

الفصل الثالث

نماذج صحفية مرفوضة جدًا !

● الصحفي ساعى البريد!

انتشرت فى الأوساط الصحفية ظاهرة خطيرة للغاية تكاد تعصف بالرسالة السامية لهذه المهنة وتلقى بها إلى التهلكة. وهى ظاهرة الصحفي ساعى البريد، وفيها نجد الصحفي ينزل بمكانته إلى مستوى الإعلان، ويكون أشبه بساعى البريد الذى يحمل الخبر من المسئول لينشره كما هو دون تدخل منه.. وبالشكل الذى يرضى المسئول فى أى وزارة من الوزارات والتي تخصص جيشاً من العاملين لديها فى وظيفة العلاقات العامة بالوزارة، ويقوم العاملون فيها بكتابة تصريحات الوزير أو قراراته أو أى خطوات يخطوها الوزير أو حتى أى عطسة تخرج من أنف الوزير! وفى الغالب يخصص وزير أحد الصحفيين فى إحدى المؤسسات الصحفية الكبرى لكى يكون مستشاراً إعلامياً له يقوم بصياغة كل أخبار الوزير، ويقوم العاملون بالعلاقات العامة بعدها بإرسال هذه الأخبار إلى مختلف الصحف عبر الفاكس أو الإيميل الإلكتروني.

لذلك فالخبر الذى ينشره الصحفي «ساعى البريد» يكون فى الغالب بالشكل الذى يريده المسئول وليس بالشكل الذى يرضى القارئ، أو الضمير الصحفي والمهني، ورغم أن الصحفي لديه العذر - فى بعض الأحيان - لحاجته المادية فى تغطية نفقاته - فى الوقت الذى ما زال دخله فيه محدوداً - إلا أن هذا لا يعفيه من المسئولية فى لجوئه إلى الإعلان، والخلط بين التحرير والإعلان مما يجعله يتنازل عن تقاليد المهنة، وأمانة الكلمة، والواجب المهني المكلف به فى سبيل مصلحته الشخصية.

والمحرر ساعى البريد له مساوئ عديدة منها غش المواطن أو القارئ؛ لأنك لا تصارحه القول، فلا تقول له الحقيقة، عندما تمجد فى المسئول وإنجازات مؤسسته أو فى السلع المعلن عنها وهى فى حقيقة الأمر رديئة

المستوى، إلى جانب أنك تُزيف له المعلومات من باب جذب السلعة مقابل إعلان تحريري في حين لا يشار له بذلك، بل يُكتب على أنه تحرير. وهذا بالطبع له تأثيرات كبيرة منها خلق عداوات بين الصحفيين بعضهم البعض؛ نتيجة حصول صحفيي الإعلانات على عمولات تصل إلى ٥٠ ألفاً و٧٠ ألفاً في الوقت الذي يكتفى الصحفي الآخر بمرتبه فقط، في حين يبذل مجهوداً أكبر في كشف الفساد وكذلك في الحصول على المعلومات.

ومن ناحية أخرى، يكتب الصحفي عن فساد مسئول يُمنع على الفور من دخول الوزارة أو الهيئة، في حين أن صحفيي الإعلانات تفتح لهم الأبواب، وينعمون بالمعاملة الحسنة، ما داموا يقومون بالتخديم على المسئول مهما كانت أخطاؤه ودرجات فساد.

لذلك ففكرة أن يكون الصحفي مجرد ساعي بريد فكرة متخلفة لا بد أن يتم الانتهاء منها لأنها تمنع الصحفيين من كشف فساد المسئولين تحت ضغط إغراءات الإعلانات والمزايا الأخرى.

