ التدقيق أكثر في التقييم الذاتي للعمل الصحفي ، طلبت الدراسة تفصيلا إضافيا من قبل المبحوثين بتحديد الأسباب الرئيسية لإعطاء تلك الدرجة المتعلقة بالرضى عن العمل ، فكانت الإجابات كما يلي :

النسبة (%)	التكرارات	الاحتمالات
30.69	31	طريقة ممارسة العمل
12.87	13	ضغط الجهة التي أنتمي إليها
56.44	57	الظروف المحيطة بالعمل
100	101	مجموع التكرارات

### جدول رقم (22)



أعاز أفراد العينة تحديدهم مستوى الرضى عن العمل على الشكل الذي سبق ، إلى الظروف المحيطة بهم عموماً إيجابية كانت أم سلبية ، حيث عكست نسبة 56.44 % من مجموع التكرارات تدخل الظروف المحيطة في طريقة ممارسة النشاط ، في حين اعتبروا طريقة ممارسة العمل في حد ذاتها تأتي في المرتبة الثانية بنسبة 30.69 % ، والملاحظ أيضاً أنّ ضغط الجهة التي ينتمي إليها المراسل الصحفي لا تتدخل بشكل مباشر إذ لم تتعدّ نسبتها من مجموع التكرارات 12.87 % ، وهذا يعبر عن بعض الحرية في ممارسة النشاط يتمتع بها المراسل الصحفي ، ولا يبرز ضغط الجهة سوى من جانب المطالبة بالأخبار الجديدة دائماً .

### 3-13- التصرف عند الفشل في عمل ما

في سؤال حول تصرف المراسل الصحفي عند الفشل في عمل ما ، أجاب المبحوثون كالاتي :

النسبة (%)	التكرارات	الاحتمالات
68.29	56	أواصل الجهد والإصرار على النجاح
14.63	12	أكتفي بالعمل من مكنتي
17.08	14	أبحث عن حدث آخر أكثر سهولة
100	82	مجموع التكرارات

### جدول رقم (23)

يملك مراسلو عينة الدراسة من العزيمة والإصرار ما يدفعهم إلى مواصلة الجهد طلباً للنجاح ، وتظهر هذه النتيجة بوضوح من خلال النسبة الكبيرة التي أعطوها لهذا الاحتمال والمقدّرة بـ 68.29 % ، وبالمقابل نجد فئة أخرى تفضّل في هذه الحالة الاكتفاء بالعمل من المكنت ، حيث شكّلت نسبة هؤلاء 14.63 % ، وذكرت العينة أيضاً بالموازاة مع الطّرحين السابقين احتمال البحث عن حدث آخر أكثر سهولة ، ونظراً للتعامل مع هذا الطّرح على أنه حلّ أخير فقد جاءت نسبته 17.08 % فقط من مجموع التكرارات .

### 4- تقييم السلوك المهني للمراسل الصحفي

بعد كلّ عمل مهمّ تأتي مرحلة التقييم ، و كحصيلة أخيرة للنشاط الصحفي كان ما يلي :

### 4-1- مدى وجود صعوبات أثناء ممارسة العمل الصحفي

من أجل معرفة مدى وجود صعوبات أثناء ممارسة العمل الصحفي ، وجهت الدراسة لأفراد العينة سؤالا بهذا الخصوص فكانت إجاباتهم كالاتي :

الاحتمالات	التكرارات	النسبة (%)
دائما	2	2.67
غالبا	5	6.67
أحيانا	31	41.33
نادرا	24	32
أبدا	13	17.33
إجمالي العينة	75	100

جدول رقم (24)

يحتل متوسط الاحتمالات المرتبة الأولى بنسبة 41.33 % من إجمالي إجابات المبحوثين ، أي أنهم أحيانا ما تصادفهم صعوبات في العمل ، وفي المرتبة الثانية تأتي نسبة من أجابوا بنادرا أي 32 % ، وفي نفس الاتجاه تحتل درجة أبدا المرتبة الثالثة بنسبة 17.33 % ، أما من يجدون صعوبات في عملهم على الغالب فقد مثلوا نسبة 6.67 % ، واحتلت المرتبة الأخيرة درجة دوام إيجاد صعوبات بـ 2.67 % .

وتسير هذه المعطيات عموما في اتجاه إيجابي واضح بالنسبة لأفراد العينة ، كما أن مهنة الصحافة وكغيرها من المهن تعرف في طبيعتها شيئا من الصعوبات رغم تباين طبيعة ودرجة هذه الأخيرة ، مما يجعل تحقيق أي نجاح أمرا ليس بالسهل .

## 4-2- نوع الصعوبات التي تواجه المراسل الصحفي

أما عن طبيعة المشكلات والصعوبات التي تواجه مراسلي الأخبار في صحافتنا ، فقد بينا أفراد العينة على النحو التالي :

الاحتمالات	التكرارات	النسبة (%)
صعوبة الحصول على بعض الأخبار المهمة	48	23.53
عدم تعاون المسؤولين مع الصحفيين	50	24.51
الأوضاع المادية للصحفي	34	16.67
صعوبة العمل ذاته	22	10.78
قيود الحريات	41	20.10
أخرى	9	4.41
مجموع التكرارات	204	100

جدول رقم (25)

يتبين من النسب المذكورة أعلاه أن قضية عدم تعاون المسؤولين مع الصحفيين تأتي في مقدمة المشكلات التي تواجه مراسلي الأخبار في الصحف 24.51% من مجموع التكرارات ، تليها مباشرة ودون فارق يكاد يذكر مشكلة المعلومات وصعوبة الحصول عليها 23.53% ، باعتبار المسؤولين من أهم مصادر الأخبار لدى المراسلين الصحفيين ، وهي مسألة تتعلق بطريقة البحث عن تفاصيل الأخبار والمعلومات ، يلي ذلك في الأهمية قيود الحريات 20.1% ، وتجيء هذه النقطة لتؤكد ترابط المعطيات بعضها ببعض ، إذ أن جميع ما سبق يتداخل مع عملية حصول الصحفي على المعلومة .

وبعد كل هذا يظهر ما يعانيه المراسلون أنفسهم من أوضاع مادية تحول دون قيامهم بواجباتهم المهنية كما ينبغي ، ولهذا جاءت إجاباتهم الموائية لتختار صعوبة العمل ذاته 10.78% ، و في تعبير للمبحوثين عن المشكلات الأخرى أضافوا إلى كل ما سبق نقطة مهمة وتختص أساسا بجنس الإناث حيث رأى بعضهن أن المرأة في مجال العمل الإعلامي تتعرض إلى إساءات من نوع خاص ، وهذا بحكم احتكاكها المباشر مع شرائح مختلفة من المجتمع في سبيل الحصول دائما على المعلومة ، التي تكلفها في بعض المرات ثمنا من نوع خاص .

#### 4-3- احترام المجتمع لمهنة الصحافة

إن نظرة المجتمع لمهنة الصحافة قد تسهل مهمة الصحفي في قيامه بوظائفه داخل المجتمع كما قد تعرفها ، لذلك أرادت الدراسة معرفة رأي أفراد العينة في مدى احترام المجتمع لمهنة الصحافة ، فجاءت إجاباتهم على النحو التالي :

الاحتمالات	التكرارات	النسبة (%)
عالي	12	16
متوسط	49	65.33
ضعيف	14	18.67
منعدم	0	0
إجمالي العينة	75	100

جدول رقم (26)

قدر أفراد العينة احترام المجتمع لمهنة الصحافة بالمتوسطة كقيمة غالبية بنسبة 65.33% ، وتليها قيمة رغم ابتعادها عن الأولى بكثير إلا أنها احتلت المرتبة الثانية بقيمة 18.67% ، يليها ودون فارق يذكر رأي بعض المبحوثين بأن الصحافة تحظى بدرجة احترام عالية ، ويرى المبحوثون من جهة أخرى أن احتمال عدم احترام المجتمع لمهنة الصحافة غير وارد على الإطلاق ، وتظهر هذه الحقيقة من إعراضهم كلية عن هذا التقييم ؛ يمكن القول إذا أن مهنة الصحافة متوسطة الاحترام ، إذا ما وُضع في الاعتبار سلبياتها وإيجابياتها .

## 4-4- مدى وجود إساءة لمهنة الصحافة من قبل العاملين فيها

نظرا للارتباط بين وجود إساءة من قبل العاملين في مهنة الصحافة ومدى احترام المهنة من قبل الجمهور ، فقد جاء سؤال الدراسة هذا والذي أعطى النتائج التالية :

الاحتمالات	التكرارات	النسبة (%)
أبدا	11	14.67
نادرا	11	14.67
أحيانا	33	44
غالبا	15	20
دائما	5	6.66
إجمالي العينة	75	100

جدول رقم (27)

كما يظهر فإنّ العينة أجابت بوجود إساءات أحيانا بنسبة كبيرة 44 % وغالبا كمرتبة ثانية بنسبة 20 % ، وتساوت قيمة عدم وجود إساءات مع وجودها نادرا عند نسبة 14.67 % ليأخذ التأكيد على وجودها القيمة الأقل 6.66 % .

ومنه فإنّ هذه البيانات تمثّل اعترافا صريحا من قبل العاملين في الميدان بوجود إساءات للمهنة من قبل العاملين فيها ، ممّا يبرّر درجة احترام المجتمع التي تحظى بها هذه المهنة .

## 4-5- اختبار مدى وجود علاقة بين درجة احترام المجتمع لمهنة الصحافة ومدى وجود إساءات من قبل العاملين فيها

درجة الاحترام / وجود إساءات	أبدا	نادرا	أحيانا	غالبا	دائما	المجموع
عالية	4	2	5	1	0	12
متوسطة	3	7	24	12	3	49
ضعيفة	4	2	4	2	2	14
منعدمة	0	0	0	0	0	0
المجموع	11	11	33	15	5	75

جدول رقم (28)

من خلال البيانات التي في الجدول أعلاه ، ومع عملية حسابية بسيطة تختبر مدى وجود علاقة بين درجة احترام المجتمع لمهنة الصحافة ومدى وجود إساءات من قبل العاملين فيها ، جاءت قيمة  $\chi^2 = 21.80$  بدرجة حرية قدرت بـ 12 ، وعند مقارنة قيمة  $\chi^2$  المحسوبة مع الجدولية عند هذه الدرجة سنجد أنها تساوي 21.03 عند مستوى 0.05 أي أن  $\chi^2$  المحسوبة أكبر من الجدولية ، مما يعني أن الفرض الصفري خاطئ ومنه هناك دلالة لعلاقة بين درجة احترام المجتمع لمهنة الصحافة ومدى وجود إساءات من قبل العاملين فيها ، ولعل هذا ما قد يفسر التوجه السلبي للتقييم الذي نالته درجة احترام المجتمع لمهنة الصحافة كما تبين سابقاً .

#### 4-6- نوع الإساءات التي يمارسها العاملون في الصحافة

مما نكره المجيبون عن هذا السؤال حول طبيعة الإساءات التي يأتيها رجل الإعلام وخاصة المراسلون الصحفيون ، النقاط التالية :

- ميول بعض المراسلين الصحفيين إلى جهات معينة ، وتحيزهم الظاهر في تغطيتهم للأخبار .
- استغلال سلطة الإعلام لخدمة المصالح الشخصية .
- عدم التأكد من صحة الخبر قبل إرساله للنشر .
- استخدام طرق غير شرعية للحصول على بعض الأخبار مما يجسد فكرة الغاية تبرر الوسيلة .
- إعطاء صورة عن المنافسة غير الشريفة وذلك بالإضرار بمصالح جهات أخرى ، والتي من بينها ما يمس العاملين في ميدان الصحافة ذاتها .

#### 4-7- ضوابط العمل الصحفي

في محاولة لمعرفة الضوابط التي تنظم عمل المراسلين الصحفيين طلبت الدراسة من أفراد العينة اختيار واحد أو أكثر من الاحتمالات المقدمة على أن يقوموا بترتيبها في حالة تعددها انطلاقاً من أهميتها لديهم ، فأعطت البيانات النتائج التالية :

المرتبة 3	المرتبة 2	المرتبة 1	الاحتمالات
4	9	34	الأخلاق الإسلامية
3	32	38	المسؤولية المهنية
29	11	3	القوانين الوضعية

#### جدول رقم (29)

يظهر من الجدول أعلاه أن المسؤولية المهنية أو الضمير المهني هو الضابط الذي نال أكبر عدد من الاختيارات كمرتبة أولى ، وجاءت بعده الأخلاق الإسلامية بفارق بسيط ، لتحل القوانين الوضعية المرتبة

الثالثة من مجموع من صنّفوها ، وهذه نتيجة منطقية تعكس تباين واختلاف اعتبارات الفرد الجزائري لما يضبطه أخلاقياً ، من الضمير إلى الدين وأخيرا القوانين .

