

مقدمة

لماذا المصداقية؟

في

تراثنا العربى مقولة بالغة الدلالة تنسب إلى «سهل بن هارون» عن شهود الزور تقول: كان فى البصرة أناس يشهدون الزور مقابل درهم، وآخرون يشهدون الزور مقابل أربعة دراهم، وآخرون يشهدون الزور وشرطهم عشرون درهماً، فسألت عن ذلك؟ فقالوا: أصحاب الدرهم يشهدون ولا يحلفون، وأصحاب الأربعة يشهدون ويحلفون، أما أصحاب العشرين فيشهدون ويحلفون ويجادلون.

وفى العقد الأول من القرن الحادى والعشرين الميلادى يفند الدكتور/ عبد المنعم سعيد^(١) ضرورة المصداقية للبناء الديمقراطى، بل وللبناء السياسى برمته فيقول: «المصداقية تعنى أولاً الصدق مع النفس، والقبول بالنتائج والحقائق كما هى لا كما يتم تركيبها من عناصر متنافرة ومتناقضة، كما أنها ثانياً تعنى الصدق مع الآخرين بمسار ديمقراطى حقيقى لا توجد فيه ألعاب بهلوانية قانونية لإبقاء الأحوال على ما هى عليه. وكذلك تعنى القبول من قبل الرأى العام الذى يضمنه التعب من عمليات التسويق والتأجيل والانتظار».

(١) د. عبد المنعم سعيد - بناء المصداقية أولاً - جريدة الأهرام بتاريخ

٢٠٠٦/٢/٦.

وفى رأى أن الصدق الظاهرى والصدق الباطنى متلازمان متحدان. يتمثل الصدق الظاهرى فى التأكد من صدق محتوى وبناء الموضوع الذى نتناوله أو نعالجه أو نفحصه. أما الصدق الباطنى فهو فعل نفسى وفلسفى بحيث يطمئن قلب الإنسان بأن الحق هو كل الحق وبأن الصدق هو كل الصدق الواضح المبين، وأن المصداقية غير منقوصة ولا مبتورة. وما ينطبق على قلب الإنسان فى ذلك الشأن ينطبق على ضمير الأمة. وسنرى أن المصداقية عماد التقدم بل هى عماد الحياة.

وعلى المستوى الفردى أكدت البحوث النفسية الحديثة الأثر السلبي على ذاكرة الإنسان عند تعرضه للمعلومات المضللة. وما نقصده بالمستوى الفردى هنا ليس حالة خاصة، ولكننا نقصد الأفراد بصفة عامة. ففى إحدى الدراسات التى أجراها «لوفتس» (أحد علماء علم النفس المعرفى) عام ١٩٧٨، استخدم عينة قوامها ١٢٤٢ من طلبة الجامعات، واستخدم فيها تصميماً يبين أثر المعلومات المضللة على قياس التذكر. فتبين له أن المعلومات التى تذكرها أفراد هذه العينة الكبيرة كانت عرضة للتعديل والتشويه.

ولقد لوحظ أن المفحوصين يقاومون المعلومات الكاذبة والمضللة حين يكون إدراكهم للمعلومات الأساسية إدراكاً واضحاً وجيداً. كما أن تقديم المعلومات المضللة يسهل تصديقها والتأثر بها حين تكون ظاهرياً قابلة للتصديق. وقد توصل «لوفتس» إلى النتائج التالية:

١ - أن تأثير المعلومات المضللة يجعل إيجاد وخلق هذه المعلومات الكاذبة أمراً ميسوراً.

٢ - أن أثر المعلومات المضللة هو مثال على خلق وإيجاد ذاكرة كاذبة ومضللة.

٣ - أن الشخص قد يعتقد في أحداث ويعبر عنها في حين أنها لم تحصل أبداً^(١).

وعلى المستوى الاجتماعي فقد بحث علماء النفس فرضية الاقتناع الاجتماعي social persuasion التي تستند إلى القول بأن التواصل الذي يتصف بأنه موثوق وذو درجة عالية من الثقة بين الأشخاص يقنع المتلقي بتغيير اتجاهاته أو موقفه حول موضوع معين. ويعرف الاتجاه أساساً بأنه قبول أو عدم قبول شيء ما، وبما أن فرضية الاقتناع الاجتماعي تتعلق بتعديل الاتجاهات فقد بينت كيف أن الاتجاهات تتعدل تحت بعض الشروط، وبما يتيح لها أن تصبح بمنزلة معتقدات شخصية ثابتة^(٢).

ومن المصطلحات الحديثة التي خرجت من عباءة المصادقية في حياتنا الاجتماعية المعاصرة مصطلح الشفافية Transparency. وأصبح تعبير الشفافية ضرورة في الممارسة السياسية والاقتصادية والإعلامية. ويقول برنامج الأمم المتحدة الإنمائي في المنطة العربية:

«الشفافية ظاهرة تشير إلى تقاسم المعلومات والتصرف بطريقة مكشوفة. فهي تتيح لمن لهم مصلحة في شأن ما أن يجمعوا معلومات

(١) د. محمد قاسم عبد الله - سيكولوجية الذاكرة - سلسلة عالم المعرفة (الكويت) - فبراير

٢٠٠٣ - ص ١٨١، ١٨٢.

(٢) المرجع السابق، ص ١٨٥، ١٨٦.

حول هذا الشأن قد يكون لها دور حاسم فى الكشف عن المساوئ وفى حماية مصالحهم. وتمتلك الأنظمة ذات الشفافية الإجراءات الواضحة لكيفية صنع القرار على الصعيد العام، كما تمتلك قنوات اتصال مفتوحة بين أصحاب المصلحة والمسئولين، وتضع سلسلة واسعة من المعلومات فى متناول الجمهور.

فتقوم الشفافية على التدفق الحر للمعلومات وهى تتيح للمعنيين بمصالح ما أن يطلعوا مباشرة على العمليات والمؤسسات والمعلومات المرتبطة بهذه المصالح، وتوفر لهم معلومات كافية تساعدهم على فهمها ومراقبتها. وتزيد سهولة الوصول إلى المعلومات درجة الشفافية. ولكى تكون المؤسسات المستجيبة لحاجات الناس ولمشاغلهم منصفة، عليها أن تكون شفافة وأن تعمل وفقاً لسيادة القانون. فإصلاح مؤسسات الدولة وجعلها أكثر كفاءة ومساءلة وشفافية ركن أساسى من أركان الحكم الصالح. وتعتمد شفافية الجهاز البيروقراطى اعتماداً كبيراً على توفر المعلومات وصحتها. ويتطلب النقاش النشط حول قضايا السياسات العامة، وهو نقاش من صلب الإدارة العامة الصالحة، والمطلوب من الحكومات توفير البيانات المتعلقة بالحسابات القومية وميزان المدفوعات والعمالة، وتكلفة المعيشة. وترتبط نوعية عملية صنع القرار والمخاطر والتكاليف المترتبة عليها بطبيعة المعلومات التى يتم تزويدها لصناع القرار. فمن الواضح أن الحكومة مصدر رئيسى للمعلومات ومستخدم رئيسى لها فى آن واحد. فسياسات الحكومات عرضة للتأثر

بمعلومات ذات نوعية رديئة بنفس القدر الذى تشكل فيه المعلومات المتعلقة بالاقتصاد وبأوضاع السوق عنصراً أساسياً لقدرة القطاع الخاص على إجراء حسابات صحيحة».

ويرتبط بالشفافية شق مكمل وفاعل هو المساءلة. وعلى حد تعبير برنامج الأمم المتحدة المشار إليه القول بأن الشفافية عنصر رئيسى من عناصر المساءلة يترتب عليه جعل جميع الحسابات العامة وتقارير مدققي الحسابات متاحة للفحص العمومى الدقيق. فالشفافية تقي من الأخطاء الحكومية، ومن ارتكاب خطأ فى تقدير الموارد، ومن الفساد. وقد تم توجيه جهود المساهمين الخارجيين فى عملية تعزيز الشفافية نحو مساعدة الحكومات على جعل الموازنات وبرنامج الإنفاق العام أكثر شفافية. وتشكل حماية البيئة وجميع أشكال الإدارة المالية مجالات أخرى يكون فيها للشفافية دور حاسم على صعيد الفعالية وعلى صعيد احتواء الفساد. فالإدارة أو الوكالة المالية بوجه خاص تتيح فرصة كبيرة لارتكاب المخالفات من جانب الموظفين والإخلال بالأمانة فى العمل. وتستطيع وسائل الإعلام إحداث قدر كبير من التأثير فى هذا الميدان.

الشفافية والمساءلة مفهومان مترابطان يعزز كل منهما الآخر. ففي غياب الشفافية لا يمكن وجود مساءلة، وما لم يكن هناك مساءلة فلن يكون للشفافية أية قيمة. ويسهم وجود هاتين الحالتين معاً فى قيام إدارة فعالة وكفئة ومنصفة على صعيد المؤسسات العامة والخاصة.

يعرّف برنامج الأمم المتحدة الإنمائى المساءلة بأنها الطلب من المسؤولين تقديم التوضيحات اللازمة لأصحاب المصلحة حول كيفية

استخدام صلاحيتهم وتصريف واجباتهم والأخذ بالانتقادات التي توجهه، وتلبية المتطلبات المطلوبة منهم وقبول (بعض) المسؤولية عن الفشل وعدم الكفاءة أو عن الخداع والغش.

يمكن لآليات وضع المسؤولين موضع المساءلة أن تكون فيما بين المؤسسات الحكومية المختلفة، أو داخل المؤسسات بين المشرفين والمرءوسين، أو أن تتعدى المؤسسات، عندما يتوجب على مؤسسة وموظفيها الإجابة مباشرة عن أسئلة الزبائن أو كل من لهم مصلحة في المؤسسة. ويمكن لآليات المساءلة أن تتناول قضايا تبحث في من هم الذين يحتلون مواقع المسؤولية في المؤسسات وفي طبيعة القرارات التي يتخذونها. تتطلب المساءلة وجود حرية معلومات وأصحاب مصلحة قادرين على تنظيم أنفسهم وسيادة القانون.

ولقد أسهمت المنظمة الدولية للشفافية في مقاومة الفساد في بلدان العالم. بل إن تأسيسها عام ١٩٩٣ كان رداً على تفشى الفساد. والحديث عن المساءلة يبين لنا أنها مصدر قوة الشفافية، فالغموض وعدم الوضوح يؤديان إلى الرشوة والسرقة والخداع والحديث عن المساءلة يردنا إلى تراثنا الرشيد.

«جاء عمر بن الخطاب برود (أثواب) من اليمن ففرقها على الناس، ثم صعد المنبر يخطب، وعليه بردان منها. فقال اسمعوا رحمكم الله. فقام إليه سلمان فقال: والله لا نسمع.. والله لا نسمع.. فقال: ولم يا أبا عبد الله؟ فقال: ياعمر تفضلت علينا بالدنيا. فرقت علينا برداً برداً،

وخرجت تخطب في حلة (أى بردين). فقال: أين عبد الله بن عمر؟ قال: ها أنا ذا يا أمير المؤمنين. قال: لمن أحد هذين البردين اللذين عليّ؟ قال: لى. فقال لسلمان: عجلت عليّ يا أبا عبد الله، إنى كنت غسلت ثوبى الخَلِقُ (القديم). قال سلمان: أما الآن فنسمع ونطيع»^(١).

هكذا كانت المسألة .. وهكذا كانت الشفافية ..

منظمة الشفافية الدولية:

ترتبط منظمة الشفافية الدولية باسم مؤسسها «بيتر إيجن» Peter Eigen. لقد أفرغ الرجل - وهو يعمل في البنك الدولي سنوات عديدة وقد أصبح مديراً له - قدر الفساد الذى يسود الدول طالبة القروض والمنح، وبخاصة فى أفريقيا، فعقد العزم على تأسيس منظمة تقاوم الفساد. وكان ذلك عام ١٩٩٣. «والفساد هو سوء استغلال السلطة لتحقيق مكاسب شخصية» هذا هو نص تعريف منظمة الشفافية الدولية للفساد، وهى أكبر منظمة غير حكومية فى العالم، والتي قام بيتر إيجن أحد مديري البنك الدولي السابقين بتأسيسها كما سبق القول، ثم أصبحت بعد عشر سنوات من تأسيسها تملك أفرعاً فى أكثر من ١٠٠ دولة، ولذلك تعد فاعلاً عالمياً فى مجال مكافحة الفساد والذى يمثل حسب تقدير «بيتر إيجن» أكبر عائق أمام التطور الاقتصادى والديمقراطى، وخاصة فى دول العالم الثالث.

(١) على الطنطاوى وناجى الطنطاوى - أخبار عمر وعبد الله بن عمر - ط ٢ - المكتب

الإسلامى - بيروت - لبنان - ١٤٠٣هـ/١٩٨٣م، ص ١٦١

عمل «بيتر إيجن» مديراً للبنك الدولي لمدة طويلة، إلى جانب إقاماته الكثيرة في أفريقيا أكسبها حساسية خاصة ووعياً بالتأثير الهدام للفساد، ولذلك قام في البداية بمحاولة مناقشة هذا الموضوع في إطار هيئة عمله. وفي هذا السياق أصبح جلياً أن الرأي السائد في ذلك الحين هو أن الفساد جزء من الثقافة الإفريقية، ولذلك يجب على الدول المانحة القبول به، بالرغم مما يجره من وخيم العواقب. وخاصة إذا أخذنا المعطيات السياسية لصراع القطبين «الشرقي والغربي» بعين الاعتبار، واستناداً إلى ذلك فقد تمت محاولة كسب النخب الحاكمة في الدول النامية، ومد جسور ربط وثيقة بينها وبين دول الغرب الصناعية. وذلك من خلال دفع مبالغ سخية لها، وعدم فرض شروط تقيد حرية حركتها، ونظراً لذلك فقد تم تحريم أية مناقشات حول عمليات الاختلاس، وتشجيع الفساد داخل البنك الدولي، وتم تبرير ذلك بالتقوية إلى مبدأ عدم التدخل في الشؤون الداخلية للدول المستقبلية للمساعدات. وقد تم دفع الشعور بالوقوع في مأزق داخل المنظمة التي يعمل بها «بيتر إيجن» إلى ترك عمله في البنك الدولي في عام ١٩٩٣ وتأسيس منظمة الشفافية الدولية ودفع خطاها للأمام يداً بيد مع أصدقائه وزملائه العاملين في مراكز قيادية في الاقتصاد وفي منظمات المساعدات.

