

المبحث الثانى

ما هى المقاييس التى نقيس بها المصداقية؟

من

الأدبيات الشائعة فى الكتابات الإعلامية حتى منتصف القرن العشرين قولهم: «إنك قد تخدع ٩٠٪ من الناس لمدة ٩٠٪ من الوقت، ولكنك لا تستطيع خداع كل الناس طول الوقت».

هذه المقولة الطريفة لم تعد صحيحة ولا صادقة فى العقد التاسع من القرن العشرين. والسبب هو تدفق الإعلام وعبوره الحواجز الجغرافية وتنوعه وتضاده وتصادمه. وقد عبر تقرير عالمى هو تقرير «ماكبرايد» عن الإعلام المعاصر بأن اتخذ التقرير عنوان «أصوات متعددة فى عالم واحد».

ولما جاء العقد الأخير من القرن العشرين وجاءت معه السطوة الأمريكية وهيمنتها على العالم أصبح الإعلام فى ظلها صناعة سابقة التجهيز. وفرضت فى حروبها فى أفغانستان وفى حربها الثانية على العراق حظراً فاق ما فرضته فى حربها الأولى ضد العراق لاسترداد الكويت من صدام، تفوقاً شاسعاً. وأخفقت وضللت وكذبت على مواطنيها وعلى العالم أجمع بما جعل مصداقيتها فى الحضيض. ولكن الأقسى للباحثين عن الحقيقة هو دفن الحقائق فى قبور سحيقة.

وبرغم ذلك فإن أمانة العلم تفرض علينا أن نطرح السؤال الجوهرى:

هل يستطيع البحث الإعلامى أن يضع مقاييس يسترشد بها المُستقبِل (القارئ والمُشاهد والمستمع) لمعرفة مدى الصدق فى الرسالة الإعلامىة؟ إذا كان ذلك مستطاعا فما هى المقاييس؟ أما المرسل فإن البحث الإعلامى فى هذه الزاوية لا يستطيع أن يقدم له إلا عون التحذير، بمعنى أن البحث الإعلامى يقول للمرسل دائما عليك بالصدق فى رسالتك الإعلامىة. ولكن هذه الزاوية من البحث الإعلامى تقدم التحذير مقروناً بالدلائل على عواقب عدم المصادقية فى الرسالة الإعلامىة.

المقاييس الأربعة الرئيسىة:

نستطيع أن نحدد المنطلقات الأساسىة لدراسة المصادقية فى الإعلام العربى بل وفى الإعلام بصفة عامة فيما يلى:

- المقياس اللغوى:

بمعنى أن وضوح اللغة فى التعبير يعد عاملاً حاسماً فى صدق الرسالة الإعلامىة، وغموض اللغة فى الرسالة الإعلامىة يؤكد فى معظم الأحيان عدم المصادقية.

- المقياس الأيدولوجى:

بحيث تحجب النظرة الأحادىة بقية الأبعاد، فتصبح الواقعة أو القضية أو الظاهرة غير واضحة، بسبب غيبية بقية الأبعاد التى تجلى الواقعة أو القضية أو الظاهرة وتزيدها وضوحاً ومصادقية.

مقياس عدم المعرفة أو جزئية المعرفة:

ويرتبط هذا المقياس بجهل القائم بالاتصال وعدم معرفته المعرفة العامة، أو عدم معرفته للموضوع الذي يكتب عنه حتى ولو كان خبيراً صغيراً، أو الجهل المهني.

مقياس التزوير:

وهذا المقياس يمثل جانب الجريمة المباشرة في المنطلقات الأساسية لدراسة المصدقية في إعلام أى مجتمع من المجتمعات، وفي أى نوع من أنواع الإعلام. هذه المنطلقات أو المقاييس نتناولها بشيء من الدراسة على النحو التالى:

أولاً: المقياس اللغوى:

ويتمثل هذا المقياس فى زاويتين رئيسيتين هما: الاستعمال الخاطئ، ثم غيبة الديمقراطية عن اللغة.

فى الزاوية الأولى لاحظ علماء اللغة وغيرهم من الباحثين الإعلاميين والاجتماعيين أن الاستعمال الخاطئ للغة، سواء كان داخل وسائل الإعلام أم خارجها يفسد الفكر الوطنى، ويعطل من قدرات الناس الذهنية.