#### 4-8- المساءلة القانونية

يتعرّض بعض الصحفيين للتقديم للمحاكم بسبب القضايا المرفوعة ضدّهم من بعض الجهات ، ونظرا لأنّ الساحة الإعلامية في الجزائر لم تخلُ من هذا الأمر فقد أرادت الدراسة التّقرّب أكثر من هذه الحقيقة ، وحسب إجابات عينة الدراسة صارت هناك المعطيات التالية :

الاحتمالات	التكرارات	النسبة (%)
نعم	27	36
لا	48	64
إجمالي العينة	75	100

#### جدول رقم (30)

من الملاحظ أنّ نسبة الذين تعرّضوا لمساءلة قانونية هم أقلّ من أولئك الذين لم يتعرّضوا لها حيث تمثّلت الأولى حسب الجدول أعلاه في قيمة 36 % ، في حين كانت القيمة الثانية 64 % .  
وكتفسير لهذا التباين نجد حرصا من غالبية العاملين في الصحافة على استيعاب نصوص القوانين ليس فقط لمعرفة الواجبات بل لاكتشاف الحقوق أيضا ، ناهيك عن الرّحلة التي تقطعها المادّة الصحفية داخل أقسام التحرير من مراجعة وتدقيق بالإضافة إلى الرّقابة الذاتية والضوابط المختلفة .

#### 4-9- طبيعة المساءلات القانونية

بالنسبة للأمتلة المقدّمة على المواقف التي تعرّض فيها أصحابها للمساءلات القانونية فقد تركّزت أجوبة أفراد العينة على ما يلي :

الاحتمالات	التكرارات	النسبة (%)
دعوى قذف وسبّ	25	83.33
استخدام طرق غير مشروعة للحصول على الخبر	2	6.67
اقتحام خصوصية الأفراد	3	10
مجموع التكرارات	30	100

#### جدول رقم (31)



يظهر من خلال الجدول أنّ 83.33% من قضايا المساءلة القانونية كانت بدعوى القذف والسب ولعلّ هذه النتيجة تتناسب وطبيعة هذه التهمة نظرا لتعلّقها المباشر بالألفاظ والكلمات ، والتي تميّز العمل الإعلامي المكتوب بصفة رئيسية ، وتتقاسم كلّ من استخدام طرق غير مشروعة للحصول على الخبر واقتحام خصوصية الأفراد النسبة المتبقية والتي لا يتجاوز مجموعها 16.67% .

#### 4-10- عدم نشر بعض الأخبار التي يرسلها المراسل الصحفي

بعد التأكيد من وجود مشاكل عديدة في العمل الصحفي ، أرادت الدراسة أن تسأل عن جانب مهمّ من نشاط المراسلين الصحفيين وهو مدى نشر الأخبار التي يرسلونها إلى الصحف كنتيجة لعملهم الدؤوب ، فكانت النتائج كالتالي :

الاحتمالات	التكرارات	النسبة (%)
نعم	53	70.67
لا	22	29.33
إجمالي العينة	75	100

جدول رقم (32)

يبين الجدول أعلاه أنّ 70.67% من إجابات المبحوثين كانت لصالح عدم نشر بعض الأخبار التي يرسلونها ، في حين بلغت نسبة الإجابة بالعكس 29.33% ، وهذا يدلّ على أنه ليست كلّ الأخبار التي يأتي بها المراسلون الصحفيون هي مهيأة للنشر .

#### 4-11- أسباب عدم النشر

أمّا عن الأسباب الرئيسية لعدم نشرها فقد كانت حسب إجابات عينة الدراسة كالتالي :

الاحتمالات	التكرارات	النسبة (%)
لا يطابق سياسة الجريدة	24	23.30
غير مهمّ	11	10.68
لا يستوفي شروط النشر	21	20.39
متأخر	23	22.33
كثرة المادة الإعلامية	8	7.77
يتسبّب في مشاكل مع هيئات حكومية	12	11.65
وجود مشاكل مع مسؤولي الجريدة	4	3.88
مجموع التكرارات	103	100

جدول رقم (33)

إذا ما تمّ ترتيب الأسباب المذكورة أعلاه فستكون أعلى نسبة من الأخبار التي لم تنشر بسبب عدم مطابقتها لسياسة الجريدة بقيمة 23.30 % ، يليها سبب تأخر الخبر وقد يكون هذا العامل إما بأن تسبق جهات إعلامية أخرى بالخبر أو بأن يتأخر عن موعد الطبع فيفقد بذلك أهميته ، ويظهر الاهتمام بتوقيت الأخبار والسبق بها من خلال نسبة 22.33 % ؛ ليظهر بعد ذلك أنّ 20.39 % من الأخبار المقدّمة لا تنشر لعدم تحقيقها شروط النشر من ركاكة في الأسلوب ، وعدم دقة في المعطيات وعدم توفر أدلة صحتها وغير ذلك ، وتأتي في المراتب اللاحقة على التوالي ( التّسبب في مشاكل مع هيئات حكومية ، غير مهمّ ، كثرة المادة الإعلامية ، وجود مشاكل داخلية مع مسؤولين بالجريدة ) .

#### 4-12- الإطلاع على قانون الإعلام

نظرا لأهمية الإطلاع على القانون من أجل التّعرف على الحقوق والالتزام بالواجبات سألت الدراسة أفراد العينة عن مدى إطلاعها على قانون مهنتهم ، فكانت إجاباتهم كالآتي :

النسبة (%)	التكرارات	الاحتمالات
56	42	نعم
44	33	لا
100	75	إجمالي العينة

جدول رقم (34)

حسب معطيات الجدول فإنّ 56 % من أفراد العينة هم مطلّعون على قانون الإعلام ، في حين بلغت نسبة غير المطلّعين 44 % ، وهي نسبة عالية نوعا ما إذا ما قورنت بحجم العينة الإجمالي ، ممّا يعني أنّ ما يقارب النصف ليسوا على إطلاع بالمصدر التشريعي المهني الأول لهم ، فليس من الغريب إذاً أن يجهلوا حقوقهم قبل واجباتهم ، فتكثر بذلك زلاتهم ويصبحوا عرضة أكثر للمساءلة القانونية .

#### 4-13- اختبار مدى وجود علاقة بين الإطلاع على القانون و التّعرض للمساءلة القانونية

من أجل قياس دلالة وجود علاقة بين الإطلاع على القانون و التّعرض للمساءلة القانونية ، جاء الرّبط بين المعطيات بالجدول التّالي :

المجموع	لا	نعم	الإطلاع على القانون / التّعرض للمساءلة القانونية
42	21	21	نعم
33	27	6	لا
75	48	27	المجموع

جدول رقم (35)

إحصائيًا حصلت الدراسة على قيمة  $L = 8.12 = 2^2$  بدرجة حرية كانت قيمتها 1 ، وعند مقارنة قيمة  $K^2$  المحسوبة مع الجدولية عند هذه الدرجة سنجدها تساوي 3.84 عند مستوى 0.05 ، أي أن  $K^2$  المحسوبة أكبر من الجدولية بشكل كبير ، مما يعني أن الفرض الصّوريّ خاطيء وأنّ هناك دلالة لعلاقة واضحة بين الإطلاع على قانون الإعلام و التّعرض للمساءلة القانونية .

وكما هو معروف فإنّ التّعرف على القوانين كثيرا ما يجنب المشاكل القانونية من خلال احترامها والالتزام بمضامينها .

#### 4-14- مدى إنصاف قانون الإعلام

سألنا النسبة المطلعة على قانون الإعلام عن مدى إنصافه فأجابت بما يلي :

النسبة (%)	التكرارات	الاحتمالات
0	0	دائما
19.05	8	غالبا
42.86	18	أحيانا
23.81	10	نادرا
14.28	6	أبدا
100	42	مجموع التكرارات

جدول رقم (36)

الغالبية ترى أنّ القانون منصف في حالات وغير منصف في حالات أخرى ، وتمثّل هذا الرأى في نسبة 42.86 % ، أي أنّ قانون الإعلام يحتوي على مواد تخدم رجل الإعلام في حين توجد أخرى تسقط حقّ أيّ إعلامي ، ويسير التقييم في الجهة السلبية ليحلّ في المرتبة الثانية القول بأنّ قانون الإعلام نادرا ما يكون منصفا 23.81 % ، في حين يرى بعض أفراد العيّنة عكس ذلك أي أنّ قانون الإعلام غالبا ما يكون منصفا 19.05 % ، أمّا أقلّ نسبة فقد كانت من نصيب من اعتبر القانون غير منصف على الإطلاق ، وذلك إذا ما استثنى اعتبار ديمومة إنصاف القانون للمراسلين الصحفيين لأنّ هذا الاحتمال ليس له اعتماد بالمرّة من قبل المبحوثين ، وأمام هذا التباين الواضح في الآراء حول مدى إنصاف قانون الإعلام من عدمه فالواضح أنّ لكلّ قانون - عدى القانون الإلهي - سلبيّاته وإيجابياته ، وأنّ تقييم الأفراد له لا يكون على الغالب نتيجة دراسة مستوفية وإنّما هو منصف في نظر من يخدمهم وغير منصف في نظر من ضاعت حقوقهم ، أي أنّ الحكم عليه يبقى نسبيا خاصّة من غير المختصين في مجال الإعلام .

## 4-15- تقييم مصداقية الصحافة الأجنبية

تعددت إجابات عينة الدراسة في هذا الخصوص ، ورغم أن الفرصة كانت متاحة لهم من أجل الإفاضة في إعطاء رأي مفصل إلا أن أغلب الإجابات كانت قصيرة ، وفي مرات عديدة لا تتعدى الكلمة ، وبعد الاطلاع على مجمل الإجابات المعطاة ، جاء تحديد الدراسة لها على النحو التالي :

- مصداقية الصحافة الأجنبية بيننا متعلقة أساسا بالأدوات المستعملة ، واحترافية عملها .
- تمتاز الصحافة الأجنبية بكفاءة عالية في أداء العمل .
- مصداقيتها ضعيفة نظرا لافتقادها عنصر الموضوعية رغم إمكاناتها .
- ناجحة لأنها السبابة للخبر دائما .
- الصحافة الأجنبية تحظى بتقدير أكثر من الصحافة الوطنية خاصة من قبل الجهات المسؤولة .
- مصداقية الصحافة الأجنبية ضعيفة ، لأنها تنظر للأحداث من منظورها الخاص وتصوغها وفق إيديولوجيتها التي لا تخدم سوى مصالح من تمثلهم .
- ورغم أن بعض المجيبين أظهر عدم قدرته على التقييم وإعطاء الأحكام إلا أنه يمكن القول بأن آراء المبحوثين تبقى تتأرجح بين الانبهار والمقت والشعور بالعجز أمام نشاط أصحاب التكنولوجيا المتطورة .

## 4-16- تقييم نشاط المراسل الصحفي عموما في الجزائر

أما بخصوص تقييم النشاط الصحفي الوطني عموما فقد أجاب أفراد عينة الدراسة بما يلي :

- نشاط المراسل الصحفي في الجزائر متوسط الكفاءة .
- هذا العمل شاق وممتع في نفس الوقت ، ورغم هذا فهو يفتقد للخبرة العالية عندنا .
- المراسلون الصحفيون في بلادنا لا يمتازون بالجدية في العمل ، ويمكن وصفهم بالمتهورين لأنهم لا يتقنون قواعد اللعبة جيدا .
- القوانين لم تساعد الصحفي في بلادنا على أداء عمله بشكل حرّ و جيد .
- المراسل الصحفي الجزائري يعمل من أجل جيبه بالدرجة الأولى ، لذلك يفتقد نشاطه للمتعة والحيوية الكافيتين .
- تنقصنا نحن المراسلون المصداقية و الاحترافية والخبرة .
- نشاط المراسل مقبول على العموم رغم المشاكل المادية والتقنية والقانونية التي تعترضه أثناء أداء العمل .
- عمل المراسل الصحفي صعب ومليء بالعراقيل ونجاحه يبقى مرهونا بتوفير عدة عوامل منها المستوى الاجتماعي .
- والملاحظ من كل هذه الأجوبة أن مراسليننا يغلب على بعضهم التناؤل وإيعاز النقائص الموجودة في العمل إلى الظروف الخارجية ، كما نلمس لدى البعض الآخر نبرة الانهزامية والحسرة والسخط على الأوضاع المحيطة بنشاطه ، خاصة وهو يلاحظ الامتيازات الكثير والممنوحة لمهنة الصحافة في بقاع أخرى من العالم .

