



جامعة الجبلية بونعامة
- بخميس مليانة -
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الاعلام والاتصال



مصادقية التسريبات الإعلامية لدى النخبة الجزائرية

وثائق بنما نموذجا

دراسة مسحية على عينة من الأساتذة الجامعيين في جامعة الجبلية بونعامة

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في تخصص وسائل الإعلام و المجتمع

إشراف الأستاذ:

* سمير دحماني

إعداد الطالبة:

أمال بوكرة عباسي

السنة الجامعية : 2017/2016



أشكر من علموني حروفا من ذهب... وكلمات من درر
...وعبارات من أسمى العبارات... أشكر من صاغوا
علمهم حروفا و من فكرهم
مزاراً... تنير لي مسيرتي .

أشكر بشكل خاص أستاذي و مشرفي الأستاذ دحمانبي
سمير
و أشكر أساتذتي من قسم الإعلام و الاتصال الذين
أمدوني بالثقة والعون طوال دراستي .

و أشكر كل من دعمني و خانتني الذاكرة بالعديد
من أسمائهم

إهداء

إلهي لا يطيب لي الليل إلا بشكرك... و لا يطيب لي النهار إلا بطاعتك
ولا تطيب لي اللحظات إلا بذكرك... و لا تطيب لي الجنة إلا برويتك
جل جلالك .

إلى شمسي التي أستمد منها دنياي و معرفتي ..
إلى قمرتي الذي أستمد منه أملي و شوقي...والذي العزيز ... لا يسعني إلا
أن أدعي الرحمن بأن يديمك لنا
ذخراً و فخراً...أدامك الله عزنا لنا .

إلى جنتي ..إلى الزهرة التي لم تزل مفعمة بالحياة بالرغم من قسوة
الأعاصير...إلى الروح التي يتوب عندها كل شقاء ...
إلى الصوت الذي يخمد زفير الأمي...إلى من يركع العطاء عند قدميها
...أمي أطال الله بعمرها.

إلى القلوب التي ترقبت نجاحي بكل صبر..إلى من تسر العين بلقياهم
" أخواتي " و "أخي " .إلى ابنة أختي " لجين " .

إلى فتاديل الذكريات من هم دوما بقربي ..وسيقون دائما ..أصدقائي
"مليكة" " سامية و أسيا" إلى كل الأصدقاء و الصديقات وسائل الإعلام و
المجتمع دفعة 2017.

أمي

ملخص الدراسة:

تناولت الدراسة موضوع مصداقية التسريبات الإعلامية لدى النخبة الجزائرية دراسة عينة على الأساتذة الجامعيين لجامعة الجيلالي بونعامة -وثائق بنما نموذجا - حيث تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى مصداقية التسريبات الإعلامية في ظل كمية المعلومات المسربة، وطرق معالجتها و تحليلها، إضافة إلى التعرف على إمكانية اعتماد التسريبات الإعلامية كمصدر معلومات. ونظرا لطبيعة الموضوع فقد اعتمدنا على المنهج المسحي لوصف و تحليل البيانات و المعلومات حول الموضوع، كما اعتمدنا على أداة استمارة الاستبيان لجمع المعلومات بالإضافة إلى المقياس وفقا لطريقة ليكرت ، لقياس مصداقية التسريبات الإعلامية .

خرجت الدراسة بعدة نتائج منها :

- يمكن نشر الوثائق المسربة بعد التحقق منها .
- وثائق بنما المسربة ما هي إلا خدمة لسياسات وإيديولوجيات معينة .
- المعلومات المسربة تخدم أهداف المصادر المجهولة .

مصطلحات الدراسة: المصداقية، التسريبات الإعلامية، الصحافة الاستقصائية، أخلاقيات المهنة الإعلامية .

Abstract

The study examined the credibility of media leaks in the algerian elite .A study of a sample on the university professors of the University of Gilali Bounaama ,a model of panama . This study aims to identify the credibility of media leaks in light of amount of leaks information ,the methote of processing and analysis , Media leaks as a source of information , Given the nature of the subject , we relied on a survey methodology to describe and analyze data and information on the subject , we also relied on the questionnaire questionnaire tool to collect information as well as the likert scale to measure the credibility of media leaks . the study came out with several results, including :leaked documents can be published after verification .Panama's leaked documents serve only certain policies and ideologies . Leaked information serves the objectives of unknknown source.

Terms of study :credibility ,media leaks , investigatives journalism , media ethics .

خطة الدراسة

ملخص الدراسة

مقدمة

الفصل الأول : الخطوات المنهجية للبحث

1 إشكالية الدراسة

2 تسلسلات الدراسة

3 تعريف المصطلحات

4 أهداف و أهمية الدراسة

5 أسباب إختيار الموضوع

6 مجتمع البحث و عينة الدراسة

7 منهج و أداة الدراسة

8 الدراسات السابقة

الفصل الثاني : مصداقية وسائل الإعلام و التسريبات الإعلامية

المبحث الأول :مصداقية وسائل الإعلام ووسيلة الأنترنت

المطلب الأول :مصداقية وسائل الإعلام

المطلب الثاني : الإستخدامات الصحفية للأنترنت ومخاطرها

المبحث الثاني : التسريبات الإعلامية و مصادر المعلومات السرية

المطلب الأول : التسريبات الإعلامية

المطلب الثاني :مصادر المعلومات الإعلامية السرية

المبحث الثالث: الصحافة الإستقصائية و أخلاقيات المهنة الإعلامية

المطلب الأول :الصحافة الإستقصائية

المطلب الثاني :أخلاقيات المهنة الإعلامية

الفصل الثالث :مصادقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

المطلب الأول :مصادقية وسائل الإعلام من منظور الأساتذة الجامعيين

المطلب الثاني :إعتماد التسريبات الإعلامية كمصدر معلومات

المطلب الثالث :التسريبات و أخلاقيات المهنة الإعلامية

إستنتاجات عامة للدراسة .

خاتمة .

تعتبر ظاهرة التسريبات الإعلامية من أعقد الاحداث التي عرفتها الساحة الإعلامية العالمية، حيث شهدت المعلومات و الأخبار تسريبات لا مثيل لها ،على جميع الأصعدة السياسية منها و الاقتصادية و الاجتماعية ،..إخ .

فظاهرة التسريبات الإعلامية ليست بالجديدة إنما هي من الظواهر القديمة، حيث عرفت في مجالها السياسي ،وما جعلها اليوم بهذه الحدة الحالية التغييرات التي أحدثتها تكنولوجيا المعلومات ، التي جعلت كمية التسريبات تتزايد وتتضاعف في حجم المعلومات المسربة ،فأصبحت التسريبات الإعلامية تفرض نفسها على الساحة الإعلامية ، كمعلومات يصعب الحصول عليها من مصادر رسمية ومعروفة للصحفيين، كما أصبحت التسريبات تعتمد على وسائل الإعلام الكبرى في العالم .

وظهر هناك من يطالب بحماية من يقوم بتسريب المعلومات ،واعتبرت خطوة التحقيق في المعلومات المسربة من طرف المتخصصين كخطوة أولى في دخول التسريبات الإعلامية إلى الطابع الرسمي .

وبفعل التسريبات الإعلامية الواسعة و السريعة أخذت المعلومات تتزايد في عصر المعلومات ما أدى إلى التساؤل المستمر عن مصداقية هذه التسريبات ذات الحجم الكبير ،خاصة هناك من يرى فيها صحافة المستقل القريب ،بغض النظر عن الخلط الكبير بين ما يعرف بصحافة البيانات التي تعتمد بالأساس على البيانات و تحليلها في عملها، ولإن التسريبات هي عبارة عن بيانات ومعلومات تدخل فيما يعرف بـ تسريبات البيانات وتأخذها صحافة البيانات كمادة خام وتحللها لتربط في الأخير التسريبات بين الصحافة الإستقصائية وصحافة البيانات .

و من هذا المنطلق قسمت الدراسة إلى فصول ،فصل للجانب المنهجي للدراسة و الذي تناولنا فيه إشكالية الدراسة و تساؤلاتها ،كما و تطرقنا إلى أهمية الموضوع و الأهداف المرجوة من دراسة الموضوع ،إضافة إلى تحديد مجتمع البحث و تحديد عينة الدراسة وكذا

مقدمة

منهج الدراسة و الأداة المستخدمة في جمع البيانات و المعلومات ،وأیضا التطرق إلى الدراسات السابقة مع تبيان نقاط التلاقي و التعقيب عليها .

أما الفصل الثاني ، فخصصناه للجانب النظري للدراسة حيث يعالج المواضيع التي تتعلق بموضوع الدراسة وقد قسمنا هذا الفصل إلى مباحث رئيسية يتضمنها مطالب ، أما المبحث الأول كان تحت عنوان مصداقية وسائل الإعلام و وسيلة الأنترنت ،وتفرع هذا المبحث إلى مطلبين أما المطلب الأول فقد خصصناه للمصداقية من تعريف و محدداتها و العوامل المؤثرة فيها ،و مستويات المصداقية واهم المقاييس للمصداقية ،أما المطلب الثاني فقد خصص لوسيلة الأنترنت من تعرف لها و إستخدامات الأنترنت كوسيلة إتصال ،إضافة إلى مخاطر الأنترنت .

أما المبحث الثاني تمثل في التسريبات الإعلامية المطلب الأول شمل تعريف للتسريبات الإعلامية وتاريخ التسريبات، أما المطلب الثاني فعنوانه تحت إسم مصادر المعلومات الإعلامية السرية و التعرف بإستخدام المصادر الإعلامية السرية، و أسباب و دواعي إعتقاد وسائل الإعلام على المصادر غير رسمية .و بالنسبة للمبحث الثالث فقد خصص للصحافة الإستقصائية المطلب الأول تعريف ونشأة و تطور للصحافة الإستقصائية .ودوافع و أسس صحافة الإستقصاء و أهمية الصحافة الإستقصائية .

أما المطلب الثاني خصص إلى أخلاقيات المهنة الإعلامية من تعريف و نشأة و تطور أخلاقيات الإعلام و موانيق الشرف الصحفية،وكذا أهمية و أهداف موانيق الشرف و في الأخير مبادئ و أخلاقيات المهنة الإعلامية.

أم الفصل الثالث فقد خصص للجانب التطبيقي من الدراسة بعنوان مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية و قد خصص في هذا الجانب ثلاثة مطالب كالتالي :المطلب الأول مصداقية وسائل الإعلام من منظور الأساتذة الجامعيين .أما المطلب الثاني فتحت إسم إعتقاد التسريبات كمصدر معلومات ،أما المطلب الثالث التسريبات و أخلاقيات المهنة الإعلامية .

وفي الأخير أهم النتائج المتوصل إليها من خلال الدراسة فختامة .

الفصل الأول: الخطوات المنهجية للبحث

إشكالية الدراسة

تعريف مصطلحات الدراسة

أهداف و أهمية الدراسة

أسباب اختيار الموضوع

مجتمع البحث و عينة الدراسة

منهج وأداة الدراسة

الدراسات السابقة

تعتبر المصداقية الركائز الأساسية لأي عمل صحفي، وأمر ضروري ومحتم وجوده في أي وسيلة إعلامية، فالثقة التي يكتسبها الصحفي من جمهوره لم تأتي من فراغ . فالأمر متعلق بمدى مصداقية أخباره و التأكد من مصادره و مدى التزامه بأخلاقيات العمل الإعلامي ،وموثيق الشرف التي يحتكم إليها و سيره وفق خطوط واضحة و صحيحة للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور ليبقى محافظا على مصداقيته ومكانته ، و الأمر نفسه بالنسبة لوسائل الإعلام ، حتى تحافظ على وجودها و استمراريتها على الساحة الإعلامية ،وفي ظل المنافسة الشديدة و التطور التكنولوجي السريع لوسائل الإعلام على مختلف أنواعها ،يشهد العالم تزايدا في حجم المعلومات و الأخبار المقدمة ،و هذا ما يساهم في انتشار الشائعات و المعلومات المغلوطة ،يبقى المتلقي يسأل من و ماذا يُصدق وكيف يصدق ،وكيف يمكن التأكد من كل هذه المعلومات .

و في ظل كل هذه الأشياء تبقى مسألة المصداقية أمر مهم بالنسبة لثقة الجمهور اتجاه مصدر معلوماته، و كذا مسؤولية الصحفي بتقديم الحقيقة والتزامه بأخلاقيات المهنة و تجنب كل ما هو خطأ أو تضليل و تغييب الحقائق عن الجمهور، في عصر انفجار المعلومات وأصوات تتعالى و تطالب بالحق في الإعلام و تداول المعلومات .كل هذه الأمور تزيد من أزمة المصداقية لوسائل الإعلام ،لتظهر ظاهرة تعد من أخطر الظواهر الإعلامية "ظاهرة التسريبات الإعلامية "على الساحة الإعلامية عالميا، لتشكل ضرباً ومساراً جديداً و تحديا كبيرا أمام الإعلام و مسألة المصداقية خاصة ،حيث تشهد هذه التسريبات في الآونة الأخيرة زخم و كم هائل، من تسريبات ويكيليكس التي أحدثت ضجة وقفزة نوعية بظهور ما يعرف بالمصادر المفتوحة ،عبر الإعلام الجديد و المواقع الإلكترونية، وصولا إلى تسريبات أوراق بنما 2016 التي زعزعت العالم بأكبر تسريب عرفته البشرية بإحدى عشر فاصلة خمسة (11,5) مليون وثيقة كشفت عنه صحيفة " زود دويتشه تسايتونج" الألمانية ،لنتشغل وسائل الإعلام عبر العالم على وقع أخبار الفساد و التهرب الضريبي .ارتبطت هذه التسريبات

الجانب المنهجي

باسم التحقيقات الاستقصائية كعمل صحفي جماعي ضم حوالي 370 صحفياً حول العالم تحت أسم "الإتحاد الدولي للصحفيين الاستقصائيين"، وأعتبره بعض الصحفيين كانتصار لصحافة التقصي وإحياء لها، و في خضم كل هذه المستجدات تبقى مسألة المصداقية مطروحة لأننا نتكلم عن كم و حجم كبير لمعلومات مسربة .تمثل النخبة في المجتمع الفئة المتميزة و المثقفة من خلال آرائها و توجهاتها و رؤيتها للأمر و القضايا المطروحة ، تلعب دور فعال و مهم في التأثير على المجتمع و تسهم في صناعة القرارات على أرض الواقع ،من خلال إبراز اتجاهاتهم و توجهاتهم نحو القضايا السياسية و الإعلامية...الخ المؤثرة في صيرورة الأمور في المجتمعات و عليه نطرح الإشكالية التالية:

ما مدى مصداقية التسريبات الإعلامية من منظور الأساتذة الجامعيين لجامعة الجبيلي بونعامه؟

ولمعالجة هذه الإشكالية طرحت التساؤلات الفرعية حيث

- 1- ما مصداقية وسائل الإعلام من منظور الأساتذة الجامعيين ؟
- 2- هل يمكن اعتماد التسريبات الإعلامية كمصدر معلومات حسب رأي أفراد العينة ؟
- 3- هل تلتزم التسريبات الإعلامية بمعايير أخلاقيات المهنة الإعلامية ؟

2- تعريف مصطلحات الدراسة

أولاً:الاتجاهات :attitudes يعرف الاتجاه في معناه الفضايف بأنه توجه نحو شخص ،أو موقف ،أو نظام ،أو عملية اجتماعية ،يعد مؤشراً على قيمة أو اعتقاد كامن من وراءها .أو يعرف بشكل مختلف عند أولئك الذين يصرون على أن الاتجاهات لا يمكن أن تستنتج إلا من السلوك الملاحظ فقط باعتبارها ميل للسلوك بطريقة ما(متسقة إلى حد ما) تجاه الأشخاص و المواقف ¹

¹-جوردن مارشال ،موسوعة علم الاجتماع ،تر:محمد الموهري و أحمد زايد و آخرون ،(المجلد :1) ،(ط،2)،المجلس الأعلى للثقافة ،القاهرة ، 2007،ص،70 .