وقد ألف «بيتر إيجن» كتاباً نشرته دار «كاموس» للنشر في فرانكفورت بألمانيا عام ٢٠٠٣ عن المنظمة. ويصف إيجن في كتابه نشأة وعمل منظمة الشفافية الدولية. ولكونها مرتبطة ارتباطاً وثيق الصلة بشخصه فإنه

يلاحظ اختلاط فقرات تصف سيرته الذاتية مع الكم الغزير من المعلومات الموضوعية فى الفصول الأولى للكتاب، والتي تقوم بوصف البواعث التي دفعت مديراً مخضراً خدم البنك الدولي لمدة طويلة لترك عمله وتكريس نفسه لمكافحة الفساد.

هدف الكتاب الرئيسي يكمن فى تقديم وعرض عمل منظمة الشفافية الدولية على أرض الواقع، كذلك عرض الأفكار والتصورات التي تمثل مقومات عملها، وأدواتها القابلة للتطبيق عملياً والتي تمخضت عن عملها المعاش، علاوة على ذلك يتم فى الكتاب توضيح وشرح التقارير التي تنشر بصورة دورية حول مكافحة الفساد فى العالم، وإحصاء نجاح المنظمة من خلال تعاونها مع الهيئات الدولية الأخرى .

لا تقوم منظمة الشفافية الدولية - بناءً من منطلقها المبدئى - بالتشهير بحالات فساد فردية، بل تقوم باقتراح منافذ للخروج من هذا المأزق الواقعى، كما أنها تقوم بتعليل وشرح هذا المبدأ وإثبات فعاليته استناداً إلى أمثلة من الحياة العملية، ويتم تكملة هذا العرض لعمل منظمة الشفافية الدولية بالإشارة إلى المنظمات الدولية الأخرى التي تشارك بصورة نشطة فى مكافحة الفساد، وبإلقاء نظرة على مخططاتها المستقبلية. علاوة على ذلك يجد القارئ فى نهاية الكتاب ملحقاً شاملاً يحتوى على مواد صدرت حديثاً مثل «الخريطة العالمية للفساد» وهى تقرير مقسم حسب مناطق العالم يعالج أساليب ممارسة الفساد، بالإضافة إلى معلومات عن أفرع الاقتصاد ذات الصلة بذلك، وعن نتائج الاستبيانات المهمة.

ولقد قام الأعضاء المؤسسون لمنظمة الشفافية الدولية بتعريف دورها كعامل إيجابي ومحفز، انطلاقاً من معرفتهم بأن خوف الشركات من فقدان فرص تنافسية هو الذى يدفعها إلى دفع الرشاوى: «هدف عملنا هو خلق مناخ قادر على جعل التعاون الشفاف ممكناً على أرض الواقع، فواجب منظماتنا لا يكمن فى البحث عن مذنبين، بل فى خلق وعى عالمى بحجم الأضرار التى تبلغ قيمتها البلايين والناجمة عن تأخر عملية التطور فى المجال التعليمى وفى مجال البنية التحتية للدول النامية. وفى نفس الوقت تهدف منظمة الشفافية الدولية إلى تحويل بؤرة الاهتمام إلى الكوارث البيئية والتنمية الناتجة كذلك عن ممارسة الرشاوى».

والمقتضى مفهوم منظمة الشفافية الدولية فإن هيئة الرقابة المركزية لمكافحة الفساد، على المستوى المحلى والعالمى لا بد أن تكون ممثلة فى المجتمع المدنى ولن يكون باستطاعة المواطنين الوفاء بوظيفة المراقبة هذه إلا إذا تم التأكد من تحقيق أعلى درجة من الشفافية فى التعامل مع الأموال العامة، ويعد النشر على شبكة الإنترنت أحد الأساليب المألوفة فى بعض الدول. ولا يخفى بيتر إيجن أن الطريق لا يزال طويلاً ولكنه يظهر لنا بمساعدة عدد من الأمثلة الإيجابية من بلاد مختلفة أنه تم تحقيق نجاح باهر على المستوى المحلى والعالمى.

وتمخض عن عمل منظمة الشفافية الدولية مجموعة من أدوات محاربة الفساد تم تكييفها وتطوير عملها من قبل الأفرع القومية للمنظمة لتناسب مع طبيعة الاحتياجات على المستوى المحلى.

ولأن «النزاهة» و «الشفافية» هما المفتاحان اللذان يدور حولهما كل شيء: فميثاق النزاهة يصف عملية طرح مناقصة أحد المشاريع، بأنها لا بد أن تكون اتفاقاً معلناً عنه بين صاحب التكليف والمكلف (أو المرشح) حيث يقوم كل المشاركين بإلزام أنفسهم بعدم تقديم أو قبول أية رشاوى ونشر كل المعلومات المتعلقة بعملية المناقصة. كذلك تم منع إجراء أية اتفاقات خفية بين مقدمى العروض، ومنع تسريب معلومات سرية من قبل ممثلى الجهة الطارحة للمناقصة إلى مقدمى العروض، ومن لا يلتزم بهذه الشروط يتم معاقبته بدفع غرامة مالية، ووضع اسمه فى قائمة سوداء، ولا يسمح له بالمشاركة فى عمليات المناقصة المستقبلية.

ويقدم هذا المرجع الأولى Source Book - الذى تم ترجمته إلى عشرين لغة - وسائل وأدوات وأمثلة للقيام بتحليل الأنظمة الفاسدة، وهو يمكن أن يمثل نقطة بداية لتغييرات فى هذه الأنظمة، كما يقدم «صندوق وأدوات محاربي الفساد» أمثلة ناجحة لمكافحة الفساد ونصائح عملية لمكافحة الفساد على المستوى المحلى.

وتشكل معاهدة منظمة التعاون والتطوير الاقتصادى التى قامت ٣٠ دولة من الدول الأعضاء فيها بالإضافة إلى ٥ دول مصدرة، بالتوقيع عليها فى عام ١٩٩٧ انعطافة حاسمة فى عمل منظمة الشفافية الدولية الناجح فى مجال مكافحة الفساد. ويعلق الكتاب ومحررا: «ومن المحزن أن كثيراً من الشركات فى ألمانيا لا تعرف بأن القيام بدفع الرشاوى فى

الخارج يعرضها أيضاً للملاحقة القانونية من قبل السلطات المختصة في بلدها الأم».

وقامت منظمة الشفافية الدولية في عام ٢٠٠١ بنشر تقريرها السنوى حول الفساد العالمى لأول مرة، وهو عبارة عن وصف للوضع الراهن لعالم مرتش ويعتبر هذا التقرير حول الفساد العالمى Global Corruption Report بالإضافة إلى «التقييم» لدول العالم الأكثر فساداً Corruption Perception Index وتلك الدول التى تقوم شركاتها بدفع أغلب الرشاوى Bribe Payers Index مؤشراً موثقاً به لوصف تطور مستويات الفساد فى كل الدول بشكل منفرد.

وفى عام ٢٠٠٦ أعلنت منظمة الشفافية الدولية فى مؤتمر صحفى فى لندن تقريرها عن الفساد العالمى لعام ٢٠٠٥ لتركز على حجم الفساد فى قطاع الإنشاءات. وقد نقلت شبكة الذبأ المعلوماتية وقائع المؤتمر على شبكة الإنترنت (٢٠٠٦/٦/٧). وطرح «إيجن» حجم نشاط قطاعات الإنشاءات والمقدر بحوالى ٣٢٠٠ مليار دولار سنوياً. وقال: إن الفساد فى الإجراءات المتبعة لاختيار العقود يبقى الدول النامية مثقلة بأعباء بنية تحتية غير مطابقة للمواصفات والمقاييس وتزيد من ديونها الخارجية. وأن نتائج الفساد تظهر فى فقدان الأرواح، والدمار الذى تخلقه الكوارث الطبيعية كالزلازل أكثر ما يظهر فى الأماكن التى تلقى منها مفتشو المباني الرشوة من أجل غض النظر عن أنظمة التخطيط والبناء. وقال: لقد قضت الزلازل خلال الخمسة عشر عاماً (١٩٩٠-٢٠٠٥) على خمسة

عشر ألف إنسان. والحقيقة أن الزلازل لا تقتل الناس، بل المباني الآيلة للسقوط هي التي تقتل الإنسان، لأن الأموال المخصصة للبناء يتم غالباً قضم نصفها على شكل رشاي وعمليات».

وكما يلتقى رافدان مائيان فيصنعان نهراً، يلتقى رافد الإعلام مع رافد الشفافية. فالشفافية معلومات صادقة وصحيحة، والإعلام يسعى إلى الحصول على المعلومات ونشرها. فإذا التقى رافدان نقيان أصبح نهر التقدم عذباً ودافقاً.

وعندما تحدث عبد الرحمن العطية الأمين العام لمجلس التعاون الخليجي - في ندوة نشرتها جريدة الرؤية (٢٠٠٦) - عن سلطة المعلومات ودور الإعلام، عبر عن المنطقة العربية كلها بقوله: إن الإعلام حقق نجاحاً مؤكداً برفع سقف التوقعات من مسيرة التقدم من حيث نوعية الإنجاز وشموليته والإطار الزمني لتحقيق الأهداف. وبالتالي أصبح الإعلام عامل ضغط يعبر بشكل أو بآخر عن الإرادة الشعبية الراغبة في مزيد من الإنجازات دونما تأجيل أو تعطيل.

كما أصبح لوسائل الإعلام دور متزايد في التأثير على الرأي العام وتشكيل توجهاته، فقد حققت ثورة تكنولوجيا المعلومات فرصاً وحقائق جديدة وإمكانات اتصال لقاعدة شعبية أكبر.

وقال: إنه يتفق مع الرأي القائل بأن القوة الدافعة في حركة المجتمع هي سلطة المعلومات، التي أصبحت تتحكم في قطاعات الرأي العام.

وتشكل الوعي المعرفى الفردى والجماعى ، فالإعلام بصورة وأشكاله المتعددة، أصبح فى عصر المعلومات يشارك العلوم الإنسانية مسئولية الكشف عن مختلف أوجه المشاكل التى تتضمنها عملية الاتصال، فى مختلف مراحلها ومستوياتها، كما يتزايد دور الإعلام فى تأمين التواصل ونشر المعرفة والحقائق، ومن هنا تأتى العلاقة بين المسئولية المهنية والمسئولية الأخلاقية.

وأشار إلى أن العقد الأخير شهد طفرة إعلامية فى المنطقة العربية بصفة عامة، ومنطقة الخليج بصفة خاصة، تمثلت فى تعدد محطات البث الإذاعى والتلفزيونى، وصدور مئات الصحف والمجلات والدوريات، والتى أصبح لبعضها انتشار دولى ملحوظ، وقد اتسعت دائرة اهتمام وسائل الإعلام العربية لتشمل مختلف المجالات والقضايا، فضلاً عن اتساع نطاق الثقافة الإعلامية وتأثيرها، وأصبح المشاهد والمستمع العربى - فى إطار التقدم المستمر والمبهر فى تكنولوجيا الاتصال - أمام معضلة الاختيار بين القنوات الوطنية والقنوات الأجنبية للاتصال فى عصر العولمة الإعلامية، المتجاوزة لحواجز الزمان وقيود المكان.

وقال: إنه برغم استمرار وجود عدم التكافؤ فى توزيع المعلومات والمعرفة، أو ما يسمى بالهوة المعرفية، ومظاهر الاختلال فى الموارد الإعلامية، وعدم توازن القدرات فى النظام الإعلامى الدولى، إلا أن وسائل الاتصال العربية نجحت نسبياً فى كسب ثقة واهتمام شرائح عربية متزايدة، نتيجة زيادة معدلات الاستثمار العربى فى صناعة

الثقافة والإعلام، إضافة إلى الاهتمام بجاذبية المضمون، والتحسين النسبي في مستوى البرامج السياسية والإخبارية العربية، وتجاوز ثقافة التبرير إلى ثقافة التغيير، بإفصاح المجال أمام تعدد الآراء، أي إبراز الرأي والرأي الآخر، وحول القضايا التي تواجهها مجتمعاتنا.