## ثالثا : نتائج الدراسة الميدانية

تحاول الدراسة في هذا العنصر أن تجمل أهم النتائج التي وصلت إليها من خلال الدراسة الميدانية ، والتي مع كثرتها فقد فضّلت أن تسوقها على شكل نقاط كالاتي :

- مهنة الصحافة كأيّة مهنة أخرى تجمع بين الجنسين ( ذكور ، إناث) ، رغم أنّ حظ الذكور منها هو أوفر من حظّ الإناث ، وخاصة كمراسلين صحفيين ملزمون بالتنقل الدائم للحصول على الأخبار .

- يمتاز المرسلون الصحفيون في الجزائر بأنّ غالبيتهم من صنف الشباب ، وهذا العامل يخدم كثيرا مهنة الصحافة ومهنة استقاء الأخبار خاصة ، بحيويتهم وحركيتهم الدائمتين والقدرة على مواجهة الصعاب ، وهذه الميزة قد لا تتوفر في مجتمعات أخرى ، لأنّ صفة الشباب تطلق على المجتمع الجزائري عموما .

- أفراد العينة تملك مؤهلات علمية عالية ، حيث يتوزّع أغلبها بين جامعي وصاحب شهادة عليا ، وهذه نقطة إيجابية لصالح المراسل الصحفي الجزائري .

- خبرة المراسلين الصحفيين حسب عينة الدراسة لا تتجاوز - على أكثريتها - الـ 10 سنوات في ميدان العمل الإعلامي ، ولا يعتبر هذا عاملا سلبيا إذا عرفنا أنّهم في بداية مشوارهم المهني نظرا لحدائثة سنّهم بنسبة كبيرة .

- بيّنت الدراسة طبيعة المهنة الصحفية التي تعتمد أولا على كونها هواية ورغبة في الكتابة ، وأنّها قدر البعض ممّن توجهوا إليها بقبيل الصدفة ، قبل أن تكون مقصدا طبيعيا للدارسين والمتخصّصين فيها جامعيّا .

- تتطلّب وظيفة المراسل الصحفي تفرّغا تاما للعمل ، من أجل توفير الوقت والذهن الصّافيين لوضع خطّة محكمة في العمل وملاحقة الخبر في كلّ مكان .

- هناك من المراسلين الصحفيين من يجمع بين مهنة الصحافة ومهنة أخرى ، ومن أبرز تلك المهام العمل كإداري في أحد المصالح العمومية ، وهناك أيضا مهنة التدريس وهناك الانشغال بالدراسة حيث تعتبر مهنة الصحافة في هذه الحالة تربّصا ميدانيا ، إذا كانت طبيعة الدراسة هي في مجال التخصّص الإعلامي ، ومن المراسلين أيضا من يشتغل في التجارة وفي هذه الحالة ستكون الصحافة مجرد هواية لهؤلاء ، إذ أنّها - وكما ورد سابقا - تحتاج إلى التفرّغ التام والوقت الكافي ، وهذا الشرط لا يمكن أن يتوفّر مع مهنة كالتجارة .

- بيّنت هذه الدراسة أنّ أغلب المراسلين الصحفيين لم يشاركوا في دورات تدريبية ، على الرغم من أهميّة هذا الأمر لكسب المزيد من المهارات والاستفادة من خبرات الآخرين في هذا المجال ، ولعلّ هذه النتيجة تؤكد على ضرورة الاهتمام بتوفير وإتاحة فرصة التدريب المستمر لكافة العاملين في الصحافة ، خاصة إذا علمنا أنّ الفرص المتاحة حاليا غير كافية على الإطلاق ، سواء على صعيد المدّة الزمنية أو في طبيعة التكوين في حدّ ذاته .

- بيّنت النتائج أنّ أهمّ مصدر يعتمد عليه المراسل الصحفي في حصوله على الأخبار هي المصادر الشخصية بدرجة أولى وهي عامل مهمّ للفوز بسبق صحفي حيث أنّ بعض المصادر الأخرى تكون متاحة لجميع العاملين في الصحافة كوكالات الأنباء مثلا ، فالاعتماد على هذه الأخيرة لا يمنح فرصة الفوز بسبق صحفي

نظرا لتعاملها مع جهات عديدة ، يلي ترتيب المصادر الشخصية الأرشيف الصحافي ثم وكالات الأنباء فالانترنت الذي يعتبر مقصدا للكثير من المراسلين الصحفيين على الرغم من نسبية مصداقية معلوماته ، وهناك أيضا كمصادر أخبار معتمدة الأقسام الصحفية الأخرى وكذلك المكتبات التي تستعمل في احتياجات خاصة ، كالتأكد من الحقائق التاريخية أو الحصول على تفصيلات حول موضوع ما ... الخ ...

- يجد المراسل الصحفي - حسب ما بينته الدراسة - الوقت الكافي لتنمية قدراته الثقافية بشكل ملحوظ ، وهذا يعني أنه قد أدرك أهمية هذه النقطة بالنسبة للعمل الصحفي ، خاصة في مجال تعامله مع تفاصيل الأحداث وطريقة تحرير المعلومات التي يتحصل عليها .

- لا يزال مراسلو صحافتنا يعتمدون على وسائل تقليدية في تغطيتهم للأخبار رغم التطور التقني الهائل في مجال الاتصال ، حيث بينت الدراسة أن نسبة 64 % من أفراد العينة يستعملون السورق والقلم بالدرجة الأولى ، وهذا يؤكد أن عملنا الصحفي لا يزال يفتقد للتقنية المتطورة مما يصعب مهمة منافسة أصحاب التكنولوجيا العالية في السبق للأخبار .

- تتباين آراء الصحفيين حول مدى وجود منافسة بين العاملين في الحقل الإعلامي الوطني ، فمنهم من يحصرها بين القطاع العام والخاص ومنهم من يؤكد على وجودها تماثيا مع منطلق اقتصاد السوق ومنهم أيضا من ينفي وجودها لاعتبارات عدة تدخل في عملية الحد منها كالتطرف السياسي والمكانة التي صار يحتلها الإشهار بالنسبة لصحفنا عموما ... الخ ...<sup>(1)</sup> ، ومن جهتها رأت غالبية أفراد العينة أنه هناك منافسة بين المراسلين الصحفيين في ميدان العمل دائما بنسبة 53.33 % وأحيانا بنسبة 41.33 % ، وهذا يعني أن العامل في مجال الصحافة لا يرضى عن الريادة وتحقيق الأفضلية والتفوق بديلا ، ويؤكد كذلك مقولة أن : ' التعددية تخلق المنافسة ' .

- بينت الدراسة أن مراسلي صحافتنا الوطنية يسعون لتحقيق السبق الصحفي من خلال نشاطهم وذلك بصفة دائمة ، حيث مثلت إجاباتهم نسبة عالية قدرت بـ 40 % من مجموع العينة هذا إذا أضيف إليها قيمة الإجابة بغالبا والمقدرة بـ 32 % ، أما عن احتمال عدم السعي المطلق لتحقيق السبق الصحفي فقد كانت الإجابة عليه معدومة ، ومنه فإن مراسلي صحافتنا اليومية وكغيرهم من مراسلي العالم يدركون أهمية هذه القيمة بالنسبة لنشاطهم لذلك فهم يسعون بدورهم لتحقيقها .

- تباينت أهداف تحقيق السبق الصحفي حسب إجابات أفراد العينة ، لكن الهدف الرئيسي الذي كثر ترداده هو تقديم خدمة أفضل للجمهور ، فالمنافسة يمكن لها أن تضمن نسبة من الجودة فيما يقدم ، وعلى الرغم من أن الرغبة في تحقيق الشهرة والربح المادي كانا مطروحين أيضا إلا أنهما لم يكونا مطلب عينة الدراسة الرئيسي .

(1) الطاهر بن خرف الله - تمركز وسائل الإعلام : بين التواصي الاقتصادية ، وضرورة الحفاظ على حرية الصحافة - مجلة ' الوسيط ' للدراسات الجامعية ، إعداد نخبة من الأساتذة إشراف : د. الطاهر بن خرف الله ، ج6 ، مطبعة دار هومة ، 2004م ، ص 86 .



- أظهرت الدراسة أن مراسلو العينة يملكون كفاءات خاصة ، وذلك من خلال نجاحهم في تحقيق السبق الصحفي لأكثر من ثلاث مرّات بنسبة عالية كانت 45.33 % ، مقارنة بباقي الاحتمالات والتي هي أقلّ من ذلك .

- كان العامل الأساسي في تحقيق السبق الصحفي هو المجهودات الفردية ، بنسبة فاقت المساعدات الخارجية وكذلك عامل الصدفة الذي ظهر بنسبة قليلة ، وهذه معطيات إيجابية جدًا بالنظر إلى عينة تملك خبرة بسيطة وتمتاز بحدّات سنّها .

- من الامتيازات التي يمنحها السبق الصحفي للصحفيين عموماً والوسيلة الإعلامية - حسب اتفاق آراء الباحثين - على التوالي ما يلي : الشهرة بالدرجة الأولى ثمّ كسب مصداقية وثقة الجمهور ثانياً ، فالثقة بالنفس ثالثاً ، وأخيراً الربح المادي .

- بما أن تحقيق السبق الصحفي يمنح لرجل الإعلام امتياز كسب مصداقية وثقة الجمهور فقد حظيت مصداقية أفراد العينة بتقدير فوق المتوسط ، يتماشى ونجاحاتهم المحقّقة من خلال تعدّد مرّات تحقيقهم السبق الصحفي ، خاصة بعدما تأكّدت دلالة وجود علاقة بين عدد مرّات تحقيق السبق الصحفي ودرجة المصداقية التي يمنحها الجمهور لرجل الإعلام و للوسيلة الإعلامية .

- تعود درجة مصداقية المراسلين الصحفيين لدى الجمهور إلى عدّة عوامل أولاها على الإطلاق مصداقيتهم الخاصة بين الناس وهذا طبيعيّ بحكم احتكاكهم المباشر مع أفراد المجتمع وتركيزهم على منطقة محدّدة ، يضاف إلى هذا العامل عامل آخر وهو مصداقية الجهة التي يمثّلونها ، إذ أن لشهرة ومصداقية الاسم الإعلامي وقع لدى الجمهور خاصة أولئك المطلّعين على التطوّرات الإعلامية ، وكعامل ثالث مضاف تأتي النّجاحات المهنية المتكرّرة ، والتي تزيد من اعتماد مصداقية الأفراد الممنوحة لرجل الإعلام .

- يقيم المراسلون الصحفيون درجة رضاهم عن عملهم بالمتوسط عموماً ، وسواء كان ذلك من قبيل النّواضع أم الاعتراف الصّريح فإنّ ذلك يمثّل محطة مهمة لاختيار منهج العمل مستقبلاً ، إمّا بمواصلته على نفس النسق أو محاولة تدارك النّقائص وتلليل العقبات لتحقيق الأفضل .

- أعاز أفراد العينة تحديدهم مستوى الرضى عن العمل على الشّكل الذي بيّنته الدراسة ، إلى الظروف المحيطة به عموماً إيجابية كانت أم سلبية ، في حين اعتبروا طريقة ممارسة العمل في حدّ ذاتها تأتي في المرتبة الثانية ، والملاحظ أيضاً أنّ ضغط الجهة التي ينتمي إليها المراسل الصحفي لا تتدخل بشكل واضح ، وهذا يعكس درجة من الحرية يتمتّع بها المراسل الصحفي بعيداً عن ضغط المسؤولين الخائق ، إذ لا يظهر ذلك سوى من جانب المطالبة بالأخبار الجديدة دائماً .

- في حالة فشل المراسلين الصحفيين في إتمام عمل ما فإنّ أكثرّيّتهم تفضّل مواصلة الجهد والإصرار على النّجاح ، ممّا يعكس عزمهم العالية وتحديدهم للمعوقات والصّعوبات التي تعترضهم ، وهذا لا ينفى وجود فئة تفضّل العمل من مكاتبها والتخلّي عمّا بدأت به ممّا يلفت الانتباه إلى سلبية وانهازمية بعض الأفراد ، أمّا احتمال البحث عن حدث آخر فإنّه يمثّل حلاً وارداً ولكن بنسبة أقلّ تتزامن في أكثرّيّتها مع أحد الاحتمالين السابقين .

- بينت الدراسة أن مهنة الصحافة وكما يسميها الكثيرون هي مهنة المتاعب حقاً ، وتأخذ الصعوبات درجة تتناسب مع مقدار جهد رجال الإعلام ، وعموماً فإنّ تحديد المرسلين الصحفيين لمدى صعوبة العمل قد أخذ في غالبته بالتقييم المتوسط .