الجانب المنهجي

ويعرف الاتجاه بأنه حالة من الاستعداد أو التأهب العصبي و النفسي تنتظم من خلال خبرة الشخص ،و تكون ذات أثر توجيبي أو حافز على الاستجابة ،و الاتجاهات قد تكون إيجابية أو سلبية كما قد تكون عامة أو نوعية ¹.

عرف المعجم الفلسفي الاتجاه attitude:

- 1) - موقف المفكر كما يرتضيه لنفسه إزاء مشكلة ما ، فيقال مثلا "الاتجاه البرجماتي".
- 2)- في علم النفس التجريبي :تهيؤ الكائن الحي للاستجابة لمنبه أو موقف مع الاحتفاظ بالتوتر العضلي أو الإدراكي أو الفكري إلى أن تتم الاستجابة أو يتغير الموقف .
- 3- في علم النفس الاجتماعي :تنظيم ثابت لعمليات إدراكية و انفعالية و تكيفية يدور حول موضوع ما، و يجعل الشخص يسلك إزاء هذا الموضوع سلوكا متسقا .و قد يكون الاتجاهات إيجابية أو سلبية حب أو كراهية ،استحسان أو استنكار ،تسامح أو غضب ،تعاون أو تنافس.²

الاتجاه هو أسلوب منظم منسق في التفكير و الشعور و رد الفعل ،تجاه الناس

و الجماعات و القضايا الاجتماعية أو تجاه أي حدث في البيئة بصورة عامة ،و المكونات الرئيسية للاتجاهات هي الأفكار و المعتقدات ،و المشاعر أو الانفعالات ،و النزعات إلى رد الفعل .فالالاتجاهات النفسية عبارة عن استعداد للاستجابة للمواقف أو الأفراد أو الأشياء أو الأفكار بطريقة معينة و هي في العادة مكتسبة و تتحكم في الفرد عن الاستجابة ،و يعرف

¹- أحمد الزبيدي طه ،معجم مصطلحات الدعوة و الإعلام الإسلامي ،(عربي ،إنجليزي)،(ط،1)،دار الفجر و دار النفائس للنشر و التوزيع ،العراق و الأردن ،2010،ص،11.

² -مراد وهبة ، المعجم الفلسفي (معجم المصطلحات الفلسفية)،(د،ط) ، دار قباء الحديثة للنشر و التوزيع ،القاهرة ،2011، ص، 17 .

الجانب المنهجي

باحث آخر الاتجاه بأنه استجابة عامة عند فرد ما إزاء موضوع معين، و بالتالي فإن الاتجاه يتضمن حالة تأهب و استعداد لدى صاحبه ،تجعله يستجيب بطريقة معينة .¹

و يعرف الاتجاه بأنه عبارة عن إطار مرجعي يزودنا بالمعلومات التي تجعلنا نشعر مع الآخرين أو نتضامن معهم أو نحصل على دعمهم و يتكون الاتجاه من المكونات التالية:²

أ- الجانب المعرفي (اعتقادات و حقائق و معلومات).

ب- الجانب العاطفي (مشاعر الحب و الكراهية).

ت- الجانب السلوكي (العمل).

الاتجاهات إجرائيا:

تعرف الاتجاهات إجرائيا ،اتجاه عينة البحث نحو مصداقية التسريبات الإعلامية إما إيجابيا أو سلبا و موقفهم اتجاه هذه التسريبات الإعلامية .

ثانيا: النخبة

نُخبة ELITE: النخبة مفردة جامعة من معانيها إكبار النجاح الذي يحرزها الفاعلون الاجتماعيون خلال نشاطاتهم . و الإكبار هو التقدير و التقويم بالمقارنة ،و لايمكننا مقارنة غير القابلين ،كما لايمكننا الكلام عن النخبة إلا داخل فرع نشاط .فالنخبة هي زمرة اجتماعية بلغت داخل جماعة أكبر أعلى نسب النجاح ،أرفع المعايير و المشيرات .و عليه هناك عدد من النخب مماثل لعدد فروع النشاط الاجتماعي .زد على ذلك أننا حين نعاود "مطارحات ميكيافيلي" تجدنا أمام تصور آخر للنخبة .هناك طبقة حاكمة و أخرى محكومة الطبقة الحاكمة مفردة و النخبة غير الحاكمة جامعة ،أي أنها نُخب.³

(1) -أحمد زكريا أحمد ، نظريات الإعلام (مدخل لإهتمامات وسائل الإعلام و جمهورها) ،(ط،1) ،المكتبة العصرية للنشر و التوزيع ،مصر ،2009،ص،163.

(2) - جمال محمد أبو شنب ،نظريات الإتصال و الإعلام (المفاهيم -المدخل النظرية - القضايا)،(د،ط)،دار المعرفة الجامعية ،مصر، 2013 ،ص،18

(3) - خليل أحمد خليل ،المفاهيم الأساسية في علم الاجتماع ،(ط،1) ،دار الحداثة للطباعة و النشر ،بيروت ،1984 ،ص،222.

النخبة تمثل باعتبارها مجموعة من الأفراد أو فئة يعترف بعظمتها في التأثير والسيطرة على شؤون المجتمع. و أول من كتب عن النخبة المفكر الإيطالي "باريتو، و كابتانون موسكا" حيث أكد بأن النخبة هي الطبقة الحاكمة التي تشكل الأقلية من أبناء الشعب. و التي تتميز عن غيرها من الطبقات بالقوة و السلطة و النفوذ. و حتى في الأنظمة الديمقراطية فإن المؤسسات هي دائما بيد الأقلية الحاكمة أو النخبة العليا الحاكمة.¹

تتصوي النخبة على عملية انتقاء ربما تكون طبيعية أو اجتماعية أو ثقافية تتمايز من خلالها قلة من الناس على الكثرة، و قد تتميز النخب أيضا بمصطلحات ثقافية أو عقلية.²

النخبة أو الصفة شاع استخدام هذا المصطلح في كثير من الكتابات الاجتماعية أو السياسية العربية الحديثة، خاصة منذ انشغلت بعض هذه الكتابات بتحليل أوضاع بعض النظم السياسية أو تركيبها، و يمكن القول بأن المعنى المباشر لكلمة الصفة أو النخبة في السياق الاجتماعي، و هو مجموعة مترابطة محدودة العدد من الأفراد داخل المجتمع المعين يحصلون على اعتراف اجتماعي بتميزهم في هذا المجتمع فيؤثرون أو يسيطرون على كل - أو بعض - القطاعات الأخرى في المجتمع.³

النخبة هي أقلية من الشخصيات، تعرف بأنها من سرات القوم و ساداتهم و طلائعهم و قياداتهم، و يعرفها بعضهم مثل "بانك" بأنها تلك المجموعة التي تقوم بصناعة القرار في المجتمع و لا تخضع سلطتها لرقابة أي جهة أخرى و تجمع التعريفات المختلفة للنخبة على أن ما يميزها هو "الثقافة و المعرفة و القدرة على التأثير في المجتمع" و جمع النخبة "نُخب" و يطلق على من يشغلون مراكز عليا في المجتمع، لما يتفوقون به على غيرهم من صفات حقيقية أو مزعومة، و تضم النخبة عدة فئات بدءاً بقيادات الأحزاب السياسية، إلى

⁽¹⁾ -ناظم عبد الواحد الجاسور، موسوعة المصطلحات السياسية و الفلسفية الدولية، (ط،2)، دار النهضة العربية، بيروت، 2011، ص،631.

⁽²⁾ - طوني بينيت و آخرون، مفاتيح إصطلاحية جديدة معجم مصطلحات الثقافة و المجتمع، تر:سعيد الغانمي، (ط،1)، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2010، ص،667.

⁽³⁾ - سامي خشبة، مصطلحات فكرية، (د،ط)، مكتبة الأسرة، مصر، 1997، ص،163.

الجانب المنهجي

رجال الأعمال ، و كبار القادة العسكريين و زعماء النقابات ورجال الفكر والثقافة و الزعماء الروحيين و التكنوقراط الإداريين ¹.

ويصنف علماء الاجتماع و السياسة النخبة إلى عدة أنواع هي :النخبة التقليدية ،النخبة التكنوقراطية ،النخبة المالكة ،النخبة الكاريزمية ،النخبة الإيديولوجية، النخبة الرمزية ،النخبة الثقافية ، النخبة العسكرية.فالنخبة المثقفة تضم المؤلفين و الفنانين و العلماء و الفلاسفة و المفكرين و المتخصصين في النظريات الإجتماعية و المعلقين السياسيين.²

فالمثقفون يمثلون في كافة المجتمعات تلك الجماعات القادرة على إبتكار و نقد و نقل الأفكار و الواقع أن المثقفين كطبقة مختلفة عن الطوائف الدينية و الطبقات الحاكمة قد لعبوا دورا مهما في المجتمعات المتقدمة و النامية على السواء و بخاصة حينما جعلوا من أنفسهم (نقادا للمجتمع).وهناك تفسيران أن الدور الذي يقوم به المثقفين ، فثمة وجهة نظر ترى أن المثقفين لديهم القدرة على توزيع ولائهم بين الطبقات المختلفة ،ومن ثم يدافعون عن المصالح العامة و الخاصة بالمجتمع ككل ،على حين ترى وجهة النظر المقابلة أن الصفوة المثقفة سوف تجعل من نفسها طبقة إجتماعية عليا بحيث ترفع نفسها فوق الطبقات الأخرى، و تتجه شيئا فشيئا نحو تكوين جماعة مصلحة خاصة بها.³

الصفوة هي نخبة النخبة وإن كانت التعريفات المختلفة لا تميز بدقة بين النخبة والصفوة . و الصفوات هي أكثر الأقليات هيبة و أثراً،لذلك هناك عدة صفوات :صفوة سياسية ،صفوة ثقافية ،صفوة فنية ،صفوة إعلامية و غيرها و تلعب هذه الصفوات دوراً كبيراً في تشكيل القيم و تحديد الإتجاهات العامة في المجتمع .⁴

(1) - محمد لعقاب ،قضايا ساخنة في الإعلام و الإسلام و الثقافة ،(ط،2)،دار هومة ، الجزائر ، 2012،ص 187،188.

(2) - حياة قزادري ،التنمية السياسية : المفهوم ..المشكلات و المقومات و الأليات ،(المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية و الإنسانية ،العدد الرابع ،جامعة الجزائر (3)،جوان 2015،صص 253،255

(3) - هشام محمود الأقداحي ،سيكولوجية النخبة العليا و الزعامة ،(د،ط) ،مؤسسة شباب الجامعة ،الإسكندرية ،2009،صص 112،113.

(4) - محمد لعقاب ،مرجع سبق ذكره ،ص،189.

النخبة إجرائياً: تمثل نخبة الدراسة الأساتذة الجامعيين لجامعة الجبيلي بونعامة ،و تتكون هذه النخبة في مجموعة من الأساتذة قسم إعلام وإتصال ،و مجموعة من الأساتذة من قسم العلوم القانونية،ومجموعة من الأساتذة قسم العلوم السياسية .

ثالثاً:المصدقية

أ- لغة: صدق (صدقاً) خلاف كذب فهو (صادق) و(صدق) مبالغة و(صدقته) في القول يتعدى ولا يتعدى و (صدقته) بالثقل نسبته إلى الصدق .¹

صدق يصدق و صدقاً و مصدوقاً و تصداقاً.الصدق 1- مص.صدق.2 - في الحديث أونحوه:مطابقته الحقيقة و الواقع من غير كذب .²

الصدق :بالكسر و الفتح :ضد الكذب ،كالمصدوقه ، أوبالفتح:مصدر،و بالكسر :إسم صدق في الحديث ،و صدق فلان الحديث و القتال .³

(الصدق) .مطابقة الكلام للواقع بحسب إعتقاد المتكلم - الصلابة و الشدة .و يقال: رجل صدق .و امرأة صدق - الأمر الصالح لاشية فيه من نقص أو كذب .⁴

صدق/صدق في :يصدق ،صدقاً ،فهو صادق و المفعول مَصدوق (للمتعدى). صدق الشخص /صدق الشخص في الأمر : أخبر بالواقع كما هو ،عكس كذب .((كان يصدق دائماً - (قال سننظر أصدق أم كنت من الكاذبين))صدق الله العظيم

صدق فلاناً الوعد /صدق في وعده :حققه ،أوفى به و نفذه .مِصدق [مفرد] :مِصدق و مِصدقة : صيغة مبالغة من صدق /صدق في :كثير الصدق "مؤمن تقي مِصدق - امرأة مِصدق / مِصدقة " .مِصدق الأمر :الدليل و الشاهد على صدقه "هذا مِصدق قوله".

¹ - عبد الجواد إبراهيم رجب ،معجم المصطلحات الإسلامية في المصباح المنير(ط،1) ،دار الأفاق العربية ،القاهرة ،2002،ص،170.

² - جبران مسعود ،الرائد معجم لغوي عصري ،(ط،7)،دار العلم للملايين ،بيروت ، 1992،ص،492.

³ - مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروزآبادي ،القاموس المحيط ،مراجعة :أنس محمد الشامي و زكريا جابر أحمد (د،ط)،المجلد :1،دار الحديث ، القاهرة ، 2008،ص،920.

⁴ - المعجم الوجيز ،(ط،1)،مجمع اللغة العربية ، مصر ، 1980،ص،362.