• الصحفي الملاكى وصحفي الشنطة:

قد يتعجب القارئ من هذا الوصف، فهناك بالفعل صحفي ملاكى! وهم شريحة من العاملين في مهنة الصحافة التي تعمل في أكثر من صحيفة ومجلة في وقت واحد، حيث يبدأ في فترة الصباح في مكان عمله الأصلي - إن وجد - ثم يبدأ بعد ذلك في التحرك إلى صحيفة أخرى لكي ينشر فيها خبراً ما بعدما يُجرى اتصالاته بالمصادر التي يتعامل معها بصورة يومية ويحصل منها على الأخبار والمعلومات، ثم بعد ذلك يتجه إلى مجلة ما أو صحيفة ليؤدى فيها عمل الديسك أو إعادة صياغة المادة التحريرية لكي تكون جاهزة للنشر فوراً، ويكون خلال رحلاته هذه اليومية في العمل الصحفي يحمل في يديه حقيبة بها عدد كبير من الموضوعات التي انتهت من كتابتها في بيته أو في مكتبه قبل

ذلك، ثم يقوم بعد ذلك بتوزيع هذه الموضوعات فى كل صحيفة أو مجلة أو حتى وكالة أنباء أو إحدى المكاتب العربية كذلك العمل فى بعض المحطات التليفزيونية والفضائية.. وفى غمار كل هذا وذاك تختفى الأمانة المهنية والعملية ويصبح الصحفى مجرد حامل لشنطة.

علاوة على ذلك نجد أن هذا الصحفى ينتقل من مؤتمر إلى آخر فى نفس الوقت، ثم ينتقل إلى مؤتمر ثانٍ وثالث حتى أصبح عدد من المشتغلين فى الصحافة معروفين بأنهم صحفيين مؤتمرات وندوات، فليس لهم أى عمل آخر سوى حضور الندوات والمؤتمرات وذلك للاستفادة منها بحصولهم على «شنطة» أو «أجندة» أو حتى مجموعة أقلام!!

وهؤلاء المنتسبون إلى هذه المهنة السامية هم قلة، وبعضهم ليس عضواً فى نقابة الصحفيين، وإنما يحملون كارنيهات لصحف مجهولة أو صحف تعمل تحت بير السلم، ومن أجل جلب المصالح والسبوبات، تجدهم فى كثير من الأحيان يعملون فى أكثر من مطبوعة أو صحيفة وكل صحيفة لها توجه فكرى وسياسى معين!

ويُطلق أيضاً مصطلح صحفى الملاكى على الصحفيين الذين تعينهم الحكومة ليكونوا لسان حالها!

● الشللية فى العمل الصحفى!

افتحمت الشللية كواليس صاحبة الجلالة «الصحافة» وأصبحت أمراً خطيراً يضرب المهنة فى مقتل، والشللية بوجه عام هى مرض مستفحل فى الدول النامية عموماً، ومرادف لغياب الديمقراطية والنظم الحرة، وهى تتحول فى مرحلة ما إلى أداة أو وسيلة لتيسير الأعمال بما يضمن النفوذ والسيطرة!

فالشللية فى الصحافة من أخطر الظواهر فى الوسط الإعلامى وليس فى الصحافة على وجه الخصوص، فقد صارت معايير القرابة

والنسب والمعرفة والواسطة هي السائدة في كافة الصحف والمؤسسات..
والتي تكون في الغالب من نتائجها ظهور أمراض خطيرة في مقدمتها
تراجع الكفاءة، وعدم تعبير الصحافة في بعض الأحيان عن مشاكل
وقضايا المجتمع الحقيقية، مع بروز قيادات صحفية جديدة غير قادرة
على التواصل مع أحلام وطموحات الشارع المصرى وهى ظاهرة فى
الحقيقية إن دلت على شىء فإنها تدل على انتشار الفساد فى المجتمع،
والاستفادة غير المشروعة من القيادات بالمؤسسات المختلفة ومن بينها
الصحفية، مما يؤثر على الأداء المهني بشكل عام، وعدم الاستناد إلى
الكفاءة والخبرة وإنما الاستناد إلى خواطر ومحسوبيات.
لذلك فإن القضاء على الشللية يقتضى الإصلاح فى المجتمع ككل لأن
الصحافة جزء من هذا المجتمع.

● صحفى الإعلانات!