- تبين من خلال البحث أنّ قضية عدم تعاون المسؤولين مع الصحفيين تأتي في مقدّمة المشكلات التي تواجه مراسلي الأخبار في الصحف ، تليها مباشرة ودون فارق يكاد يذكر مشكلة المعلومات وصعوبة الحصول عليها ، على اعتبار أنّ المسؤولين هم من مصادر أخبار المرسلين الصحفيين ، يلي ذلك في الأهمية قيود الحريات ، وتجيء هذه النقطة لتؤكد ترابط المعطيات بعضها ببعض ، إذ أنّ جميع ما سبق يتداخل مع عملية حصول الصحفي على المعلومة .

وبعد كلّ هذا يظهر ما يعانيه المرسلون أنفسهم من أوضاع ماديّة تحول دون قيامهم بواجباتهم المهنيّة كما ينبغي ، ولهذا جاءت إجاباتهم الموالية لتختار صعوبة العمل ذاته ، وحين أتاحت الدراسة للمبحوثين فرصة طرح مشكلات أخرى أضافوا إلى كلّ ما سبق نقطة مهمّة تختصّ أساساً بجنس الإناث حيث رأى بعضهنّ أنّ المرأة في مجال العمل الإعلامي تتعرّض إلى إساءات من نوع خاصّ ، وهذا بحكم احتكاكها المباشر مع شرائح مختلفة من المجتمع في سبيل الحصول دائماً على المعلومة التي تكلفها غالباً ثمناً من نوع خاصّ .

- بالنظر إلى سلبيات مهنة الصحافة وإيجابياتها فقد رأى المبحوثون من خلال خبرتهم أنّ هذه المهنة تحظى باحترام متوسط من قبل المجتمع ، في حين أنّ التقييم بعدم وجود أيّ درجة من الاحترام غير وارد على الإطلاق .

- أظهرت الدراسة أيضاً اعترافاً صريحاً من العاملين في الميدان بوجود إساءات للمهنة من قبل أفرادها ، ممّا يبرّر درجة احترام المجتمع التي تحظى بها هذه المهنة كما تبين سابقاً .

- أظهرت الدراسة أنّ من الإساءات التي يمارسها بعض المرسلين الصحفيين ما يلي :

- \* ميول بعض المرسلين الصحفيين إلى أطراف معيّنة ، وتحيزهم الظاهر في تغطيتهم للأخبار .
- \* استغلال سلطة الإعلام لخدمة المصالح الشخصية .
- \* عدم التأكد من صحّة الخبر قبل إرساله للنشر .

\* استخدام طرق غير شرعيّة للحصول على بعض الأخبار ممّا يجسّد فكرة الغاية تبرّر الوسيلة .

\* إعطاء صورة عن المنافسة غير الشريفة وذلك بالإضرار بمصالح أطراف أخرى ، والتي من بينها ما يمسّ العاملين في ميدان الصحافة ذاتها .

- احتلّت المسؤولية المهنيّة أو الضمير المهني المرتبة الأولى بين الضوابط التي تنظّم عمل المراسل الصحفي ، تلتها الأخلاق الإسلاميّة بفارق بسيط ، لتحلّ القوانين الوضعيّة من موثيق شرف إلى قانون النقابات والمحاكم المرتبة الأخيرة من اختيار أفراد العيّنة ، وهذا التباين يعود إلى طبيعة الفرد في المجتمع الجزائري عموماً والذي يفصل مضامين الشريعة الإسلاميّة في قاموس مفرداته ، فيعطي اعتباراً مستقلاً للمسؤولية المهنيّة قبل أن يضيف إليها الأخلاق الإسلاميّة التي تبرز له بوضوح في قيمة الصدق

والإنصاف ، أمّا بالنسبة للقوانين الوضعية فإنه لا يلقي لها بالا إلا عند الضرورة أي في حين وقوع أي مشاكل مع جهة معينة .

- صرّح " ماجد نعمة " - رئيس تحرير جريدة أفريكازي الفرنسية بقوله : >> عندما أسير في شوارع الجزائر وأطلع على كثير من الجرائد ألاحظ أنّ الإعلام بهذه البلد يتمتع بحرية قد لا توجد في أيّ بلد آخر وربما حتى في بعض الدول الغربية << (1) ، إنّ الحرية التي تحدّث عنها " ماجد نعمة " كثيرا ما عرضت المرسلين الصحفيين في الجزائر إلى المساءلة القانونية نتيجة المادة التي تنشر لهم كغيرهم من الصحفيين في العالم ، وأغلب القضايا التي تعرضوا لها كانت بدعوى القذف أو السب (2) ، وذلك مقارنة باستخدام طرق غير مشروعة للحصول على الخبر وكذلك اقتحام خصوصية الأفراد .

- وقفت هذه الدراسة على جملة من الأسباب التي لا ينشر لأجلها الخبر الذي يأتي به المرسل الصحفي فكانت مرتبة حسب تأثيرها كالاتي :

- \* لا يطابق سياسة الجريدة .
  - \* متأخر عن موعد النشر أو سبقت به جهات إعلامية أخرى .
  - \* لا يستوفي شروط النشر ( ركافة الأسلوب ، عدم دقة المعطيات ، عدم مصداقية المصدر ، ... )
  - \* يتسبب في مشاكل مع هيئات حكومية .
  - \* غير مهم .
  - \* كثرة المادة الإعلامية .
  - \* وجود مشاكل مع مسؤولي الجريدة .
- تقييم الأفراد لمدى إنصاف قانون الإعلام لا يكون على الغالب نتيجة دراسة مستوفية وإنما هو بالنسبة لهم منصف في نظرهم حين يخدم مصالحهم وغير منصف إذا ضاعت حقوقهم ، أي أنّ الحكم عليه يبقى نسبيا خاصة من غير المختصين في مجال الإعلام .
- أظهرت الدراسة أنّ بعض أفراد العينة يرون أفضلية الصحافة الأجنبية في السبق للخبر رغم ما يعترها من شوائب ، وأنها تحظى بتفضيل المسؤولين قبل الصحافة المحلية .
- مصداقية الصحافة الأجنبية ضعيفة ، لأنها تنظر للأحداث من منظورها الخاص وتصوغه وفق إيديولوجيتها التي لا تخدم سوى المصالح التي تمثلها .
- وبين البحث بالمقابل أنّ المرسلين الصحفيين في الجزائر يفتقدون لكثير من المهارات والخبرة .
- وأنّ نشاط المرسل مقبول على العموم رغم المشاكل المادية والتقنية والقانونية التي تعترضه أثناء أداء العمل ، ورغم ما يُظهره البعض من تجاوزات أخلاقية لا تأثر سوى على مصداقيتهم الفردية .

(1) ماجد نعمة - في حوار معه حول حرية الصحافة - حصة " خارج التحرير " ، التلفزيون الجزائري ، الثلاثاء 3 ماي 2005م ، سا ( 21:30 ) .

(2) للمزيد من التفاصيل حول هذه القضية أنظر : ندوة مركز الخبر للدراسات الدولية- مفهوم القذف في الصحافة - منشورات " الخبر " بمطبعة أموقان ، البلدة- الجزائر 2004م .

- من جهة أخرى فإنّ عمل المراسل الصّحفي صعب ومليء بالعراقيل ونجاحه يبقى مرهونا بتوفير عدّة عوامل منها تحسين المستوى الاجتماعي .

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

# مقدمة

جامعة الأميرة  
عبد القادر للطب  
الإسلامية

وفي نهاية هذا البحث تتأكد علاقة الترابط والاستلزام التي تجمع بين المصطلحات الثلاثة ( السبق الصحفي ، المصداقية ، الأخلاقيات ) ، بعدما حاولت الدراسة الإجابة على جملة التساؤلات المطروحة بدايةً ، والتي تفرّعت عن تساولين رئيسيين يبحث الأول في ماهية هذه القيمة الإعلامية ، في حين يحاول الثاني شرح طبيعة القوانين الأخلاقية التي تضبطها ، وأبرز ما توصلت إليه هذه الدراسة أنّ السبق الصحفي يعني أيّ حدث أو جديد أو معلومة انفردت بها وسيلة إعلامية ما ، وقدمتها للجمهور فأحدثت ردّة فعل غير عادية لدى أكبر عدد منهم ، وهذه القيمة الإعلامية تأخذ مكانها المتميز ضمن المنظومة الإعلامية منذ القديم ، أي منذ ظهور وسائل الإعلام الجماهيرية ثمّ انتشارها .

كما رأت الدراسة أنّ السبيل لتحقيق هذا المكسب يحتاج إلى عدّة عوامل أهمّها الطّاقات البشرية المبدعة ، والإمكانيات المادية وكذلك التكنولوجيا العالية ، كلّ هذا في ظلّ حرية الوصول إلى المعلومات ؛ و توصلت كذلك إلى أنّ من أهداف تحقيق السبق الصحفي الفوز بثقة الجمهور ، والذي يعتبر سبيلاً مهيأة للربح الماديّ أولاً وفرض سيطرة متعدّدة الأوجه ثانياً ، هذه العوامل تتحد فيما بينها لتشكل المصطلح البارز " المصداقية " ، الذي يميّز بخصوصية في إطلاقاته لا تتقف عند معنى التصديق فقط ، بل تتعدى إلى كسب اعتماد قويّ لدى الجمهور لا يتأثر بأيّ خطط للإطاحة به ، ومن هنا تبدأ عملية الرّبط بين المفاهيم والتي تستمرّ بشكل طرديّ إيجابيّ حتى تعكّر صفوها التّجاوزات الأخلاقية ، ومنطق " الغاية تبرّر الوسيلة " ليصبح من الواجب التّوقف في مستوٍ ما وإعادة الحسابات بتقييم أخلاقيّ بحت ، إذ لا يجب أبداً التّغاضي عن أهمية الالتزام بالمبادئ الأخلاقية والقوانين ، فإن حدث غير ذلك عمّت الفوضى وضاعت الحقوق وفقدت الأشياء قيمتها الحقيقية ونكهتها المتميزة ، فمع أنّ الضوابط الأخلاقية قد تعتبر في الغالب حملاً ثقيلًا إلاّ أنّها تبقى الدواء الوحيد الفعّال لأمراض اجتماعية كثيرة و خطيرة .

أمّا بالنسبة لصحافتنا الوطنية فقد وجدت الدراسة أنّها تحاول مواكبة التّطورات الإعلامية ، فهي تسعى حقيقة لتحقيق السبق الصحفي على قدر إمكانيّاتها ، والتي توصف بالمحدودة مقارنة بإمكانيّات الدّول المتطوّرة ، كما أنّها تتنافس فيما بينها للفوز بالخبر والتميّز إلاّ أنّ مستوى العمل لديها يبقى محدوداً ، وذلك راجع إلى افتقارها الخبرة والتّدريب الكافيين رغم ما تملكه من حماسة وشبابية عاليتين ، وهنا يجب التأكيد على ضرورة توفير سبل الاستفادة من خبرات الآخرين وفتح المجال أمام التّواصل مع الآخر لتحسين أداء العمل ؛ مع أنّ هذا لا يلغي حقيقة أنّ للصحفيّ الجزائريّ بعض السقطات التي كثيراً ما أوصلته إلى قاعات المحاكم وربّما حتى ظلمات السّجون ، رغم اعترافه بضرورة الالتزام بالضوابط الأخلاقية الوضعية منها والدينيّة ، فمع أنّنا نملك في ديننا الحنيف الطول لكثير من الإشكالات إلاّ أنّ احترام مبادئه في مهنة الصحافة يبقى أمراً نسبياً مرتبط أساساً بالتركيبية الشخصية للفرد ، والذي كثيراً ما يفصل بين النظري والتطبيقي .

وفي الأخير لم تجد الدراسة - ككلمة تقييمية للنشاط الصحفي الجزائريّ عموماً - أنسب من تعبير " علي جري " - مدير نشر جريدة " الخبر " - حين قال : >> إنّ الحديث اليوم عن وقفة تقييمية لتجربة صحفية فريدة من نوعها في الوطن العربي والعالم الإسلامي ، يجب ألا يكون من منطلق تحميلها المزيد من



المسؤوليات ، كما لا أريد تبرير بعض الانزلاقات التي حدثت ومازالت تحدث في الصحافة الجزائرية ، عندما أذكر بأن عمرها لا يتجاوز 13 سنة ( وأقصد الصحافة المستقلة ) ... فهي جزائرية وتعيش واقع المجتمع الجزائري بمحاسنه ومساوئه وتتفاعل معه ، وبالتالي فإنها لا يمكن أن تتطور بمعزل عن محيطها ، لذا فكل تقييم لها اليوم يجب أن يأخذ في الحسبان كل هذه العوامل ، بما فيها العوامل التي قد تبدو داخلية محظية كالتكوين والتأطير والتنظيم ... لكنها في الحقيقة ليست كذلك ... >> . (1)

(1) علي جري - الصحافة الجزائرية ... واقع ورهانات - ندوة مركز الخبر للدراسات التولية ، ص 9-10 .