مِصْدَاقِيَّة: [مفرد] : مصدر صناعي من مِصْدَاق :مطابقة الفعل للقول ،جدارة الشخص أو الأمر بأن يكتسب الثقة "انتخبوه رئيساً لهم نظراً لمصداقيته "1.

الصدق هو الإخبار عن الشيء على ما هو عليه ،و الكذب هو الإخبار عن الشيء بخلاف ما هو عليه ،و لكل واحد منهما دواع ، فدواعي الصدق لازمة ، ودواعي الكذب عارضة لأن الصدق يدعوا إليه عقل موجب .2

ب - المصداقية إصطلاحاً : CREDIBILITE عرفتھا موسوعة لالاند الفلسفية على أنها تعني :3

أ- ما يكون قابلاً للإعتقاد ،بالمعنى الضعيف لكلمة إعتقد ،إعتقاداً .

ب- بمعنى قوي ،طابع ما يستحق الإعتقاد به ،أو سمة ذلك الذي يستحق التصديق .

ورغم إعتراض كثير من اللغويين التقليديين على " تعريف هذا المصطلح في العربية ...فإنه استقر كواحد من مصطلحات العلوم الإستراتيجية ،و السياسية ، و الإجتماع ،و علم النفس و علوم الاتصال ،و ربما يكون الصحفي الكبير حسنين هيكل ،هو أول من نحت المصطلح في العربية أثناء تحليلاته السياسية أوائل الستينات أو قبل ذلك ،و تشير الدلالة المباشرة للمصطلح ألى أنه يعني درجة قابلية سلوك طرف معين يصدقه الطرف الآخر .4

و قد أكدت التعريفات التي قدمت للمصداقية على أنها الثقة في الوسيلة ،أو أنها تعني الاعتماد على هذه الوسيلة ،أو احترامها و تقديرها و تفضيلها كمصدر للمعلومات و الآراء مقارنة بغيرها من الوسائل كذلك فإنها تعني عند البعض "الرأي الصائب "،و يمكن زيادة هذه المصداقية و قياسها من خلال المضمون الواضح و تجنب النظرة الأحادية للأحداث فتركيز

(1) - أحمد مختار عمر ، معجم اللغة العربية المعاصرة ،(ط،1)، المجلد:2 ،عالم الكتب ، القاهرة ،2008، ص،1284.

(2) - سميح دغيم ،موسوعة مصطلحات العلوم الإجتماعية و السياسية في الفكر العربي الإسلامي ،(ط ،1)،مكتبة لبنان ناشرون ،بيروت ، 2000، ص ،639.

(3) - أندريه لالاند ، موسوعة لالاند الفلسفية ، تر:خليل أحمد خليل ،(ط ،2) ، المجلد: 1 ،منشورات عويدات ، بيروت -باريس ،2001،ص،236

(4) - محمد منير حجاب ، المعجم الإعلامي ،(ط،1)،دار الفجر للنشر و التوزيع ،القاهرة ،2004،ص،500،499.

الصحفي على جانب واحد يخدم فكره و إيديولوجيته يفقده مصداقيته ،هذا إلى جانب زيادة معرفة و خبرة الصحفي بموضوعه الذي يكتب فيه ،ثم عدم التزوير في إعلام المجتمع .¹

ج - المصداقية إجرائياً :

يقصد بالمصداقية في هذه الدراسة مدى الثقة في التسريبات الإعلامية و مطابقتها لمعايير الدقة و الموضوعية و أخلاقيات المهنة .

رابعاً :التسريبات الإعلامية

أ- لغة :نقول سَرَبَ علي الإبل أي أرسلها قطعة قطعة ، و سَرَبَ يَسْرُبُ سُرُوباً :خرج و سَرَبَ في الأرضِ يَسْرُبُ سُرُوباً :ذهب .

وفي التنزيل العزيز : "ومن هو مُسْتَخْفٍ بالليل و سَارِبٌ بالنهار " أي ظاهرٌ بالنهار في سِرِّهِ . ويُقال :خَلَّ سِرِّهِ أي طريقه ، فالمعنى :الظاهر في الطرقات ،و المُسْتَخْفِي في الظلمات ،و الجاهر بنُطقه و المضمرُ في نفسه ،عِلْمُ الله فيهم سواء .

و روي عن الأخفش أنه قال :مستخفٍ بالليل أي ظاهرٌ ، و الساربُ المتواري .و قال أبو العباس :المستخفي المُسْتَتِرُ ،قال : و الساربُ الظاهر و الخفيُّ عنده واحدٌ .و قال : قُطِرَبُ : ساربٌ بالنهار مُسْتَتِرٌ .يقال إنسرب الوحشي إذا دخل في كِناسه .قال الأزهري :تقول العرب :سربتِ الإبلُ تَسْرُبُ ، و سَرَبَ الفحل سُرُوباً أي مضت في الأرض ظاهرة حيث شاءت .

و الساربُ :الذاهبُ على وجهه في الأرض .²

يَسْرِبُهُ :يرسله قطعة قطعة ،السَّرْبُ :الطريق ،السَّرْبُ :المسلك في خُفْيَةٍ .³

تَسْرَبُ الوحش في جُحْرِهِ :دخل "و - في البلاد دخلها خفية كقولك تسربت الجواسيس "

(1) - محمد منير حجاب ، الموسوعة الإعلامية ،(د،ط) ، المجلد :6، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2003،ص،2229.

(2) - أبي الفضل جمال الدين بن مكرم ابن منظور ، 1: دار صابر ،بيروت ،ص،462 .

(3) - صالح العلي صالح وأمينة الشيخ سليمان الأحمد ، المعجم الصافي في اللغة العربية ، (د،ط)، الرياض ، 1401هـ .ص،251.

الْمُنْسَرِبَةُ : طريقة أو صيغة داخلية خلسة في أسلوب من الأساليب الفنية و غيرها .¹
أَسْرَبَ يَسْرِبُ ،إِسْرَابًا ،فهو مُسْرِبٌ ،و المفعول مُسْرَبٌ .أَسْرَبَ الماء و نحوه أساله .
إِنْسَرَبَ يَنْسَرِبُ ،إِنْسَرَابًا ،فهو مُنْسَرِبٌ .

تَسْرَبُ /تَسْرَبُ إِلَى /تَسْرَبُ فِي يَتَسْرَبُ ، تَسْرِبًا فهو مُتَسْرِبٌ ،و المفعول مُتَسْرَبٌ إِلَيْهِ
تَسْرَبُ الماءُ و نحوه :مُطَاوَعُ سَرَبٍ :إِنْسَرِبَ .سال ،إِخْتَرَقَ الْحَاجِزَ و نفذ .رَشَحَ "تَسْرَبُ
الغاز /الدخان " .تَسْرَبَتِ الْعَيْنُ :سالت .تَسْرَبُ الْامْتِحَانُ :خرج خفية و أفلت "تَسْرَبَتِ أَخْبَارُ
الجلسة السرية إلى الجمهور - تَسْرَبَتِ أَنْبَاءُ حَشُودِ الْجَيْشِ - تَسْرَبَ بَعْضُ التَّلَامِيذِ مِنْ
مَدَارِسِهِمْ :تفلتوا منها ،هربوا ."

تسريب [مفرد] 1- مصدر سَرَبَ . 2- إفشاء أو كشف متعمد لمعلومات غاية
في السرية "تسريب الأخبار :إتاحتها بشكل غير رسمي".²

ب . التسريبات الإعلامية إجرائياً :

يقصد بالتسريبات الإعلامية في هذه الدراسة بأخر التسريبات الإعلامية "وثائق بنما "
أو أوراق بنما ، و التي اعتبرت ظاهرة عالمية حيث بلغت قوة تسريبات بنما بيبرز بـ
2،5 تيرابايت وهو ملف ثقيل جداً ،و تتمثل في 11،5 مليون وثيقة تغطي الأعمال اليومية
لشركة "موساك فونسيكا"،و هذا التسريب للصحيفة الألمانية "سودويتشه تسيتونغ "
« suddeutsche zeitung » التي حصلت على هذا التسريب من طرف مصدر
مجهول وذلك قبل عام من الإعلان عنها بالشكل الذي ظهرت به ،أما تحليل المعلومات

(1) - المنجد في اللغة و الأعلام ، (ط ،41) ، دار المشرق ، بيروت ، 2005 ، ص ، 329 .

(2) - أحمد مختار عمر ، مرجع سبق ذكره ، ص ، 1052 .

الواردة في هذا الكم الهائل من الوثائق فقد أوكلته الصحيفة إلى "الإتحاد الدولي للصحفيين الاستقصائيين" الذي أشرك معه حوالي 370 صحفيا حول العالم في عملية التحقق من صحة هذه المعلومات المسربة، على مدار عام كامل قبل أن تخرج الوثائق علنا. حيث أحدثت انقلابا حقيقيا في مجال الصحافة الاستقصائية، و معايير جديدة في التعاون الصحافي حول العالم و محاربة الفساد .

3- أهداف و أهمية الدراسة .

أ-أهداف الدراسة :

تمثلت أهداف الدراسة في مجموعة من النقاط :

- 1- التعرف على ظاهرة التسريبات الإعلامية .
- 2- التعرف على المصادر الجديدة للمعلومات الإعلامية .
- 3- مدى تأثير مصداقية وسائل الإعلام بسبب التسريبات الإعلامية.
- 4- التعرف على المعايير الأخلاقية للتسريبات الإعلامية و مدى التزامها بهذه المعايير .
- 5- التعرف على أهمية المعلومة في عصر تدفق المعلومات .
- 6- دور التسريبات الإعلامية في الكشف عن قضايا الفساد .
- 7- مكانة مصادر المعلومات التقليدية في ظل اجتياح المعلومات المسربة .
- 8- التعرف على معايير مصداقية التسريبات الإعلامية لدى النخبة الجزائرية .
- 9- التعرف على اتجاهات النخبة الجزائرية نحو مصداقية التسريبات الإعلامية .

ب-أهمية الموضوع :

تكمن أهمية الدراسة في أهمية الموضوع في حد ذاته ،حيث يشكل موضوع التسريبات الإعلامية منحى واتجاه جديد في مسار الإعلام بصفة عامة،و المصداقية التي تهدد وسائل الإعلام و مصادر المعلومات التي تعرف كم هائل في ظل المصادر المفتوحة و التسريبات التي رفعت غطاء السرية عن المعلومة .و بالتالي تتمثل أهمية الدراسة فيما يلي :

- 1- انعدام الدراسات التي تتناول مصداقية المعلومات المسربة .
- 2- الجدل القائم حول هذه التسريبات الإعلامية ،بين معارضين لها و بين مؤيدين لها.
- 3- ظهور الكم الهائل من المعلومات المسربة على الساحة الإعلامية عالميا .
- 4- ظهور صحافة التقصي إلى جانب هذه التسريبات الإعلامية .
- 5- إحداث ثورة في عالم المعلومات الإعلامية ،و خروج المعلومات من طابع السرية إلى عالم الكشف عنها علنا و للجميع .

4-أسباب اختيار الموضوع .

نظرا لمجموعة من الأسباب تم اختيار الموضوع :

أ-الأسباب الموضوعية :

- يعتبر موضوع الدراسة موضوع جديد و جدير بالدراسة ،نظرا لأهميته ضمن مجال الإعلام و الاتصال .
- انتشار و تزايد ظاهرة التسريبات الإعلامية على الساحة الإعلامية عالميا .
- قلة الدراسات و البحوث التي تهتم بمواضيع أو ظاهرة التسريب الإعلامي للمعلومات .
- إثراء البحث العلمي .

ب- الأسباب الذاتية :

- الرغبة الذاتية في تناول و دراسة هذا الموضوع .
- دافع الفضول العلمي لمعالجة و تناول هذا الموضوع .
- الميولات الشخصية اتجاه هذه المواضيع كظاهرة التسريبات الإعلامية .

6- مجتمع البحث و عينة الدراسة

6-1مجتمع البحث : إن القصد بمجتمع البحث كما عرفه الباحثون: "مجموع محدود أو غير محدود من المفردات (العناصر، الوحدات) المحدد مسبقا ،حيث تنصب الملاحظات.أي أن تعريف مجتمع البحث حسب باحثين آخرين هو : جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها

الجانب المنهجي

الباحث أما مفردات البحث فهي تلك الجزء الأساسي المكون للمجموع البحثي أي الأجزاء المكونة لمجتمع البحث مثل الأفراد الأشياء... الخ فإذا قمنا بدراسة ميدانية لجمهور التلفزيون الجزائري ، فإن مفردة البحث في هذه الحالة هي المشاهد الواحد. وإذا أجرينا دراسة لمضمون أخبار جريدة ما، فإن مفردة البحث هنا هي الخبر الواحد... وهكذا يتضح مما ورد أن مجتمع البحث هو المجموع الكلي من المفردات، و الأشياء الأخرى المحدودة المجتمع الذي بإمكان الباحث تحديد حجمه الحقيقي".¹

و يعرف بأنه كل الأفراد الذين يحملون بيانات الظاهرة التي تحت الدراسة فهو مجموع وحدات البحث التي يراد منها الحصول على بيانات.²

فعملية تحديد مجتمع البحث الذي يتم منه إختيار عينة البحث عملية أساسية يقوم بها الباحث ، و في هذه الدراسة التي تسعى إلى معرفة مدى مصداقية التسريبات الإعلامية لدى النخبة الجزائرية (عينة البحث) مجتمع البحث هنا أو يمثل مجموعة أو فئة مهمة في المجتمع و هي " النخبة " و النخبة بدورها تحمل العديد من الوحدات الممثلة لمجتمع البحث الكلي، وقد تم اختيار الأساتذة الجامعيين لجامعة الجيلالي بونعامة كوحدات لمجتمع البحث الأصلي في هذه الدراسة .

6-2 تحديد عينة البحث :

العينة يقصد بها الجزء الذي تم اختياره من المجتمع، لتطبيق الدراسة عليه وفي الدراسات الإنسانية بما في ذلك دراسات الإعلام ، لا يتم اللجوء إلى اختيار عينة من المجتمع إلا في حالة تعذر تطبيق الدراسة على سائر أفراد المجتمع.³

(1) - أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، (ط،2)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص،ص 282،283.

(2) - علي معمر عبد المؤمن، البحث في العلوم الإجتماعية (الأساسيات و المناهج و التقنيات)، (ط،1)، دارالكتب الوطنية، ليبيا، 2008، ص،ص 148.

(3) - محمد بن عبد العزيز الحيزان، البحوث الإعلامية:أسسها ،أساليبها ،مجالاتها،(ط،2)، مطبعة سفير، الرياض، 2004، ص،ص 91،92.