وقال سعد العجمي (٢٠٠٦) وزير الإعلام الكويتي الأسبق: تنشر في سماء الخليج اليوم أكثر من خمسين فضائية تلفزيونية خليجية، وعشرات المحطات الإذاعية، ومئات الصحف والمجلات الأسبوعية، لكن الحقيقة أن كل المؤسسات الخليجية الإعلامية دون استثناء إما حكومية مملوكة لدولة ما، وإما يهيمن عليها ويحدد خطوطها الحمراء حكومة عربية بسبب التمويل أو ارتباط المصالح، فباقة قنوات دبي تملكها حكومة دبي، والجزيرة قطرية التواجد والتمويل، وأبو ظبي تملكها حكومة أبو ظبي، ومجموعة الـ MBC سعودية الملكية بما فيها قناة العربية وكذا الإخبارية السعودية، ناهيك عن المؤسسات الإعلامية الرسمية. ومن غير الموضوعية إنكار أن هذه المؤسسات الإعلامية تتمتع بقدر من الحريات النسبية التي تزداد جرعتها يوماً بعد يوم، إلا أنها جميعاً محاطة بخطوط حمراء تعرفها وتذكر أنه لا يمكن تجاوزها، وهذه الخطوط لم تفرضها قيم المهنة ومبادئ الموضوعية وأخلاق العمل الإعلامي فقط، وإنما مسألة مراعاتها لهذه الحكومة أو تلك، أو اعتمادها على التمويل من هذه الحكومة أو تلك، ومن ثم فإن هذا الواقع يعنى أن الحديث عن الحرية الإعلامية في عالمنا العربي

مسألة نسبية، ومساحتها أضيق من أن تدعى بأنها تبث الحقيقة كاملة وفى كل الأحوال، وعليه فإنه يمكن القول بأن هذه المحطات هى مشاريع اقتصادية - سياسية بالدرجة الأولى، ويمكن أن تكون إعلامية بدرجة أقل، وصحيح أن الحرية التى تتمتع بها هذه المؤسسات نسبية وتختلف من محطة إلى أخرى، ومن بلد إلى آخر، ولكن الصحيح أنها تشترك جميعاً فى أن لها جميعاً خطوطها الحمراء وأنها جميعاً تابعة بشكل أو بآخر.

وأضاف، ليس المقصود هنا بأن قناة الجزيرة لا حدود لها، ولكن القصد هنا أن حدود قناة الجزيرة أوسع من حدود شقيقاتها الخليجيات، ولعبت على تجاوز معظم تلك الخطوط، مع حفاظها على خطوط خاصة بها، وقد كان لتحدى الجزيرة لكثير من الخطوط الفضل فى ظهور فضائيات أخرى لا تقل عنها جدلية، بل لعلها فاقت الجزيرة فى كثير من تغطيتها الإخبارية، فيمكن القول بأنه لولا الجزيرة لما كانت العربية، وبأنه لولا العربية لما كانت الإخبارية .. وهكذا.

ويلعب التفكير الشمولى السياسى التقليدى دوراً فى تحديد ماهية واحتكار الرسالة الإعلامية وهذا التفكير التقليدى هو العامل الأساسى فى عدم تحديد هوية الرسالة الإعلامية تحديداً واضح المعالم، فالحكومات فى عالمنا تعتقد بأنها المعنية بالدرجة الأولى - وحصرياً - بإيصال الرسالة الإعلامية وذلك من خلال وزارات الإعلام التى تشكل بحد ذاتها بقايا الأنظمة الشمولية، ومن ثم فإن الرسالة الإعلامية لدى

المسؤولين تعنى أن تعكس المؤسسات الإعلامية، وجهة نظرهم حصرياً، وأن خروج هذه المؤسسات الإعلامية عن النظرة الرسمية يعتبر خروجاً على التعاون الإعلامى الخليجى.

ومن الجدير بالذكر أن دولة قطر قد ألغت وزارة الإعلام، وكذلك فعلت دولة الإمارات العربية المتحدة وذلك يعد خطوة متقدمة، ولكنه لا يعنى أن المدرسة التقليدية قد تلاشت تماماً من المؤسسات الإعلامية فى كل من دولتى قطر والإمارات العربية المتحدة.

إن الرسالة الإعلامية هى رسالة أمة، وليست رسالة حكومة، ورسالة الأمة يقوم بتوصيلها أطراف متعددة: الإعلامى والكاتب والمفكر والمثقف والمراسل والمخرج والممثل والفنان كلهم معنيون بحمل رسالة الأمة، والحكومة فى أحسن الأحوال هى أحد هذه الأطراف، وليست الطرف الوحيد المعنى منفرداً بإيصال ما يسمى بالرسالة الإعلامية.

وعليه فإننا ملزمون بتوفير الأجواء والظروف والحريات التى تدفع الفنان للإبداع، وتشجع الكاتب على الكتابة وتهيئ ظروف المفكر من أجل تنشيط الرسالة وإيصال منتجات الأمة الفكرية والثقافية.

الحكم الرشيد وحرية الإعلام:

وقد أجمع الخبراء المختصون بما فى ذلك جهاز الأمم المتحدة على أن للحكم الرشيد Good Governance ثمانى صفات تميزه عن الحكم الفاسد - أو غير الرشيد بالمعنى الواسع للكلمة، وهى:

(١) المشاركة السياسية Participation .

(٢) سيادة القانون Rule of Law .

(٣) الشفافية Transparency .

(٤) الجاهزية Responsiveness .

(٥) التوافقية Consensus oriented .

(٦) الإنصاف والشمولية Equity and inclusiveness .

(٧) الفعالية والإتقان Effectiveness and efficiency .

(٨) المساءلة Accountability .

يؤدي الإعلام الحر دوراً حيوياً في حفز ودعم جهود الإصلاح على كافة الأصعدة سياسياً واقتصادياً واجتماعياً وثقافياً وإشاعة قيم الحكم الرشيد وثقافة الديمقراطية وحقوق الإنسان، ولا يمكن الحديث بأية حال من الأحوال عن الحكم الرشيد في ظل انعدام الحريات الصحفية والإعلامية. هذا التحليل العميق من وزير الإعلام الكويتي الأسبق لا يقتصر على الواقع الخليجي، وإنما ينطبق على العالم العربي بكافة أوطانه.

وقال: إن الإعلام عمل مرتبط بالحريّة بالدرجة الأولى، ومن الضروري العمل على توفير بيئة سياسية ملائمة تحترم حرية التعبير والرأى والتعددية، وتحميها أطر ديمقراطية وقانونية تعمل على تأمين استقلالية المؤسسات الإعلامية، كما تضمن حق الإعلاميين في ممارسة

دورهم المهني بعيداً عن الرقابة المسبقة أو ممارسة الضغوط الأمنية أو المالية عليهما، وتكفل للإعلام حق الوصول إلى المعلومات والبيانات والوثائق الحكومية أو الأهلية».

هذا التحليل المدعم بالمنطق يقابله واقع إعلامى يلوى أعناق كل منطق. فنرى اللوحة الإعلامية مسلوبة المصدقية. وسنضرب ثلاثة أمثلة يوضح كل منها باباً تهب منه الرياح السالبة للمصدقية.

المثال الأول يقع فى باب البيت. أى فى الواقع الوطنى. والمثال الثانى يقع فى باب الأمة أى فى الواقع القومى للأمة العربية. والمثال الثالث يقع فى الباب الدولى أى فى واقع الصراع بين القوى العظمى وبخاصة قبل تفتت الاتحاد السوفيتى بقليل.

المثال الأول: ظهور الصحافة الحزبية

كان ظهور الصحافة الحزبية فى مصر بعد حل الاتحاد الاشتراكى وتكوين أحزاب سياسية فى العقد الثامن من القرن العشرين الميلادى فرصة سانحة للرأى والرأى الآخر. ولكن التجربة بعد ثلاثة عقود كانت بائسة. وكما فقدت أبواق النفاق فى الصحف الحكومية المسماة بالصحف القومية مصداقيتها، فقدت أبواق الصراخ والندب والعويل الحزبى مصداقيتها.

وانزلاق الصحافة الحزبية إلى حضيض الصراع الحزبى يؤثر سلبيًا على المصدقية. لقد حاول منصور محمد أحمد فى رسالته للماجستير

عن أساليب الدعاية السياسية في الصحافة الحزبية المصرية أن يحدد الأساليب الدعائية في صحف «الأهالى.. ومايو.. والوفد» فى الآونة الأخيرة (نوقشت رسالته فى يونيو ٢٠٠٦ بقسم الإعلام بسوهاج) وكانت حصيلة الأساليب الدعائية كثيرة نختار منها ما يلى :

أولاً: أسلوب الشعارات

يقول الباحث فى ذلك : «ليست العبرة بقوة الفكرة. فالفكرة المنطقية الرفيعة تتلقاها الصفوة ولكنها تسقط لدى عامة الناس. لذلك تنتقى الدعاية عبارة غامضة وغير محدودة، لكنها تلهب الخيال. ويضرب الباحث مثلاً لشعار الوفد «الحق فوق القوة والأمة فوق الحكومة».

ثانياً: أسلوب التكرار

وهو أسلوب يؤدي إلى تصديق الرسالة الدعائية حتى وإن كانت كاذبة.

ثالثاً: أسلوب الوقيعت

تستخدم الأحزاب السياسية أسلوب الوقيعت فى صحفها بين حزبين آخرين.

رابعاً: أسلوب السجل السىء

خامساً: أسلوب النكتة

سادساً: أسلوب العدو الوهمى

ويهدف هذا الأسلوب إلى صرف أنظار أعضاء الحزب إلى القضايا الفرعية بدلاً من القضايا المصيرية، وذلك لتخطي أزمة يمر بها الحزب حتى لا تكون نقطة ضعفه.

سابقاً: أسلوب تجريح الخصوم

يقول الباحث في هذا الشأن: إن هذا الأسلوب يهدف إلى التقليل من قيمة وقدرة الموجه إليهم الرسالة الدعائية وعدم إعطائهم الأهمية التي يستحقونها. وكذلك تنفير الرأي العام من الموجه إليهم الدعائية من خلال عرض الدعائية للشخصية المقصودة بالتسخيف والغمز وتوجيه الاتهام.

المثال الثاني: «الحملة الإعلامية الأمريكية الموجهة إلى العالم العربي».

إن باحثاً متميزاً هو أسامه عبد الحميد محمد حصل على درجة الماجستير من جامعة أسيوط يبحث له تحت هذا العنوان. وقام بتحليل مجلة «هاى» وبرامج إذاعة «سوا» وبرامج قناة «الحررة» خلال الفترة من أول نوفمبر ٢٠٠٤ إلى نهاية أكتوبر ٢٠٠٥، ليصل إلى الوسائل التي تتبعها الحملة الإعلامية الأمريكية لتحسين صورتها الذهنية ولتسويق الثقافة والقيم الأمريكية.

وقد وضع الباحث الشاب أمام بصائرنا ما يستحق النظر والتأمل، فتحت عنوان أساليب خلق المصادقية المستخدمة فى أعداد مجلة «هاى»

حدد الباحث الجدول الذى يبين أساليب خلق المصداقية فى هذا الشأن وقد جاء على الترتيب التالى:

- ١ - عرض رأى المواطنين العرب.
- ٢ - عرض رأى المتخصصين العرب.
- ٣ - عرض سلبيات المجتمع الأمريكى.
- ٤ - إقامة قنوات اتصال بين القراء والمجلة.

ثم يعلق الباحث قائلاً: وجاء فى المرتبة الثانية إقامة قنوات اتصال بين القراء والمجلة بنسبة ٣٠,١٩٪؛ حيث حرص القائمون على إعداد المجلة على تنظيم مسابقات متنوعة - فى المعلومات الفنية والرياضية وعادات الشعوب وتقاليدها والمعلومات العامة وإجادة اللغة الإنجليزية وكتابة الشعر والقصة القصيرة وتصميم مواقع على شبكة الإنترنت والرسوم الكاريكاتورية - يبلغ مجموع جوائزها ألف دولار شهرياً، كذلك تحرص المجلة على إدماج التقارير والتحقيقات بسؤال عبر موقع المجلة على شبكة الإنترنت، وعلى الرغم من أن هذا الأسلوب يمكن أن يسهم فى خلق حوار إيجابى بين الولايات المتحدة الأمريكية والعالم العربى بما يسهم فى فهم أفضل لأسباب الصورة السلبية لأمريكا لدى الشعوب العربية؛ إلا أن القائمين على إعداد المجلة يسعون إلى حوار يخدم المصالح الأمريكية؛ ففى مسابقة الكاريكاتير وضع شرط بأن تبتعد الرسوم عن الموضوعات السياسية، كما أن الأسئلة الملحقة بالموضوعات

الصحفية يتم صياغتها بأسلوب يجعل من أمريكا النموذج الذى يقاس عليه تقدم الدول العربية من تخلفها؛ ففى موضوع عن استخدام شبكة الإنترنت فى إجراء الاتصالات الهاتفية تم صياغة السؤال على النحو التالى: بدأت المكالمات الهاتفية عبر الإنترنت تنتشر حديثاً فى أمريكا؛ هل هى منتشرة فى الدول العربية أيضاً؟، وفى موضوع عن لجوء الشباب الأمريكى إلى الاستعانة بمدرب شخصى للياقة البدنية تم صياغة السؤال على النحو التالى: «هل من المؤلف الاستعانة بمدرب شخصى من أجل المحافظة على اللياقة البدنية فى بلدك؟»، ولا شك فى أن هذه الصياغة المتعمدة تهدف - فى ظل الفارق الاقتصادى والعلمى بين أمريكا والدول العربية - إلى دفع الشباب إلى كراهية الأوضاع الداخلية باعتبارها رمزاً للتخلف، والتعلق بالولايات المتحدة باعتبارها رمزاً للتقدم.

وجاءت فى المرتبة الثالثة أساليب أخرى «بنسبة ٢٣,٢٧٪، وتمثلت فى الإعلانات المنشورة بالمجلة؛ فميزانية المجلة الضخمة لا تتطلب أى دعم إضافى؛ وإنما هذه الإعلانات يراد منها الإيحاء بأن هناك إقبالاً على الإعلان بالمجلة كسائر المجلات الأخرى؛ ولكن يلاحظ ثبات الشركات المعلننة فى المجلة على مدار العام، وثبات المساحة الإعلانية بشكل كبير.

لقد كشف الباحث لنا كيف تختفى عوامل سلب المصادقية وراء المضمون الظاهر. وكيف يمكن الدوران والالتفاف حول المصادقية تجنباً لها وبعداً عنها.