# قائمة المصادر والمراجع

جامعة الأمير عبد  
القادر للطب والعلوم الإسلامية

✽ القرآن الكريم برواية ورش .

1- أحمد بن محمد بن حنبل - منتخب كنز العمال في سنن الأقوال والأفعال (مسند الإمام أحمد بن حنبل) - ج4 ، دار الفكر ، بيروت .

## الكتب الإعلامية

- 2- إبراهيم إمام- أصول الإعلام الإسلامي - دار الفكر العربي ، القاهرة .
- 3- إبراهيم إمام- وكالات الأنباء - ط3 ، دار الفكر العربي ، القاهرة 1994م .
- 4- أحمد محمد المصري- العلاقات العامة - مؤسسة شباب الجامعة للطباعة والنشر والتوزيع ، الإسكندرية 1995م .
- 5- إسماعيل معارف فالية- الإعلام حقائق وأبعاد - ديوان المطبوعات الجامعية ، بن عكنون- الجزائر .
- 6- ألبرت.ل. هيستر ، واي لان.ج.تو- دليل الصحفي في العالم الثالث - تر:كمال عبد الرؤوف ، الدار الدولية للنشر والتوزيع ، 1992م .
- 7- إياد شاكر البكري- عام 2000 حرب المحطات الفضائية - دار الشروق ، عمان- الأردن 1999م .
- 8- برنارد ويزبرجر- الصحفي الأمريكي - تر:وديع سعيد ، مؤسسة سجل العرب ، 1962م .
- 9- تيسير أبو عرجة - دراسات في الصحافة والإعلام - دار مجدلاوي للنشر والتوزيع ، عمان - الأردن 2000م .
- 10- جان ميشيل ديمون وآخرون- الإعلام العربي . الأوروبي حوار من أجل المستقبل - مركز الدراسات العربي الأوروبي ، بيروت 1998م .
- 11- جون أولمان - التحقيق الصحفي أساليب وتقنيات متطورة - تر:إيلي زيدان ، الدار الدولية للنشر والتوزيع ، القاهرة - مصر 2000م .
- 12- جون ميرل ، رالف لونشتاين- الإعلام وسيلة ورسالة - تر:ساعد خضر العرابي الحارثي ، دار المريخ للنشر ، الرياض- المملكة العربية السعودية 1989م .
- 13- جون هوهنبرج- الصحفي المحترف - تر:كمال عبد الرؤوف ، الدار الدولية للنشر والتوزيع ، القاهرة - الكويت - لندن 1990م .
- 14- جيهان المكايي- حرية الفرد وحرية الصحافة - الهيئة المصرية العامة للكتاب 1981م .
- 15- حسن صعب- إعجاز التواصل الحضاري الإعلامي " نحو وكالة عربية دولية للأخبار " - ، 1984م .
- 16- حسن عماد مكايي - أخلاقيات العمل الإعلامي(دراسة مقارنة) - الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة 1994م .
- 17- حمدي حسن- مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال - دار الفكر العربي ، القاهرة 1917م .

- 18- دافيد بوتر- مخبرو الصّحف - تر: محمد مصطفى غنيم ، دار الفكر العربي بالاشتراك مع مؤسّسة فرانكلين للطباعة والنشر ، القاهرة - نيويورك 1956م .
- 19- ديفيد.إس.برودر- وراء الصّفحة الأولى - تر: عبد القادر عثمان ، مركز الكتب الأردني ، 1990م .
- 20- روبرت هاينمان- فنّ المحاضرة المؤثّرة - تر: مركز التعريب والترجمة ، الدّار العربيّة للعلوم ، 1996م .
- 21- زهير إحدادن- مدخل لعلوم الإعلام والاتّصال - ديوان المطبوعات الجامعيّة ، الجزائر .
- 22- ستاتلي جونسون ، جوليان هاريس- استقاء الأبناء فنّ (صحافة الخبر) - تر: وديع فلسطين ، دار المعارف ، مصر 1960م .
- 23- سعيد محمد السيّد- إنتاج الأخبار في الرّاديو والتلفزيون - عالم الكتب ، القاهرة 1988م .
- 24- سليمان جازع الشّمري- الصّحافة والقانون في الوطن العربي - الدّار التّوليّة ، القاهرة 1993م .
- 25- سليمان صالح- صناعة الأخبار في العالم المعاصر - ط2 ، دار النّشر للجامعات ، القاهرة - مصر 1998م .
- 26- سمير محمد حسين- الإعلام والاتّصال بالجماهير والرّأي العام - ط2 ، عالم الكتب ، القاهرة 1993م .
- 27- سيمون سيرفاتي وآخرون - وسائل الإعلام والسياسة الخارجيّة - تر: محمد مصطفى غنيم ، الجمعيّة المصريّة لنشر المعرفة والتّقاليف العالميّة ، القاهرة 1995م .
- 28- شريف درويش- تكنولوجيا الاتّصال(المخاطر والتأثيرات الاجتماعيّة) - الدّار المصريّة اللّبنانيّة ، القاهرة 2000م .
- 29- شون ماكبرايد وآخرون- أصوات متعدّدة وعالم واحد - الشّركة الوطنيّة للنّشر والتّوزيع ، الجزائر 1981م .
- 30- صالح خليل أبوأصبغ- تحديات الإعلام العربي: المصداقيّة، الحرّيّة، التّميّة والهيمنة التّقافيّة - دار الشّروق للنّشر والتّوزيع ، عمّان - الأردن 1999م .
- 31- عاطف عدلي العبد- الاتّصال والرّأي العام - دار الفكر العربي ، القاهرة 1993م .
- 32- عبد العالي رزاقي- الخبر في الصّحافة ، الإذاعة ، التلفزيون والانترنت - دار هومة للطباعة والنّشر والتّوزيع ، الجزائر 2004م .
- 33- عبد العزيز الغنّام- مدخل في علم الصّحافة - ج1 ، ط2 ، مطابع الدّجوى ، مكتبة الأنجلو المصريّة 1977م .
- 34- عبد الفتّاح عبد النّبي- سوسيولوجيا الخبر الصّحفي - العربي للنّشر والتّوزيع ، القاهرة 1989م .
- 35- عبد اللّطيف حمزة- الإعلام والدّعاية - دار الفكر العربي ، 1984م .
- 36- عبد اللّطيف حمزة- المدخل في فنّ التّحرير الصّحفي - ط4 ، دار الفكر العربي .
- 37- عبد الله بن محمد العوشن- كيف تقنع الآخريّن - ط3 ، دار العاصمة للنّشر والتّوزيع ، 1996م .
- 38- عبد المجيد شكري- الإذاعات المحليّة لغة العصر - دار الفكر العربي ، القاهرة 1987م .

- 39- عبد الوهّاب كوحيل- الرّأي العام والسياسة الإعلاميّة - ط2 ، مكتبة المدينة ، القاهرة 1987م .
- 40- عصام عبد الهادي- التّغطية الإخبارية بالجراند المسائيّة - تليستار للمطبوعات الإعلاميّة ، القاهرة .
- 41- غازي إسماعيل ربايعة- الرّأي العام والعلاقات العامّة - دار البشير ، عمّان - الأردن 1988م .
- 42- غريب محمّد سيّد أحمد- علم اجتماع الاتّصال والإعلام - دار المعرفة الجامعيّة ، الإسكندريّة 1996م .
- 43- فارس إشتي- الإعلام العالمي: مؤسّساته ، طريقة عمله وقضاياها - دارأمواج للطباعة والنّشر والتّوزيع ، بيروت - لبنان 1996م .
- 44- فاروق أبو زيد- فنّ الخبر الصّحفي - ط2 ، عالم الكتب ، القاهرة .
- 45- فؤاد بن حالة- الحرب الإذاعيّة - تر: انشراح الشّال ، دار نهر النيل للطباعة والنّشر والتّوزيع 1988م .
- 46- فيل أولت- وراء الأخبار ليلا ونهارا - تر: أحمد قاسم جودت ، دار النهضة العربيّة بالاشتراك مع مؤسّسة فرانكلين للطباعة والنّشر ، القاهرة - نيويورك 1965م .
- 47- فليب غايار- تقنيّة الصّحافة - تر: فادي الحسيني ، ط2 ، منشورات عويدات ، بيروت - باريس 1883م .
- 48- كارولين ديانا لويس- التّغطية الإخبارية للتلفزيون - تر: محمود شكري العدوي ، المكتبة الأكاديميّة ، 1993م .
- 49- ليونارد راي تيل ، رون تيلور- مدخل إلى الصّحافة: جولة في قاعات التّحرير - تر: حمدي عبّاس ، ط2 ، الدّار الدّوليّة للنّشر والتّوزيع ، القاهرة 1998م .
- 50- ماجي الحلواني- مدخل إلى الإذاعات الموجهة - دار الفكر العربي ، 1982 - 1983م .
- 51- محمّد سيّد محمّد- المسؤوليّة الإعلاميّة في الإسلام - ط2 ، المؤسّسة الوطنيّة للكتاب ، الجزائر 1986م .
- 52- محمّد علي العويني- الإعلام الإسلامي الدّولي بين النظريّة والتّطبيق - ط2 ، عالم الكتب ، 1987م .
- 53- محمّد فريد محمود عزّت- بحوث في الإعلام الإسلامي - دار الشّروق ، جدّة - المملكة العربيّة السّعوديّة 1983م .
- 54- محمّد فريد محمود عزّت- دراسات في فنّ التّحرير الصّحفي في ضوء معالم قرآنيّة - دار الشّروق ، جدّة - المملكة العربيّة السّعوديّة 1984م .
- 55- محمّد معوّض- الخبر التلفزيوني - دار الفكر العربي ، القاهرة .
- 56- محمّد معوّض- الخبر في وسائل الإعلام - دار الفكر العربي ، القاهرة 1994م .
- 57- محمّد معوّض ، بركات عبد العزيز- الخبر الإذاعي والتلفزيوني - دار الكتاب الحديث ، 1996م .
- 58- محمّد أدهم- المدخل في فنّ الحديث الصّحفي - مطبعة دار النّقافة للطباعة والنّشر ، القاهرة 1982م .
- 59- محمّد أدهم- الفكرة الإعلاميّة - دار النّقافة للطباعة والنّشر ، القاهرة 1983م .
- 60- محمّد أدهم- التّحقيق الأمودجي وصحافة الغدّ - دار النّقافة للطباعة والنّشر ، القاهرة 1984م .

- 61- محمود أدهم- الصّورة الإخباريّة - ، القاهرة 1989م .
- 62- محمود عبد الرّؤوف كامل- مقدّمة في علم الإعلام والاتّصال بالنّاس - مكتبة نهضة الشّرق ، جامعة القاهرة 1995م .
- 63- مرعي مذكور- الإعلام الإسلامي وخطر التّدقّق الإعلامي الدّولي - دار الصّحوة للنّشر والتّوزيع ، القاهرة 1988م .
- 64- ميلفن مينتشر- تحرير الأخبار في الصّحافة والإذاعة والتّلفزيون - تر:أديب خضّور ، المكتبة الإعلاميّة ، دمشق 1992م .
- 65- ميلفن ل.ديفلير ، ساندرابول روكيتش- نظريّات وسائل الإعلام - تر: كمال عبد الرّؤوف ، الدّار الدّوليّة للنّشر والتّوزيع ، القاهرة 1993م .
- 66- نبيل راغب- العمل الصّحفي - دار نوبار للطّباعة ، الشّركة المصريّة العالميّة للنّشر " لونجمان " ، القاهرة 1999م .
- 67- ندوة مركز الخبر للدراسات الدّوليّة- مفهوم القذف في الصّحافة - منشورات " الخبر " بمطبعة أموقان ، البليدة- الجزائر 2004م .
- 68- نصر الدّين لعياضي- التّلفزيون دراسات وتجارب - دار هومة للطّباعة والنّشر والتّوزيع ، الأبيار- الجزائر .
- 69- وليم أيه روو- الصّحافة العربيّة : الإعلام الإخباري وعجلة السّياسة في العالم العربي - تر: موسى الكيلاني ، مركز الكتب الأردني 1989م .