يحدثنا د. عثمان أمين^(١) عن أخطار اللغة، وكأنه يحدثنا عن أخطار الإعلام فى الفكر القومى والرأى العام فى الوقت نفسه، فيذكر من أخطار اللغة:

(١) د. عثمان أمين - فى اللغة والفكر - معهد البحوث والدراسات العربية

- القاهرة ١٩٦٧ ص ٥٣، ص ٥٤.

استعمالنا إياها استعمالاً لا إرادياً «كليشيهياً» دون يقظة أو وعى. فقد يقع للكثير من الناس الوهم بأنهم يفكرون حين يتكلمون أو يكتبون، في حين أنهم يتشدقون بألفاظ ويسودون صفحات. وكم من مرة نبه النقاد والمفكرون إلى الأخطار الجسيمة التي تتمخض عن انتشار الشقشقات اللفظية، وشيوع النزعات الببغاوية. ومن الأخطار الآلية أن نفكر بأفكار لغيرنا، حفظناها دون أن نعيها وعياً واضحاً، أو بأفكار بليت ورثت وتخلفت عن روح العصر، أو بأفكار يكتنفها الغموض والإبهام، وإن توهمنا أنها واضحة بحكم الألفة والعادة المألوفة التي تضىء عليها عاداتنا اللغوية بداهة ظاهرية. اللغة عرضة لأن تشل حركة الفكر وتعوقه عن التوثب، لأنها تجسد ما يستعصى عن التجسيد. علينا ألا نجعل من اللغة العقبة في سبيل الفكر.

وعندما تمر المجتمعات بفترات سيئة من تاريخها ينعكس ذلك على لغة الإعلام. لأن الواقع بشذوذه وتشابكه وتعقيده عندما ينعكس في إعلام لا بد أن تبدو صورة الشذوذ والتشابك والتعقيد في لغة الإعلام أيضاً. ولعل في السطور التالية لأنيس منصور^(١) صورة معبرة عن هذا الشذوذ: «أمس سقط معسكر «البدوى»؟! .! . فما الذى ومن الذى سقط؟! أرجو أن تفكروا طويلاً في هذا السؤال. أما الإجابة فهي: لقد سقط المعسكر

(١) أنيس منصور - افتتاحية مجلة أكتوبر - العدد ٣٦٩ بتاريخ ٢٠ نوفمبر

الفلسطينى أمام القوات الفلسطينية إنقاذاً له من المنظمات الفلسطينية، وعودة به إلى الضفة الفلسطينية، لتقوم الدولة الفلسطينية! لا يمكن أن يكون جادا تماما صاحب هذه العبارة ولا هازلا إطلاقا.

فعبارته صورة جادة للهزل وصورة هازلة للجد! فبالله عليك ما الذى سقط؟ ومن الذى سقط فى معسكر «البدوى»؟ ومن الذى انتصر ومن الذى انكسر؟ ومن الذى بقى وما الذى بقى؟ ثم ما اسم هذه «الكوميديا» أو «التراجيديا» التى جلس الناس يتفرجون عليها من فوق ظهور حاملات الطائرات الأمريكية والإنجليزية والفرنسية والإيطالية؟.

الزاوية الثانية المتعلقة بالقياس اللغوى هى غيبة الديمقراطية عن اللغة. ويحدد هذه الزاوية مدى الحرية المتاحة فى المجتمع للرأى والتعبير. لأن لغة الإعلام لا تنفصل عن حرية الرأى فى أى مجتمع من المجتمعات. ويربط الدكتور عدنان الخطيب^(١) عضو مجمع اللغة العربية بين لغة الصحافة وقضية الديمقراطية فيقول: «إن الصحافة بطبيعتها نشوئها وبحكم وظيفتها الحضارية لا تزدهر وتؤدى خدماتها على الوجه الأكمل إلا إذا كانت حرة تقارى فى كشف الحقائق، وتتنافس فى تقديم ما يعود على بلادها وقرائها بالفائدة، ولهذا كانت شديدة التأثير بشكل النظام السياسى الذى تصدر فى ظله. ويسوق مقتطفا

(١) عدنان الخطيب - لغة الصحافة فى بلاد الشام - بحث مقدم لمجمع اللغة العربية - القاهرة - ١٩٨٣.