المثال الثالث: الوقوف أمام الباب الدولى

إن الأجيال التى بلغت سن الرشد فى العقود الأولى من القرن الحادى والعشرين لا يشغلها كيف كانت الحرب الباردة والحرب الإعلامية فيما بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية وكيف انتهت إلى تفتت الاتحاد السوفيتى وانسلاخ دول أوروبا الشرقية من الشيوعية. ولكن حقيقة الصراع الحضارى والثقافى التى سادت الحرب الباردة باقية، ودراستها مفيدة وضرورية لضحايا جدد للمارد الأمريكى وتوابعه الذين يبحثون دائماً عن عدو.

لقد كتب شيوعى أمريكى يدعى «فليب بونوسكى» كتاباً قبيل تفتت الاتحاد السوفيتى عنوانه هل يعطينا مراسلون الصحفيون فى موسكو الحقائق عن الاتحاد السوفيتى؟

بدأ كتابه بجملة من موسوعة جون بيكنج للفظنة والحكمة تقول: ليست المشكلة مع الناس أنهم لا يعرفون، ولكن المشكلة أنهم يعرفون قدرًا كبيراً ليس هو الحقيقة. ثم يسرد المؤلف مفهوم الحقيقة كما وردت فى القواميس العالمية على النحو التالى:

- حدث عقلى أو بدنى.
- حدوث فعل فى الزمان أو المكان.
- موضوع تجربة مباشرة متميزة.
- شىء معروف على وجه اليقين.

● شىء له وجود حقيقى يمكن إثباته أو إظهاره.

ثم يعرض المؤلف تعريف القاموس الروسى لكلمة الحقيقة وهى :
حدوث حقيقى ظاهر. شىء حدث فى الحقيقة. معطيات تمثل مادة
لنتيجة أو اختيار فرض أو نظرية.

ويعلق المؤلف متسائلاً: إن النظرة العابرة تبين أن الاتفاق كبير جدا
فى تعريف الحقيقة فلماذا إذن عدم الفهم الصحيح أو الخطأ فى الفهم
بهذا القدر بين الأمريكان والروس حين يستخدمون كلمة الحقيقة؟
ويضيف قائلاً: إذا كان الطرفان متفقين نظرياً على ما هى الحقيقة،
فأين يقع الاختلاف إذن؟

ويطوف بنا «فليب بونوسكى» ملقياً عدة أسئلة ليصل إلى هدفه فى
إقناعنا بتجافى الفكر الرأسمالى والأمريكى على وجه الخصوص لمفهوم
المصادقية. يسأل «فليب بونوسكى» ما الخبر؟

ويجيب بقوله: «هناك مفهومان يتعارضان تماماً لمفهوم الخبر فى
العالم اليوم (وأخر الحرب الباردة فى العقد التاسع من القرن العشرين)،
الصحافة فى الدول الرأسمالية التى تسمى نفسها صحافة حرة فى العالم
الحر، ليس خبراً أن كلباً عض رجلاً، إنما الخبر فقط يكون إذا عض
الرجل كلباً. ومن ثم لم يكن خبراً عند تلك الصحافة فى عام ١٩٦٥ و
١٩٦٦ عندما سجلت فى مدينة نيويورك ٣٠ ألف حادثة عضه كلب
نصفها من نصيب الأطفال. ولم يكن خبراً فى عالم ١٩٧١ عندما عضت

الفيران فى حى هارلم (الحى الذى يسكنه الزوج فى نيو يورك) ٣٠١
طفل. هذه الحقيقة انسلت فى ليل الصحافة الأمريكية».

ويمضى الكتاب أمريكى الجنسية وإنجليزى اللغة ومؤلفه الأمريكى
الشيوعى مازجاً الوقائع بالسخرية ليبين أن الفارق فى المفهوم والقوالب
الجاهزة تعوق عناصر المصادقية من التفاعل وتعطلها فى الإعلام.

لقد بينت صفحات هذه المقدمة ضرورة المصادقية لحياتنا كلها
وليس لإعلامنا وحسب. وعلينا أن نطرق باب المصادقية لندخل ونفكر
ونعمل.



مدخل

خلال

العقدين الأخيرين من القرن العشرين، وهذا العقد الأول من القرن الحادى والعشرين، هبت على العالم بوجه عام، وعلى منطقتنا العربية بوجه خاص رياح وتيارات عنيفة ومتضاربة فى دوامات الصراع العسكرى، والصراع السياسى، والصراع الإعلامى.

وقد أفرز ذلك ضمن ما أفرز من التساؤلات التى ينبغى التفكير فيها ذلك التساؤل: كيف نقيس المصادقية فى الإعلام العربى؟

وفى هذا الكتاب أحاول المزج بين الواقع الإعلامى العربى والرؤية الثقافية العربية مزج المركب لا مزج الخليط.

إننى أحاول تعميق مفاهيم المصادقية، وتأصيل المقاييس التى يمكن أن تغير لنا دروب التفكير الصائب والرؤية الصائبة والأحكام الصائبة قدر الطاقة، وقدر الجهد الإنسانى. وأقصد بلغة الجمع الباحثين العرب والإعلاميين العرب والقراء والمستمعين والمشاهدين العرب. وما أنا إلا واحد من هؤلاء.

ولست السائر وحيدا فى هذا الطريق، فقد فرضت المتغيرات الدولية والاقليمية والمحلية على الباحثين فى الإعلام أن يبحثوا فى جوانب قضية المصادقية.

ففى عام ١٩٩٦ نوقشت رسالة دكتوراه فى جامعة جنوب الوادى فى مصر عنوانها: مصادقية الصحافة المصرية، القومية والحزبية خلال حقبة التسعينات. نالت بها الدكتوراة عزة عبد العزيز درجة الدكتوراه. وتمثل الرسالة معلما بارزا فى هذه القضية.

وسجل باحث جاد ومجتهد هو على سيد على خطته لنيل درجة الدكتوراه عام ٢٠٠٣ بعنوان العوامل المؤثرة على مصادقية الأخبار لدى الجمهور المصرى.

وكتبت مقالا عام ١٩٨٧ فى مجلة الدراسات الإعلامية عام ١٩٨٧ كنت أحاول فيه التفكير بصوت مرتفع، وأفتح الباب أمام الباحثين الإعلاميين حول كيفية قياس المصادقية فى الإعلام العربى.

وعندما كتبت مقالى عام ١٩٨٧ لم أتطرق إلى الدراسات الأمريكية والأوربية عمدا. لأنى كنت أراها بعيدة عن رؤيتى الثقافية وواقعى الإعلامى العربى. لأن بحوثهم فى العقد السادس من القرن العشرين ارتبطت باقتصاديات الوسائل الإعلامية لمعرفة مدى إقبال أو إدمار المعلنين عن الإعلان فى وسائل لا يصدقها الجمهور. ومن جانب آخر كانت بعض بحوثهم فى قياس المصادقية تتصل بالعلاقة الاستراتيجية بين الولايات المتحدة وحلفائها الغربيين فيما يتعلق بالحرب الباردة، وفى حالة تعرض أوروبا لهجوم سوفيتى. وكان القصد من دراسة المصادقية عندهم التحقق من تأثير السياسة الأمريكية على حلفائها. وكان التعبير الشائع هو المصادقية فى مقابل ثغرة المصادقية أو فراغ المصادقية.

ولكن العقدين الأخيرين من القرن العشرين حملا رياحا جديدة،
وعواصف وتيارات عنيفة، وأمواجا كالجبال غيرت مسار الخيام
والقلاع والسفن. وتطلبت إعادة التفكير والتدبر والعمل.

ومن محاضرة للأستاذ السيد يسين^(١) حول حالة العرب فى هذا العقد
الأول من القرن الحادى والعشرين يقول: إن الانتقال الحضارى فى إطار
المجتمع العالمى من نموذج المجتمع الصناعى إلى نموذج مجتمع المعلومات
العالمى، يعنى فى الواقع التركيز على قضايا ومشكلات وسائل لم يسبق
للمجتمع الصناعى أن طرحها، وذلك أن مجتمع المعلومات العالمى الذى
يتحول ببطء وثبات إلى مجتمع المعرفة لا يعنى فقط تكنولوجيا المعلومات
المتقدمة، ولكنه فى الواقع لابد لقيامه من تحقيق الديمقراطية بالفعل
فى المجتمع. لأنه يقوم على مبدأ الشفافية وحرية تداول المعلومات،
وحق كل مواطن فى الحصول على المعلومات مجانا وفى أى وقت. ومن
شأن ذلك فى الواقع ترشيد عملية اتخاذ القرارات فى المجتمع.

ويرى السيد يسين أن تطبيق الديمقراطية فى كل الميادين أصبح هو
المقدمة الضرورية لتأسيس مجتمع معلوماتى عربى، ينبغى التخطيط
له بدقة لكى يتحول إلى مجتمع من مجتمعات المعرفة، بحيث تصبح
عملية إنتاج المعرفة - التى ستكون هى المعيار الفاصل بين المجتمعات
المتخلفة والمجتمعات المتقدمة - هى الشغل الشاغل الأساسى للنخب
السياسية العربية، وللنخب العلمية والفكرية والثقافية.

(١) السيد يسين - تشخيص الوضع العربى - جريدة الأهرام بتاريخ ١٤/٨/٢٠٠٣

وعن الحالة العربية يقول السيد يسين: الحالة العربية مفهوم يشير إلى أن المجتمع العربي المعاصر أصبح يمر بأزمة بالغة الحدة والعنف، نتيجة لتراكم السلبيات عبر نصف القرن الماضى فى مجال الممارسات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية. وهذه الحالة العربية مارست تشخيصها ووضع البدائل لتجاوزها العديد من المؤسسات العلمية والثقافية العربية، بالإضافة إلى النقد الصارم الذى وجهه إليها عدد كبير من المثقفين العرب النقاد الذين ينتمون إلى تيارات فكرية شتى. والذين أجمعوا على وجود علل أساسية فى الممارسات العربية، شخصها كل فريق وفقا لمرجعياته الفكرية. وكان طبيعيا أن تختلف سيناريوهات المستقبل التى رسمها كل فريق من هذه الفرق.

ويلفت النظر بشدة أن «الحالة العربية» لم تعد هما عالميا داخليا، بل - نتيجة لأحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١، وإعلان الولايات المتحدة الأمريكية حربها ضد الإرهاب، وبعد الغزو العسكرى الأمريكى للعراق والمزاعم الأمريكية أنها قدمت لتحرير شعب العراق، وإقامة نموذج ديمقراطى عراقى يمكن أن يحتذى به باقى البلاد العربية - أصبحت الحالة العربية مشكلة عالمية!

ويكفى للتدليل على ذلك الإشارة إلى التقرير الصحفى الذى أعده كل من بيتر سليفن وروبين راين بعنوان «إدارة بوش تعلن أن نشر الديمقراطية فى الشرق الأوسط المهمة الأخلاقية لهذا العصر» (انظر ترجمة عربية لهذا التقرير المهم فى جريدة الشرق الأوسط عدد ٢٠٠٣/٨/٩).

وجاء فى هذا التقرير الذى بُنى على أساس كلمة ألقته كونداليزا رايس مستشارة الأمن القومى الأمريكى أمام الجمعية الوطنية للصحفيين السود، جاء فيها أن تطوير الحرية فى الشرق الأوسط هو «التحدى الأمنى والمهمة الأخلاقية لعصرنا» وانتقدت الذين يقولون: إن الثقافة العربية ليست على استعداد لتقبل الديمقراطية. وقالت: إن الأهداف الأمريكية فى الشرق الأوسط تتمثل فى إيجاد منطقة ذات مجتمعات مفتوحة بطريقة متزايدة وازدهار اقتصادى وحكومات تمثيلية، وقالت رايس: «إن نظم الحكم غير الديمقراطية تظل هى النظام الاعتيادى فى منطقة يسودها التوتر وللولايات المتحدة فيها مصالح نفطية مكثفة، وعلاقات سياسية تعتبرها أساسية للحرب ضد الإرهاب، وصنع السلام العربى - الإسرائيلى».

وأضافت: إنها منطقة يودى فيها اليأس إلى إيجاد تربة خصبة لأيدولوجيات لا تقنع بالتطلع ليس للتعليم الجامعى والوظائف وتكوين الأسر، بل إلى تفجير أنفسهم وقتل أكبر عدد من الأبرياء معهم بقدر الإمكان. وإذا كنا لا نتردد فى الموافقة على تشخيص كونداليزا رايس للحالة العربية الراهنة بأنها تتسم بالافتقار إلى الممارسات الديمقراطية الحقيقية، فإننا نرفض تماما المزاعم الأمريكية فى كون هدف الولايات المتحدة هو ترسيخ الديمقراطية فى الوطن العربى!

ذلك أن الإمبراطورية تسعى فى الواقع إلى نهب ثروات المنطقة العربية والنفط فى مقدمتها، بالإضافة إلى ترسيخ وجودها العسكرى

لممارسة هيمنتها العالمية، ولكى توجه إشارات مؤكدة لكل الدول الكبرى بما فيها روسيا والصين والهند على أنها قادرة على الاحتواء العسكرى لأى تهديد يتمثل فى صعود هذه الدول الكبرى فى سلم النظام الدولى فى العقود القادمة، لإيجاد عالم متعدد الأقطاب، لا تنفرد فيه الإمبراطورية بتقرير مصير العالم.