## كتب علم الاجتماع

- 70- أحمد أمين - كتاب الأخلاق ( الموسوعة الأدبيّة ) - ، دار الكتاب العربي بيروت - لبنان 1969م .
- 71- حافظ فرج أحمد- التّربية وقضايا المجتمع المعاصر - عالم الكتب ، القاهرة 2003م .
- 72- كريم يوسف كشاكش- الحريّات العامّة في الأنظمة السّياسيّة المعاصرة - منشأة المعارف ، الإسكندريّة 1987م .
- 73- محمّد شفيق- الإنسان والمجتمع مع تطبيقات في علم النّفس الاجتماعي - المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندريّة - مصر 2004م .
- 74- محمّد عبد الله درّاز- دستور الأخلاق في القرآن - تر: عبد الصّبور شاهين ، ط6 ، مؤسّسة الرّسالة دار البحوث العلميّة ، الكويت 1985م .
- 75- وهبة الزّحيلي- حقّ الحريّة في العالم - دار الفكر ، بيروت 2000م .
- 76- يعقوب المليجي- الأخلاق في الإسلام مع المقارنة بالديانات السّماويّة والأخلاق الوضعيّة - مؤسّسة التّقافة الجامعيّة ، الإسكندريّة 2003م .



## الكتب القانونية

- 77- أنطوان الناشف- الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والإجتهد - منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت - لبنان 1999م .
- 78- عبد الحميد الشواربي- شرح قانون العقوبات ( دراسة مقارنة في الشريعة الإسلامية ) - دار المعارف ، الاسكندرية 1991م .
- 79- إبراهيم عبد الخالق - الوجيز في جرائم الصحافة والنشر - دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية 2003م .

## كتب المنهجية

- 80- نوقان عبيدات وآخرون- البحث العلمي : مفهومه ، أدواته ، أساليبه - دار مجدلاوي ، عمان - الأردن .
- 81- سعد الدين أبو الفتوح الشرنوبى- المفاهيم والمعالجات الأساسية في الإحصاء - مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية ، 2001م .
- 82- سمير محمد حسين- بحوث الإعلام - ط2 ، عالم الكتب ، القاهرة 1993م .
- 83- عاطف عدلي العبد ، زكي أحمد عزمي - الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام - دار الفكر العربي ، القاهرة 1993م .
- 84- غريب سيد أحمد- الإحصاء والقياس في البحث الاجتماعي (المعالجات الإحصائية)- ج1 ، دار المعرفة الجامعية ، 1995م .
- 85- محمد بهجت كشك- مبادئ الإحصاء واستخداماته في مجالات الخدمة الاجتماعية- دار المعرفة الجامعية ، 1996م .
- 86- محمد عبد الحميد- دراسة الجمهور في بحوث الإعلام - عالم الكتب ، القاهرة 1993م .

## القواميس والمعاجم

- 87- أحمد زكي بدوي- معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية - مكتبة لبنان ، بيروت 1978م .
- 88- أحمد زكي بدوي- معجم المصطلحات القانونية (فرنسي ، إنجليزي ، عربي) - دار الكتاب المصرية ، دار الكتاب اللبنانية ، 1989م .
- 89- أبو الفضل جمال الدين بن مكرم بن منظور - لسان العرب- ، ج2 ، ج3 ، دار صادر ، بيروت .
- 90- محمد فريد محمود عزت - قاموس المصطلحات الإعلامية (إنجليزي ، عربي) - دار الشروق العربي ، جدة 1984م .

## الدوريات

- 92- الطاهر بن خرف الله - تمركز وسائل الإعلام : بين الدواعي الاقتصادية ، وضرورة الحفاظ على حرية الصحافة - مجلة " الوسيط " للدراسات الجامعية ، إعداد نخبة من الأساتذة إشراف : د. الطاهر بن خرف الله ، ج6 ، مطبعة دار هومة ، 2004م .
- 93- إبراهيم أحمد إبراهيم- التشريعات الصحفية في أوروبا - مجلة " الديمقراطية " ، السنة الأولى ، العدد الرابع، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية بجريدة الأهرام 2001م .
- 94- إحسان هندي- المسائل المحظور نشرها في الصحف بموجب قوانين المطبوعات والنشر في أقطار مجلس التعاون لدول الخليج العربي - مجلة " التعاون " ، السنة الثانية ، العدد الخامس ، الأمانة العامة لمجلس التعاون لدول الخليج العربي ، شركة العبيكان للطباعة والنشر ، الرياض 1987م .
- 95- جيهان أحمد رشتي- أخلاقيات المهنة - المجلة العربية للعلوم الإنسانية ، السنة الرابعة عشرة ، العدد54، مجلس النشر العلمي جامعة الكويت ، 1996م .
- 96- عزّي عبد الرحمان- تعثر الرسالة في عصر الوسيلة - حوليات جامعة الجزائر ، العدد04 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر 1989- 1990م .
- 97- فيصل القاسم- الفضائيات العربية والحرب على العراق - حلقة نقاشية ، مجلة " المستقبل العربي " ، السنة 26 ، ع 295 ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت 2006م .
- 98- نائل عبد الرحمان صالح- الجرائم الإعلامية والصحفية في القوانين الأردنية - مجلة " دراسات علوم الشريعة والقانون " ، المجلد25 ، العدد02 ، عمادة البحث العلمي الجامعة الأردنية 1998م .
- 99- السلطات الإيرانية تغلق مكتب قناة " الجزيرة " بتهمة تغذية التوتر ، صفحة الدولي ، جريدة " الشروق اليومي " ، العدد 1359، مؤسسة الشروق للإعلام والنشر ، الجزائر 2005م .

## الرسائل الجامعية

- 100- حسن عماد عبد المنعم مكاي - دراسة الخدمة الإخبارية التي يقدمها راديو القاهرة ومقارنتها بالخدمة الإخبارية الموجهة من هيئة الإذاعة البريطانية للمستمع المصري - رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة 1984م .

## برامج تلفزيونية

- 101- النشرة الاقتصادية ، قناة " الجزيرة " القطرية ، الاثنين 31 جانفي 2005م ، سا 17:30 .

102- حصّة " خارج التحرير " ، التلفزيون الجزائري ، الثلاثاء 3 ماي 2005م ، سا ( 21:30 ) .

## مواقع على الانترنت

- 103- أحمد نبيل أبو دياب - تقارير وتحقيقات صحفية - المجموعة الفلسطينية للإعلام ، [www.pal.group.info.com](http://www.pal.group.info.com) (تاريخ الدخول: 21 ديسمبر 2004م) .
- 104- إليزابيث جينسن - تسابق القنوات الإخبارية العالمية لاقتناص السبق الخبري - تر: أنوار بارون ، مركز المعلومات والأبحاث قسم الترجمة ، وكالة الأنباء الكويتية " كونا " 2004م ، [www.kuna.net](http://www.kuna.net) (تاريخ الدخول: 21 ديسمبر 2004م) .
- 105- أيمن الأمير- صوتنا الأعلى لا يسمعه أحد - مجلة " الوطن " الإلكترونية ، السنة الثانية ، العدد 724 ، 2002م ، [www.alwatan.com](http://www.alwatan.com) (تاريخ الدخول: 12 جانفي 2005م) .
- 106- سبأ عبد الله باهبري- كوارث البحث عن السبق الصحفي - مجلة " الوطن " الإلكترونية ، السنة الرابعة ، العدد 1461 ، 2004م ، [www.alwatan.com](http://www.alwatan.com) (تاريخ الدخول: 13 ديسمبر 2004م) .
- 107- عبد المالك سليمان- أزمة الإعلام الفضائي العربي بين الإفلاس والتغريب - ، [www.arabrenwal.com](http://www.arabrenwal.com) (تاريخ الدخول: 05 أبريل 2005م) .
- 108- مصطفى فتحي- السلطات الجزائرية تجمد نشاط مكتب " الجزيرة " - ركن الوطن العربي ، موقع عرب 2000 ، [www.arab2000.net](http://www.arab2000.net) (تاريخ الدخول: 19 أبريل 2005م) .
- 109- هاني زياد - إعلاميون بملابس عسكرية - مجلة " الأسبوع " الإلكترونية ، السنة السابعة ، العدد 5355 ، 2003م ، [www.elosboa.com](http://www.elosboa.com) (تاريخ الدخول: 18 مارس 2005م) .
- 110- همّام عبد المعبود- قناة الحرّة الأمريكية...في عيون الخبراء - القاهرة ، [www.almoslim.net](http://www.almoslim.net) (تاريخ الدخول: 19 جانفي 2005م) .
- 111- وليد بطراوي- أقرب إلى الموت جرائم الحرب الإسرائيلية ضد الصحفيين - ، [www.crimesofwar.org](http://www.crimesofwar.org) (تاريخ الدخول: 06 مارس 2005م) .
- 112- قناة الجزيرة الإثارات المنعكسة ، شبكة النّبأالمعلوماتية ، [www.annabaa.org](http://www.annabaa.org) (تاريخ الدخول: 10 جانفي 2005م) .
- 113- العربية قناة إخبارية فضائية جديدة لمنافسة الجزيرة ، شبكة النّبأالمعلوماتية 2003م ، [www.annabaa.org](http://www.annabaa.org) (تاريخ الدخول: 21 ديسمبر 2004م) .
- 114- قناة الجزيرة تتعرض لضغوط...أداة دعائية لصدّام ، شبكة النّبأالمعلوماتية 2003م ، [www.annabaa.org](http://www.annabaa.org) (تاريخ الدخول: 21 ديسمبر 2004م) .
- 115- تقرير فيينا حول حرية وسائل الإعلام في العالم ، شبكة النّبأالمعلوماتية 2004م ، [www.annabaa.org](http://www.annabaa.org) (تاريخ الدخول: 21 ديسمبر 2004م) .

- 116- الفضائيات العربية تقع ضحية خدعة والجزيرة تتعرض للإغلاق ، شبكة النباءالمعلوماتية ، [www.annabaa.org](http://www.annabaa.org) (تاريخ الدخول:10 أوت2004م) .
- 117- النقال يساعد على نشر الصور فور وقوعها ، صفحة الأسبوعيات ، يومية " الفجر " الجديد الإلكترونيّة ، العدد10986 ، المؤسسة العامّة للصحافة 2004م ، [www.alfajr aljadid.com](http://www.alfajr aljadid.com) ، (تاريخ الدخول:21 ديسمبر2004م) .
- 118- شهداء الصحافة العربيّة والعالميّة خلال عامين على احتلال العراق ، مركز حماية وحرية الصحفيين ، شبكة الحريات الإعلاميّة ، [www.media free dam.netwark.com](http://www.media free dam.netwark.com) (تاريخ الدخول:05 مارس2005م) .
- 119- الصحافة وأزمة المصداقيّة ، الفصل السابع ، بحوث الصحافة وفنون الإعلام ، موقع مقاتل الصحراء ، [www.moqatel.com](http://www.moqatel.com) (تاريخ الدخول:28 أبريل2005م) .
- 120- الحركة الإسلاميّة ومسألة القطب الديمقراطي ، موقع البديل الحضاري 2004م ، [www.albadil.com](http://www.albadil.com) (تاريخ الدخول:12 جانفي2005م) .
- 121-Media Credibility**, The few research canter for the people and the press, [www.people-press.org](http://www.people-press.org) . (تاريخ الدخول:19جانفي2005م)
- 122-Ken Auletta - Credibility Matters -**, [www.pbs.org](http://www.pbs.org) . (تاريخ الدخول:19جانفي2005م)

مِالِاق

جامعة الأمير عبد القادر للطب والعلوم الإسلامية

# REVISITING WATERGATE

POST COVERAGE | CHRONOLOGY | SIGHTS & SOUNDS | KEY PLAYERS  
DOCUMENTS | CARTOONS | LIVE ONLINE | INTERACTIVE QUIZ



Decades after Richard Nixon resigned the office of the president, Watergate remains one of the top presidential scandals of modern time. Early in the morning on June 17, 1972, police discovered five intruders inside the headquarters of the Democratic National Committee. The burglars were there, it turned out, to adjust bugging equipment they had installed during a May break-in and to photograph the Democrats' documents.

The Watergate investigation brought fame to The Washington Post and the reporting team of Bob Woodward and Carl Bernstein. The duo unraveled a web of political spying and sabotage that had all the elements of a Hollywood saga. In the end, after 40 government officials were indicted and a president resigned, many would conclude that the system of checks and balances worked. Yet, the triangular relationship between public officials, the media and the public was altered forever.