أورده الصحفى ياسر عبد ربه فى مجلة المستقبل فى يناير ١٩٨٣ عن قصة معاوية بن أبى سفيان مع الرجل الذى ظل صامتا فى مجلسه، بعد أن تكلم جميع من فى المجلس، فطلب منه معاوية أن يتكلم فقال:

– والله يا أمير المؤمنين إنى أخشى الله إن كذبت، وأخشاكم إن صدقت. ويعلق الصحفى بقوله: «إن معظم الأنظمة العربية تملك الاستعداد الكافى لتصفية أى صحفى يقول نصف الحقيقة فما بالك بالحقيقة كلها».

وتمتد قضية الديمقراطية إلى تقييد محررى الصحف المهاجرة الذين يبغون حذرين فيما يكتبون شديدي الحيلة فى عرض آرائهم وما يزعمون أنه الحقيقة، وذلك خوفا من منع تداول صحفهم أو تمزيق صفحات منها كما يجرى فى أقطار كثيرة. أما كتاب الصحافة المهاجرة من داخل الوطن العربى فإنهم يلجئون إلى التعمية والتورية، وإلى الاستعارة والمجاز يملئون بها كتاباتهم التى تنطق فيها الحيوانات بالحكم والأمثال، وتصف معاناتها الرهيبة من ظلم الإنسان لها. والدكتور عدنان الخطيب يسوق برهانا على قوله مقتطفات من مقال نزار قبانى فى صحيفة المستقبل فى نوفمبر ١٩٨٢ التى تقول: «نحن الأغنام العربية الموقعة بحوافرها أدناه، بعد التوكل على كل الطاف الله سبحانه وتعالى وكتابة وصينتنا، والتأمين على رءوسنا ضد القطع لدى شركة «أمريكان لايف انشورنس».. قررنا أن نكتب فى شئوننا «الغنىمة» إلى سيدنا السلطان.. وزوجته قمر الزمان نرجو قبل كل شيء

أن تسامحونا على رداءة خطنا، وضعفنا في قواعد اللغة العربية، فنحن - كما سبق أن قلنا في أول هذا الاستدعاء - نكتب بحوافرنا.. لأنكم صادرتم كل دفاتر الكتابة، وكل أقلام الحبر السائل والناشف الموجود في السوق، واعتبرتموها من المواد الكمالية، كالعطور، والمشدات. ثم نرجو أن تغفروا لنا ضعفنا في الصرف والنحو والإملاء لثلاثة أسباب: أولاً: لأن غلاء الأقساط المدرسية لا يسمح لنا بالذهاب إلى المدرسة لاستكمال تعليمنا.

ثانياً: لأننا نكدح ليلاً ونهاراً لتأمين علفنا اليومي.

ثالثاً: (وهو السبب الأهم) لأن الفصاحة ليست مطلوبة في الوقت الحاضر لأن كل فصيح هو عميل حتى يثبت براءته..

ويشير محمد عبد الغنى حسن^(١) إلى ظهور تعبيرات وألفاظ خاصة في الصحف يراد بها تجنب استعمال الألفاظ اللغوية الأصلية للمعاني، ووضع تعبيرات أخف وقعا على مسامع الجماهير والقراء، مع أنها تدل على المعاني الأصلية بطريقة ملطفة ومخففة. وقد تكون تلك العبارات من وضع الجهات المسئولة أو من إحياءاتها، كما قد تكون من وضع الصحافة نفسها وذلك مثل «تحريك الأسعار» ويقصد به زيادتها، «والرأى الآخر» ويقصد به المعارضة و«المتحفظ

(١) محمد عبد الغنى حسن - لغة الصحافة في مصر منذ ظهور الصحافة في القرن الماضي بحث مقدم لمجمع اللغة العربية.

عليهم» و«يقصد بهم المقبوض عليهم» و«النكسة» ويقصدون الهزيمة و«السلبيات» ويقصدون الأخطاء، و«التجاوزات» ويقصدون الجرائم، و«ترشيد الاستهلاك» ويقصدون نقصه وتقليله. ويختم محمد عبد الغنى حسن هذا السياق بقوله: «وهذا باب من البيان الذى لا يخفى على حس المواطنين وفطنتهم».

وهذا الجانب يمكن أن نسميه مرض اللغة بالنفاق أو الخوف أو الضعف العصبى. وقد يؤدى هذا المرض إلى عواقب وخيمة فى عقيدة الأمة، وفى تطورها. وأضرب مثلاً بتسمية الإسلام بالقيم الروحية. هل يمكن أن يضحى مقاتل مسلم عربى بنفسه فى سبيل القيم الروحية؟ وفى المقابل هل يمكن أن يتخلف مسلم عربى عن الاستشهاد تحت راية الإسلام؟

إن تفريغ المعانى من مدلولها الحقيقى باستخدام لغة ملتوية أو منافقة أو مرتخية يصيب المجتمعات بأفدح الكوارث والهزائم. وتتضاعف الكوارث والهزائم عندما يسمونها نكسات..