كما أننا من ناحية أخرى ندين الرياء السياسى الصارخ لكونداليزا رايس فى إشارتها إلى تفجير الشباب الفلسطينى لأنفسهم، لأنها فى الواقع لا تجسر على أن تعترف بالحقيقة المرة، والتي مبناها أن هذه العمليات الاستشهادية هى رد فعل لإرهاب الدولة الإسرائيلية العنصرية التي تهدد الشعب الفلسطينى بالإبادة، والتي لا تتوقف عن تجريف الأراضى الفلسطينية كل يوم، بالإضافة إلى هدم المنازل، وبناء السور العازل الذى هو فى الواقع إعلان جهير عن رفضها لقيام الدولة الفلسطينية المستقلة، وتدعيم لمقولة الدولة اليهودية التي وافقت عليها الإدارة الأمريكية. الحالة العربية الراهنة معقدة فى الواقع وهى محل انتقادات شديدة من قبل المثقفين العرب، فى الوقت التي هى أيضا محل انتقادات من دوائر عالمية متعددة، تتراوح بين الموضوعية والتحيز^(١).

هذا التشخيص الذى لخصه لنا السيد يسين أوجب على البحث الإعلامى فى مصداقية الإعلام العربى أن يمد نظره إلى مصادر التيارات العنيفة القادمة منها رياح السموم.. الغرب.

(١) المرجع السابق.

الدراسات السابقة

ومن

ثم رأيت أن أعرض لأهم البحوث الغربية المتعلقة بموضوعنا، وفق ترتيب زمني يرتبط بالبعد الزمني للدراسة وهو ما يدور حول العقدين الأخيرين من القرن العشرين وهذا الثلث الأول من العقد الأول من القرن الحادي والعشرين.

● في عام ١٩٧٧ أجرى جون آيل وميشيل ورث John D.A & Michael O.W. (١) بحثاً مقارناً بين مصداقية التليفزيون مقابل مصداقية الصحف بالنسبة للأخبار المحلية. وقد جمعت بيانات هذا البحث بإجراء مسح على عينة قوامها ٦٨٠ مفردة من المقيمين في منطقة حضرية بالمقابلة الشخصية في منطقة «ديتروا». وكانت أهم نتائج هذه الدراسة:

- أشارت النتائج إلى إدراك المبحوثين للتليفزيون على أنه مصدر له مصداقية وثقة وأهمية للأخبار المحلية أكثر من الصحف.

- لم تدعم النتائج الأهمية الكبرى للأخبار المحلية المقدمة عبر التليفزيون بالرغم من أن البيانات كانت باتجاه ما تم افتراضه من أن التليفزيون سيتم إدراكه على أنه أكثر أهمية في تقديم الأخبار المحلية.

(١) John D Adel & Micael O Wirth Credibility of Newspaper and Television

.News Journalism Quarterly vol 54. No I, (1977), PP 371-375

- تتفق هذه الدراسة مع ما توصلت إليه دراسات سابقة من كون التلفزيون يدرك على أنه أكثر ثقة من الصحف فى تقديم الأخبار المحلية.

● وفى عام ١٩٧٨ أجرى ريموند لى Raymond S.H. Lee بحثاً بعنوان مصداقية أخبار الصحف والتلفزيون. وأجرى الباحث صحيفة استبيانته على عينة منتظمة من المبحوثين فى الفصول الدراسية الجامعية بجامعة «ميدوسترن». وكانت أهم نتائج هذه الدراسة:

- وجود اختلاف له دلالة فى عدة مقاييس للمصداقية بين أخبار التلفزيون والصحف.

- اختلفت عوامل مصداقية وسائل الإعلام وبناءاتها، طبقاً لتصنيف المفاهيم المختلفة، وقد ظهرت بعض العوامل متداخلة بين مفاهيم الأخبار أو مجموعات العينة.

يرى طلاب الجامعة أخبار التلفزيون على أنها أكثر مصداقية وجديرة بالثقة بها، وديناميكية، وذات خبرة، وموضوعية، وأليفة، ومناسبة، وسهلة.

- تنوعت الاختلافات فى عناصر المصداقية بين أخبار التلفزيون وأخبار الصحف جزئياً، طبقاً لمجموعات العينة المختلفة.

- توصى الدراسة بالقيام ببحوث إضافية تتولى دراسة طبيعة وتأثيرات عوامل الانحياز والألفة فى مصداقية أخبار الصحف والتلفزيون^(١).

(١) Raymond S H.Lee: Op - Cit (1978) PP. 282 - 287

ومن الدراسات التي تعمقت في مفهوم المصداقية.

● دراسة «كورنيليلوس برات Cornelius Pratt»، ١٩٨١. وكانت هذه الدراسة تبحث «مصداقية وسائل الإعلام: دراسة تطبيقية على الطلاب الأفارقة والأمريكيين»^(١): تختبر هذه الدراسة نماذج التعرض لوسائل الإعلام الأمريكية لدى المبحوثين، وذلك من خلال عينة مكونة من مجموعتين: الأولى هي مجموعة الطلاب الأفارقة التي تتألف من (١٤٩ طالبا أثيوبيا ونيجيريا)، أما المجموعة الثانية فتتضمن مجموعة من الطلاب الأمريكيين مقدارها ٢٨٨ طالبا، وتتماثل المجموعتان في السنة ونوع الدراسة، وقد تم اختيار عشرة فروض عبر صحيفة استبيان يملؤها الطالب بنفسه، وتمثلت فيها المتغيرات التابعة في:

- حجم التعرض للأخبار المحلية والدولية في وسائل الإعلام الأمريكية.
 - حجم التعرض لوسائل الإعلام الأجنبية.
 - إدراك مصداقية وسائل الإعلام الأمريكية لدى المبحوثين.
- في حين تم تحديد المتغيرات المستقلة بالنسبة للطلاب الأفارقة من:
- القدرة على استحسان إدراكهم للعلاقات السياسية بين الولايات المتحدة وبلادهم، سواء في أثيوبيا أو نيجيريا.

(١) Cornelius Pratt Mass Media Credibility A study of African and U.S. Students. PHD The University of Minnesota. (1981) Dissertation Abstract from Egyptian national STI Network

- طول فترة الإقامة في الولايات المتحدة.
- مدى مخالطتهم الاجتماعية للقوميات الأمريكية.
- مدى اهتمامهم بالأخبار الدولية.
- أما المتغيرات المستقلة للطلاب الأمريكيين فقد تكونت من :
 - الاهتمام بالأخبار الدولية.
 - حجم السفر للخارج.
 - الاتصالات مع القوميات الأجنبية في الولايات المتحدة.

أهم نتائج الدراسة:

أظهرت اختبارات مجموعة الفروض الخمسة الأولى ما يلي :

١ - وجود اهتمام أكبر من الأفرقة بوسائل الإعلام من قنوات الاتصال الشخصي بالنسبة للأخبار المحلية المتعلقة بأمريكا، بينما تساوى الاهتمام لديهم بين وسائل الإعلام وقنوات الاتصال الشخصي بالنسبة للأخبار الدولية.

٢ - كانت وسائل الإعلام هي الوسائل المفضلة للأخبار بين الطلبة الأمريكيين، علاوة على أن الاختلاف بين الاعتماد على وسائل الإعلام وقنوات الاتصال الشخصي كان أكبر بكثير بين الطلاب الأمريكيين من الطلاب الأفرقة.

٣ - لم يتم إثبات وجود علاقات إيجابية كما كان متوقعا بين المتغيرات المستقلة الخاصة بالطلاب الأفرقة وبين من يتعرض لوسائل الإعلام، إلا

أنه وجدت علاقة إيجابية بين مستوى الاهتمام بالأخبار الدولية وحجم التعرض لوسائل الإعلام الإخبارية الأجنبية.

٤ - تم إثبات ما تنبأت به الدراسة من وجود علاقة إيجابية بين حجم التعرض للأخبار الدولية من وسائل الإعلام الإخبارية الأجنبية وبين مستوى اهتمام الطلاب الأمريكيين بالأخبار الدولية مع تأثير حجم السفر للخارج والاتصال مع القوميات الأجنبية في أمريكا.

٥ - أظهر بناء مؤشر لمصادقية وسائل الإعلام الأمريكية من خلال التحليل العاملي عن ثمانين مقياس تمييز دلالي لتحديد هذه المصادقية.

أظهرت اختبارات مجموعة الفروض الخمسة الثانية ما يلي:

١ - لم يتم إثبات وجود علاقة إيجابية بين حجم التعرض لوسائل الإعلام كمتغير مستقل وبين إدراك مصادقية وسائل الإعلام بين العينتين.

٢ - وجدت علاقة إيجابية بين الإدراكات المؤيدة للعلاقات السياسية والاقتصادية - بين أمريكا ونيجيريا - وبين إدراك مصادقية وسائل الإعلام الأمريكية لدى الطلاب النيجيريين.

٣ - وجدت علاقة سلبية بين إدراك التوتر للعلاقات السياسية والاقتصادية - بين الولايات المتحدة وأثيوبيا - وبين إدراك مصادقية وسائل الإعلام الأمريكية لدى الطلاب الأثيوبيين.

٤ - وجدت علاقة إيجابية بين مدى المخالطة الاجتماعية لعينة الطلاب الأفارقة - مع القوميات الأمريكية - وبين إدراكهم لمصادقية وسائل الإعلام الأمريكية.

٥ - وجدت علاقات سلبية بين المصدقية الإعلامية المدركة لدى الطلاب الأمريكيين وبين كل من اتصالهم الكثيف بالقوميات الأجنبية، والتعرض لوسائل الإعلام الأجنبية.

٦ - دعمت الدراسة افتراضية وجود علاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وإدراك مصداقيتها، في ظل وجود متغيرات مجتمعية وسياسية واقتصادية بين الدول مؤثرة على هذه العلاقة.

● دراسة «جازيانو ومكارث، Gaziano & MacGrath»، ١٩٨٦، بعنوان «قياس مفهوم المصدقية»^(١):

هدفت هذه الدراسة إلى وصف مفهوم المصدقية، وكيفية قياسه، وذلك من خلال مراجعة نتائج الدراسات السابقة، ونتائج المسوح التي تعاملت مع المصدقية، كمفهوم متعدد الأوجه، وبناء عليه، سعت الدراسة إلى معرفة أبعاد المصدقية. وكيف ترتبط ببعضها، إضافة إلى العوامل المؤثرة فيها، كنوع الوسيلة الإعلامية، سواء كانت الصحف أم الوسائل الأخرى، ومناطق التغطية، وقرب الحدث المعنوي والجغرافي من الباحثين، ومدى دور كشف المصادر، والحرص على الوصول إلى أحداث الأخبار، في الطباعات المعدلة للصحف على مستويات ثقة الجمهور بالصحف.

(١) Cecilie Gaziano & Kristin MacGrath: Measuring The Concept of Credibility. Op-Cit. (1986) P.P. 451 - 462

وقد تضمنت الدراسة جانبين للإجابة عن تساؤلاتها هما: سلسلة من مجموعات النقاش المركزة، ومسح قومي شمل ١٦٠٠ مبحوث تزيد أعمارهم على ١٨ سنة، ويعيشون في الولايات المتحدة، عبر عينة عشوائية جمعت بياناتها من دليل الهاتف، في الفترة من ٧ ديسمبر ١٩٨٤ إلى ١٩ يناير ١٩٨٥، وقد استغرقت المقابلة الواحدة ٢٠ دقيقة في المتوسط.

أهم نتائج الدراسة:

- يتمحور تاريخ قياس المصداقية في فرعين رئيسيين هما: قياس دقة التقرير الصحفي «الميشيل شارنلي» وقياس مصداقية المصدر كمكون لتأثير الاتصال الإقناعي «لمجموعة ميل».
- تتحدد المصداقية من خلال بعدين رئيسيين هما: الجدارة بالثقة، والخبرة، وعلى هذا حدد التحليل العمالي للمصداقية ١٢ بعدا لهذا المقياس والمتمثلة في الإحساس بالأمان، والكفاءة الديناميكية، والقدرة على المعرفة، والدقة والعدالة، واكتمال عناصر الرسالة.
- إن طبيعة المصدر سواء أكان مصدرًا شخصيا للجمهور أم مجرد وسيلة إعلامية عامة تؤدي دورا كبيرا في درجة المصداقية، فدرجة مصداقية الصحف تتحدد أساسا بمدى اختيار الصحف كمصدر للمعلومات عن وسائل الإعلام الأخرى، ودرجة مصداقية التليفزيون تتحدد بمستوى الاعتماد عليه لاستقاء المعلومات.

- بينت نتائج المسوح السابقة ارتفاع زيادة ثقة الجمهور بالتلفزيون مقارنة بالصحف بين عامى ١٩٥٩ - ١٩٦١ مع ثبات هامش مصداقية الصحف خلال هذه الفترة.

- يزداد تفضيل التلفزيون كلما انتقلت تغطية الأخبار من المجال المحلى إلى القومى فالدولى.

- تم تفضيل الصحف على التلفزيون قليلا فيما يخص تغطيته لأخبار الكوارث الطبيعية، فيما تفوقت مصداقية الصحف نسبيا. فى تعاملها مع الأخبار المحلية.

- ارتبطت مستويات مصداقية الصحافة باتجاه المبحوثين نحو حريات هذه الصحف، بينما لم يرتبط الدعم القوى للصحف من أجل الحفاظ على حرية المعلومات بتقديرات المصادقة.

- تزداد ثقة المبحوثين بحريات الصحافة كلما ازداد الدور الذى تلعبه هذه الصحف فى مراقبة أعمال الحكومة وتقييمها.

- لم تراخ البحوث التى سعت إلى قياس المصدقية معرفة إذا ما كان الجمهور تلقى رسائل إعلامية متناقضة ومتضاربة فى معلوماتها حول نفس الموضوع من وسائل الإعلام المختلفة، وأثر ذلك فى ثقته بكل وسيلة خلال ربع قرن من هذه الدراسات.