و العينة هي فئة تمثل مجتمع البحث أو جمهور البحث، أي جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، أو جميع الأفراد والأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث.¹

وتتمثل عينة البحث في هذه الدراسة في مجموعة من الأساتذة الجامعيين لجامعة الجبيلي بونعامة، واعتمدنا في ذلك على أسلوب العينة القصدية بالنسبة لاختيار التخصصات: تخصص علوم الإعلام و الاتصال، وتخصص العلوم القانونية، ومجموعة أيضا العلوم السياسية .

حجم العينة: إن حجم العينة هو عدد العناصر التي تكوّن العينة²، ويتوقف حجم العينة المختارة على عدة اعتبارات ، أهمها ³:

1 - درجة تجانس المجتمع الأصلي .

2 - الاعتبارات المادية .

3 - عامل الزمن .

4. كما يتأثر حجم العينة ، بالمنهج المتبع و بأداة البحث التي ستجمع بواسطتها المعلومات ،وبنوع المشكلة موضوع البحث ، و الباحث الذي سيجمع المعلومات عن طريق المقابلة يحاول أن يختار عينة أقل عددا من باحث يجمع المعلومات عن طريق الاستمارة مثلاً .وبصورة عامة فكلما كبرت العينة المستخدمة في البحث كلما كان هذا أفضل و العبرة في

النهاية ليست للحجم فقط و لكن لمدى تمثيل العينة للمجتمع المبحوث تمثيلاً صحيحاً .

تم تحديد حجم العينة المبحوثة عن طريق العينة الطبقية بالتساوي ،وتعرف العينة الطبقية :تقسيم عينة البحث إلى فئات ،إذا كان مجتمع الدراسة لا يمتاز بخصائص متشابهة وقد يكون هذا التقسيم استناداً للسن أو الجنس أو الدخل على سبيل المثال ،حيث يتم اختيار

⁽¹⁾ - رجاء وحيد دويدري ، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العملية ،(ط،1)،دار الفكر ،بيروت ودمشق ،2000،ص،305.

⁽²⁾ - أنجوس موريس ،منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ،(ط،2)،دارالقصة للنشر ،الجزائر ،2006،ص،318.

⁽³⁾ - إبراهيم أبراش،المنهج العلمي و تطبيقاته في العلوم الإجتماعية ،(ط،1)،دار الشروق ،عمان ،2009،ص،247،246.

الجانب المنهجي

عينة من كل فئة استنادا إلى التقسيم، و يكون الاختيار بالطريقة العشوائية بحيث يمثل جميع فئات مجتمع الدراسة غير المتجانسة.¹

قد يكون المجتمع مكونا من مجموعات غير متجانسة ولتمثيل كل مجموعة من هذه المجموعات في عينة البحث، يقسم المجتمع إلى طبقات، بحيث تكون مفردات كل طبقة متجانسة بقدر الإمكان وتتوزع العينة على هذه الطبقات.²

وعليه تم تحديد حجم عينة البحث بالطريقة الطباقية بالتساوي، قسم الإعلام و الاتصال

وقسم العلوم القانونية و قسم العلوم السياسية. والتوزيع كان بالتساوي كالتالي :

التخصص	عدد الأساتذة	توزيع العينة بالتساوي
إعلام و اتصال	23	20
العلوم القانونية	59	20
العلوم السياسية	37	20

ملاحظة: عدد الأساتذة في كل تخصص هو مجموع بين أساتذة دائمين وأساتذة شبه دائمين.

(7) - منهج وأداة الدراسة :

7-1 منهج الدراسة : يقصد بالمنهج *méthode* في اللغة يعني الطريق الواضح، ونهج الطريق بمعنى أبانه و أوضحه ، ونهجه بمعنى سلكه بوضوح و إستبانته فالمنهج هو الطريق الواضح المستقيم والبين والمستمر، للوصول إلى الغرض المطلوب أو تحقيق الهدف المنشود.

والمنهج بمعناه الفني والعلمي و الاصطلاحي الدقيق يقصد به : "الطريق الأقصر

و الأسلم للوصول إلى الهدف المنشود".³

والمنهج كما عرفه موريس أنجرس : "هو مجموع الإجراءات و الخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة"، أما الباحث محمد زيان عمر فعرف المنهج بأنه : "فن التنظيم

(1) - نبيل أحمد عبد الهادي، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، (ط،1)، الأهلية للنشر و التوزيع، عمان، 2006، ص،263.

(2) - محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية و الاجتماعية، (ط،2)، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2003، ص،131.

(3) - ماثيو جدير ، منهجية البحث (دليل الباحث المبتدئ في موضوعات البحث ورسائل الماجستير و الدكتوراه، تر:ملكة أبيض، (د،ط)، وزارة الثقافة، دمشق، 2004، ص،ص،71،72.

الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة ، إما من أجل الكشف عن حقيقة مجهولة ، أو من أجل البرهنة على حقيقة لا يعرفها الآخرون " .¹

تنتهي هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية .وتعد هذه الأخيرة من الدراسات المهمة التي أسهمت بشكل كبير في التعرف على خفايا الموضوعات الإنسانية بشكل عام والإعلامية بشكل خاص ،بل إن بعض الباحثين يرون أن المعلومات التي حصل عليها الباحثون عبر هذا النوع من الدراسات يعود إليها الفضل في "بناء البنية التحتية العلمية للتخصصات التي تهتم بالمجتمعات و قضاياها " .وفي مجال الإعلام لقي أسلوب الدراسات المسحية رواجاً واسعاً في البحوث التي تهدف إلى التعرف على الجمهور ،حيث تم توظيفه في جمع معلومات قيمة تصف المجتمعات الكبيرة ،و إستطاع الباحثون عبر أدوات مقاييس جيدة التعرف على الاتجاهات و المواقف لدى أفرادها ، ولخاصيته تلك شاع إستخدام هذا الأسلوب في استطلاعات الرأي العام بشكل كبير.²

أما عن المنهج المستخدم في هذه الدراسة هو منهج المسح باعتباره المنهج الملائم و المناسب لمثل هذه الدراسات التي تسعى إلى جمع المعلومات و البيانات من المبحوثين حول مصداقية ظاهرة التسريبات كظاهرة جديدة في مجال الإعلام .

ويعرف المنهج المسحي بأنه "عبارة عن تجميع منظم للبيانات المتعلقة بمؤسسات إدارية أو علمية أو ثقافية أو اجتماعية . " ويعرف أيضاً: هو عبارة عن منهج وصفي descriptive،يعتمد عليه الباحثون في الحصول على بيانات و معلومات وافية و دقيقة ،تصور الواقع الاجتماعي و الحياتي ،و الذي يؤثر في كافة الأنشطة الإدارية ، الاقتصادية ،والتربوية ،و الثقافية ،و السياسية ،و العلمية ، و تسهم مثل تلك البيانات و المعلومات في تحليل الظواهر .³

(1) - أحمد بن مرسل ،مرجع سبق ذكره ،ص،ص،282،283.

(2) - محمد بن عبد العزيز ،مرجع سبق ذكره،ص،ص،91،92.

(3) - إبراهيم عامر قنديلجي ،منهجية البحث العلمي ،(د،ط)،دار اليازوردي العلمية للنشر و التوزيع ،عمان

،2012،ص،ص،120،121.

الجانب المنهجي

يعتبر منهج المسح جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات و معلومات و أوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث من العدد الحدي من المفردات المكونة لمجتمع البحث ،ولفترة زمنية كافية للدراسة ،وذلك إما بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات و المعلومات المطلوبة في مجال تخصص معين،أو تحديد كفاءة الأوضاع القائمة عن طريق مقارنة المعلومات التي تم الحصول عليها بمستويات أو معايير قياسية سبق اختبارها وإعدادها أو التعرف على الطرق و الأساليب و الممارسات التي اتبعت لمواجهة مشكلات معينة أو استخدام هذه البيانات الشاملة في رسم السياسات ووضع الخطط على أساس من الاستبصار الكامل بجوانب الموقف .¹

7-2 أداة الدراسة :

أداة البحث هي الوسيلة التي يجمع بها الباحث بياناته²، وتعرف الأداة أيضا "الأداة هي الوسيلة المستخدمة في جمع البيانات أو تصنيفها وجدولتها و هي ترجمة للكلمة الفرنسية technique ، وهناك كثير من الوسائل التي تستخدم للحصول على البيانات.³ فالمنهج المسحي يحتاج إلى الاستبيان في جمع المعلومات بالدرجة الأولى، وقد يستعين المنهج المسحي بالمقابلة أيضا كأداة لجمع المعلومات لوحدها منفردة، أو مكملة لوسيلة الاستبيان.⁴

وقد تم اعتماد أداة الاستبيان في هذه الدراسة ،قصد جمع البيانات والمعلومات حول الموضوع من المبحوثين.وتعرف وسيلة الاستبيان بأنها : "أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجرى تعبئتها من قبل المستجيب، ويكون المستجيب سيد الموقف.ويستخدم الاستبيان لجمع المعلومات بشأن معتقدات ورغبات

(1) - سمير محمد حسين ،دراسات في مناهج البحث العلمي (بحوث الإعلام)،(د،ط)،عالم الكتب ،القاهرة،2006ص 147.

(2) - رجاء وحيد دويدري ،مرجع سبق ذكره،ص،305.

(3) - علي معمر عبد المؤمن ،مرجع سبق ذكره ،ص،202.

(4) - إبراهيم عامر قنديلجي ،البحث العلمي و إستخدام مصادر المعلومات ،(ط،1)،دار اليازوردي للنشر و التوزيع،عمان ،1999،ص،149.

المستجيبين وكذلك الحقائق التي هم على علم بها ،ولهذا تستخدم الاستبيانات بشكل رئيسي في مجال الدراسات التي تهدف استكشاف حقائق عن الممارسات الحالية و استطلاعات الرأي و ميول الأفراد.¹

احتوت الاستمارة ايضا على مقياس لقياس مصداقية التسيريات من منظور عينة البحث. ويعرف المقياس scale-m بأنه "أداة قياس تحتوي على بنود تتعلق بالمواقف أو المعتقدات التي تعكس تركيباً مبطناً تجاه موضوع يتعلق بأحد المواقف أو المعتقدات.² يتسم هذا المقياس بالسهولة، البساطة والدقة و الموضوعية.³

وعليه تم بناء استمارة استبيان كأداة رئيسية للدراسة ،موجهة إلى عينة البحث أساتذة جامعة الجبالي بونعامة ،هذه الاستمارة مكونة من جزئين ،يحتوي الجزء الأول على مجموعة من الأسئلة حول مصداقية وسائل الإعلام و أسئلة حول التسيريات الإعلامية، أما الجزء الثاني من الإستمارة مقياساً خماسياً صمم وفق طريقة ليكرت .

صدق الأداة : و للتحقق من مدى صلاح أداة الدراسة استمارة الاستبيان و فقرات المقياس و البالغ عددها 30 عبارة ومن خمسة أبعاد ،فقد تم عرضها على مجموعة من الأساتذة المحكمين المتخصصين في الإعلام و الاتصال و العلوم القانونية ،حيث قمنا بتعديل بعض الأسئلة وإلغاء خمسة عبارات من المقياس حسب رأي المحكمين.⁴

(8)-الدراسات السابقة :

تعتبر خطوة أو مرحلة الدراسات السابقة في البحوث العلمية من المراحل المهمة باعتبار أن المعرفة هي نتيجة لتراكم معرفي مستمر و متواصل ،و البحوث العلمية هي نتاج لهذه التراكمات المعرفية التي تنتجها البشرية عبر كل الأزمنة و الأمكنة ،ويمكن الاستفادة

(1) - عبد الله عبود العسكري ،منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ،(ط،2)، دار النمير ،دمشق،2004،ص،172.

(2) - دون وستاكس و شانون ،قاموس العلاقات العامة القياس و البحث ،تر:علي دبكل العنزي ،(ط،3)،معهد العلاقات العامة ،2013،ص،28.

(3) - بلقاسم سلاطينية و حسان الجبلاني ،أسس المناهج الإجتماعية،(ط،1)،دار الفجر للنشر و التوزيع

،مصر،2012،ص،ص،40،

⁴-انظر الملحق رقم 1

الجانب المنهجي

من الدراسات السابقة خاصة الدراسات المتشابهة كالاستفادة من المنهج و أداة البحث والتعرف على الجوانب المتطرق إليها وتفادي الوقوع في نفس الدراسة السابقة، و الانطلاق من نتائج دراسات سابقة، وتسهيل فهم الموضوع بشكل سلس بعيد عن التعقيد .

الدراسة الأولى :- دراسة أريج عبد الفتاح البستنجي :ظاهرة ويكيليكس ،دراسة في الوثائق الأمريكية من وجهة نظر النخب العربية (الأردن ،فلسطين، أنموذجا)، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام ،جامعة الشرق الأوسط 2013-2014، هدفت الدراسة إلى معرفة أهمية المصدر المفتوح في الإعلام الجديد ،وتوضيح صورة أمريكا بعد نشر وثائق ويكيليكس ،إضافة إلى معرفة مدى تأثير المصدقية الأمريكية بعد نشر الوثائق و إنعكاس التسريبات الدبلوماسية الأمريكية العالمية .¹

وتمحورت مشكلة الدراسة حول أهمية المصادر المفتوحة في الإعلام الجديد عند النخبة الأكاديمية الإعلامية بعد نشر وثائق ويكيليكس و ما إذا أخلت هذه الوثائق بممارسة المهنة و أخلاقياتها .إعتمدت الباحثة على المنهج المسحي الوصفي ،لأنها تدخل ضمن مجال الدراسات الوصفية التي تقوم برصد و متابعة دقيقة للظاهرة بطريقة كمية و نوعية في فترة زمنية، و إستخدمت الباحثة في جمع المعلومات و البيانات على أداة الإستبانة كأداة رئيسية.

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة :²

1- أن المصدر المفتوح فك قيود الحرية، وموضوع التسريبات الإلكترونية أوجد نسقا من الأنماط المتجددة من العمل الإعلامي و الاتصالي، حيث يعتبر المصدر المفتوح مناجم من المعلومات وهي مكون أساسي من مكونات النظام السياسي و الاقتصادي، و التنافسي الذي يسود العالم .

2- تُؤكد نسبة 80% من الباحثين في الأردن و نسبة 60% بفلسطين على أن موقع ويكيليكس لا ينشر أي وثيقة قبل التحقق من مصدقيتها .

(1) - أريج عبد الفتاح البستنجي ،ظاهرة ويكيليكس :دراسة في الوثائق الأمريكية من وجهة نظر النخب العربية (الأردن ،فلسطين أنموذجا)،رسالة ماجستير في الإعلام ،جامعة الشرق الأوسط، 2013-2014 .

