روح الصحافة ومطالب القراء

المحرّر بين الحقيقة والجمهور

طلب الاعلانات من اقوى العوامل الصحافية في هذا العصر [1]

أيها السادة : هذه الآلات الضخمة الطابعة وهذه الاسلاك التي تهتزُّ ليل نهار تنقل في اهتزازتها اخطر الانباء واحقرها، بل هذا الفضاء الفسيح الحافل بالاشارات اللاسلكية تحمل في طياتها الصور والانباء — كل هذا انما هو هيكل الصحافة فما هي روحها

ما هي الصفات التي يجب ان يتصف بها المشتغلون بهذا العمل العمراني الخطير. ما هي المقاييس العلمية والادبية التي يجب أن يقاسوا بها قبلما يؤذن لهم في الانتظام في سلك لهُ هذا المقام في تسيير الشؤون العامة وتصريفها . انهم لا يمتحنون امتحانات معينة ولا ينالون شهادات فنية ولا يطبعون بطابع خاص كما يطبع من رجال الصناعات الحرة كالاطباء والمهندسين والصيدليين وغيرهم ففي أي ميزان نزنهم ؟

هذه المسائل تكشف لنا عن المبادىء الاساسية التي يجب ان تقوم عليها صناعة الصحافيّ وفنهُ ، فعملهُ قبل كلّ شيء انما هو امانة في عنقهِ للجمهور الذي يقرأهُ ويصغي اليهِ . انهُ يقوم على عقد مستوي بينهُ وبين الجمهور تتلخص موادهُ في ان الصحافي يتعهد بان لا ينشر الاّ الصحيح من الاخبار على قدر ما يستطيع تحقيقها .ولا يذيع الاّ الرأي كما يبدو لهُ ناضجاً بعد التأمل والتمحيص . ان هذه الامانة شبيهة بالثقة التي يعقدها المريض على طبيبهِ ، والتلميذ على معلمهِ . وهي في حال الصحافي اخطر من كليهما لانهُ اذا أخطأ الطبيب فخطأهُ يتعلق بفرد واحد واذا اخلَّ الصحافي بأمانتهِ وقعت نتائج اخلالهِ على جمهور كبير

هنا يعترضنا سؤال خطير . هل الصحافي الذي ينشر في جريدتهِ اخباراً يعرف أنها كاذبة بقصد التضليل يختلف عن التاجر الذي يبيع للناس بضاعة مغشوشة ؟ هل الضرر الذي ينتج عن بثّ الآراء الفاسدة في الجمهور أقل من الضرر الذي ينتج عن بيع الاطعمة

---

(١) نشرنا في المقتطف الماضي جانباً من المحاضرة التي القاها الاستاذ فؤاد صروف محرر هذه المجلة في موضوع «المستنبطات الحديثة في الصحافة» وهذا جانب آخر من المحاضرة يعالج الموضوع من جهة اخرى

المغشوشة . نعم أيها السادة . ان الصحافي الذي يكتب او يذيع انباءً كاذبة وهو يعلم بكذبها او آراء فاسدة وهو يدري ان منها ما هو خطر على الجمهور هو كالتاجر الذي يبيع صابوناً مغشوشاً او سكراً غير نقي . بل اذهب الى ابعد من ذلك واقول ان الصحافي الذي يخون الامانة التي تعهد ضمناً برعيها حين اقبل على الصحافة أجدر بالذم والعقاب من التاجر . فالصابون المغشوش قد يهيج حكة في الجلد ولكن الاخبار الكاذبة تقلق الجمهور والآراء الفاسدة تفسد العقول وتسمّمها