● وفى عام ١٩٨٨ قام جازيانو Cecilie Gaziano بدراسة عنوانها كيف تكون المصدقية فى أزمنة. وقصد الباحث إلى تقديم رؤية متهمة

العوامل التي شجعت المنظمات المهتمة بإجراء بحوث المصداقية وهذه المنظمات هي:

١ - الجمعية الأمريكية للمحررين الصحفيين (ASNE)

٢ - مركز جانيت (Janett Center)

٣ - التايمز ميرور (Times Merror)

٤ - لوس أنجلوس تايمز (Loss Anglos Times)

وكان من أهداف هذه الدراسة إجراء مقارنة بين بعض النتائج من خلال بحوث المصداقية السابقة وذلك بتوصيف نظري للدراسات السابقة.

وكانت أهم نتائج هذه الدراسة:

وجدت الدراسة أن نتائج بحوث المصداقية تتجه نحو الالتقاء في

النقاط التالية:

١ - الاتجاهات نحو الانحياز.

٢ - التغطية الكبيرة للأخبار السيئة.

٣ - كيف تتعامل وسائل الإعلام مع جماعات معينة.

٤ - معاملة وسائل الإعلام للشخص ذي المستوى المتوسط.

٥ - قيام وسائل الإعلام بمراقبة أعمال الحكومة.

٦ - مقارنة وسائل الإعلام مع المؤسسات الأخرى.

٧ - أنواع الناس الذين هم أكثر نقدا لوسائل الإعلام.

– وجدت الدراسة أن المجالات الرئيسية التي اختلفت فيها نتائج المصادقية هي :

١ – الدقة.

٢ – استقلال وسائل الإعلام.

٣ – الأمن القومي.

٤ – المقارنات بين وسائل الإعلام.

٥ – انتهاك الخصوصية.

● دراسة، ١٩٩٤ “Wayne Wanta & Yu-Wei Hu”.

”تأثيرات المصادقية، والاعتماد عليها والتعرض لها على وضع أجندة وسائل الإعلام: نموذج تحليل المسار:“^(١)

تختبر هذه الدراسة ثلاثة متغيرات في عملية بناء الأجندة، هم: مصادقية وسائل الإعلام، والاعتماد عليها، والتعرض لها، وذلك من خلال تطبيق نموذج تحليل المسار الذي يمكن من اختبار المؤثرات السببية بين عدة عوامل يمكن أن تؤثر بقوة على تأثيرات وضع الأجندة، مفترضة أنه إذا أدرك الأفراد وسائل الإعلام على أنها أكثر مصادقية فسوف يعتمدون عليها بشكل أكبر لاستقاء المعلومات، ويتعرضون أكثر لرسائلها الإعلامية، وقد تم جمع بيانات الدراسة من خلال

(١) Wayne Wanta & Yu-Wei Hu Op-Cit, (1994), PP 90 – 98

مسح تليفزيونى عشوائى عبر الهاتف، أُجرى فى مقاطعة «جاكسون إينوى»، فى أكتوبر ١٩٩٠، قبل ثلاثة أسابيع من انتخابات حاكم «إينوى» ومجلس الشيوخ الأمريكى، مع الاستعانة بطلاب جنوب «إينوى» الذين قابلوا ٣٤١ مبحوثا، إضافة إلى إجراء دراسة تحليلية لمضمون أربع وسائل إعلامية إخبارية خلال أربعة أسابيع، قبل بدء دراسة الجمهور، بشكل يساعد على تحديد قضايا الدراسة، علما بأن المصدقية حددت ببعدي قابلية التصديق «Believability» والانتساب للمجتمع «Community Affiliation».

أهم نتائج الدراسة:

- كانت جميع معاملات تحليل المسار فى النموذج المقترح لتأثير مصداقية وسائل الإعلام والاعتماد عليها، والتعرض لها دالة إحصائيا فى تأثيرات وضع أجندة تلك الوسائل.

- يقترح معامل التأثير أن التعرض فقط هو الذى لعب دورا فى تحديد تأثيرات وضع الأجندة.

- تقترح النتائج أن المصدقية تؤدى إلى الاعتماد، كما أن درجة الاعتماد تؤثر على كيفية البحث والاستخدام لوسائل الإعلام الإخبارية لاستقاء الأفراد معلوماتهم.

- يطور الأفراد درجات اعتماداتهم على وسائل الإعلام طبقا لآرائهم حول مصداقيتها، فحين يدرك هؤلاء الأفراد أن وسائل الإعلام

الإخبارية أكثر مصداقية فإنهم سوف يعتمدون عليها بشكل مرتفع أكثر لاستقاء المعلومات.

● دراسة «المقاتي ودوجلاس ونورمان، & Douglas Al-Makaty, Norman، ١٩٩٤».

مصداقية المصدر أثناء حرب الخليج: دراسة تطبيقية على المواطنين السعوديين في الريف والحضر^(١).

تميز هذه الدراسة وتصف مصدر السلوك نحو المعلومات في فترات الأزمات، وهي تدرس الكيفية التي يبحث فيها السعوديون عن المعلومات التي تناولت حرب الخليج، ويقيمون مصادرها، كما تسعى لمعرفة الكيفية التي يتبع فيها قطاع من الشعب السعودي أخبار الحرب المؤثرة بشكل شخصي ومباشر، كما تهتم في الوقت نفسه بمقارنة السكان الريفيين والحضريين في منطقة تم إزالة القوات العسكرية متعددة الجنسيات وصواريخ «سكود» منها، وذلك بالتطبيق على ٤٠ سعودي من الذكور فقط - نظرا للثقافة السائدة في السعودية التي تقوم على الفصل ما بين الذكور والإناث - اختيروا بشكل عمدي لضمان تمثيل وجهات النظر المختلفة،

(١) Safran S Al-Makaty Douglas A Boyd & G Norman Source Credibility During the Gulf Ear A Q - Study of Rural and Urban Saudi Arabian Citizens. Journalism Quarterly Vol 71 No 1 (1994), PP 55-63

مع تمثيل متغيرات العمر والتعليم في الريف والحضر، وذلك من ٢٥ مايو إلى ١٠ يونيو ١٩٩١، بالاعتماد على اختبارات Q، التي تؤدي إلى الحصول على بيانات متعمقة من الشخص الذي بنى اعتقاداته بطريقة شخصية، وهذه الاختبارات تؤكد على المعانى التي يتم تأطيرها من قبل المبحوثين أفضل من المعانى التي يتم تأطيرها بواسطة الباحثين أنفسهم.

كما تم اختيار مجموعة ممثلة من ٣٠ مصدرًا من مصادر المعلومات التي تدور حول الصراع في الخليج، والمتاحة للمواطنين السعوديين في الجزء الغربي من الدولة، والتي تنقسم إلى:

● عشرة مصادر عبارة عن وسائل إعلام إلكترونية، وتشمل راديو وتلفزيون السعودية، بالإضافة إلى محطات الراديو العربية، ومحطات الراديو الغربية.

● عشرة مصادر تمثل وسائل الإعلام المطبوعة من الصحف اليومية والمجلات السعودية الكبرى.

● عشرة مصادر تمثل عددًا متنوعًا من المصادر الشخصية، أو المصادر الأخرى غير الإعلامية، مثل: أفراد العائلة، أو الأصدقاء، أو أشرطة الكاسيت المسموعة.

أهم نتائج الدراسة:

- وجدت الدراسة أن المبحوثين يقعون في مجموعتين:

١ - مجموعة الأفراد الذين يتجهون نحو العالمية، وهم الأفراد الحضريون الذين يتجهون نحو الراديو الدولي.

٢ - مجموعة الأفراد التقليديين الذين يتجهون نحو القرية، وهم الأفراد الريفيون الذين يضعون كثيرا من الثقة في وسائل إعلامهم المحلية.

- يعتمد جميع المبحوثين بشكل أكثر كثافة على وسائل الإعلام الإلكترونية، أو المذاعة من وسائل الإعلام المطبوعة.

● دراسة «سونج وويفر وويلنات، Sung K, Weaver, & L. Willnat، ٢٠٠٠، التقرير الإعلامي والمصدقية المدركة لاستطلاعات الرأي عبر الإنترنت»^(١):

تعتبر هذه الدراسة تقارير استطلاعات الرأي عبر الإنترنت وإدراك مصداقيتها وذلك باعتبار أن هذه الاستطلاعات أداة ضرورية لسبر أغوار معتقدات الناس واتجاهاتهم حول قضايا معينة، وهي تهدف إلى تقديم إضافة لاستطلاعات الرأي عبر الإنترنت من خلال فحص إدراك الناس لاستطلاعات الرأي الفورية عبر الإنترنت بشكل عام، وتقييم مصداقية استطلاعات الناس عبر الوسائل التقليدية.

Sung Tae Kim, David Weaver, & Lars Willnat: Media Report- (١)
ing and Perceived Credibility of Online Polls Journalism & Mass Com-
munication Quarterly, Vol. 77, No 4, (2000), PP. 846-864

وقد اعتمدت الدراسة - لاختبار فروضها والإجابة عن تساؤلاتها - على ثلاث أدوات رئيسية هي:

● تحليل مضمون لتغطية وسائل الإعلام الإخبارية لاستطلاعات الرأي في الفترة الممتدة من ١٩٩٦ إلى ١٩٩٨.

● دراسة مسحية لعينة ممثلة من الجمهور قوامها ٧٦٧ مبحوثاً يعيشون في شمال «فيرجينيا وميرلاند»، جمعت بياناتهم عبر الهاتف في مارس وإبريل ١٩٩٩.

● تصميم تجربة للكشف عن دور متغير التعليم في علاقات الدراسة شارك فيها ١٤٤ طالبا من جامعة «إنديانا» يدرسون منهج مقدمة في الاتصال، تعرضوا بعد تقسيمهم لمجموعتين متناظرتين إلى قصة إخبارية من نسختين تتعلق باستطلاع الرأي حول اتهام الرئيس «بيل كلينتون» بالكذب، قدمت الأولى على أنها استطلاع رأي عبر الإنترنت، والثانية على أنها استطلاع رأي عبر الوسائل التقليدية.

أهم نتائج الدراسة:

- أظهرت نتائج دراسة تحليل المضمون أنه يوجد زيادة ملحوظة في عدد استطلاعات الرأي عبر الإنترنت، وتم إيراد نتائجها عبر وسائل الإعلام الإخبارية التقليدية في الفترة من ١٩٩٥ إلى ١٩٩٨، وفي الوقت نفسه تبين وجود انخفاض طفيف في تكامل نتائج هذه الاستطلاعات مع الأدلة الأخرى لنتائج الرأي العام.

- أظهرت النتائج أن المبحوثين يرون أن كلا من الصحف الإلكترونية وأدبيات المرشح المقدمة عبر الإنترنت أكثر مصداقية من المجلات الإخبارية وأدبيات المرشح المطبوعة.

- يرتبط الاعتماد على وسيلة معينة بمستوى أعلى من مصداقية هذه الوسيلة، وخصوصا حينما يتعلق الأمر بوسائل الإعلام التقليدية.

- يوجد فروق دالة في مستوى المصداقية بين الذين يعتمدون على الإنترنت وبين الذين يستخدمونه بشكل عام، وذلك لصالح المعتمدين الذين يظهرون مستويات مصداقية أعلى من بقية المستخدمين في هذه الوسيلة.

- يعد الأصغر عمرا الأكثر استخداما للإنترنت، والأكثر مصداقية من مصادره.

- يعد الذكور وذوو التعليم المرتفع والتعليم الاجتماعي الاقتصادي الأعلى أكثر استخداما للإنترنت من أقرانهم الإناث وذوى التعليم المنخفض والمستوى الاجتماعي الاقتصادي الأدنى، إلا أنهم كانوا الأقل حكما على الإنترنت كوسيلة موثوق بها.

- لم تتساو مستويات المصداقية لكل المصادر المأخوذة عبر الإنترنت، حيث كانت أدبيات المرشح المقدمة عبر الإنترنت أقل مصداقية من الصحف الإلكترونية أو المجلات الإخبارية المقدمة عبر الوسيلة ذاتها.

– تقدم الدراسة بناء على استطلاعات الرأى السابقة تأييدا نسبيا على أن مجمل وسائل الإعلام تعانى من أزمة ملحوظة فى مستوى مصداقيتها لدى قطاعات الجمهور المختلفة.

● دراسة «وولفجانج شويجر ، Wolfgang Schweiger ، ٢٠٠٠ ،

«مصداقية وسائل الإعلام: الخبرة الشخصية أم الصورة العاملة؟ مسح على مصداقية شبكة الإنترنت مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى فى ألمانيا»^(١):

تبحث هذه الدراسة مسألة كيف يصنف مستخدمو الإنترنت فى ألمانيا – والبالغ نسبتهم من الشعب الألمانى ١٠٪ – وسواهم من غير المستخدمين مصداقية هذه الوسيلة الجديدة؟ وكيف تؤثر اتجاهاتهم نحو المصادر المختلفة سواء الإنترنت أم وسائل الإعلام التقليدية فى خبرتهم الشخصية؟ وينطلق الباحث للإجابة عن هذه التساؤلات من افتراض مؤداه أن أحكام المصداقية تستمد جزئيا من صور غير واضحة أو ملموسة يمكن أن تناقض الخبرات الشخصية، وبالتالى يمكن التمييز بين خصائص المصداقية التى تقوم على الخبرات الشخصية الخاصة وبين تلك الخصائص التى تقوم على الصورة العامة لوسيلة ما.