Watergate Revisited provides a look back at Nixon's legacy with:

- A video Live Online with Ben Bradlee, the former executive editor with the Post and Woodward, currently an assistant managing editor at the paper;
  - An archive of Post stories from the period;
- A photo gallery of Post and other photos from the Watergate era as well as a collection of cartoons from the era;
- A multimedia page including audio from the famous tapes and video clips from some of the famous moments during the scandal.

— Steve Fox, Politics Editor, [washingtonpost.com](http://washingtonpost.com)

[Watergate Revisited Credits](#)



## شهادات الخبراء وكبار الإعلاميين في قناة الجزيرة

إن قناة الجزيرة تتفوق على كل الوسائل الإعلامية التليفزيونية في العالم وخاصة بعد غزو أفغانستان والعراق وتغطية ما يجري من هجمة شرسة على فلسطين. وقد استطاعت الجزيرة أن تدعم موقفها من خلال إقامة مركز التدريب والتطوير التليفزيوني وإقامة مثل هذا المنتدى العالمي، وهي قناة تتمتع بسقف عال من الحرية ومن القبول بالآخر.

### حمدي قنديل خبير إعلامي عربي

ربما نختلف مع الجزيرة في معالجتها لبعض القضايا، وربما يكون لنا اعتراض على هذا البرنامج أو ذلك، وقد لا نتفق في جميع الظروف التي تقدمها على شاشتها، وقد نلاحظ في بعض الأحيان تبنيها لوجهة نظر معينة، فهذا لا شك من طبيعة البشر على أساس أن الاختلاف في الرأي لا يفسد للود قضية، لكن هذا لا يعني أننا ننكر جانباً كبيراً من حياديتها وطرفاً سامياً من اعتمادها مبدأ الرأي والرأي الآخر، كما أننا نعترف بفضلها في إحداث ثورة إعلامية على مستوى إعلامنا العربي ونقله من مرحلة الانكفاء والتفوق داخل وجهة النظر الرسمية إلى مرحلة متقدمة في الموضوعية من خلال نقل الخبر وتحليله وتقديمه على حقيقته بعيداً عن التزوير والتحريف والتلاعب.

### د. عيد الستار الهيتي أستاذ التربية، سلطنة عمان

إن قناة مثل قناة الجزيرة استطاعت أن تحقق سبقاً، وهذا ما جعلها تتعرض لهجوم من الطرفين العراقي والأميركي أثناء الحرب، لحرصها على تقديم الحقيقة بموضوعية تامة. في حين أنني أرى أن الإعلام الأميركي مدان في صمته عن قصف وقتل الصحفيين العرب والأجانب في بغداد، وما ترتبته هذه القوات ضد المدنيين والبنية التحتية في العراق على سبيل المثال.

### أ. د. جيهان رشتي: الخبيرة الإعلامية وعميدة كلية الإعلام بجامعة القاهرة سابقاً.

إن المواطن الأميركي لم تكن لديه أي معرفة بوسائل الإعلام العربية من قبل، وبالنسبة لي مثلي مثل أي أميركي كان اهتمامي منصباً على السياسة الداخلية والمشكلات والقضايا الأميركية المحلية، كان ذلك قبل 11 سبتمبر 2001، لكن تلك الأحداث التي عصفت بأميركا خريف 2001 جعلت الشرق الأوسط في مقدمة اهتمام كل أميركي، لأن ما يجري في هذه المنطقة من العالم صار يؤثر مباشرة على حياة كل فرد في الولايات المتحدة. إن التركيز على «الحرب ضد الإرهاب» إضافة إلى الحرب في العراق وكذلك ما يجري في فلسطين جعلنا نبحث عن معرفة حقيقة ما يجري هناك من مختلف المصادر، وقد صارت قناة الجزيرة هي مصدر هذه المعلومات الأساسي في كل بيت أميركي وذلك بسبب تغطياتها المباشرة ومصداقيتها ووجودها في كل المناطق الساخنة من العالم العربي خاصة. ترجع شهرة قناة الجزيرة أيضاً لكونها تعكس عيش الإنسان العربي لمعرفة الحقيقة من وسائل الإعلام الصادقة وقد وثق هذا الإنسان بقناة الجزيرة لأن برامجها بعيدة عن الرقابة. وبالنسبة للرؤية المهنية فإن الحكومة القطرية أنشأت الجزيرة بعد سنوات من البحث والدراسة مع هيئة الإذاعة البريطانية وكانت لها شهرة واسعة بالعالم العربي، ورغم أن الجزيرة أديرت برؤية مهنية غربية على نمط CNN والـBBC، لكن القناة أبدعت أسلوبها الخاص بعيداً عن القناتين الأخرين وصارت لها أسسها وقواعدها ومنهجها الإعلامي الخاص بها. ما أريد أن أختتم به هو أن قناة الجزيرة وموقعها على الإنترنت صاروا الناطق الرسمي باسم الشعوب العربية ومصدر معلومات الأميركيين عن هذا العالم وقضاياها الساخنة، وكانت الخطوة المهمة لقناة الجزيرة هي تدشين موقعها على الإنترنت باللغة الإنجليزية مما ما أتاح لملايين الناطقين بهذه اللغة أن يقارنوا بين ما تقدمه الجزيرة من معلومات وبين مثيلاتها الشهيرة في العالم.

### د. فيليب . ج . أوتر Philip J. Auter أستاذ الإعلام المساعد بقسم الإعلام بجامعة لويزيانا الأميركية.

أتوقع "انعتاقاً" مرتقياً للعالم العربي يتحقق عن طريق "الانفتاح الإعلامي الذي تقوده القنوات التليفزيونية الفضائية، وعلى رأسها

هنري لورانس مستشرق فرنسي وأستاذ الحضارة العربية والتاريخ المعاصر للعالم العربي في "المعهد الفرنسي"، في دراسته الأخيرة "مشرقيات"

إن العمليات العسكرية التي قامت بها الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا في العراق فجرت العديد من المفاجآت منها كسر التفوق الإعلامي الأمريكي، حيث كسرت شبكة الأخبار الأوروبية احتكار شبكتي "CNN" الأمريكية و"BBC" البريطانية على الأقل في الساحة الأورو-أطلسية، بينما نشرت قناة "الجزيرة" نفوذها على العالم العربي وحتى على العالم قاطبة، وقد ظهر هذا جليا مقارنة بما كان عليه الحال خلال عملية "عاصفة الصحراء" في عام 1991 وفي أثناء حرب الولايات المتحدة الأمريكية وحلفائها الأطلسيين ضد يوغسلافيا في عام 1999.

نائب وزير الدفاع الروسي الأسبق وأمين مجلس الأمن القومي الأسبق والعضو الحالي في البرلمان أندريه كاكوشين.

المصدر : الجزيرة

عبد القادر للعلوم الإسلامية

## دفاعاً عن الديمقراطية وحرية الصحافة وثيقة الصحفيين العرب .. عهد وميثاق والتزام 2004

الصحفيون العرب جنود الحرية، دعاة الديمقراطية، حماة التقدم، وطلّاح الإصلاح الوطني والقومي الحقيقي، يعلنون بمناسبة اجتماعهم في المؤتمر العاشر لاتحادهم بالقاهرة أكتوبر 2004، واحتفالاً بمرور أربعين عاماً على تأسيس اتحاد الصحفيين العرب، هذا العهد والميثاق والالتزام، الذي يترجم حقيقة موقفهم الواضح من الدفاع المبدئي والصلب، عن حق الشعب العربي بكل أقطاره في الحرية والاستقلال والسيادة، وممارسة الديمقراطية السليمة، وحق الصحافة العربية بكل انتماءاتها في الحرية المسئولة، دون قيود أو ضغوط، اللهم إلا قيود الضمير المهني وسلطة القانون العادل والقضاء النزيه..

### أولاً : يؤمنون

1- أن الحرية حق طبيعي عام لكل الشعوب والأفراد دون تفرقة، في ظل دولة القانون والدستور والمؤسسات ، وبتطبيق الآليات الديمقراطية السليمة، التي تكفل لكل مواطن حقه الطبيعي في المساواة والعدل الاجتماعي، والتعبير عن رأيه بكل الطرق المشروعة، والمشاركة في صنع القرارات وتشكيل السياسات، وانتخاب القيادات دون ضغط أو إكراه، في ظل وطن حر مستقل يمارس سيادته الكاملة على أرضه.

2- أن حرية الصحافة والرأي والتعبير، هي عصب الحريات العامة، ومكونها الرئيسي، وهي حق لكل مواطن، وليست حكراً فئوياً أو امتيازاً خاصاً للصحفيين والكتاب ، لكنها امتياز لكل فئات المجتمع وأفراده، الأمر الذي يقتضي إحاطتها بسياج خاص من الضمانات الشرعية والدستورية.

3- أن الحرية بشكل عام وحرية الصحافة والرأي والتعبير بشكل خاص، لا تنبت وتزدهر إلا في بيئة مجتمعية حاضنة، تعتمد ثقافة العدل والمساواة وتحترم حقوق الإنسان، السياسية والمدنية والدستورية، والاجتماعية الاقتصادية، والثقافية الفكرية، وفق ما نصت عليه المرجعيات السماوية والوضعية، الوطنية والقومية والدولية، وخصوصاً الميثاق العالمي لحقوق الإنسان و نصوص العهدين الدوليين المكملين له.

4- أن حرية كل فرد في وطنه، ترتبط بحرية الوطن في محيطه الإقليمي والدولي، وهو ما لا يتحقق إلا في ظل أمن وسلام واستقرار شامل وعادل ودائم، تطبيقاً لقرارات الشرعية الدولية، وخصوصاً فيما يتعلق بالصراع العربي الصهيوني وقضية فلسطين جوهره، من ناحية، وبعودة هجوم قوى الاستعمار الغربي على بلادنا وثرواتنا وثقافتنا من ناحية ثانية، وبضرورة استعادة قيم العدل ومفاهيم السلام وقواعد القانون الدولي، وأصول التعايش وحماية المصالح المشتركة والمنافع المتبادلة ، بين الدول والشعوب والثقافات والحضارات ، دون تحريض أو كراهية أو تعصب، من ناحية ثالثة.

5- أن الأزمات السياسية والاقتصادية الاجتماعية والأمنية، الداخلية والضغط والحروب والأطماع والمخططات الأجنبية، قد أدت إلى تخلف واضح في الدول العربية، تمثل في اتساع مساحات الفقر والبطالة، واحتدام الأزمة الاجتماعية، واحتكام الاحتقان السياسي والفكري، وظهور الفساد وتفشي مظاهر الاستبداد، وبروز تيارات التطرف والتعصب والإرهاب والإحباط.

مما ساهم في عجز معظم الدول العربية عن ملاحقة تطور العصر الحديث، والتخلف عن الإسهام الجدي والمبدع في قفزات الحضارة الإنسانية المعاصرة، على عكس تاريخنا القديم، فضلا عن معاناة الإنسان العربي من كل مظاهر التخلف وضغوط الأزمات المتعددة.

الأمر الذي يستدعي إجراء إصلاحات شاملة وجذرية - دون تباطؤ أو تأجيل - ، تتبع من أفكارنا وآرائنا، وتعبر عن أهدافنا وطموحاتنا الوطنية والقومية، وتتعامل مع الثورات الثلاث التي تسود عالم اليوم، ثورة الحرية والديموقراطية، وثورة العلم والتكنولوجيا الحديثة، وثورة الإعلام والثقافة والمعلومات والمعارف. ومن أجل تحقيق هذه المبادئ العامة والأهداف الوطنية والقومية.

### ثانيا : يطلبون

1-إطلاق الحريات العامة في المجتمعات العربية كافة، وإلغاء حالات الطوارئ والقوانين والمحاكم الاستثنائية ، وإجراء تعديلات وإصلاحات سياسية ودستورية وقانونية جذرية، وإطلاق سراح المعتقلين وسجناء الرأي ، والالتزام بمبدأ التعددية وحرية تشكيل الأحزاب والمنظمات الجماهيرية ، وضمان تداول السلطة عبر انتخابات نظيفة على كل المستويات ، في إطار إصلاح ديموقراطي شامل، يتناول الجوانب السياسية والقانونية ، والاقتصادية الاجتماعية، والثقافية الإعلامية ويرسخ دولة القانون والمؤسسات ، ويكفل الفصل بين السلطات التشريعية والتنفيذية والقضائية، ويشجع المجتمع المدني بكل تنظيماته على المشاركة النشطة في إدارة المجتمعات

2- إطلاق حرية الصحافة والرأي والتعبير والإبداع بكل أشكالها وصورها، وتقنين ضماناتها، وحماية أمن واستقرار وحرية الصحفيين في أداء عملهم، وإطلاق حرية إصدار الصحف وشبكات الإذاعة والتلفزيون والانترنت، وتحرير وسائل الإعلام من الهيمنة الحكومية، وضمان استقلالية العمل الصحفي والإعلامي، في ظل القانون العادل والقضاء المستقل النزيه والأداء المهني الراقى .