وماذا ينال في محرّر مسؤول يكتب مقالة رئيسية في صحيفة يعبّر فيها عن رأي يخالف رأيهُ . يقول بعض الباحثين ان المحرر كالمحامي يؤجر ليعرض وجهة نظر في مسألة أو قضية لانهُ بارع في عرضها . ولذلك فهو ليس مسؤولاً عن هذا الرأي لان المحامي انما يعبر عن رأي موكله والمحرر عن رأي جريدته فهو كحجة في آلتها اذا لم يقبل الكتابة في هذا الموضوع على هذا النمط استغنى عنهُ وجيء بمحرّر آخر يكتب ما رفض هو الكتابة فيه . وفي تاريخ الصحافيين حوادث كثيرة اختلف فيها المحرّر مع صاحب الجريدة في الرأي وفي اتجاه السياسة فتخلى المحرر عن منصبه ولم يتخلَّ عن آرائه

ولكن الصعوبة التي يسطناها انما هي في الغالب صعوبة نظرية لان المحرر الذي يكتب المقالات الرئيسية في جريدة من الجرائد الكبيرة لا يصل الى هذا المنصب الرفيع الاّ بعد ما يكون قد قضى سنين كثيرة اشتغل في اثنائها بمختلف أبواب التحرير فتشرَّب روح الجريدة والمبادىء التي تجري عليها في سياستها فاذا وصل الى منصب المحرر كانت الاصول الاساسية التي تقوم عليها آراؤهُ متفقة مع القواعد التي تبنى عليها سياسة الجريدة

الصحافة والجمهور

ولكن ! ولكن أيها السادة . يجب ألا ننسى الجمهور أيضاً . فكل جمهور يفوز بالصحف التي يستحقها . ان الصحافة صناعة والشركات التي تتولاها شركات مالية قبل كلّ شيء . فقد انقضى الزمن الذي كانت فيه الصحيفة لشركة رجل واحد يبثّ بها آراءه وتعاليمهُ أو يوقاً لحزب ينفخ فيه قواعد سياسته . وصار أصدار الصحف التي تستطيع ان تجاري العمران على النمط الذي قدمناهُ يحتاج الى مبالغ طائلة من المال لشراء الدار والمعدات الميكانيكية على اختلافها واستئجار المحررين والمخبرين والمراسلين وابتياع الورق والحبر بالاطنان . وبعد كل ذلك تباع الصحيفة في السوق فلا يصيب صاحب الجريدة من ثمنها الاّ مبلغاً لا يكاد يفي بثمن ورقها . فكيف يستطيع ان ينفق سائر النفقات . وكيف يستطيع ان يجني ربحاً معقولاً من المال الذي قدّمهُ للتحرير فيها

هنا المشكلة التي تعانيها الصحافة في كل انحاء المعمور . اذاً لاسبيل لصاحب جريدة يمكنهُ من القيام بكل نفقاتها وهي طائلة وجني ربح معقول منها الا بكثرة الاعلانات . واصحاب الشركات والمحال التجارية التي تعلن في الجرائد تجارٌ لا يدفعون اجرة اعلان يعلنونهُ في جريدة من الجرائد الا اذا كان يدرُّ عليهم فائدة معنوية ومادية . وهم غالباً يقيسون قيمة كل جريدة من حيث الاعلان فيها بعدد النسخ التي تطبع منها وتباع وبطبقة القرَّاء الذين يقرأونها

فاصحاب الجريدة ومحرروها مرغمون اذاً على اتخاذ كل الوسائل التي تمكنهم من زيادة المبيع من جرائدهم حتى يفوزوا بالاعلانات الكبيرة لانها في آخر الامر سندهم المالي الاكبر

فكل الحرائج التي تقطع اشجارها وتحوَّل ورقاً وكل غدران الحبر التي تهدر في المطابع ومئات الالوف التي تنفق في جمع الاخبار واعدادها للنشر ومثلها مما ينفقهُ التجار للاعلان عن بضاعتهم يتوقف على علاقة الجمهور بالجريدة . أيقبل عليها لانها تسبق غيرها الى نشر الاخبار التي تثبت صحتها بعد ؟ أيقبل عليها لنشرها مقالات يسيغها الرأي العام لانها تنيرهُ او تخدّرهُ او ترشدهُ — ان الجريدة التي يقبل عليها الجمهور هي الجريدة السابقة الواسعة الانتشار المحترمة الجانب . وهي الجريدة التي تدرُّ على اصحابها ثروة طائلة