ويصل المقياس اللغوى إلى مقياس صوتى إذ يرى جودى برجون^(١) Judee. k. Burgoon أن الصوت أداة قوية كانت دائماً معتقداً مقبولاً بين المنظرين فى علوم الاتصال والمهنيين فى وسائل الإعلام فالأداء الصوتى لمذيع نشرة الأخبار فى الراديو أو التلفزيون يمكن أن يقدم بأداء قابل

Judee k Burgoon- Attributes of the Newscaster's voice as (١)
predictors of his credibility - Journalism Quartely Volum 55 - N 2

للتصديق إذ يؤدي الإلقاء الجيد إلى زيادة المصداقية وإلى التمثيل الجيد للمعلومات والتعليم بطريقة أكثر كفاءة وهكذا فإن أساليب الإلقاء يمكن أن تكون مؤثرة في درجة المصداقية لدى الجمهور.

والإلقاء الضعيف يسئ الفهم ويضعف نجاح الرسالة الإعلامية القومية بينما الإلقاء الجيد يعزز كلا من الفهم وتغيير الاتجاهات.

وأشار «جودي برجون» إلى أن ثمة دراسات تناولت عناصر التعبير الصوتي والمقارنة بين الأسلوب التحادثي الذي يتميز بطبقة صوتية أقل بنبرة ومعدل هادئ وقلّة والتنوع في درجات الصوت والأسلوب الديناميكي الذي يتميز بكثافة صوت أكبر وتنوع أكثر وطبقة صوتية عالية ومعدل أسرع في الإلقاء، فتبين أن الأسلوب التحادثي حصل على درجة أكبر في الثقة لدى عينة المستمعين أو المشاهدين وقال الباحثون إن الأسلوب التحادثي (الحواري) - (omiersional style) - أكثر جدارة بالثقة ويتصف بالأمانة والدفء والدمائة ويشعر بالصدقة. بينما الأسلوب الديناميكي وصف بأنه أكثر ديناميكية.

وتوصل برجون في دراسته التي عمد فيها إلى تسجيل شرائط كاسيت لتحديثين مختلفين وقاس فيها خصائص الصوت وأبعاده على قياس المصداقية لدى المستمعين، وخلص إلى القول بأن خصائص الصوت المختلفة لا تعمل بطريقة مستقلة أو على الأقل لا يتم إدراكها بأنها مستقلة. وأن خصائص الصوت تسهم بقوة في الأحكام الخاصة بالكفاءة. وأقل قوة في التنبؤ بأحكام الشخصية والقدرة على الاندماج الاجتماعي.

وقال: إن الكفاءة والهدوء كانت أكثر تأثيراً في المؤشرات الصوتية التي تم قياسها كعامل في زيادة المصداقية^(١).

ثانياً: المقياس الأيدلوجي:

سواء استخدمنا كلمة «أيدلوجي»^(٢) أم كلمة مذهبي التي يرى بعض الباحثين العرب أنها الكلمة العربية التي تعبر عن المعنى، فإن ما يعيننا بصفة مباشرة هو حجب النظرة المحايدة والمتسعة ومتعددة الأبعاد عن الواقعة الإعلامية والقضية الإعلامية أو الظاهرة الإعلامية بسبب النظرة الأحادية التي يلتزم بها «الأيدلوجيون».

وخطورة هذه الظاهرة في العالم الثالث أنها ظاهرة مذبذبة، لأن معظم مجتمعات العالم الثالث ليست مجتمعات «أيدلوجية»، بالمعنى

(١) المصدر السابق - من ص ٢٧٦ إلى ص ٢٨١.

(٢) أورد الدكتور عبد الوهاب المسيري في كتابه الأيدلوجية الصهيونية دراسة حالة في علم اجتماع المعرفة (عالم المعرفة) العدد ٢٦١ الكويت ١٩٨٣. تعريفات عديدة للأيدلوجية منها:

- مجموعة أو عائلة من المفاهيم.