(2) - المرجع نفسه ،ص ،ص، 119-122.

الجانب المنهجي

3- فيما يخص تأثير مصداقية أمريكا و تزعزعها بعد نشر وثائق ويكليكس تمثل تأثر المصداقية الأمريكية بوصولها أعلى النسب ،وصلت إلى 90% في الأردن و 73.3% في فلسطين

4- أكدت نسبة 53.3% في الأردن وفلسطين بنسبة 44.8% يؤكدون على أن نشر الوثائق لا يخل بممارسة المهنة و أخلاقياتها .

5- وثائق ويكليكس أثرت على دبلوماسية أمريكا الإعلامية العالمية و أثرت على علاقاتها بالدول الأخرى بنسب عالية ،العينة في الأردن بنسبة 83.3% و في فلسطين بنسبة 73.3% .

الدراسة الثانية :دراسة طالب كبحول :مصداقية الصحافة الإلكترونية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين (دراسة ميدانية و تحليلية على عينة من وسائل الإعلام العربية و الجزائرية و الطلبة الجامعيين الجزائريين) ،أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام و الإتصال جامعة الجزائر 2015-2016 .هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى مصداقية وسائل الإعلام الإلكترونية التي عالجت ما يعرف بالحراك السياسي العربي، أو الإنتفاضات العربية التي إنطلقت من تونس سنة 2010 و إمتدت إلى مصر وليبيا و سوريا و اليمن و البحرين و التي أخذ بعضها طابع الصراع المسلح، وشمّلت الدراسة مجموعة من الصحف الإلكترونية و البوابات الإعلامية لأربع مؤسسات إعلامية هي الشروق أونلاين ،و العربية نت، و الخبر أونلاين و إضافة إلى تحليل مضمون لـ 3493 مادة إخبارية شملت مؤسستين إعلاميتين :هما الشروق أونلاين و الجزيرة نت للتعرف أكثر على مضامين و مصادر و إتجاه المادة الإخبارية.

وتمثلت إشكالية الدراسة كما يلي "ما مدى مصداقية الصحافة الإلكترونية العربية لدى الطلبة الجزائريين خلال مرحلة الحراك السياسي العربي؟

إستخدم الباحث منهج المسح الوصفي التحليلي ،سعيًا إلى وصف مصداقية الصحافة الإلكترونية و تحديد أبرز التحديات التي تواجهها .

أهم النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة :¹ من نتائج الدراسة الميدانية للدراسة : وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة المصداقية التي يعطيها أفراد العينة للصحف الإلكترونية المدروسة تعزى إلى الدوافع و الإشباعات المحققة لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين من خلال تصفحهم لتلك الصحف الإلكترونية و ذلك على النحو التالي ،وجود فروق دالة في إستخدام الصحف الإلكترونية لصالح فئة توفر لها الأنية بنسبة مئوية تقدر بـ 50.0 % .

أما بالنسبة لنتائج الدراسة التحليلية : أظهرت نتائج الدراسة التحليلية حسب الباحث مجموعة من النتائج لكلا من الوسلتين الإعلاميتين "الجزيرة نت" و "الشروق أونلاين" ركزت الجزيرة على مصطلحات محددة في معالجتها لما عُرِف بالحراك السياسي العربي ،أبرزها الإحتجاجات ، الأحداث ،المتظاهرين و البطالة و القتلى، المواجهات، العنف ،الثورة ،.....و هي مصطلحات تشير إلى الإنخراط الإيديولوجي لهذه الوسيلة و هي نفس المصطلحات المستعملة في الشروق أونلاين ، و هذا راجع حسب الباحث إلى عدم وجود يقظة إعلامية لدى هذه المؤسسة الإعلامية (الشروق أونلاين) .

- الإعتماد على المصادر الغامضة و المستترة من طرف "الجزيرة نت" في تغطيتها للأحداث خاصة في القصص الخبرية المعالجة للحالة الليبية ، حيث تم تداول حوالي 627 مصدراً مستتراً، بينما في الحالة المصرية 129 مصدراً غامضاً ، و في الحالة التونسية 94 مصدراً غامضاً ، و نفس الشيء بالنسبة للشروق أونلاين ،إعتمدت على المصادر المستترة في الحالة التونسية 12 مصدرً مستتراً أما في الحالة الليبية إعتمدت على 210 مصدراً مستتراً ، و الحالة المصرية 01 مصدر مستتر و في الحالة البحرينية 5 مصادر مستترة ، حسب الباحث في الحالة الليبية يرجع السبب إلى الغلق الممنهج الذي مارسه نظام القذافي إتجاه وسائل الإعلام العربية و العالمية .

(1) -طالب كيجول ،مصداقية الصحافة الإلكترونية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين (دراسة ميدانية و تحليلية على عينة من وسائل الإعلام العربية و الجزائرية و الطلبة الجامعيين)،رسالة دكتوراه في الإعلام و الإتصال ،جامعة الجزائر ،الجزائر ،2016،ص،ص،317،331.

الدراسة الثالثة: دراسة نائف مطلق فهد العتيبي: مصداقية الأخبار التلفزيونية لدى طلاب و طالبات جامعة الملك سعود (دراسة مقارنة بين القنوات التلفزيونية الحكومية و الخاصة)، رسالة ماجستير في الإعلام، 2007، جامعة الملك سعود. سعت هذه الدراسة إلى معرفة رأي شريحة مهمة من المجتمع السعودي و هم طلاب و طالبات جامعة الملك سعود، نحو مصداقية الأخبار التلفزيونية، و إلى معرفة العناصر المكونة لمفهوم المصداقية و ترتيب هذه العناصر لدى عينة البحث، طبقاً لأهمية كل عنصر و مقارنة المصداقية التي تحظى بها الأخبار التلفزيونية في القنوات الحكومية بالمصداقية التي تحظى بها الأخبار في القنوات الخاصة، لدى طلاب و طالبات جامعة الملك سعود. وكانت الإشكالية التي تمحورت حولها الدراسة كالاتي "ما مدى مصداقية الأخبار التلفزيونية لدى طلاب و طالبات جامعة الملك سعود؟. استخدم الباحث في دراسته المنهج المسحي، وهو ما يعرف بمسوح الجمهور إضافة إلى المنهج المقارن و ذلك لمقارنة المصداقية التي تحظى بها الأخبار في القنوات التلفزيونية الحكومية بنظيرتها في القنوات الخاصة، وإعتمد الباحث على أداة استبانة مقياس مكون من ستة أجزاء لقياس مصداقية الأخبار التلفزيونية.¹

أهم النتائج المتوصل إليها من خلال الدراسة:²

1- أن الأخبار التلفزيونية في القنوات الحكومية حظيت بدرجة مصداقية متوسطة، حيث بلغ المتوسط العام للمصداقية فيها 3.17 من خمسة وبالتالي فهي أقل مصداقية من الأخبار التلفزيونية في القنوات الخاصة، و بالتالي حظيت بمتوسط عام قدره 3.93 حيث كانت متوسطات عناصر المصداقية في القنوات الخاصة أعلى من نظيرتها في القنوات الحكومية و قد جاء عنصر الحرية في المرتبة الأخيرة كأقل عناصر المصداقية الموجودة في أخبار القنوات الحكومية.

(1) - نائف مطلق فهد العتيبي، مصداقية الأخبار التلفزيونية لدى طلاب و طالبات جامعة الملك سعود (دراسة مقارنة بين القنوات التلفزيونية الحكومية و الخاصة)، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الملك سعود، السعودية، 2007.

(2) - المرجع نفسه، ص 97، 101.

الجانب المنهجي

2- تميزت القنوات الخاصة بتفوق عنصر الحرية و هو ما إفتقدته القنوات الحكومية يليه عنصر القرب من مكان الخبر و عنصر الكفاءة المهنية .

3- أن الأخبار الرياضية و الأخبار العلمية هي أكثر الأخبار مصداقية ، بينما الأخبار السياسية و الأمنية و العسكرية كأقل الأخبار مصداقية .

4- أظهرت نتائج هذه الدراسة أن شهرة القناة تجعل أخبارها ذات مصداقية عالية ، و أن الأخبار التلفزيونية الموجهة للمجتمع المحلي تكون في الغالب أكثر مصداقية من الأخبار الموجهة للمجتمع الخارجي .

5- أن الأنترنت تحتل المرتبة الأولى كبديل إعلامي تلجأ إليه عينة الدراسة في حال عدم ثقتهم في الأخبار التي تقدم في التلفزيون و ذلك بنسبة 51.6% تليها الصحافة بنسبة 24.1% ، بينما جاءت الإذاعة في المرتبة الأخيرة بنسبة 6.6% .

الدراسة الرابعة: دراسة دينا أحمد عرابي و بسنت عبد المحسن العقبوي :مصداقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب (دراسة على عينة من الشباب السعودي) جامعة الملك سعود الرياض 2012 هدفت هذه الدراسة إلى قياس مدى مصداقية ما يعرض في مواقع التواصل الاجتماعي من أخبار أو صور أو فيديوهات سواء من مصادر إعلامية أو من خلال رصد نمط المضمون الخبري الذي يتعرض له الجمهور في المجتمع السعودي على المواقع الاجتماعية ، إضافة إلى مدى وعي الجمهور السعودي بمفهوم المصداقية للمضمون الخبري و العناصر المكونة له . وجاءت إشكالية البحث كالتالي . "ما مدى مصداقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب السعودي ؟.استعمل الباحث المنهج المسحي وذلك بإجراء مسح لعينة من الشباب السعودي في المرحلة العمرية من سن 18-35 سنة ، إضافة إلى المنهج المقارن لمقارن

الجانب المنهجي

بين طبيعة و مستوى مصداقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الاجتماعي و استخدمت في هذه الدراسة أدوات صحفية الاستقصاء و المقابلة لجمع المعلومات .¹ و من أهم نتائج الدراسة:²

1- صدق المعلومة الخبرية يعد أحد الأسباب الرئيسية في تعرض الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي .

2- تلعب سرعة مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الأخبار دوراً مهماً في التأثير على أسباب تعرض الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي و الاعتماد عليها كمصدر للأخبار .

3- جاء الدافع الخاص بتكنولوجيا الوسيلة نفسها بنسبة 20% كأحد أسباب الاعتماد عليها ، حيث أجاب الشباب السعودي بأن سرعة المواقع في نقل الأخبار هي أحد العوامل المؤثرة في تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي .

الدراسة الخامسة :وائل إسماعيل حسن عبد الباري :مصداقية المواقع الإخبارية على الانترنت و علاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري ، المؤتمر الحادي عشر لكلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 2005.

استهدفت هذه الدراسة معالجة العلاقة بين مصداقية المواقع الإخبارية على الانترنت و مستقبل الصحافة المطبوعة في مصر .وتمحورت الإشكالية حول مدى مصداقية المواقع الإخبارية على الانترنت .

استخدم الباحث المنهج المسحي في دراسته لعينة عمدية من الجمهور المصري المُستخدم للانترنت ، و تم الاعتماد على الاستبيان المقنن لوصف و تحليل خصائص مصداقية المواقع الإخبارية و كذلك استشراف مستقبل الصحافة المطبوعة.³

(1) - دينا أحمد عرابي و بسنت عبد المحسن العقباوي ، مصداقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب (دراسة ميدانية على عينة من الشباب السعودي ،(ورقة مقدمة في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام و الإيصال "الإعلام الجديد ..التحديات النظرية و التطبيقية "جامعة الملك سعود الرياض 16،15أفريل 2012).

(2) - المرجع نفسه ،ص،ص،12،11.

(3) - وائل إسماعيل عبد الباري ، مصداقية المواقع الإخبارية على الأنترنت و علاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري ،(المؤتمر الحادي عشر لكلية الإعلام)،جامعة القاهرة ،مصر،2005.

أهم نتائج الدراسة : 1

1- الاعتماد على المواقع الإخبارية من طرف مستخدمي المواقع للحصول على الأخبار منها.

2- يرى الجمهور نفسه أن هذه المواقع تتمتع بالمصداقية أكثر من الصحف المطبوعة، حيث أعرب 54.3% من مفردات عينة مستخدمي المواقع عن ذلك مقابل رفض 39.6% و امتناع 6.1% عن إبداء رأيهم .

3- أسفرت نتائج الدراسة عن كون المحتوى بنفس جودة محتوى الصحافة المطبوعة فضلاً عن ذلك لوحظ وجود علاقة إرتباطية إيجابية بين مستوى معرفة الجمهور لإستخدام الأنترنت و تشكيل الاتجاه نحو مصداقية هذه المواقع ، و قد تجلت هذه العلاقة من خلال تفاعل الجمهور مع هذه المواقع، و بالنسبة للجانب المستقبلي فقد تم رصد إتجاه سلبي و آخر إيجابي يتمثل في ازدياد استخدام المواقع الإخبارية و لكن لا يمكن الإعتماد عليها كلياً ، و بالمقابل ركز الاتجاه السلبي على قلة توزيع الصحف المطبوعة .

الدراسة السادسة : دراسة ريهام أحمد محمد الحبيبي : مصداقية المضامين الدينية الإسلامية في وسائل الإعلام الجديدة لدى الجمهور المصري (دراسة مقارنة) ، رسالة دكتوراه في الإعلام، جامعة المنصورة، مصر 2014. تمحورت هذه الدراسة حول معرفة آراء الجمهور المصري حول مصداقية المضامين الدينية الإسلامية التي تُقدم في وسائل الإعلام الجديدة بالتطبيق على المواقع الإسلامية، على شبكة الانترنت، و التعرف على إستخدامات الجمهور المصري لهذه الوسائل و مدى تعرضه لها ، ودوافع هذا التعرض و الإشباعات المحققة من هذا الاستخدام، و كذا التعرف على مدى إعتماد الجمهور المصري على المضامين الدينية الإسلامية بوسائل الإعلام الجديدة كمصادر للمعرفة الدينية . و حددت مشكلة البحث كالتالي : "ما مصداقية المضامين الدينية الإسلامية في وسائل الإعلام الجديدة لدى الجمهور المصري ؟".

(1) - المرجع نفسه ، ص، ص، 27، 30.