3-إجراء تعديلات شاملة في منظومة القوانين والتشريعات العربية السائدة ، لتطهيرها من القيود المشددة المفروضة على حرية الرأي والتعبير والصحافة، ومن العقوبات المغالطة المفروضة على الصحفيين والكتاب، وخصوصا العقوبات السالبة للحرية، مثل عقوبة الحبس في قضايا الرأي والنشر ، وذلك ضماناً لحرية الرأي وتشجيع حق النقد والمشاركة والمكاشفة والشفافية.

4-تشجيع كل السياسات والخطوات اللازمة لتفعيل دور المحاسبة والمساءلة والرقابة الشعبية، على عمل السلطات والمؤسسات الرسمية، وخصوصا عبر الرقابة البرلمانية من ناحية، والرقابة الصحفية والإعلامية الحرة والمسئولة من ناحية أخرى .

بما يضمن تحويل الصحافة والإعلام في البلاد العربية، من أجهزة دعائية رسمية، إلى قوة تغيير وطاقنة تنوير، تقود المجتمعات وتوجهها في طريق التقدم والتطور والارتقاء الحضاري.

5- ضمان الحصول على المعلومات من مصادرها الرئيسية، وحرية انسيابها وتدققها، من خلال كل وسائل الإعلام والصحافة والاتصال وشبكات المعلومات الحديثة، وعدم فرض الرقابة الحكومية عليها أو عرقلة

وصولها للرأي العام بالشكل الحقيقي والمتكامل ، وتجريم حجبها أو تزيفها أو الإنتقاص منها .  
خصوصا في عصر أصبحت فيه سوق المعلومات أوسع وأغنى الأسواق ، في التجارة العالمية والتبادل الدولي  
في كل مجالات النشاط الإنساني ، باعتبارها احد المصادر الرئيسية للمعرفة والإبداع وبناء التقدم ، وتبادل  
الأفكار وحوار الحضارات والثقافات .

ومقابل هذه المطالب والضمانات :

**ثالثا :- يلتزمون**

1- يظل مبدأ الحرية والمسئولية ، الذي اتخذه اتحاد الصحفيين العرب شعارا منذ سنوات ماضية، هو المبدأ  
الذي نسير عليه، إيماننا بأن الحرية المطلقة تقود حتما إلى الفوضى المطلقة، وان الحرية المسئولة أمام القانون  
العادل والضمير المهني السليم، هي التي تؤسس لمجتمع التقدم والعدل والمساواة والاستتارة والديمقراطية.  
2- أن حق شعوب العالم المضطهدة والمقهورة، في التحرر والاستقلال والسيادة، مبدأ رئيسي، يجدر أن يعلو  
ويسود ، الأمر الذي ينطبق بداءة على حقوق شعوبنا العربية، التي نلتزم بالدفاع عنها وعن حريتها وقيمها  
وأهدافها الوطنية والقومية، ضد كل أعدائها الهاجمين بجيوشهم وأسلحتهم وأفكارهم وأطماعهم وقيمهم المختلفة  
وتقافاتهم المتباينة.

دون أن يشكل ذلك دعوة للانغلاق أو الانعزال عن المتغيرات التي تسود حركة العالم من حولنا، التي نحن  
جزء رئيسي منها ، نتفاعل معها بحيوية ، نؤثر فيها ونتأثر بها دون هيمنة.  
3- أن أول واجبات الصحفي وأهمها البحث عن الحقيقة وتحري الدقة، وتحمل مسئولية الرسالة الإعلامية  
الصادقة، والالتزام بأمانة المهمة وشرف المهنة، على أسس ميثاق الشرف الصحفي العربي، وتحكيم الضمير  
المهني وأخلاقيات العمل الصحفي وتقاليده، واحترام القانون العادل وأحكام القضاء النزيه، ورفض المزايدة  
والابتزاز والإثارة المتعمدة ، والمتاجرة والتربح والخط بين الإعلان والإعلام، والتدليس على الرأي العام،  
والابتعاد عن إثارة الفتن والنعرات العرقية والدينية والطائفية، والالتزام بمكافحة الفساد والاستبداد والإرهاب .

4- أن احترام الخصوصية مبدأ رئيسي في الممارسة الصحفية والإعلامية، تؤكد من خلاله ضرورة احترام  
الصحفي للحياة الشخصية ، وضمانات الخصوصية لكل مواطن، وعدم التورط في نشر ما يكشفها بدون إرادة  
صاحبها وإذنه. ولا يحول ذلك دون ممارسة حرية الرأي والنشر بشفافية كاملة فيما يتعلق بالقضايا العامة.

5- أن سر المهنة، يظل قائما في ضمير الصحفي الملتزم بالقوانين وموائق الشرف المهنية ، وبالتالي لا  
يخضع للضغط والإكراه والابتزاز، طلبا لإفشاء أسرار عمله أو الكشف عن مصادر معلوماته، الأمر الذي  
يستدعى توفير الضمانات القانونية والنقابية من ناحية، وترقية الأداء الصحفي والمستوى المهني والثقافي من  
ناحية أخرى، وهو ما يجب أن نكرس كل الجهود لتحقيقه في كل وقت وبمختلف الأساليب.

هذا عهد وميثاق والتزام ، يتعهد عليه الصحفيون العرب ويلتزمون بميثاقه، أمام الله والشعب والقانون  
والضمير، تعبيرا عن واجبهم في قيادة الرأي العام العربي وتوجيهه، بكل الحرية والمسئولية. اقره المؤتمر  
العام العاشر لاتحاد الصحفيين العرب المنعقد بالقاهرة في الفترة من 2-5 أكتوبر 2004 .

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية  
قسم الدعوة والإعلام والاتصال

جامعة الأمير عبد القادر  
للعلوم الإسلامية - قسنطينة

استمارة استبيان خاصة ببحث :

<< السبب الصحفي مصداقية وأخلاقيات >>

( دراسة ميدانية على عينة من مراسلي الصحف اليومية بالشرق الجزائري )

- مذكرة مكملة لنيل درجة الماجستير تخصص " إعلام إسلامي " -

إشراف الدكتور  
محمد لعقاب

إعداد الطالبة  
مريم بوججار

ملاحظة

- هذه المعلومات ستساعد كثيرا في المجال العلمي ، ولن تستخدم أبدا في غير موضوع البحث المذكور ،
- لذا الرجاء مساعدتكم الجادة في الإجابة على الأسئلة التالية وذلك بوضع علامة (x) أمام الإجابة المختارة.
- شكرا على مساعدتكم على إتمام البحث .

السنة الجامعية

2005-2006 م



البيانات الشخصية :

- الجنس :  ذكر  أنثى
- السن :
- المستوى التعليمي :  ابتدائي  إكمالي  ثانوي  جامعي  دراسات عليا

- مدة العمل في المجال الإعلامي :

أولا - الإطار العام للممارسة المهنية :

1- كيف التحقت بالمهنة ؟

- الهواية والرغبة في الكتابة
- دراسة الصحافة
- الصدفة

2- هل أنت متفرغ للمهنة الصحفية ؟

- نعم
- لا

3- إذا كان الجواب " لا " ، فما هي المهنة الأخرى التي تشغلك ؟

4- هل شاركت في دورات تدريبية للحصول على مزيد من الخبرة ؟

- نعم
- لا

5- إذا كان الجواب " نعم " فانكرها :

6- ما هي المصادر الإخبارية التي تعتمد عليها ؟ ( يرجى ترتيب الاختيارات حسب أكثريتها استعمالا )

- مصادر شخصية
- وكالات الأنباء
- الأرشيف الصحفي
- الأقسام الصحفية الأخرى
- المكتبات
- الانترنت

- أخرى تذكر .....

7- هل تجد الوقت الكافي لتنمية قدراتك الثقافية ؟

- دائما  أحيانا  نادرا

ثانيا- الممارسة المهنية :

8- ماهي الأدوات التي تعتمد عليها في تغطيتك للأخبار؟ ( يرجى ترتيب الاختيارات حسب أولويتها )

- الذاكرة

- ورق وقلم

- مسجلة

- أخرى تذكر.....

9- هل ترى أنه هناك منافسة بين المرسلين الصحفيين ؟

دائما  أحيانا  أبدا

10- هل تسعى في عملك لتحقيق سبق صحفي ؟

دائما  غالبا  أحيانا  نادرا  أبدا

11- في حالة الإجابة بالإيجاب فما هو هدفك منه ؟

- تحقيق الشهرة

- تقديم خدمة أفضل للجمهور

- تحقيق الربح المادي ( مكافأة ، منحة تشجيعية ، ترقية )

12- هل تمكنت من إحراز سبق صحفي ؟

ولا مرة  مرة واحدة  مرتين  ثلاث مرات  أكثر من ثلاث مرات

13- إذا كان الجواب إيجابيا فألى ما يعود ذلك ؟

- مجهودات فردية

- مساعدات خارجية

- صدفة

14- في رأيك ماهي الامتيازات التي يمنحها السبق الصحفي لرجل الإعلام وللوسيلة الإعلامية ؟

.....  
.....

15- ماهو تقديرك لرأي الجمهور في مصداقيتك ؟ ( انطلقا من مدى تجاوبه معك )

عالية  متوسطة  ضعيفة

16- ما هو تفسيرك لهذا التقدير ؟

- نجاحات مهنية متكررة

- مصداقية الجهة التي يمثلها الصحفي

- المصداقية الخاصة بين الناس

- مدى تفهم الناس لمهنة الصحافة عموما

17- هل أنت راض على طريقة عملك ؟

- كثيرا  قليلا  أبدا

18- ما السبب في ذلك ؟

- طريقة ممارسة العمل
- ضغط الجهة التي أنتمي إليها
- الظروف المحيطة بالعمل
- أخرى تذكر .....

19- في حالة فشل ما في أداء عمل كيف تتصرف ؟

- أواصل الجهد والإصرار على النجاح
- أكتفي بالعمل من مكنتي
- أبحث عن حدث آخر أكثر سهولة

ثالثا- تقييم السلوك المهني :

20- هل تجد صعوبات أثناء ممارستك للعمل ؟

- دائما  غالبا  أحيانا  نادرا  أبدا

21- إذا كان الجواب إيجابيا فما هي نوع الصعوبات ؟

- صعوبة الحصول على بعض الأخبار المهمة
- عدم تعاون المسؤولين مع الصحفيين
- الأوضاع المادية للصحفي
- صعوبة العمل ذاته
- قيود الحريات الصحفية

- أخرى تذكر .....

22- كيف ترى احترام المجتمع لمهنة الصحافة ؟

- عال  متوسط  ضعيف  منعدم

23- هل هناك إساءة لمهنة الصحافة بين العاملين فيها ؟

- أبدا  نادرا  أحيانا  غالبا  دائما

24- إذا كان الجواب إيجابيا فاعط أمثلة عن الإساءات التي يقومون بها ؟

.....  
.....  
.....

25- ما الذي يضبط عملك الصحفي ؟ ( يرجى ترتيب اختياراتك حسب أولويتها )

- الأخلاق الإسلامية

- الإحساس بالمسؤولية المهنية ( الضمير المهني )

- القوانين الوضعية ( موثيق شرف - قانون المحاكم ... )

26- هل تعرّضت يوما- أنت أو جريدتك - إلى مساعلة قانونية ؟

- نعم

- لا

27- إذا كان الجواب " نعم " فما طبيعتها ؟

- دعوى قذف وسب

- استخدام طرق غير مشروعة للحصول على الخبر

- إقتحام خصوصية الأفراد

28- هل قمت بإرسال خبر ولم ينشر ؟

- نعم

- لا

29- إذا كان الجواب " نعم " ما هي في رأيك الحالات التي لا ينشر فيها خبر المراسل الصحفي ؟

.....  
.....

30- هل أنت مطلع على قانون الإعلام ؟

- نعم

- لا

31- إذا كان الجواب " نعم " فهل تعتبره منصفا ؟

دائما  غالبا  أحيانا  نادرا  أبدا

32- ماهو تقييمك لمصادقية الصحافة الأجنبية السبّاقة لنشر الخبر المتعلق بالمنطقة التي تشتغل فيها ؟

.....  
.....  
.....

33- ماهو تقييمك لنشاط المراسل الصحفي في الجزائر ممارسة وسلوكا ؟

.....  
.....  
.....

شكرا لتعاونكم وتفهمكم .