ومن نكد الدنيا ايها السادة ان بعض الصحف النية يحاول توسيع انتشارهِ بطرق اصطناعية ليس من شأن الصحف القيام بها . فاحدى الجرائد الانكليزية مثلاً تمنح كل اسبوع عشرين الفاً من الجنيهات لمن يفوز في مباراة تتعلق بلعبة الكرة وغيرها من الالعاب. فكان من اثر هذه الجوائز ان زاد المطبوع والمبيع من اعداد هذه الجريدة ولكن قراءها لم يزيدوا . ذلك ان بعض المتجرين صار يشتري اعداد هذه الجريدة بالالوف ويقطع منها كوبوناتها ويرمي الباقي . ثمَّ يبيع هذه الكوبونات بعد ما يملؤها بأجوبة لا يصيب المحجة منها اكثر من واحد في مليون . فهذه الزيادة في انتشار الجريدة زيادة وهمية تغرُّ المعلن ولا تفيدهُ . تغرُّهُ لانهُ يقدر ان اعلانهُ في هذه الجريدة ينتشر بين جمهور كبير من الناس ولا يفيدهُ لان جانباً كبيراً من اعدادها مصيرهُ الى الطرح جانباً كما تقدم فلا يقرأهُ احد من الناس

***

نعود الى علاقة الجمهور بالصحف . من هذه العلاقة المبهمة نشأ القول بسلطة الصحف

ومقامها في الرأي العام . على ان القول بأن الرأي العام ضعيف مرنٌ متردد سهل على الصحف قيادتهُ وتسييرهُ حسب مرادها قول فيهِ نصيب من الصحة ونصيب من الخطاء. اما نصيبهُ من الصحة فواضح في كلام قاض من اكبر القضاة الاميركيين حيث يقول «اعطوني الصحف ولا يهمني حينئذٍ من يسنُّ القوانين او يضع قواعد التصرف الادبي والديني». واما نصيبهُ من الخطاء فظاهر في درس الصحف الفرنسية اذ يرى الباحث فيها ان للجمهور او للرأي العام اكبر اثر في اتجاه الصحف وميلها . لان ذوق الجمهور ومطلبهُ انما هو في حقيقة الامر الحكم الفاصل في سعة انتشار جريدة وحظية اخرى . وسعة الانتشار هي مدار النجاح الصحافي لان التجار لا يعلنون في جريدة ضيقة النطاق والاعلانات هي سند الصحافة المالي الاول والاخير . لذلك يميل الصحافيون الى ان يكتبوا للجمهور ما يطلبهُ الجمهور . ولذلك نقول ان كل امة تفوز بالصحف التي تستحقها . والصحافي الذي يستطيع ان يدرك بزكائهِ وبعد نظره مطالب الجمهور هو الصحافي الذي يتسابق عليهِ اصحاب الصحف بمنحهُ بالسنطة الطيبة والراتب الكبير