Wolfgang Schweiger. Media Credibility-Experience or Image? (١)

A survey on the Credibility oh the World Wide Web in Germany in
Compression to Other Media European Journal of Communication
.Vol. 15, No I (2000), PP 37-59

وقد طبقت الدراسة عبر إجراء مسح في مدينة «ميونخ» الألمانية في صيف عام ١٩٩٨ على ٥٤٠ مبحوثاً أجابوا عن ثلاثة مقاييس لمصداقية الإنترنت والتلفزيون والصحف مع ربطها لاستخدام الفرد لهذه الوسائل وتم استقصاؤهم من خلال ثلاث طرق هي:

- المقابلة وجها لوجه (٢١٦ مبحوثاً).
- الاستقصاء عبر الهاتف (٢٢٦ مبحوثاً).
- الاستقصاء عن طريق البريد الإلكتروني (٩٨ مبحوثاً).

أهم نتائج الدراسة:

- تبين أن مستخدمي الإنترنت وغير المستخدمين يصنفون مصداقية الإنترنت بشكل ما مشابه لكل من التلفزيون والصحف، وذلك على الرغم من الاختلاف الموجود في تلك الوسائل.

- ينظر المبحوثون نظرة إيجابية إلى مصداقية الإنترنت، لكن يظل كل من التلفزيون والصحف في مقدمة وسائل الإعلام مصداقية في ألمانيا.

- لم تجد الدراسة أية إشارة إيجابية أو سلبية حول الإنترنت لدى الرأي العام، كما لم يتبين أي تأثير للتغطية الإعلامية لهذه الوسيلة بوسائل الإعلام الأخرى على اتجاه غير المستخدمين للإنترنت، ومصداقيتهم لها.

- توجد علاقة ارتباطية بين المصدقية النسبية لوسيلة ما وحجم استخدامها، فالمعتقدون بمصدقية التليفزيون يستخدمونه أكثر من الإنترنت، في حين يستخدم الإنترنت أكثر من التليفزيون من قبل الذين يؤمنون به أكثر.

● دراسة «جونسون وبارابارا، T. Johnson & Barabara K»، ٢٠٠٠، «الاستخدام هو التصديق: تأثير الاعتماد على مصداقية المعلومات السياسية عبر الإنترنت بين مستخدمي الإنترنت ذوي الاهتمام السياسي»^(١):

تختبر هذه الدراسة الدرجة التي يتم عندها التنبؤ بمصدقية الصحف الإلكترونية وأخبار التليفزيون والمجلات الإخبارية، وأدبيات المرشح والمواقع المتجهة نحو قضية سياسية، وذلك من خلال الاعتماد على المصادر التقليدية، وعلى ذات المصادر عبر الإنترنت، مع ضبط العوامل الديموجرافية والسياسية.

وتعد الدراسة الحالية متابعة لدراسة تمت سابقا للباحثين أنفسهما؛ كانت قد اختبرت إذا ما كان الناس ينظرون للإنترنت

Thomas J. Johnson & Barabara K Kaye Using is Believing (١)
The Influence of Reliance on the Credibility of Online Political Information Among Politically interested Internet User Journalism & Mass Communication Quarterly, Vol 77, No 4, (2000), PP 865-879

كمصدر ذي مصداقية، من عدمها، مع معرفة العوامل التي ارتبطت بمصداقية الإنترنت، والعوامل المؤثرة في مصداقية مصادره، وقد قامت كلتا الدراستين على عينة عشوائية قوامها ٣٠٨ مفردات مهتمة سياسيا إضافة إلى أنهم يستخدمون الإنترنت للحصول على المعلومات السياسية خلال فترة أسبوعين قبل الانتخابات الرئاسية ١٩٩٦، وأسبوعين بعدها، وذلك من ٢٣ أكتوبر إلى ٢٠ نوفمبر ١٩٩٦.

أهم نتائج الدراسة:

- أظهرت النتائج أن أكثر من نصف أفراد العينة يعتمدون بشكل مكثف على الإنترنت كمصدر لاستقاء المعلومات السياسية، يليه الصحف، فأخبار التليفزيون.
- أشارت النتائج إلى أن المهتمين فعليا بالشئون السياسية يعتمدون على الإنترنت مفضلا على التليفزيون في استقاء المعلومات السياسية.
- توجد علاقة ارتباطية أكثر قوة بين مستوى مصداقية أفراد العينة لوسيلة ما، ومستوى اعتمادهم على هذه الوسيلة لاستقاء المعلومات.
- تدعم نتائج هذا البحث نتائج البحوث السابقة التي تقترح أن يكون الإنترنت مكملا وليس بديلا عن المصادر المباشرة.
- وجدت الدراسة علاقات دالة ضعيفة بين الخصائص الديموجرافية، وبين مصداقية المصادر المقدمة عبر الإنترنت.

هذه نظرة موجزة على الجانب الغربى المعاصر، لا نقصد منها النقد ولا التحليل وإنما نقصد رؤية المشهد البحثى هناك. وهذه النظرة الموجزة تشبه رؤية الصور الفوتوغرافية لأماكن أو أشخاص فلا يجنح الخيال بعيدا فى تصورهما.

الدراسات العربية:

١ - تعد دراسة الدكتوراه لعزة عبد العزيز وعنوانها مصداقية الصحافة المصرية «القومية والحزبية» دراسة للمضمون والقائم بالاتصال والجمهور خلال حقبة التسعينات معلما بارزا وبحثا أصيلا فى هذا المجال، وقد حصلت عزة على درجة الدكتوراه عن بحثها هذا عام ١٩٩٦. وتمنيت ومازلت أتمنى أن يقبل ناشر على نشر هذا العمل العلمى والثقافى الخصب.

فقبل أن تصل إلى قائمة المصادر والمراجع وإلى ملاحق البحث ووثائقه كتبت الباحثة ٥٤٦ صفحة من القطع الكبير بغير إطناب ولا حشو. وجمعت من الأفكار والتحليل والمقارنة ما يجعلها - فى رأى - نموذجا يحتذى للباحثين فى الإعلام. وفى الملاحق والوثائق خبيثة علمية ووثائقية يفرح بها الباحثون فرحة علماء الآثار بالكشف عن خبيثة أثرية.

ولقد أسهمت هذه الدراسة فى التأصيل النظرى لمفهوم المصداقية ومعايير قياسها والعوامل المؤثرة فيها، ثم تحديد مصداقية المضمون

السائد (الموضوع وآليات الإقناع) فى الصحافة المصرية (الأخبار - الأهالى - الشعب) خلال الفترة من أول سبتمبر ١٩٩٠ إلى آخر مايو ١٩٩٤ بالتطبيق على قضية الاتفاق الفلسطينى الإسرائيلى «غزة أريحة». وقد اعتمدت الدراسة لتحديد المصادقية على قياس المضمون وقياس الجمهور ثم دراسة الصحفيين فى تحديد مدى تأثير العوامل الذاتية والموضوعية على هذه المصادقية.

لكن ليست هذه الحدود هى كل ما تثيره دراسة المصادقية بل هناك العديد من الأفكار التى أفرزتها هذه الدراسة على النحو التالى:

● مصادقية الصحافة والصحفيين المصريين من منظور مصادر المعلومات والآراء التى يتم التعامل معها، وكذلك مصادقية المصدر من منظور الصحفيين. إن الدراسة كشفت عن تبادل الاتهامات بين الصحفيين ومصادرهم فى تحميل كل منهم للآخر مسئولية تناقص المصادقية فى الصحافة المصرية.

● اختلاف معدل المصادقية ومعايير قياسها من شكل إلى آخر من أشكال المادة الصحفية فمعدل مصادقية المادة الإخبارية ومعايير قياسها تختلف عن معدل مصادقية مادة الرأى ومعايير قياسها كما يختلف الأمر أيضا فى بعض الأشكال التفسيرية.

● ارتفاع مصادقية كتاب المقال التحليلى باعتبارهم أكثر تميزاً عن غيرهم فى توفر المساحات الصحفية الكافية لمعالجة الموضوع.

● ارتفاع مصداقية كتاب العمود الصحفى باعتبارهم أكثر من غيرهم ارتباطاً بالقراء من خلال مساحة صغيرة تتطلب خصوصية فى اختيار الأفكار وآليات عرضها مما يدفع التفكير فى تحديد معايير خاصة فى مصداقية العمود الصحفى.

● وقد أظهرت الدراسة أنه ليست هناك قاعدة أو نظرية عامة تحكم عملية المصداقية. بل هناك متغيرات ذاتية وموضوعية فضلاً عن اختلاف المصداقية من نظرية إعلامية إلى أخرى. ومن النظرية إلى الممارسة ومن مجتمع إلى آخر داخل النظرية الإعلامية الواحدة، ومن وسيلة إعلامية إلى أخرى فى المجتمع الواحد. وفى الصحيفة الواحدة تختلف المصداقية من مجال إلى مجال ومن قضية إلى أخرى داخل المجال الواحد ومن شكل تحريرى إلى آخر.

وقد تبين من الدراسة أن قياس المضمون أكثر دقة وملاءمة منهجية لمصداقية الرسالة الإعلامية وأن الاحتكام إلى الجمهور ليس مقياساً دقيقاً ويتطلب اقتصاره على نخبة مثقفة محايدة بعيدة عن تأثير الوظيفة الحكومية. ولذلك فإن الجمهور بمفرده لا يكفى مقياساً لمصداقية الصحافة ولكن يمكن استخدامه فى مجال الرأى أو الاتجاه كعامل مساعد كما فعلت فى مصداقية الموضوع.

كما تبين من دراسة الصحفيين أن المصدر يلعب دوراً كبيراً فى تحديد مصداقية المضمون وبخاصة أن الصحفى ملتزم بما يصرح به المصدر من معلومات، أو أداء، بغض النظر عن مدى صحته، ولذلك فإن مقياس

الصحفيين هو الأكثر ملاءمة ودقة لقياس مصداقية المصدر وهو ما لا تتسع الدراسة للقيام به. أما مصداقية الكاتب فقد تبين من الدراسة أنها تتطلب مقياس المضمون والصحفيين معاً ويمكن استخدام الجمهور في تفسير ارتفاع مصداقية كاتب عن آخر.

٢ - إلى جانب هذا العمل العلمى الكبير قامت عدة بحوث منها ما هو مباشر فى موضوع المصداقية مثل بحث د. محمود علم الدين وبحث د. سهام نصار. ومنها ما يتصل بالموضوع من عدة جوانب مثل كتابات د. سليمان صالح.

● مصداقية الاتصال للدكتور محمود علم الدين:

فى عام ١٩٨٩ أصدر الدكتور محمود علم الدين كتيباً فى ٦٨ صفحة بعنوان مصداقية الاتصال^(١) مهد فيه حقل بحوث المصداقية الإعلامية بمحاولته تحليل أبعاد المصداقية. قائلاً: إنه على الرغم من التقدم النسبى فى بحوث الاتصال فإن الاختلاف حول مفهوم المصداقية يتشعب، بل قد يشوبه القصور أحياناً. فالبعض يرى أن المصداقية هى قابلية الوسيلة للتصديق أو الاعتقاد فى صدقها Believability، ويرى آخرون أنها تعنى الثقة فى الوسيلة Confidence، فى حين يرى غيرهم أنها تعنى احترام الوسيلة وتقديرها، وتفضيلها لمصدر المعلومات والآراء

(١) د. محمود علم الدين - مصداقية الاتصال - دار الوزن للطباعة والنشر

مقارنة بغيرها من الوسائل. وهناك من يرى أن مصداقية الوسيلة تعنى حرية الوسيلة.

وتحدث المؤلف عن أزمة المصداقية الاتصالية أو فجوة المصداقية الاتصالية باعتبارها رد فعل لزيادة عدد الرسائل الاتصالية بوسائلها العديدة وزيادة كمية التفاهات والمواد الإعلامية المدمرة سياسياً واجتماعياً وأخلاقياً.

ثم تحدث عن مصداقية المصدر، وعناصر تصديق المصدر. وعن مصداقية القائم بالاتصال. ثم تحدث عن مصداقية الرسالة، وعن مصداقية الوسيلة وفى خاتمة البحث ركز الدكتور محمود علم الدين فى خمس صفات على نتائج بحثه وأوجز ما توصل إليه قائلاً: وبذلك يمكن القول بأن مصداقية الاتصال هى مركب من مصداقية أطرافه المختلفة وهى:

أما الأدوات البحثية: التى وظفت فى جمع بيانات هذه البحوث وتحليلها فهى: الاستبيان، المقابلات، وتحليل المضمون، المقاييس.

كما لاحظ الباحث خلال دراسته تركيز معظم الدراسات العربية فى مجال الاتصال على مكون مهم منها هو مصداقية المصدر وعدم وجود دراسات ميدانية أو تراث نظرى فى موضوع مصداقية الاتصال (باستثناء دراسة وحيدة هى دراسة الدكتور محمد سيد محمد: كيف نقيس مصداقية الإعلام العربى) ومما يستدعى معه أن يعطى الباحث الاتصال العربى اهتماماً خاصاً لدراسات المصداقية وحتى يمكن الوصول

إلى معايير أو محكات أو مقاييس للمصداقية تتسق مع واقعنا الاجتماعي والسياسي والعسكري والتكنولوجي والأخلاقي.. وبالتالي مع واقعنا الاتصالي حيث إن معظم مقاييس المصداقية ومكوناتها قد لا تكون صالحة للتطبيق إلا في مجتمعاتها.

هكذا ختم الدكتور محمود علم الدين دراسته التي نشرها في كتيب فتح فيه نافذة للباحثين في مصداقية الإعلام.

● تأثير المصداقية في علاقة الصفوة بالصحافة المصرية: للدكتورة سهام نصار

قدمت الباحثة هذه الدراسة في المؤتمر العلمي السنوي التاسع بكلية الإعلام جامعة القاهرة في مايو ٢٠١٣. وقد بدأت د. سهام نصار بتحديد مفهوم المصداقية من واقع التراث العلمي الغربي ثم من واقع دراسة الدكتورة عزة عبد العزيز.