- نسق من الأفكار عن العالم الاجتماعي تضرب بجهود عميقة من مجموعة محددة من القيم والمصالح.

- نسق من المعتقدات والمفاهيم واقعية ومعيارية يسعى إلى تفسير ظواهر اجتماعية من خلال منطوق يوجه ويبسط الاختيارات السياسية والاجتماعية للأفراد والجماعات.

الحقيقي «للإيديولوجية»، لذلك يتخذ الإعلام مواقف متناقضة فى فترات زمنية متقاربة مما يدفع الناس إلى الشك فى كل الرسائل الإعلامية.

فمثلاً لقد لاحظ الباحث حماد إبراهيم فى رسالته التى حصل بها على درجة الماجستير من قسم الصحافة بجامعة القاهرة، وكانت عن صورة الولايات المتحدة الأمريكية فى الصحافة المصرية اليومية فى العقدين السابع والثامن من القرن العشرين، لاحظ الباحث أن صحف الأهرام والأخبار (ص ٥٣٦) وأخبار اليوم والجمهورية فى العقد السابع تلتقى فى الملامح العامة لصورة المجتمع الأمريكى من الداخل وتتمثل فيما يلى:

١ - الطبيعة المزيفة لديمقراطية المجتمع الأمريكى.

٢ - المجتمع الأمريكى مجتمع عنصرى.

٣ - المجتمع الأمريكى متحلل أخلاقياً.

٤ - المجتمع الأمريكى خاضع للسيطرة الصهيونية.

٥ - المجتمع الأمريكى مجتمع التخمة.

٦ - المجتمع الأمريكى مجتمع عدوانى.

كما لاحظ الباحث أن هذه الصحف بذاتها وخصت الرئيس الأمريكى عام ١٩٧٧ بصورة إيجابية تمثلت فى سمات أهمها:

١ - كارتر متفهم تماماً للموقف العربى ومقتنع بالحق العربى.

٢ - كارتر يدعو إلى البناء الروحي للمجتمع الأمريكي.

٣ - يتكلم عن العوامل الأخلاقية في السياسة.

٤ - كارتر يقول ما يقنع به.

٥ - كارتر، السوبر مان، المثالي أو الكابوي، النارى ناشر العدالة، وماحى الفروق وحامى الحقوق، وواهب أموال الأغنياء إلى الفقراء. إلى آخره من مثل هذه الصفات الإيجابية^(١).

ومن جانب آخر ينجم عن الترجمة من وكالات الأنباء العالمية خلط أيديولوجى فى كثير من الأحيان يقع فيه إعلام العالم الثالث. فنحن نعرف أن الثوار فى خبر تورده «تاس» تطلق عليهم «رويتز» أو «اليوننتدبرس» فى الخبر ذاته تسمية الإرهابيين أو الخارجين على القانون أو ما شابه ذلك.

وإذا كانت النظرة الأحادية تعد سلبية فى الإعلام فإن غيبة «الأيديولوجية» فى كثير من بلدان العالم الثالث تعد عاملاً من عوامل عدم المصادقية. وكثيراً ما يقع رجل الإعلام فى العالم الثالث فى مأزق أمام الانقلابات العسكرية والسياسية والاقتصادية التى تمر به وكلها خليط يمسخ خليطاً سبقه دون الاعتماد على مبادئ أساسية ثابتة تشكل أيديولوجية ثابتة.

(١) حماد إبراهيم - صورة الولايات المتحدة الأمريكية فى الصحافة المصرية اليومية دراسة مقارنة بين حقبتي الستينات والسبعينات - رسالة ماجستير كلية الإعلام - جامعة القاهرة - ١٩٨٦ ص ٥٣٦ ، ص ٧٤٨.

ويرتبط بالمقياس الأيديولوجى نوع القضية المثارة. وذلك من حيث كون هذه القضية موضوعاً خلافياً أو جدلياً أو موضوعاً متفقاً عليه. أو أن الموضوع يرتبط بأوقات الأزمات والصراعات أو هو مرتبط بالأوقات العادية.

حيث أظهرت الدراسات^(١) أن مصداقية وسائل الإعلام تقل عندما يزداد الجدل حول قضية أو موضوع أو أن القضية تأتى فى أوقات الأزمات والكوارث والحروب فإنها تقل.