الجانب المنهجي

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي للحصول على البيانات و المعلومات المتعلقة بالظاهرة و في هذا الإطار استعملت أسلوب المسح لعينة من مستخدمي شبكة الانترنت، وتحديدًا مستخدمي المواقع الإسلامية وذلك للتعرف على طبيعة إستخداماته لهذه المواقع و الإشباعات المتحققة من هذا الاستخدام و دراسة تأثير عدد من المتغيرات (الاستخدام، الاعتماد، المتغيرات الديمغرافية، الانتماء إلى تيار فكري إسلامي محدد)، على تقييم الجمهور لمصداقية المضامين الدينية المقدمة بالمواقع الإسلامية على شبكة الانترنت.¹

أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة:²

- 1- أن المواقع الإسلامية على شبكة الانترنت كانت أهم مصادر المعرفة الدينية التي يعتمد عليها الباحثين، يليها الكتب الدينية، ثم البرامج الدينية على القنوات التلفزيونية.
- 2- أهم أسباب اعتماد الباحثين على هذه المصادر هي صدق معلوماتها، يليها سهولة الوصول لهذه المصادر، ثم تغطيتها لكافة القضايا الدينية المختلفة، و هو ما يشير إلى أن عنصر مصداقية المضمون له أولوية لدى جمهور الدراسة كأساس لاعتمادهم على هذه الوسائل كمصدر للمعرفة الدينية.
- 3- تفضيل الباحثين المواقع الإسلامية يرجع إلى الثقة في القائمين على هذه المواقع التي تعتبر من الانتماءات الفكرية و الدينية للباحثين.
- 4- أن استخدام المواقع الإسلامية على شبكة الانترنت قد حقق إشباعات متنوعة للباحثين ما بين إشباعات معرفية، كان أهمها الحصول على الفتاوى و الاستشارات الإسلامية يليه الحصول على الكتب و التسجيلات الإسلامية ثم التزود بالمعرفة الدينية.

(1) - ريهام أحمد الحبيبي، مصداقية المضامين الدينية الإسلامية في وسائل الإعلام الجديدة لدى الجمهور المصري (دراسة مقارنة) رسالة دكتوراه في الإعلام، جامعة المنصورة، مصر، 2014.

(2) - المرجع نفسه، ص 195، 190.

الفصل الثاني : مصداقية وسائل الإعلام و التسريبات الإعلامية

المبحث الأول : مصداقية وسائل الإعلام ووسيلة الانترنت

المبحث الثاني : التسريبات الإعلامية ومصادر المعلومات السرية

المبحث الثالث : الصحافة الاستقصائية و أخلاقيات المهنة الإعلامية

المبحث الأول : مصداقية وسائل الإعلام ووسيلة الانترنت .

تمهيد:

إن المصداقية هي مسألة حضارية و إنسانية قبل أن تكون مجرد قضية قانونية ، فالمصداقية تعد الخيط الرفيع و الفاصل بين القائم بالاتصال و الجمهور المتلقي . سنتناول في هذا المبحث موضوع المصداقية من تعريف و محدداتها ومستويات المصداقية وعناصرها وإلى مقاييس المصداقية . كما سنتناول في هذا المبحث موضوع الانترنت والفضاء المعلوماتي التي توفره هذه الأخيرة والمخاطر التي تعانيتها كفضاء مفتوح كالاختراق والتسريب المعلوماتي.

المطلب الأول :مصداقية وسائل الإعلام

(1) - مفهوم المصداقية

يعود الاهتمام بدراسة مصداقية وسائل الإعلام ،إلى نهاية الثلاثينات في الولايات المتحدة الأمريكية عندما شعر القائمون على صناعة الصحف بانصراف أعداد كبيرة من الجماهير، عم الاهتمام بقراءة الصحف و تزايد الإقبال على الراديو للحصول على الأخبار، و في الخمسينات ظهرت منافسة شديدة للراديو و الصحف من جانب التلفزيون، مما أدى إلى إعادة الاهتمام باختبار مدى تقدير الناس لمصداقية كل وسيلة: الصحف ، الراديو، التلفزيون، و قد برزت في بداية الستينات مصداقية التلفزيون أكثر من غيره من الوسائل و ذلك لزيادة انتشاره¹.

فقد شهدت فترة الستينات زيادة في الاهتمام بقضية المصداقية ، و أصبحت موضع تساؤل في الدوائر الأكاديمية و المهنية نتيجة ظاهرة هبوط الثقة في وسائل الإعلام، والتي أشار إليها المتخصصون بعبارة أزمة المصداقية *crédibilité crisis*. و كرد فعل لأزمة المصداقية شهد عقد الستينات و السبعينات ما سمي بالاتصالات البديلة و الإعلام المضاد ، و هما مصطلحان يشيران إلى مجموعة متنوعة جداً من الأوضاع ،مظهرها المشترك معارضة وسائل الإعلام الرسمية

⁽¹⁾ - بخيت السيد و آخرون ،الإعلام الإماراتي :الواقع و القضايا و الممارسات ،(د،ط)، دار الخليج للصحافة و الطباعة و النشر و مركز الخليج للدراسات ، الشارقة ، 2012،ص،138.

و المؤسسة تندرج تحتها مجموعات محلية، تعمم كسر احتكار نظم الاتصالات المركزية و الرأسية، بالإضافة إلى بروز أحزاب سياسية تهتم بأشكال متنوعة من أنشطة الاتصالات المعارضة.¹

أما الدراسات العربية فقد بدأت في نهاية ثمانينات الألفية الثانية إذ قدم محمد سيد محمد مقالاً عام 1987 تحت عنوان "كيفية قياس المصادقية في الإعلام العربي"²

في حين ظهر منافس آخر للتلفزيون بعدها مع ظهور شبكة الانترنت و تزايد الإقبال عليها حيث أنه مجرد وجودها أدى إلى خفض الثقة في التلفزيون، وبشكل عام يمكن القول بأن دراسات مصادقية مواقع الشبكة الدولية للمعلومات ساهمت في التعرف بشكل أو بآخر على فهم مدى إدراك الجمهور لمصادقية المعلومات التي يتم نشرها عبر الإنترنت، مما ساعد عقد المقارنات بين اختلاف إدراك الجمهور لمصادقية الوسائل التقليدية عن الحديثة.³

مفهوم المصادقية

يخلط العديد من الباحثين بين الصدق و المصادقية فالصدق هو النقل الواقعي للأحداث دون تهويل أو تهوين أو تحريف، و ضده الكذب، و الصدق أساس من أسس الإعلام الإسلامي، فيجب أن يتحرى الصدق، وهذا الصدق الإعلامي يتطلب أموراً، أولهما و أهمها التحري والتثبت من الأخبار، و ثانيهما الصدق في نقل الخبر، و ثالثهما صدق النية أي الهدف و القصد من نقل

(1) - محمد حسام الدين ، المسؤولية الاجتماعية للصحافة ، (ط1)، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 2003 ، ص ص، 22،23.

(2) - حمدان خضر و خضير عباس ضاري الموسوي ، مستويات مصادقية الصحافة في إطار النموذج البنائي للمصادقية ، (مجلة الباحث الإعلامي)، العدد :31، جامعة بغداد ، كلية الإعلام ، 2016، ص، 169.

(3) - بخيت السيد و آخرون ، الإعلام الإماراتي :الواقع و القضايا و الممارسات ،مرجع سبق ذكره ،ص، 139.

الخبر، و الصدق لا يكون في نقل الخبر و تحريه و عرضه ولكن في تحليل الخبر أيضاً واستخلاص النتائج¹.

فللصدق مواطن عديدة، قد يُصدَقُ فيها و قد يشاع فيها الأكاذيب و الشائعات ، فكل مجال من الصدق يوضع معناه من خلال مفهومه فمنها²:

صدق الخبر: و هو أمر مهم في ثقة الناس و كسبها، أي: إن الخبر المذاع ملتزم بالواقعة فلا يغير من الحقيقة شيئاً .

صدق الكلمة: فالكلمة الصادقة هي التي تنقل معلوماتها بغير تقصير ، و بغير دلالات توحى بأهداف خبيثة ، فيجب أن يكون اختيارها مراعى فيه الأسلوب الإسلامي في الدعوة و الإعلام وهو بعيد عن اللفظة الرخيصة، و اللغة الحادة المبتذلة .

صدق الحكم: إذا كان الخبر صادقاً و الكلمة أيضاً فلا بد للحكم أن يكون صادقاً ، فالحكم يعني: اتخاذ موقف من الخبر رفضاً أو قبولاً فعلى إعلامي النهضة أن يتوخى التفسير الصحيح للوقائع بغير هوى ، و عرض الوقائع بدقة ، و الدعوة إلى الصدق و القول السديد و ذلك تفادياً لما يترتب على ذلك من أضرار جسيمة ، كأضرار اجتماعية و عقلية في عملية الاتصال .

ظل مفهوم المصداقية منذ الستينات و حتى الثمانينات يمثل في الدراسات الأمريكية أحد أهم الفروض العلمية التي استحوذت على انتباه الباحثين و الجماهير معاً ، حتى تزايدت الشكوى من تناقص المصداقية و فقدان الثقة لدى القارئ و ضعف التواصل بين الصحف و القراء، وكانت الخطوة الأولى نتيجة لذلك هي تزايد الاهتمام بدراسات المصداقية بهدف الوصول إلى مفهوم محدد لها، ففي الستينات و السبعينات طرحت الدراسات الأمريكية مفاهيم غير واضحة و غير دقيقة

(1) - سمير بن جميل راضي ، الإعلام الإسلامي رسالة و هدف ، كتاب يصدر عن رابطة العالم الإسلامي ، العدد :172، السعودية ، 1417، ص ص ،69،65.

(2) - علي عبد الفتاح كنعان ، الإعلام و المجتمع ، (د، ط) ، دار اليازوردي العلمية للنشر و التوزيع ، عمان ، 2014، ص ص ، 91،92.

نظراً لارتباطها بمعيار الثقة trustworthiness عند الجمهور، و الخبرة expertise لدى القائم بالاتصال ثم انطلق بعد ذلك بعض الباحثين إلى تحديد معايير أخرى مثل: الأمان، النوعية أو الجودة أو الخبرة المعرفية، الدقة، العدل، الإنصاف، الاكتمال، و لذلك فإن الدراسات التي توصلت إلى هذه المفاهيم رصدت غموضاً واضحاً في تصورات الجمهور نحو المصداقية والدرجة التي يفرقون بها بين أداء و مصداقية وسائل الإعلام المختلفة، وأشارت إلى أن المصداقية مفهوم متعدد الأبعاد.¹

و في الثمانينات شهدت المصداقية مفاهيم أكثر وضوحاً و أكثر دقة ،حيث قام سيسيل جازيانو وكريستين ماكجراث في عام 1986 بقياس مفهوم المصداقية على وسيلتي الصحافة و التلفزيون مع طرح العديد من الأسئلة حول مصداقية وسائل الإعلام بشكل عام و ذلك من خلال دراسة مبدئية على الجمهور الأمريكي و قد توصلت هذه الدراسة إلى مفاهيم متعددة من أهمها (العدل، الحياد، الدقة، احترام عقول الناس، مراعاة اهتمامات الجمهور، الشمولية)و أهم ما يلاحظ على هذه المفاهيم أنها لم تهتم بمصداقية المصدر و لكنها ركزت بوضوح على مصداقية المضمون الصحفي (العدل - الحياد-الدقة-الشمولية- الواقعية)، كما ركزت على مصداقية القائم بالاتصال (احترام عقول الناس -مراعاة اهتمام الجمهور -مراعاة الأخلاقيات العامة-مدى كفاءة المحرر -الاهتمام بأفكار الجمهور).²

و عرفت المصداقية بأنها متغير من الإعلامي إلى المستفيد، و يرى بيرلو: بأن المصداقية هي وضع أبعاد لتقييم مصادر الرسالة الإعلامية³. و في تعريف آخر المصداقية هي بناء معقد ومتعدد الأبعاد.⁴ تعني الصدقية أو المصداقية من وجهة نظر بعض الباحثين، الثقة في الوسيلة

(¹) - عزة عبد العزيز ، مصداقية الإعلام العربي (المفاهيم ،المعايير) ، (ط،1) ،العربي للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2006 ، ص،19.

(²) - المرجع نفسه ،ص ص 19،20.

(³)-wolfgang schweiger,media credibility –Experience or Image?European journal of communication 15(1).p 39.

(⁴) - Guy j.Golan ,new prespectiveson media credibility Research,American Bhavioral scientist 54(1).p03.

أو إمكانية التعويل أو الاعتماد عليها . و يراها آخرون أنها تعني احترام الوسيلة، و تفضليها مصدرًا للمعلومات والآراء مقارنة بغيرها من الوسائل .

وأخر يعتقد أنها تعني رضا الجمهور عن أداء الوسيلة، و هنا تجدر الإشارة إلى أن رضا الجمهور عن أداء الوسيلة لا يشير ضرورة إلى صدقيتها أو جدارتها بالثقة، إذ أن هناك الكثير من وسائل الإعلام تسعى إلى إرضاء جمهورها و النزول عند رغباته بغض النظر عن نوع المضمون الذي تقدمه له، إنطلاقاً من مقولة (أعط الجمهور ما يريد)، بغير محاولة جادة منها إلى الارتقاء بذائقة الجمهور¹.

فالمصدقية إنما ذلك الإقتناع الذي يتولد لدى المشاهد أو المتلقي بأن ما يشاهده أو يستمع إليه قريب جداً من الواقع و صادق أكثر من كونه متحيزاً².

حاول فوج Fogg وضع تعريفا للمصدقية و أكد على أن المصدقية تعني درجة الثقة التي يمنحها الأفراد لأشخاص معينين أو لمعلومات ما، وأضاف أن هناك عنصران أساسيان في توضيح مفهوم المصدقية و هما كالتالي :

العنصر الأول: هي أن المصدقية هي إدراك النوعية فهي لا يكمن في موضوع أو شخصية معينة أو معلومة لذلك حينما تتم مناقشة مصداقية شيء ما فإنه في الواقع تتم مناقشة مدى إدراك الأفراد لمصداقيتها .

العنصر الثاني فقد اتفق العلماء على أن إدراك المصدقية ينتج على تقسيم مجموعة من الأبعاد المركبة معاً بشكل متزامن³.

(1) -هادي رواء الدهان ،وسائل الإعلام و مستويات الثقة ،(ط،1)،دار أسامة للنشر و التوزيع ،عمان ،2013،ص،56.

(2) - مركز الإمارات للدراسات و البحوث الإستراتيجية ،الإعلام العربي في عصر المعلومات ،(ط،1)، الإمارات العربية المتحدة، أبو ظبي ، 2006،ص،392.

(3) - بخيت السيد و آخرون ،مرجع سبق ذكره ،ص137.