وتناولت بعد ذلك مفهوم الصفوة. ثم أوجزت الدراسات السابقة في مجال علاقة الصفوة بوسائل الإعلام. ثم الدراسات المتعلقة بوسائل الإعلام.

وعند الحديث عن مشكلة الدراسة: حددتها الباحثة على النحو التالي: تنحصر مشكلة البحث في دراسة تأثير إدراك الصفوة لقيم الممارسة المهنية والأخلاقية للصحافة المصرية - من خلال عنصر المصداقية - على استخدام الصفوة لتلك الصحف.

كما تحددت تساؤلات الدراسة على النحو التالي:

١ - ما أهم الصحف المصرية التى تقرؤها الصفوة، وما درجة قراءتهم لها؟

٢ - ما دوافع قراءة الصفوة لتلك الصحف؟.

٣ - ما مدى أهمية الصحف المصرية بالنسبة للصفوة بالمقارنة مع الصحف العربية والأجنبية ووسائل الإعلام الأخرى؟

٤ - ما أهم القيم التى تحكم اختيار الصفوة للأخبار والمعلومات التى يحرصون على قراءتها؟

٥ - ما مكونات مصداقية الصحافة من وجهة نظر الصفوة المصرية؟

٦ - ما تأثير مفهوم الصفوة للمصداقية على علاقتهم بالصحافة المصرية بالمقارنة مع وسائل الإعلام الأخرى؟

ولأن الدكتورة سهام نصار أجرت دراستها ميدانياً على عينة محددة الأوصاف وعلى صحف بذاتها فقد خلصت من تحليل الاستبيان إلى نتائج أهمها كما تذكرها فى بحثها أن عينة الدراسة تولى اهتماماً كبيراً لعناصر مصداقية الخبر بصفة خاصة والوسيلة الإعلامية بصفة عامة وعلى رأسها: الجدة أو الحداثة، والموضوعية، والدقة، والأهمية، والاكتمال، والتوازن، وتجنب الإثارة، والاهتمام بمصالح الجمهور، والكفاءة، وعدم التحيز، والحالية.

وقد توصلت الدراسة إلى أن مقاييس مصداقية الصحافة ترتبط بجغرافية الخبر (محلى - قومى - دولى) حيث أشارت النتائج إلى

أن متابعة الأخبار المحلية تتم أساساً من خلال التليفزيون المصرى، فى حين أن متابعة الأخبار العربية والدولية يتم متابعتها من خلال القنوات الفضائية العربية الإخبارية بشكل أساسى أيضاً فى حين جاءت الصحافة المصرية فى الترتيب الثانى بالنسبة لكل نوعيات الأخبار المشار إليها.

وتقدم هذه النتائج رؤية مغايرة لما توصلت إليه بعض الدراسات الغربية فى مجال المصادقية، حيث تبين أن المتلقى المصرى يعتمد على التليفزيون فى متابعة الأخبار المحلية، وليس على الصحافة المحلية - كما ذكرت تلك الدراسات الغربية - وربما يرجع ذلك إلى أنه لا يوجد لدينا صحف محلية تقوم بالدور الذى تقوم به الصحف المحلية فى الغرب هذا من ناحية، علاوة على اختلاف مفهوم كلمتى المحلى والقومى من الناحية الأخرى، فبينما يقصد بالمحلى فى الغرب مستوى المدينة أو الولاية، فى حين يقصد بالقومى مستوى الولايات المتحدة مثلاً، نجد أن مستوى المحلى عندنا يقصد به غالباً مستوى الدولة كلها، بينما القومى يقصد به المستوى العربى.

ومن بين النتائج التى توصلت إليها الدراسة أن الصحافة القومية تتمتع بمصادقية أعلى من الصحافة الحزبية والصحافة الخاصة، فبينما حازت الصحافة القومية خمساً من قيم المصادقية الست الإيجابية وهى: الصدق، والاكتمال، والجدة، والموضوعية، والاهتمام بمصالح الجمهور، وافتقدت قيمة واحدة هى التوازن، نجد أن الصحف الحزبية والخاصة

لم تفرز بأى من العناصر الإيجابية، وإنما استأثرت بالقيم السلبية، فحازت الصحافة الحزبية سمة واحدة سلبية هي التحيز، بينما سجلت الصحافة الخاصة أربعاً من القيم السلبية التي تنتقص من المصداقية وهي المبالغة والتهويل، والكذب، وعدم قول الحقيقة كاملة، وعدم الاهتمام بمصالح الجمهور.

أما عن الصحف المصرية التي تتمتع بالمصداقية فقد جاءت الأهرام - كما هو معروف عنها كصحيفة للصفوة - فى مقدمة تلك الصحف، تليها صحف الأخبار، والأسبوع، والجمهورية، والوفد، وصوت الأمة والأهالى، والعربى، وروز اليوسف على التوالى، وتشير هذه النتائج إلى خطأ تقسيم الصحف المصرية وفقاً لنمط الملكية، حيث اكتسبت الصحف الحزبية والخاصة القيم السلبية المناقضة لقيم المصداقية فى أحد الأسئلة، فى حين برزت صحف كالأسبوع والوفد وصوت الأمة كصحف تتمتع بقدر من المصداقية - وإن كان أقل من الصحف القومية - فى أحد الأسئلة المفتوحة.

غير أن ما يسترعى الانتباه هنا هو أن مصداقية الصحافة المصرية - بالإضافة إلى التلفزيون - بدأت فى التراجع عندما دخلت مجال المقارنة مع القنوات الفضائية العربية الإخبارية حيث فازت الأخيرة بخمس من القيم الإيجابية الست فى مقدمتها أنها تقدم تغطية أكثر شمولية، يليها أنها أكثر توازناً حيث تعرض الرأى والرأى الآخر، والأكثر صدقاً فى المعلومات، وتقدم معلومات أكثر حداثة، والأكثر

موضوعية، فى حين فازت الصحافة المصرية بقيمة واحدة إيجابية هى أنها الأكثر اهتماماً بمصالح الجمهور، أما التلفزيون المصرى فقد فاز بأربع من القيم السلبية المناقضة، وفازت الصحافة العربية بصفة سلبية واحدة هى أنها أكثر ميلاً إلى المبالغة والتهويل.

وتشير هذه النتائج إلى ضرورة الاهتمام بالعمل داخل إدارات التحرير وعلى نحو خاص غرف الأخبار فى الصحف المصرية باعتبار أن ناتج عملهم ينبغى أن يلبى هذه الاحتياجات.

هذه بصفة عامة أهم الدراسات السابقة فى موضوع المصداقية بصفة مباشرة. ولكن إنجازات الدكتور سليمان صالح فى جملتها يستخلص القارئ منها رؤية أفقية واسعة لبحوث إعلامية ترتبط بطريق غير مباشر بمصداقية الإعلام. كما يجد القارئ إلى جانب الرؤية الأفقية الواسعة عمقاً فى التحليل وبصيرة علمية تزيد من وعينا بقضية المصداقية فى الإعلام العربى على وجه الخصوص وفى الإعلام عالمياً على وجه العموم.

مشكلة الدراسة:

غاية ما يتمنى الإعلامى أن يصدقه الناس. وهذا التمنى هو جوهر مشكلة الدراسة، ولكن نصف المشكلة يتمثل فى التغير المستمر فى أحوال الناس وميولهم مع ثبات مفهوم الصدق بل وشدة وضوحه مع التقدم العلمى والاجتماعى والثقافى والنقدى.

فعلى سبيل المثال كانت بحوث الإعلام فى الحرب العالمية الثانية تبحث فى موقع الحجة فى الرسالة الإعلامية. هل تقع فى البداية أو فى النهاية؟ بمعنى هل يفتح عليها الستار أو يقفل بعدها الستار؟ وهل من الأفضل طرح الرأى والرأى الآخر فى الرسالة الإعلامية أو تقديم وجهة نظر واحدة. وكيف يكون أسلوب الإقناع؟

وفى المقابل أفرزت الحملات الإعلامية الغربية بصفة عامة والأمريكية بصفة خاصة ضد الإسلام والمسلمين والعرب على وجه الخصوص فى أعقاب ١١ سبتمبر ٢٠٠١ رؤية إعلامية عربية تتمثل فى كيفية مواجهة الطوفان، كما أفرزت رؤية إعلامية للجاليات المسلمة فى أمريكا وأوروبا تتمثل فى وسائل مقاومة تهدم البنيان.

هكذا تتمثل مشكلة الدراسة لقياس مصداقية الإعلام العربى فى كيفية دخول عقول وقلوب الآخرين فى الداخل والخارج.

أهمية الدراسة

تتمثل أهمية دراسة المصداقية فى الإعلام العربى فى أربع نقاط هى:

أولاً: أننا نحتاج إلى المصداقية الذاتية فى حياتنا كلها.

ثانياً: أننا نحتاج إلى إعلام عربى صادق.

ثالثاً: أننا نحتاج إلى مخاطبة العالم وكسب تأييده ولن يتأتى ذلك

بغير المصداقية.

رابعاً: أننا نحتاج إلى التفكير فى أبعاد المصداقية وسبر أغوارها وتكوين رؤية نقدية لها حتى نتجنب أضرار الغزو الإعلامى والثقافى الخارجى وحتى نعرى زيف الإعلام الداخلى الكاذب.

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى وضع ميزان أو مؤشرات تهدينا إلى الحكم الصائب حول صدق أو كذب ما نتعرض له إعلامياً سواء قصدنا التعرض وهو ما يسمى بالتعرض الانتقائى أو تعرضنا له دون قصد منا ولكنه بقصد من المرسل.

ولكن الأمر ليس سهلاً ولا بسيطاً. إنه صعب ومعقد. ومقاييس المصداقية وإن كانت واضحة فإن الأطر حولها متشابكة. ولو نظرنا إلى انخفاض وارتفاع المصداقية نجدها مشكلة حتى فى المجتمعات الغربية بالنسبة لجمهورها الوطنى.

إن انخفاض مصداقية وسائل الإعلام أصبح يشكل قلقاً متزايداً للمهتمين بأخلاقيات الإعلام وللمهنيين على وجه السواء، ومن بين الشكاوى المثارة أن المنافسة المتزايدة بين وسائل الإعلام ينتج عنها أخطاء فى الحقيقة وفى القواعد النحوية والهجائية، وأن وسائل الإعلام لا تحترم مجتمعاتها وغير قادرة على معرفة متطلباتها، كما أن تحيز القائمين بالاتصال يؤثر على شكل ومضمون التغطية للقضايا المثارة،

علاوة على ذلك تلجأ وسائل الإعلام^(١) إلى الإفراط في نشر الأخبار السيئة وقصص الإثارة من أجل زيادة التوزيع.

وطبقاً لقاموس ويبستر الجديد Webster المعد لطلاب الكليات أنه لكي تكون صادقاً ينبغي أن تقدم أساسيات معقولة لكونك تُصدِّق^(٢)، ومفهوم المصادقية لم يكن معقداً وفي الوقت ذاته لم يكن دقيقاً، ويعد بعد الانتماء للمجتمع Community affiliation بعداً مهماً في قياس المصادقية إذ يعبر هذا البعد عن حفظ التناغم بين الوسيلة الإعلامية وبين المجتمع الذي تصدر فيه هذه الوسيلة. فالوسيلة يمكن أن يتم التصديق بها ولكنها لا تزال مغتربة عن المجتمع خصوصاً عند تبنيها لمواقف تعارض بشكل قوى غالبية أفراد المجتمع وتقف ضد مصالحه الاجتماعية والاقتصادية المدركة لدى أفرادها^(٣).

تساؤلات الدراسة

إن السؤال الجوهرى فى هذا البحث هو كيف نقيس المصادقية فى الإعلام العربى على وجه الخصوص؟

وتفرع من هذا السؤال الجوهرى عدة تساؤلات أهمها:

Mineabere Ibelena and Larry Powell. Cable Television News viewed (١) as Most Credible News Research Journal vol 22 no 1 2001, p 41

Philip Meyer Defining and Measuring Credibility of Newspapers (٢) Developing an Index Journalism Quarterly vol 65 no. 3 1988, p 567

(٣) المرجع السابق نفسه 566 Ibid.

(١) ماذا نقصد بالمصداقية؟

(٢) ما مدى الاختلاف أو الاتفاق مع العالم الخارجى فى معنى المصداقية الإعلامية؟

(٣) ما هى المقاييس التى نزن بها حجم المصداقية الإعلامية؟

(٤) ما جدوى بحثنا فى وضع مقاييس للمصداقية الإعلامية؟

(٥) ما مدى حاجتنا لفهم المصداقية الإعلامية واستيعابها نقدياً؟

نوع الدراسة ومناهجها وأدواتها ومباحثها

هذه الدراسة مزيج بين الرؤية الثقافية ومنهج البحث الإعلامى. فقد التزمت بالإطار المنهجى المتفق عليه فى البحوث الإعلامية. واستخدمت التحليل والمقارنة. وهى دراسة وصفية فى جملتها. ولكن تحمل خصائص الورقة الثقافية التى تحض على مزيد من التساؤلات وفتح نوافذ جديدة.

فى المقدمة أجبت عن السؤال: لماذا المصداقية. وفى المدخل حاولت أن أدخل القارئ إلى صلب الموضوع بغير تمهيد أو استدراج أو ملل.

وقسمت الدراسة إلى أربعة مباحث رئيسية على النحو التالى:

المبحث الأول: مفهوم المصداقية.

المبحث الثانى: ما هى المقاييس التى نقيس بها المصداقية.

المبحث الثالث: رياح السموم القادمة إلينا من الغرب محملة بالكذب ومغلفة بتزييف المصداقية.. كيف نواجهها؟

المبحث الرابع: آن الأوان للمصداقية الذاتية العربية أن تقوم قبل فوات الوقت. ثم ختمت بالحديث عن مصداقية الاعلانات.