وذهب البرت جانسر (١٩٨٨) إلى القول بأن هناك علاقة تشكل خطأً منحنيًا بين التطرف فى الاتجاه نحو قضية أو موضوع والثقة ودرجة المصداقية فى تغطية وسائل الإعلام لهذه القضية أو الموضوع. إن تبين من دراسته أن الأفراد الذين لديهم اتجاه متطرف نحو قضية معينة يرون أن وسائل الإعلام أقل مصداقية من أولئك الأشخاص الذين لديهم اتجاه معتدل بالقضية أو الموضوع.

وقد أظهر الليبراليون السياسيون علاقة ذات خط منحنى بين المصداقية والاتجاه نحو القضية وتغطيتها فى حين أظهر المحافظون السياسيون انخفاضاً فى مصداقيتهم وذلك بسبب قناعتهم الأيديولوجية^(٢).

Amm M Major and L Erwen Atwood - Changes in Media (١)
credibility - J and MCQ vol 74 - N 4 - 1997 pp 797 - 813

Albert Gunther Attitude Extremity and trust in Media Jour- (٢)
nalism quarterly vol. 65 No 2. 1988 pp 279 - 287

ثالثاً: مقياس عدم المعرفة أو جزئية المعرفة:

بسبب نقص كفاءة بعض القائمين بالاتصال في مجالات المعرفة المختلفة، تحوى الرسائل الإعلامية معلومات خاطئة. ويعرف كثير من القراء وبخاصة المثقفون هذه السقطات الإعلامية فيسخرون، ويصبح إقناعهم بمصداقية بقية الرسائل الإعلامية أمراً بالغ الصعوبة.

ولقد أدركت بعض المؤسسات الصحفية أهمية مراجعة المادة الصحفية من ناحية المعلومات فأوكلت ((أخبار اليوم)) عام ١٩٥٩ إلى نخبة من المتخصصين الشبان فى ذلك الوقت بهذا العمل وهم الدكتور أحمد حسين الصاوى (أستاذ الصحافة المرموق) الدكتور محمد صبحى عبد الكريم (أستاذ الجغرافيا) الذى رأس مجلس الشورى حتى عام (١٩٨٦) والدكتور حسين نصار (أستاذ اللغة والأدب العربى الذى صار عميداً لكلية الآداب - جامعة القاهرة ومدير أكاديمية الفنون) والدكتور عبد الودود يحيى (أستاذ القانون الذى رأس فرع الخرطوم لجامعة القاهرة)، وإلى جانبهم الأستاذ عبد الرحمن على (علوم) ومجموعة من خريجي قسم الصحافة. وكانت مهمة القسم مراجعة المادة الصحفية قبل النشر سواء على الأصول أم على (التجارب) - وكان عمل هذا القسم مرتبطاً بالأرشيف وبالمكتبة وبقسم البحوث حتى يمكن التأكد من مصداقية المعلومات الواردة بالمادة الصحفية.

ولكن هذه التجربة لم تستمر لأكثر من عامين، فقد طرأت على «أخبار اليوم» عوامل إدارية جديدة فتوقف هذا العمل عام ١٩٦١.

وانتقل الدكتور الصاوى إلى دار الهلال لممارسة هذا العمل ولكن التجربة توقفت بعد فترة قصيرة.

والنماذج فى هذا المجال كثيرة فى مختلف وسائل الإعلام. ومن أقرب الأمثلة لها ما نشرته إحدى المجلات الأسبوعية المصرية خلال شهر أكتوبر ١٩٨٦ من أن عدد المنتحرين فى فرنسا تجاوز ٩ ملايين، فنقلته عنها إحدى الصحف الحزبية ضمن المختارات التى تنشرها منقولة عن الصحف. وبطبيعة الحال لو أن القائم بالنشر يعرف أن عدد السكان فى فرنسا أقل من ٦٠ مليون نسمة. لما نشر الخبر وما صدقه.

وقد يؤدى القصور المهنى بسبب التدريب وضحالة الخبرة إلى فضائح فى العمل الإعلامى. ويكتفى أن نشير إلى خبر هام هو موت الرئيس السادات. كيف عاجته صحيفه «المساء» الصادرة فى ساعة الحدث وكيف عاجته إذاعة لندن العربية أو مونت كارلو مثلا.

وفى مجال الإعلام المتخصص مثل الإعلام الاقتصادى أو الفنى يقع القائم بالاتصال غير المدرب وغير المثقف فى التخصص فى أخطاء مزرية. ولعل المثال الذى أشار إليه الكاتب أحمد بهاء الدين^(١) فى التفرقة بين ما يسمى «مخزونا» وبين ما يسمى سلعا راکدة فى الإنتاج يبين مدى تأثير عدم المعرفة على مصداقية الرسالة الإعلامية.