ولكن ماذا يطلب الجمهور ؟

منذ ثلاثين سنة كانت الصحافة الانكليزية اليومية تكتب ما تقرأهُ طبقات خاصة من المتعلمين والاغنياء غير عابئة بطبقات العامة وهم سواد الشعب وبالنساء وهنَّ اكثر من نصفهِ. ولكنك ان سرت اليوم في عاصمة من عواصم اوربا رأيت كل رجل وامرأة تقريباً يحمل صحيفة يطالع اخبارها . كانت الصحف منذ ثلاثين سنة محدودة الانتشار لغلاء ثمنها من جهة ولضيق نطاقها من جهة اخرى فكانت المقالات التي ينشئها محرروها طويلة متلازمة العبارات يصحُّ ان تجمع في كتب يقرأها الرجل في اوقات فراغهِ . وكانت الاخبار يتلو بعضها بعضاً في العمود الواحد والصفحة الواحدة لا تكاد تفرّق بين الخبر الاهم والخبر المهم ، بل لا تكاد تفرق بين خبر وخبر لان عناوين الاخبار كانت غير ظاهرة فلا تسترعي النظر . ولكن رجل هذا العصر وفتاتهُ ايها السادة ليسوا الاَّ دقائق مندفعة في تيار الحياة السريع . ولا صبر لاحدهم على ان يضيع الوقت بين دارهِ ومكتبهِ في مقالة يصحُّ ان يقرأها استاذ . انهُ يريد ان يلقي نظرة عامة على اخبار اليوم ليعرف ما هو جار في مختلف البلدان وآراء المفكرين في ذلك . لذلك يطلب الجمهور الاخبار اولاً ويفضل الاخبار التي تثير في صدره معاني الاعجاب والاستغراب لانها خارجة عن المألوف . ويريدها كذلك موجزة السياق كثيرة العناوين واضحتها حتى يستطيع ان يكتفي في كثير منها بقراءة العنوان ليستغني بهِ عن الخبر نفسه . اما المقالات التي يعبّر فيها عن آراء

المفكرين من اصحاب الصحيفة ومن يشدو شدوهم فيريدها كذلك موجزة تسير توًّا الى كبد الموضوع ولا تدور حولهُ من غير ان تمسَّهُ . فعمل الصحافي هو جهاد يومي ضد السآمة تبدو في سطور جريدته لانهُ متى ادركت السآمة الجمهور من جريدة ما فقل عليها السلام

ادرك هذه الحقيقة النفسية الفرد هارمزورث الذي صار لورد نورثكليف بعد ثم فاخرج جريدتهُ الديلي ميل على النمط الذي تصورهُ فلاقت نجاحاً عظيماً واقبالاً واسعاً فسارت في اثرها اكثر الصحف وصار هذا الوجه من الصحافة من اوسع الميادين للتفنن والابتكار حتى الصحف القديمة المحافظة كالتيمس الانكليزية والمورننغ بوست غيَّرت بعض التغيير في سياق اخبارها ووضع عناوين لها . وماذا كان الفرق ؟

كان انتشار الجريدة منذ ثلاثين سنة محدوداً بخمسين الفاً او بستين الفاً او بمائة الف اذا بلغتها . فجاءت الديلي ميل وقلبت كل ذلك رأساً على عقب فصار كل رجل يقرأها لانها تقدم لهُ ما يريد في القالب الذي يريدهُ فبلغ انتشارها الآن نحو مليوني نسخة . وانتشار الديلي اكسبرس لا يقل عن مليون و٣٠٠ الف وهي تصدر في لندن ومانشستر وغلاسجو في صباح كل يوم . او تعجبون أيها السادة اذا قلت لكم ان في اليابان صحيفة تضاهي الديلي ميل في سعة انتشارها بل تكاد تفوقها ؟ هي الحقيقة ما اقول