لا بد لأى فرد يريد الدخول إلى عالم الصحافة ويحمل بعد ذلك
لقب صحفى أن يدرك تماماً ضرورة الفصل الكبير بين العمل بالصحافة
والتحرير، وبين العمل فى الإعلانات، فلكل منهما العمل الخاص به. ولا
يجوز للصحفى أن يعمل فى الإعلانات لأن ذلك يخالف ميثاق الشرف
الصحفى ويناقض المهنة السامية الجليلة التى يعمل فيها ويناضل من
أجلها.. والصحفى الذى يعمل فى الإعلانات لا يعرف معنى لأمانة
الكلمة وشرف المهنة، وإنما يسعى وراء مصلحته الشخصية والمنفعة التى
ستعود عليه من وراء جلبيه للإعلانات. فكثير من الإعلانات التى تلقتهما
الصحف من بعض الجهات من أجل تأخير نشر ملفات فساد مسئول ما
أو حتى الإعلان عن أسمدة مُسرطنة أو بذور فاسدة أو انتشار مرض أو
وباء ما، ويتم حجب الحقيقة عن الرأى العام بسبب إغراءات الإعلانات
التى يقدمها المعلنون إلى بعض الصحف.

ولأسف الشديد هناك صحف تقبل ذلك عن طواعية من أجل أن

تستمر في الصدور حيث إن الإعلانات تعتبر المصدر الأساسي والأولى لدخل الصحف والمساعدة على تمويلها وتحسين شكلها وأسلوب طباعتها وتوزيعها، كذلك رفع أجور ورواتب الصحفيين بها.

لذلك فإن صحفى الإعلانات يفقد المصداقية في كثير من الأحيان من قِبَل القراء، ويصبح بمرور الوقت صحفياً ينشر موضوعات لا يصدقها أحد.

• حالات خاصة جداً:

ويضاف إلى ذلك عدد من النماذج ومجموعة حالات صحفية، سردها الكاتب صلاح الدين حافظ في كتابه «أحزان حرية الصحافة»، وهي أمثلة ينبغى التخلص منها حتى ننقى ثوب صاحبة الجلالة منها فعلى سبيل المثال:

١ - عندما ترسل إحدى المؤسسات الصحفية أحد محرريها للعمل مراسلاً لها في عاصمة عربية.. فيطرد منها بعد عدة شهور لأسباب غير سياسية وغير صحفية.. فإذا بها تعيد إرساله إلى عاصمة أوروبية أو أى مكان بالخارج، فتعود هذه أو تلك إلى طرده لنفس الأسباب التي هي سلوكية خلقية.. ولا حساب في ذلك!

٢ - عندما يورط أحد مراسلى مؤسسة صحفية جريدته في صفقة مشبوهة تحت اسم جلب الإعلانات.. وتفتح أبواب الدولة أمام صاحب الصفقة المشبوهة.. تحت الضغط الصحفى الصاخب والدعائى المزيف والإعلانى المبالغ فيه.. حتى يقع الخلاف المصلحى أو المالى، فإذا بكل الوهم يتهاوى بسرعة مخيفة وينكش الغطاء..

٣ - وعندما يمارس صحفى بلطجة ضد زملائه، بأنه على علاقة بهذا المسئول أو ذاك.. وعندما يحترف كتابة التقارير السرية للأجهزة الخفية؛ إيقاعاً لزملائه، وينسى على مكتبه مسودة التقارير وبها أسماء الذين أوقع بهم كذباً.

٤ - وعندما يورط مسئول كبير فى إحدى المؤسسات الصحفية، مؤسسته فى صفقات ضخمة ومشبوهة لشراء الورق أو لتشييد مبنى ضخم، ولشراء مطابع جديدة ثم يقفز خارج الحدود هارباً بعمولاته.

٥ - عندما تشوه سمعة الصحفيين، بسبب سلوكيات قلة منهم تعمل لحساب بعض الدول النفطية، تطلب - ببجاجة - المنح والعطايا، وتكشف عوراتهم.

٦ - وعندما تحدث الاختلاسات فى الصحف، وتكشف علناً.. ثم تختفى وتدارى بفضل مواهب القيادات الإدارية المتواطئة.