(١) أحمد بهاء الدين - يوميات - جريدة الأهرام بتاريخ ١٢/٢/١٩٨٦.

يقول الكاتب: إنه تلقى تقريراً من وزير التموين يتحدث، بالتفصيل وبالأرقام عن المخزون» بشركات وزارة الصناعة وفيه التفرقة بين ما يسمى «مخزوناً، وما يسمى «سلعاً راکدة»، الأمر الذى اختلط على عناوين صحيفة كبيرة. «المخزون» لدى شركات وزارة الصناعة قيمته ٣٥١٠ ملايين جنيه، وهو الرقم الذى هال الرأى العام. ولكن معظم هذا المخزون هو من مستلزمات الإنتاج، مثلاً: مخزون الخامات والمهمات ١٠٢٥ مليون جنيه» وقطع غيار ومهمات ٨٥٠ مليون جنيه، وإنتاج تحت التشغيل ولم يتم صنعه ٣٩٢ مليون جنيه، وهكذا، وهو أمر طبيعى ولا بد منه لتأمين وضمان استمرار عملية الإنتاج، وتجنب مشاكل التأخير فى الشحن والتفريغ وفتح الاعتمادات وما إلى ذلك. وهذا فى الواقع دليل مُرضٍ بالنسبة لشركات القطاع العام التابعة لوزارة الصناعة. و«مخزون» ولكنه «غير راکد». أما مخزون «الإنتاج التام» أى السلع المعدة للبيع فسوف نجد أن قيمتها ٨١٣ مليون جنيه». وإذا قيس هذا الرقم برقم مجموع الإنتاج السلعى «والحديث عام ٨٥ - ١٩٨٦» وهو ٧٧٤٦ مليون جنيه فى سنة واحدة فسوف نجد أن نسبة المخزون إلى قيمة الإنتاج السلعى لا تزيد على حوالى ١٠٪ وهى معقولة وطبيعية فى إطار هذا العدد الكبير من الشركات وهذا الحجم الضخم من الإنتاج.

وليس رقم «المخزون» من الإنتاج كله مما يسمى «المخزون الراکد» بالمعنى الحقيقى للكلمة فقيمة «المخزون الراکد» فى شركات وزارة الصناعة طبقاً لآخر حصر هو ٣٥ مليون جنيه فى العام الماضى أى ١٪

من قيمة المخزون، الذى يتمثل معظمه فى قطع الغيار، ويتم التصرف فيها بأسلوب اقتصادى عن طريق التبادل بين الشركات أو بيعه بالمزاد العلنى. ويرتبط بالجهل المهنى عدم إدراك المرسل لطبيعة المستقبل وخصائصه فعلى سبيل المثال أجريت دراسة سعودية أمريكية عام ١٩٩٤ اشترك فيها باحث سعودى وباحثون أمريكيون سعوا فيها إلى معرفة ووصف مظهر سلوك السعوديين نحو مصادر المعلومات التى تناولت حرب الخليج باعتبارها الحرب التى أثرت فيهم بشكل مباشر، وقد اهتمت الدراسة بتمثيل وجهات النظر المختلفة وتمثيل متغيرات العمر والتعليم فى منطقة تضم كلا من السكان الريفيين والحضرين، وقد توصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن السعوديين يعتمدون بشكل أكثر كثافة على وسائل الإعلام الإلكترونية أو المذاعة عن وسائل الإعلام المطبوعة، وأن السكان فى الحضر يتجهون نحو استخدام وسائل الإعلام الدولية بينما يتجه الأفراد الريفيون التقليديون إلى استخدام وسائل الإعلام المحلية التى يدركونها بدرجة مصداقية أعلى^(١).

وتوضح الدراسات أن إدراك المصداقية مختلف باختلاف الوسيلة ويتنوع مع الجمهور والخصائص الديموجرافية والخصائص النفسية^(٢).