قامت الباحثة عزة عبد العزيز بتحديد المؤشرات المكونة لمفهوم المصداقية فحددها فيما يلي¹:

- 1- معالجة القضايا التي تمس مصالح و اهتمامات الجمهور "اهتمامات الجمهور".
 - 2-الإلمام بكل عناصر الموضوع " الشمولية " .
 - 3-تعددية أبعاد كل عنصر من العناصر المكونة للموضوع "تعددية الأبعاد " .
 - 4-عرض وجهتي النظر "تعددية الاتجاهات " .
 - 5-التوازن في عرض أبعاد وعناصر الموضوع و كذلك التوازن في عرض وجهات النظر "التوازن".
 - 6-الاستناد إلى أدلة كالوثائق والوقائع و النصوص الدينية و المنطق و غيرها من الأدلة المختلفة " التنوير " .
 - 7-عدم الاستخفاف بعقول القراء " التنوير " .
 - 8-فصل الرأي عن المعلومات و الوقائع " التنوير " .
 - 9-الموضوعية و التجرد من الأهواء الشخصية "الموضوعية " .
 - 10-الوضوح في الآراء و الاتجاهات و أساليب العرض " الوضوح " .
 - 11-الصراحة والشجاعة في إبداء الآراء أو الموقف " التنوير " .
 - 12-الاتساق في المواقف و والآراء " التنوير " .
 - 13-الدقة في إثبات المصادر و التواريخ و الأسماء و الأرقام و الإحصاءات "الدقة".
 - 14-الثقة في الصحيفة و مصادرها " الثقة " .
- كما تعني المصداقية في الصحافة و الإعلام معنيين²:

(1) - عزة عبد العزيز ،مرجع سبق ذكره ، ص84.

(2) - بسام عبد الرحمان المشاقبة ،أخلاقيات العمل الإعلامي ،(ط،1)،دار أسامة للنش و التوزيع ،عمان ،2012،ص 131،132.

الأول: المصداقية بالنسبة للقارئ و تعني مدى الدقة أو دقة المعلومات و صحتها و مدى موضوعية صاحب الرأي فيها لأن الخبر معيار الدقة و الرأي معياره موضوعية الكاتب و صاحب القلم، كما و يشمل مدى التغطية الصحفية في عرض و تقديم مختلف جوانب الحقيقة ،وبمعنى أنه من الممكن أن تقتصر بعض الصحف في تغطيتها للأخبار على ما يجري في بلاد أخرى وتسكت عما يجري في بلادها.

الثاني: مصداقيتها بالنسبة إلى صانع القرار أو مصدر الأخبار حيث تعني القدرة على معرفة ما يجري بالنسبة للشعب أو الجمهور أو المستهلك أي إلى مدى يستفيد صانع القرار من انعكاسات ما يجري في الصحف في إصدار قراره، وهل يأخذ ما رآه و يضعه بالاعتبار أم يعده مجرد شوشرة و نقد مغلوط ؟.

و من جهة أخرى و في ذات السياق فإن مصداقية الصحافة يقع تحت مظلتها ما يلي ¹:

- * التوازن في عرض الرأي و الرأي الآخر أثناء التغطية الصحفية الشاملة .
- * الدقة في مراجعة المادة الصحفية قبل نشرها بحيث تصبح الدقة من السمات الواضحة للأحداث.
- * وضوح الأفكار و الاتجاهات في الموضوعات و القضايا والأشخاص والأحداث.
- * إسناد الكلام لمصدره مع الثقة في هذا المصدر .
- * محاولة التجرد من العمل لصالح جهة بعينها، وعدم تبني وجهة نظر تلك الجهة وعدم إغفال أو تجاهل وجهات النظر الأخرى .
- * عدم إخفاء أو حجب أي معلومة عن القارئ .
- * الأمانة والعدل في نقل الأخبار للناس .

¹ - المرجع نفسه ،ص، 132

* تعدد المصادر و مراعاة الصحفي لضميره .

* تقديم الحقيقة و تأكيدها من خلال إظهار الباطل ومن هنا فإن الحصول على ثقة القارئ هو أساس الصحافة الجيدة، و يجب بذل كل جهد ممكن لضمان أن يكون المحتوى الإخباري للصحيفة دقيقا و خاليا من أي انحياز في نطاق الموضوع، وأن تغطي القصة الإخبارية جميع الجوانب و تنشرها بعدالة .

(2) - محددات المصداقية و العوامل المؤثرة فيها

إن الذي يبحث عن مشكلة الصدق في الإعلام سوف يواجه أمران كما عبر عن ذلك المفكر "هارولد لاسكي" أكد أن من يبحث مشكلة الصدق في الإعلام في المجتمع الحديث يواجهه أمران¹: أولهما، تعقد هذه المشكلة ، وثانيهما أن جمع الأخبار و نشرها عمل يراعى فيه العرض الموضوعي للوقائع، والأخبار سرعان ما تصبح دعاية عندما تتمكن مادتها من التأثير في السياسة، كما يميل مضمون الأخبار في المجتمع الحديث المتفاوت إلى فائدة من بيدهم مقاليد السلطة الاقتصادية .

لقد تناقصت مصداقية وسائل الإعلام خلال التسعينات من القرن الماضي، حيث أكدت استطلاعات الرأي العام أن الثقة في وسائل الإعلام قد تناقصت، حيث أكدت هذه الاستطلاعات أن أعداد متزايدة من الجمهور أصبحوا لا يصدقون الصحافة و لا يتقنون في المعلومات التي يحصلون عليها من وسائل الإعلام، يحدد الباحثون "ميريل و بلاك و بريانت العوامل التي أدت إلى تناقص مصداقية وسائل الإعلام وهي ما يلي :²

- عدم حساسية الصحفيين و غرورهم و سلوكهم السيئ أحيانا .
- عدم الدقة وعدم الشمول في تغطيتهم للأحداث و الممارسات المهنية السيئة .

(1) - عبد الرحمان عزي و آخرون ، العرب و الإعلام الفضائي ، (ط،1)، مركز دراسات الوحدة العربية ،بيروت ،2004،ص،71.

(2) - عيسى محمود حسن ، الصحافة الإستقصائية مهنة المتاعب و الأخطار ،(ط،1)،دار زهران للنشر و التوزيع ، عمان ، 2012.ص،ص 61،62.

- اعتماد الصحفيين بشكل مكثف على المصادر المجهولة ،غير المحدد.
 - عدم رضا الجمهور عن انتهاك وسائل الإعلام لحق المواطنين في الخصوصية .
 - عدم حساسية وسائل الإعلام لأراء الجمهور و شكواهم .
 - إحساس الجمهور بأن الصحفيين أصبحوا جزءاً من طبقة النخبة الليبرالية .
- و يشير خبراء وأساتذة الإعلام إلى أن مصداقية وسائل الإعلام تتأثر بعدد من العوامل، من

أبرزها مايلي:¹

- 1- الأطر الإيديولوجية و المتغيرات السياسية و الاقتصادية و الثقافية .
- 2- أنماط وأساليب ممارسة وسائل الإعلام .
- 3-مكانة النظام الاتصالي - أي وسائل الإعلام - بوصفه نظاماً فرعياً sub-system في منظومة الأنظمة المختلفة المكونة للنظام المجتمعي .
- 4-الالتزام الموضوعي و المعنوي بأخلاقيات المجتمع و احترام ديناميات تطوره فكرياً و ثقافياً .
- 5-التفسيرات النسبية لمفهوم الصدق و الصحة و الأمانة الإعلامية .
- 6-التباين الثقافي بين الدول المختلفة .
- 7-الجدل حول دور وسائل الإعلام في المجتمع بمعنى اقتصار هذا الدور على عكس الواقع الاجتماعي أي أن تكون تلك الوسائل مرآة للواقع أم أن المحررين الإخباريين يقدمون الواقع للجمهور في ضوء تحيزاتهم و ميولهم و مواقفهم الشخصية المسبقة .

ومن المحددات الأساسية الأخرى عدم تقديم معلومات كاملة و جيدة في عرض وجهات النظر جميعها حول موضوع مثير للجدل و تقديم معلومات غير كافية و تعميم على بعض القضايا

¹ -) خالد صلاح الدين حسين علي ،مستويات مصداقية وسائل الإعلام المصرية لدى الجمهور ، (المجلة المصرية لبحوث الإعلام)، العدد 26،جامعة القاهرة ،كلية الإعلام ، يناير -مارس ،2006،ص،127.

و في بعض الأحيان تتخذ الصحافة من نفسها منبراً لتبادل الملاحظات و النقد، وإن جهة التمويل ستؤثر على مصداقية الصحيفة عن طريق الأخذ بآراء الممولين فقط، مع إعطاء فسحة ضيقة للآخرين على اعتبارات خاصة، وأخيراً من العوامل التي تحد من المصدقية هي العوامل البيولوجية و العوامل المكتسبة الأخرى و كذلك نوع نظام الحكم يؤثر بشكل أو بآخر على المصدقية، و مثلث أزمة المصدقية هو: وسائل الاتصال، الجمهور مؤسسات المجتمع و الحكم أي خلل في أحدهما يؤثر على المصدقية.¹

وقد إتفق مجموعة من الباحثين الذين أجروا دراسات حول مصداقية الوسائل الاتصالية على وجود مجموعة من المحددات للمصدقية أطلق عليها اسم "دليل المصدقية"، و قد تضمنت هذه المحددات إدراك الأفراد لأداء الوسائل الإعلامية

في الأبعاد التالية: مدى إمكانية الثقة فيها، العدالة في تغطية الأخبار، الدقة في التغطية الإخبارية ، الموضوعية ، الحرص على ذكر تفاصيل ،عدم خلط الرأي بالخبر، عدم اختراق خصوصيات الأفراد، تغطية الحدث بالكامل،عكس الاهتمام بمصالح المجتمع، وجود مراسلين مدربين.²

(3)-مستويات المصدقية

قدمت النظرية الإعلامية الإسلامية ثلاث مستويات للصدق هي :

- 1- صدق الأفعال :ويمثل الجانب الظاهري للعمل .
- 2- صدق الأقوال :و يعني أن القائم بالاتصال لا يقول إلا صدقاً، و هذا النوع من الصدق يهدي إلى البر كما يقول الحديث الشريف يهدي إلى الجنة، وإن الرجل ليصدق حتى يكتب عند الله صديقاً.

(1)- حمدان خضر و خضير عباس ضاري الموسوي ،مرجع سبق ذكره ،ص،187.

(2)- بخيت السيد و آخرون ، الإعلام الإماراتي :الواقع و القضايا و الممارسات مرجع سبق ذكره ،ص،140.

3- الصدق الذاتي : أي الصدق في النيات، و ترجع أهميته إلى أنه يسبق العمل، و يجعل الفرد بقلبه و قلبه مع هذا العمل، و هذا يعني طيب باطن الفرد، وأنه ليس ما يخفيه ¹.

ومن جانب آخر وضع schweiger مستويات مختلفة يمكن أن تسهم في جميعها في تفسير إدراك المصداقية لوسائل الاتصال، و قال بأنه من المفترض أن المصداقية التي تعزو لأحد هذه المستويات تتفاعل بقوة وترتكز بشدة على المستويات الأخرى .

يأتي في المستوى الأول القائم بالاتصال بمفهومه الواسع ،حيث يقوم الأفراد بتقييم مصداقية القائم بالاتصال على أنه يحظى بدرجات متفاوتة من هذه المصداقية (كبيرة - صغيرة) و قد يكون القائم بالاتصال المذيع أو مقدم النشرات الإخبارية أو الصحفي أو المرسلين أو المحررين أو كتاب المقالات ...و غيرهم ².

في حين أنه يأتي في المستوى الثاني مصدر الحدث أو ناقل الرسالة، و قد يكون ناقل الرسالة هذا فرد أو مؤسسة أو شخصية سياسية قد تقوم بتقديم المعلومات على شكل تصريحات ،..حيث أن الرئيس الذي قد يظهر في مقابلة تلفزيونية قد يقيمه الجمهور على أنه يتمتع بدرجة كبيرة أو منخفضة من المصداقية .

أما المستوى الثالث فتأتي وحدة تحرير الأخبار أو الوحدات المنتجة ،حيث أنه يمكن في هذا المستوى أن يحكم الشخص على مصداقية برنامج تلفزيوني أو إذاعي بأكمله، أو فقرة إخبارية أو مقال صحفي في جريدة أو في أحد مواقع الانترنت فقد يدرك الفرد أن مضمون تلك الرسائل الاتصالية تفتقد المصداقية على الرغم من إدراكه أن القائم بالاتصال عالي المصداقية .

و المستوى الرابع يختص بمنتج الرسالة الإعلامية الذي قد يكون شبكة تلفزيونية كبيرة مثل: بي بي سي، أو صحيفة كبيرة مثل لوموند الفرنسية، أو عدد من المجالات الشهيرة والمواقع

(1) - محمد منير حجاب ، الإعلام الإسلامي المبادئ، النظرية، التطبيق ،(ط،1)، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة 2002،ص،45.

(2) - السيد بخيت و آخرون ،مرجع سبق ذكره ،ص ،137.

الإلكترونية المعروفة، فإن تميز مصادقية هذه الصحف أو الشبكات المعروفة قد تضيي نوعاً من التشابه بينها وبين مصادقية ما يذاع أو ينشر بداخلها من أخبار و مضامين .

و في المستوى الخامس يكون الإنتاج الإعلامي المحدد أو ما يختص بأنماط الملكية الخاصة بالوسيلة الإعلامية (عامة - خاصة) و طرق تمويلها، أو النظم و طرق تمويلها، أو النظم الفرعية للوسيلة الإعلامية، كما يقصد به كل ما يرتبط بكل من توجه الوسيلة و طبيعة ملكيتها، و هي تتوافق في المضمون والنظام المؤسسي مع النظم الرئيسية مثل التلفزيون الحكومي والخاص، و صحف الإثارة والصحف الرسمية، حيث أنها تكون متأثرة بتوجه نمط الملكية الخاصة بها. وفي المستوى السادس والأخير يمكن للشخص فيه أن يقيم المصادقية العامة لكل وسيلة بشكل منفصل و يمكنه الحكم عليها مثل التلفزيون أو الراديو أو الصحافة أو المجلات أو الانترنت¹.

4- عناصر المصادقية لوسائل الإعلام

تتطلق عناصر المصادقية الإعلامية و الصحفية من ما يلي :

أولاً: مصادقية المحرر أو القائم بالاتصال (المصدر)

الكل يعلم أن مصادقية المصدر تعتبر عاملاً أساسياً في الاتصال و لقد تصور أرسطو أن مصادقية الخبر تتكون من ثلاثة أبعاد (الشخصية و الكفاءة و الحماس) وعادة ما تتمركز هذه الأبعاد الثلاثة في قلب العديد من التقاليد البحثية، فهذه الخاصية المهمة للمصدر تتضح من محتوى الرسالة وهناك دليل علمي على أن تقرير المستقبل لمصدر الرسالة يؤثر على المردود الشامل للرسالة².