٧ - وعندما تجند دول خارجية، عملاءها فى الصحافة «الوطنية» وتدفع لهم المرتبات والمكافآت.. ثم تكشف الدولة أسرار ذلك، دون أن تحاسبهم!

● انتشار صحف الجريمة والجنس بشكل مقلق!!

تعتبر ظاهرة انتشار صحف الإثارة والجريمة والجنس خلال السنوات الأخيرة بشكل كبير فى الوسط الصحفى المصرى من أكثر السلبيات التى تتعرض لها صاحبة الجلالة، وتعد هذه الصحف من الثقوب التى تعانى منها الصحافة، حيث إنه لم تعد صحافة الفضائح واقتحام الحياة الخاصة للفنانين والمشاهير فى كافة المجالات السياسية والاقتصادية، هى الأكثر إثارة فى المجتمع، بل تعدتها إلى صحف الجنس والجريمة التى فتح أصحابها مجالاً جديداً نحو صحافة الإثارة، فلم يعد الصياح الذى كان يطلقه باعة الصحف قبل ذلك وهم يقولون: «اقرأ الحادثة» وهم يجوبون الشوارع والطرق وذلك بأسلوب يحمل خليطاً من الترغيب والتهويل والمبالغة، وهو ما يُشبع فضولهم. والأدهى أو الأنكى من ذلك هو إنه أصبح مضمون الجريمة وما تحويه من إثارة وصور فاضحة هو الفيصل فى تفضيل القارئ لصحيفة عن أخرى.

فكما يؤكد خبراء علم الاجتماع بأننا نعيش أزمة ثقافية جعلت أصحاب هذه الصحف يتجهون إلى التفرغ فى الاتجاهات التى تلقى

قبولا لدى الناس، وتحدث لديهم نوعاً من الانشغالات، وقد صاحب هذه الأزمة فى الفترة الأخيرة - كما يقول الخبراء - انتشار صحف الجريمة أو صحف الحياة الخاصة للناس بشكل غير محدد أو معروف، والتي ليس لها هدف سوى الطبع والبيع بتجارة رخيصة فى قيمتها وعالية فى مردودها الاقتصادى. حيث إنه فى هذه الأوقات قد أصبح معظم الأفراد لا يهتمون بالقراء للكُتَّاب والمثقفين، ولكنهم يهتمون بقراءة الجرائم والانحرافات، وهو الأمر الذى يمثل خطورة على المجتمع، ويؤدى إلى انعكاسات سلبية على نمط الجريمة وازديادها، فقد يؤدى تخزين هذه القراءات فى العقل الباطن إلى هدم المحرم الاجتماعى ويقلل السلطة الداخلية ويضعف السلطة الخارجية، ويلغى العقل الجمعى الحاكم «الضمير» الذى تحدث عنه «إميل دوركايم» والذى يعنى توحد الناس حول قيم معينة محددة للمسلك الاجتماعى.

والواقع الصحفى يقول بأنه على الرغم من أن نشر الجريمة قديماً كان يقتصر على الصحف القومية الثلاث، وبمساحة لا تزيد فى كل منها على ٢٪ من المادة التحريرية فإنها كانت محط اهتمام القراء، وفى أحيان كثيرة تكون هى الدافع الرئيسى وراء الإقبال الجماهيرى على شراء الصحيفة ومن منطلق سماع النداء الشهير «اقرأ الحادثة»..

ومع ظهور الصحافة المتخصصة احتلت صحافة الجريمة القائمة، وهو ما دفع مؤسسة أخبار اليوم لتبنى تجربة أخبار الحوادث فى عام ١٩٩٢ كأول مطبوعة قائمة على نشر الجريمة، وبعد النجاح الذى حققه هذا الإصدار وارتفاع أرقام توزيعه، بدأت صحافة الجريمة تدخل عالم التجارة والبيزنس لتحقيق مكاسب خيالية، وتجنّى أرياحاً طائفة مستغلة هوس الشعب المصرى بمتابعة أخبار الجرائم، وارتفعت أعداد مطبوعات الجريمة سواء كانت أسبوعية أو نصف شهرية أو شهرية لتصل إلى أكثر من ١٦ مطبوعة حتى الربع الأول من عام ٢٠٠٦، ومن أبرز هذه الصحف:

صحيفة الجريمة، وشارع الجريمة، وجرائم المحافظات، وجرائم الأسبوع، وأسرار الجريمة، وحديث المدينة إلخ، بالإضافة إلى ملحق دموع الندم الذى يصدر عن مؤسسة الجمهورية يوم السبت من كل أسبوع وتجد فيه حوادث غريبة وصورًا جنسية، وفتيات لا يرتدين من الملابس إلا القليل موضوعة على أغلفة الملحق.

ولكثره هذه الصحف والمجلات أصبحت تتنافس فيما بينها على اجتذاب عين الزبون - القارئ - بمزيد من الإثارة والصور العارية والغير لائقة أو الغير أخلاقية. وفى الغالب تتناول صفحاتها من الغلاف إلى الغلاف موضوعات الجنس والاعتصاب والخيانة وزنا المحارم والتحرشات الجنسية وغيرها من الموضوعات الشائكة والحساسة.

ناهيك عن اعتماد هذه الصحف فى نشرها للجرائم على عناوين مثيرة من عينة «ضبط أكبر شبكة آداب»، «تشارك مع عشيقها لقتل زوجها»، «فتاة تمارس الجنس مع ٢٠ رجلاً يومياً»!

وكنت أعرف رئيس تحرير إحدى هذه الصحف التى ذكرناها سلفاً، وكان هذا الشخص، للأسف عضو نقابة الصحفيين وعضو مجلس نقابة سابق! معروفاً بأنه يعمل فى الصحافة على أنها مهنة «سبوية» أو «مصلحة» وليس على أنها رسالة! وكانت علاقاته النسائية متعددة رغم أنه متزوج وله أولاد!

ويقول رئيس مجلس إدارة إحدى هذه الصحف أن ترخيصها أجنبى وتتراوح تكلفته بين ١٥٠٠، ٢٠٠٠ جنيه، وتكلفة تجميع الصفحة التابلويد وتنفيذها «كلك» ٢٥ جنيهاً، وطباعة الجريدة ١٦ صفحة تتكلف ٨٠٠ جنيه عن أول ألف، و٤٠٠ جنيه عن كل ألف إضافى. أى أن الجريدة التابلويد ١٦ صفحة التى توزع ١٠ آلاف نسخة تكلف صاحبها مبلغاً لا يزيد عن ٤٥٠٠ جنيه فى حين أنها تحقق مكسباً مضاعفاً، حتى لو كان هناك مرتجع يتم توزيعه للتجار الذين يقومون بتوزيعها فى الشوارع

والأتوبيسات بأجر زهيد. حيث تُباع الصحيفة الواحدة بسعر ٢٥ قرشاً بينما سعرها الحقيقي قد يكون ١٠٠ قرش.

وعندما تحدثت مع بعض العاملين في هذه الصحف - والتي كنت أعرف بعضهم عن قرب - قالوا بأن الجنس والعنف والصور العارية والفبركة هي العناصر الأساسية التي تضمن لهذه الصحف توزيعاً مرتفعاً كما يؤكد مدير تحرير إحدى صحف الجريمة، ويعترفون بلجوئهم في أحيان كثيرة إلى فبركة قضايا وجرائم الاختطاف والاعتصاب، أو الاستعانة بالحوادث القديمة وتغيير أسمائها وأماكنها وإضافة مزيد من الإثارة عليها، فهي النكهة التي تثير شهية القارئ، ورغم معرفة القراء بهذا الأمر فإنهم يُقبلون عليها كنوع من التسلية وشغل وقت الفراغ!!

لذلك نقول: بأن انتشار مثل هذه الصحف بشكل كبير قد يؤدي إلى خسائر كثيرة في الأخلاق وفي السلوكيات العامة، ويساعد على المزيد من تلوث الثوب الأبيض لصاحبة الجلالة، ولصورة المجتمع في الخارج.