Safyan S. Al-Makaty Douglas A. Boyd, and G. Norman, Source (١) Credibility During The Gulf War: A Study of Rural and Urban Saudi Arabian Citizens, Journalism Quarterly vol. 71, No. 1, 1994 – pp. 55 – 63

(٢) مصدر (٢) Cable Television, NRJ vol 22, No. 1. 2001 – pp. 41 – 51. News Viewed as Most Credible

رابعاً: مقياس التزوير:

يرتبط بهذا المقياس تحريف الرسالة الإعلامية، والإعلانات التحريرية، والرقابة، وإخفاء جوانب من الخبر، وصرف الانتباه، وما إلى ذلك مما يمكن إجماله في الدرجات المتفاوتة من التزوير.

ويمكننا أن نتخيل مجالاً يبدأ من رقم واحد إلى رقم عشرة يمثل مقياس التزوير. يبدأ من إغفال عنصر من الخبر وينتهي بالاختلاق والكذب الصريح. ولعل بيت الشعر المشهور للشاعر شوقي:

نظرة فابتسامة فسلام
فكلام فموعد فلقاء

لعل هذا البيت يصور المراحل وتسلسلها. فإذا استعرنا أسلوب شوقي في تطور الغرام وطبقناه على التزوير الإعلامي لأمكننا تجسيد هذا المقياس من مقاييس الحكم على المصدقية في الإعلام.

وفي السينما الأمريكية يختلط الفن السابع (كما يطلق النقاد على فن السينما) بالإعلان اختلاطاً كاملاً حتى يصبح المنتج السينمائي مركباً من عنصرى تجارة الفن وتجارة البضائع. تقول الصحفية نادية خليفة^(١) المحررة بمجلة صباح الخير القاهرية: اعتادت هوليود دائماً خلق البطل الجديد وتحويله إلى نموذج لا يتحكم فقط فى عقول وجيوب الشباب ولكنه يسيطر على سلوكهم وحركاتهم وتصرفاتهم وثيابهم.

(١) نادية خليفة - المراهقون قادمون - مجلة صباح الخير بتاريخ ٢٢/٧/٢٠٠٣.

وهي تنفق على تحويل البطل إلى نموذج أربعة أضعاف ما تنفقه على الفيلم نفسه. وتضرب مثلا لتحويل الممثل ترافولتا إلى نجم يقلده الشباب فقد تكلف ذلك مليوني دولار. أما الفيلم «جريس» الذي سبب شهرته فتكلفتها ربع مليون دولار. ولكن الربح الأكبر فكان في البنطلون الأسود الضيق و«الجاكيت» البيضاء الملقاة بإهمال على الكتف. لقد تحول النموذج إلى سوق رائجة لهذه البضائع نظراً لكثرة إقبال الشباب عليها.

وتقول نادية خليفة: إن دراسة لباحثة تدعى «إيسا كو آرت» عنوانها بيع وشراء المراهقين أثبتت أن المراهقين الأمريكيين أنفقوا مائة وخمسة وخمسين بليون دولار من الدخل العام سنة ٢٠٠٢ على شراء ملابس ومسايق تجميل وشرائط فيديو وأغاني بسبب المراهقين العشرين الذين قدمتهم هوليوود في أفلامها نجومًا لفتيات وفتية تتراوح أعمارهم بين الرابعة عشرة والتاسعة عشرة. وغزا هؤلاء مجال الإعلانات وعروض الأزياء.

والمشكلة الرئيسية التي تواجه القائمين على تزوير الرسائل الإعلامية في مختلف المجتمعات أن الحقيقة الإعلامية يصعب طمسها، وأن تعبير القرية الإعلامية على الكرة الأرضية يؤكد حقيقة إعلامية معاصرة، هذا من جانب، ومن جانب آخر أصبح طمس الحقيقة وتزوير الإعلام جزءاً من السياسة الأمريكية في عملياتها العسكرية وفي خطوات الهيمنة والسيطرة على العالم. وفي علاقتها بإسرائيل.

برغم هذه التناقضات يظل ميزان الفهم الإعلامى والبصيرة الثقافية ممسكة بالميزان قابضة عليه تجسيدا واستعارة من ميزان العدالة المشهور. بهذه القواعد الرئيسية يمكننا أن ننطلق لقياس المصداقية فى الإعلام العربى. تلك المصداقية التى تشبه الروح إذا خرجت من الجسم فَقَدَ الجسم مباشرة مبررات وجوده. وإذا خرجت المصداقية من الرسالة الإعلامية أصبحت الكلمة المكتوبة مثل ورقة الشجر الذابلة الساقطة وأصبحت الكلمة المسموعة أو المرئية أشبه بالنباح المقلق البغيض.