***

أما الصحف الاميركية فلا تضاهي كبريات الصحف الانكليزية من حيث سعة انتشارها. فلا اعرف جريدة اميركية يزيد انتشارها على مليون نسخة . وذلك لان انتشار الصحف الاميركية يحصر في المدن التي تصدر فيها . فصحف نيويورك تقرأ في غير نيويورك وما يجاورها . وذلك لاتساع البلاد وترامي أطرافها ولان في كل بلدة تقريباً صحيفة تتلقى اهم الانباء من جرائد المدن الكبيرة ومن شركات الاخبار . ولكن خذوا الصحف الاميركية الشهرية والاسبوعية تروا ان انتشارها يكاد يفوق التصور لانها تقرأ في طول البلاد وعرضها . فان جريدة سترادي ايفننغ بوست تطبع وتوزع كل اسبوع نحو مليوني نسخة ونصف مليون وكل نسخة منها غرش صاغ مع انها تكون احياناً ١٦٠ صفحة من حجم اللطائف المصورة او اكبر قليلاً . وخذوا المجلة الاميركية وهي شهرية فان انتشارها يبلغ مليونين وربع مليون كل شهر . كنت خالي الاعمال منذ ايام فاخذت اقلب عدداً منها فوجدت ان ثمن كل عدد من أعدادها نحو سنتيم فاذا وُضعت كل الاعداد التي تطبع وتوزع في شهر واحد الفرد فوق الآخر بلغ علوها ٢٢ كيلو متراً !

لقد أطلت عليكم الحديث أيها السادة ولكن الحديث ذو شجون ، وهو كثير المناحي لا يمكن الاحاطة به في ساعة واحدة . انما قصدت أن ارسم لكم صورة مصغرة للصحافة اليومية الغربية وترتيبها . وما لمخترعات الحديثة من الاثر الكبير في ذلك . حتى اذا أخذتم نسخة منها وطالعتموها عرفتم ما وراء كل عدد منها من السعي والعمل والبذل

قد تنفق الاموال الطائلة في ابتياع دار فخمة ومنضدات ومطابع هي أحدث واتقن ما ابدع العلم . وقد تستخدم الامواج اللاسلكية في جمع الاخبار والصور ، والسيارات والطيارات لنقل اعداد الجريدة وتوزيعها . ولكن وراء ذلك كله عمل الرجال

الرجال الذين لا يصدهم صادٌّ عن تسقط الاخبار الصحيحة ، الرجال الذين يطلعون عليها بآراء ناضجة خصيفة صادرة عن علم واسع واخلاص جمّ ، عن يداهة مصقولة بالاختبار واستقلال قائم على السعي في سبيل النفع العام

قد تؤلف الشركات المالية الكبيرة للسيطرة على الجرائد والتحكم بها ولكن ما زال الصحافيون يتبعون حكم ضمائرهم في فهمهم للامانة المعلقة في اعناقهم للجمهور فالصحافة بخير

وما زالت الصحافة تغري رجالاً من مقام روزفلت وفلي ومورلي وبركنهد وكولدج وغيرهم للانتظام في سلكها والمحاولة عن طريقها تعليم الرأي العام وتهذيبهُ فالصحافة بخير

قد تكون الصحافة تجارة رابحة أو غير رابحة . وقد تكون صناعة شريفة أو حقيرة . وقد تكون عملاً يجري في ميدانه اصحاب المواهب السامية واصحاب المواهب الضيقة السقيمة . وقد تكون حرفة يحترفها المطر والمجرم على السواء . وقد تكون أداة لتثقيف العقول ولتهذيب النفوس او وسيلة لافسادها . كل ذلك يتوقف على الرجال الذين يتعاطون في سلكها وادراكهم للامانة التي يتعهدون برعيها

لذلك استحوا لي في النهاية ان اقول انهُ مع عظيم احترامي لكل الطرق التي تبتدعها الدائرة المالية لجمع الاشتراكات وزيادة الانتشار اقول ان مركز الثقل في كل جريدة انما هو في ايدي محرريها — الذين اذا اقبلوا على عملهم مشبعين بتلك الروح السامية التي حاولت رسم بعض خطوطها في ما تقدم جعلوا الصحف منشآت عامة لا يضاهيها سُمُوّ في تهذيب الجمهور ورفع مستواهُ العقلي والروحي

أمام ادارة البريد لوحة عليها الحروف الهجائية اللاتينية

صاحب حانوت يتعلم الحروف الجديدة في ساعات فراغه

مقتطف ابريل ١٩٢٩