عرفت المصادقية بأنها المدى الذي يتم فيه رؤية المصدر على أنه يعرف الجواب الصحيح كخبير و المدى الذي يتم فيه الحكم عليه بناءً على أنه يتصل مع الآخرين بدون تحيز كموضوع ثقة وقد عدها "ألكسيس تان" واحدة من ثلاث عوامل (المصادقية، الجاذبية، السلطة) تجعل المصدر

¹ - السيد بخيت و آخرون ، مرجع سبق ذكره ،ص،138

² - ماكس ماكومز و لانس هولبرت و آخرون ، ،الأخبار و الرأي العام ، تر:محمد صفوت حسن أحمد (ط،1) ،دار الفجر والدار الجزائرية للنشر و التوزيع ،القاهرة ،الجزائر ،2012،ص،53.

المتصل مؤثراً في إقناع الجمهور حيث تؤدي مصداقية المصدر إلى تفاعلنا الداخلي مع الأفكار الجديدة و تؤدي جاذبية المصدر إلى التقمص و تؤدي القوة (السلطة /النفوذ) إلى الإذعان.¹

لخص ألكسيس تان ALEXIXTAN العوامل التي تجعل المصدر /المتصل مؤثراً في إقناع جمهوره و قد تحدث عن ثلاثة عوامل أساسية هي: المصداقية Crédibilité والجاذبية Attractivness، والسلطة (القوة و النفوذ) power.

أ- المصداقية: تشير معظم نتائج البحوث إلى درجة الارتباط العالية و الوثيقة بين المصدر والثقة من جانب الجماهير، ودرجة الاستقبال و التصديق التي تلقاها الرسالة التي يقدمها هذا المصدر، و ترتبط هذه النتائج بما يسمى "بمصداقية المصدر" أو قابلية المصدر للتصديق أو الثقة فيه و التي تشير في مجملها إلى أن الرسائل الاتصالية التي يتم بثها من مصادر عالية التصديق تزيد من درجة إقناعية الرسالة. ويعتمد قياس مصداقية المرسل أو القائم بالاتصال على عنصرين أساسيين هما: الخبرة (Expertise) و زيادة الثقة في القائم بالاتصال Trustwarthiness، ويفسر مفهوم الخبرة بمدرجات المتلقي عن معرفة المصدر للإجابة الصحيحة عن السؤال أو القضية المطروحة و موقفه السليم منها، وهذه تعتمد على: التدريب، التجربة والقدرة، والذكاء، الإنجاز المهني، و المركز الاجتماعي. و الشخص الخبير هو الذي يملك المعلومات الصادقة والحقيقة عن الموضوع الذي يتحدث فيه أو يناقشه مع المتلقي.²

ويشير عنصر الثقة أيضاً، إلى تصور المتلقي عن القائم بالاتصال بأنه يشارك في الاتصال بشكل موضوعي و بلا تحيز، ذلك أن المصدر الموثوق فيه هو ذلك الذي يقدم معلومات صحيحة وموضوعية لما يجري في الواقع و من ثم فإن هذه المعلومات يمكن تصديقها، و المسألة هنا تبقى رهناً بتصورات المتلقي بشأن موضوعية الوسيلة أو القائم بالاتصال، بأنه يقدم رسالته بشكل موضوعي و متوازن و غير متحيز، وأنه يقدم الحقيقة كاملة كما حصلت في الواقع بلا زيادة أو

¹ - عيسى محمود الحسن ، مرجع سبق ذكره ،ص،59.

² - رحيمة الطيب عيساني ،مدخل إلى الإعلام و الإتصال المفاهيم الأساسية و الوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، (ط،1)، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع و جدارا للكتاب العالمي ، عمان ،2008،ص ص،17،72.

نقصان¹. وأن يكون المصدر أو المرسل موضع ثقة عند المستقبل ذلك أن هذه الثقة هي الأساس الذي يبني عليه المستقبل تصديقه الرسالة والمعيار هنا ليس الثقة المطلقة و لكن المعيار الحقيقي هو ما يتصوره المستقبل نفسه بصرف النظر عن الدافع، فقد أجريت عدد من الدراسات حول تأثير المرسل أو المصدر على المستقبلين ومن بين هذه التجارب العلمية التي أجراها "هوفلاند ووايس" Hovland & Weiss، اختار مجموعتين تعرضت لمصدر أقل ثقة به إلى حد كبير، أما المجموعة الثانية فقد تعرضت لمصدر أقل ثقة به من الأولى بكثير، و أثبتت هذه التجارب أن المصدر الموثوق به تستطيع الاقتناع بوجهة نظره إلى درجة تبلغ ثلاثة أضعاف ونصف من تلك الدرجة التي يبلغها المصدر أقل ثقة، ومن ذلك نستنتج أن المصدر الموثوق به ذو المكانة الرفيعة العالية يستطيع أن يؤثر في المستقبلين أكثر من غيره².

و المعيار كما سبق القول ليس الثقة المطلقة، و لكن ما يتصوره المستقبل نفسه و فكرته عن المصدر، فقد عرضت نشرة عمالية على بعض العمال و بالرغم من أن النشرة صادرة عن نقابتهم فقد قال لهم الباحث أنها من وضع بعض رجال الأعمال و أصحاب المشروعات الصناعية و في الحال حكم العمال على هذه النشرة بأنها متعالية و متعطسة و تحتوي على بيانات خبيثة تؤدي إلى السيطرة على العمال، و نستنتج أن العمال كان حكمهم على النشرة من حيث مصدرها و ليس مضمونها، و ليس مصدرها الحقيقي بل مصدرها المزعوم³.

وقد أجريت عدة دراسات لاختبار المصداقية، و منها دراسة "هوفلاند ووايس" في عام 1953، التي جاء فيها أن إمكانية تغيير الاتجاهات ترتبط طردياً مع درجة المصداقية، و أن التغيير في الاتفاق مع القائم بالإتصال عبر الزمن يميل إلى التزايد مع الدرجة العالية بينما لا تؤثر درجة المصداقية في القدرة على إستعادة الرسالة. كما أشارت دراسة "كيلمان و هوفلاند" عام

¹ - رواء هادي الدهان ، مرجع سبق ذكره، ص، 55.

² - محمد سيد فهمي ، تكنولوجيا الإتصال في الخدمة الإجتماعية، (د،ط)، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، 2006، ص، 89.

³ - المرجع نفسه ، ص، 89، 90.

1953 إلى ارتفاع درجة الاتفاق مع القائم بالاتصال مع درجة المصداقية، إلا أنه في السبعينات من القرن الماضي فقد أجريت دراسات لاختبار علاقة المصداقية بدرجة الإقناع، ومنها دراسة "جليج وجرينوالد" (Gillig Green) عام 1974، التي اهتمت بالتأثير الساكن، ذلك أن التأثير الساكن يحدث حسب هوفلاند وويس عندما يظهر للرسالة الصادرة من القائم بالاتصال منخفض المصداقية تأثير إقناعي كبير بعد مرور وقت على التعرض المبكر أو الأصلي، وقد رأى الباحثان أن هذا التأثير حدث بعد مرور الوقت كان نتيجة عناصر مضافة و ليس أشخاص مضافين، ولم يلاحظوا تزايداً في الموافقة عبر الزمن على الدرجة الأقل كما لاحظوا تناقصاً على الدرجة الأعلى بذلك لم تقدم الدراسة دليلاً على التأثير الساكن.¹

نظراً لاهتمام الباحثين بدرجة مصداقية القائم بالاتصال فقد قام الباحثان بإعادة تحليل بيانات دراسة هوفلاند وويس التي أجريت عام 1951، وانتهت إلى أن هذه الدراسة حققت فرضاً واحداً و هو أن القائم بالاتصال ذا المصداقية العالية يقوم بتغيير الرأي، مع التفرقة بين التغيير في الرأي و التغيير في الاتجاه، لان الاتجاهات قد تتغير وقد لا تتغير تبعاً لوجود علاقة مباشرة للرسائل بموضوع الاتجاه.²

و في هذا الإطار أسفرت مجموعة من الدراسات فيما يتعلق بأمانة المصدر و جدارته بالثقة من جانب الجمهور عن ما يأتي :

- أنه على الرغم من أن الجمهور يكتسب أولاً نفس الكمية من المعلومات بغض النظر عن درجة مصداقية المصدر، إلا أنه هذا الجمهور يحكم على المعلومات بعد ذلك من حيث صحتها أو خطئها طبقاً لمعيار الثقة من جانبه في المصدر، فإذا كانت المعلومات منسوبة إلى مصدر منخفض المصداقية انخفضت درجة ثقة الجمهور فيها.³

¹ - منال هلال المزاهرة، نظريات الإتصال، (ط،1)، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، 2012، ص، 247.

² - المرجع نفسه، ص، 247.

³ - رشيد حمليل، الحرب و الرأي العام و الدعاية، (د،ط)، دار هومة للنشر و التوزيع، الجزائر، 2007، ص، 167.

- وبعكس الحال بالنسبة للمعلومات المنسوبة إلى مصدر عالي التصديق، و التي تتم استقبالها بدرجة ثقة عالية، وعلى أساس إنها أكثر صحة و منطقية فيما تخلص إليه من نتائج و تفسيرات .

- إن التغيير في الاتجاه الذي يستهدفه المصدر يكون عاليا عندما يكون مصدر الاتصال موثوقا به ، و منخفضاً إذا كان مصدر الاتصال غير موثوق به ، و هذا يؤكد أن أمانة المصدر و جدارته بالثقة يمثلان جانباً مهماً من جوانب قابلية المصدر للتصديق .¹

ب - الجاذبية: وتتحقق حين يكون المرسل قريباً من الجمهور، من النواحي النفسية والاجتماعية و الإيديولوجية، إذ أننا نحب المرسل الذي يساعدنا على التخلص من القلق والضغط والتوتر وعدم الأمان، ويساعدنا على ثواب شخصي لأنفسنا، ونظراً لصعوبة قياس هذه الخاصية موضوعياً، فقد ركز كثير من الباحثين على محددات خاصة لهذا المفهوم تتمثل في: التشابه و التماثل Similariy، المودة Familiarity، والحب Liking. وذلك بناء على الغرض القائل بأن المصدر أو المرسل ذو الجاذبية سيكون أكثر تأثيراً عن الشخص المحايد أو الذي ليس له جاذبية في عملية الاتصال أو الإقناع .²

ومن الدراسات التي تناولت جاذبية المصدر دراسة "إيجلي و شيكن" 1975 و دراسة "شيكن" 1979.³ وبوجه عام فنحن ننجذب نحو الأشخاص الذين يشبهوننا، ونتأثر بهم أكثر من أولئك الذين يختلفون عنا، فالتماثل أو التشابه هو) الدرجة التي يكون فيها المصدر و المستقبل متماثلين أو متشابهين في الاتجاهات والمعتقدات والقيم، أو التعليم أو المكانة أو المنزلة الاجتماعية (فالمتلقي يميل إلى التأثر بالقائم بالاتصال الذي يشاركه خصائصه العامة مثل العمر، التعليم، و المهنة، مستوى الدخل، الدين و العرق، ومحل الإقامة، إذ يرى المتلقي إنه يمكن أن يتوحد معه لأنه

¹ - منى سعيد الحديدي و شريف درويش اللبان ، فنون الإتصال و الإعلام المتخصص ،(ط،1)،الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ،2009،ص،52.

² - رحيمة الطيب عيساني ،مرجع سبق ذكره ،ص ص،74،73.

³ - صالح خليل أبو أصبع ، الإتصال في المجتمعات المعاصرة ،(ط،5)،دار مجدلاوي للنشر و التوزيع عمان،2006،ص،227.

غالبا ما يكون له الحاجات نفسها ويسعى للأهداف نفسها و كذلك يميل المتلقي إلى القائم بالاتصال الذي يشاركه في الآراء و الاتجاهات والقيم¹.

ج - قوة المصدر: فقد لا يمتلك المرسل أو القائم بالاتصال المصداقية أو الجاذبية و لكن يظل له التأثير في تغيير اتجاهات الأفراد و سلوكهم مثل هذا تكون له القوة التي يمكن إدراكها من خلال سيطرته و ضبطه للأمر، و كذا أهميته، بالإضافة إلى قدرته على التدقيق والتمحيص. و إدراك المتلقي للضبط والسيطرة يظهر في قدرة المرسل أو المصدر على تقديم الثواب والعقاب و هذا يعادل تماما التأثير بالإذعان و إدراكه لأهميته يظل مرهونا بقدر اهتمام المصدر برضا المتلقي من عدمه و إدراكه للتدقيق يكون امتداداً لقدرة المرسل على ملاحظة تكيف أو رضا المستقبل².

كما حدد هوفلاند و جانيس Hovland & Janis عناصر تصديق المصدر في مجموعة من الخصائص و المكونات التي تجعل المتلقي يصدق المصدر في عاملين³:

- **الخبرة و الكفاءة:** فالمتلقي يدرك الخبرة أو الكفاءة من الطريقة التي تقدم بها الرسالة، ومن معرفة المصدر بالموضوع .

- **قدر الثقة في المصدر:** إن الثقة يتم إدراكها من نية القائم بالاتصال و هدفه من تقديم الحجج أو العبارات .

وقد حدد "برلو" و"ولمبرت" و"مرتز" ثلاث خصائص محددة، اعتبروها من المكونات التي تدخل في تحديد صدق المصدر، وهي⁴:

1- الأمانة و الطمأنينة: يتناول عامل الأمان قدر الطمأنينة التي يغرسها المتحدث في المتلقي، فإذا أحس الجمهور بأن المصدر إنسان أمين و صادق و ودود و نزيه فسوف يتقنون فيه و يؤمنون

¹ - رواء هادي الدهان ،مرجع سبق ذكره ،ص،57.

² - رحيمة الطيب عيساني ،مرجع سبق ذكره ،ص،75،74.

³ - منى سعيد الحديدي و سلوى إمام علي ، الإعلام و المجتمع ،(ط،2)،الدار المصرية اللبنانية ،القاهرة ،2006،ص،79،80.

⁴ - منى سعيد الحديدي و شريف درويش اللبان ،مرجع سبق ذكره ،ص،53.

بما يقوله، و ليس من الضروري أن يتمتع المصدر بكل هذه السمات، ولكن يجب أن يكون لديه ما يكفي للإيحاء بالثقة .

2- مؤهلات المصدر: يعكس عنصر المؤهلات و الخبرة كفاءة أو خبرة المصدر بالنسبة للموضوع الذي يناقشه، فإذا تم إدراك المصدر على إنه مُدرب و متمرس وما هر و مؤهل و عليم يزداد تصديقه، ولكن إذا بدا المصدر غير مدرب و غير متمرس تتخضع قدرته على التأثير و يقل تصديقه .

3- الديناميكية: يشير هذا العامل إلى أن المصدر يظهر في الظرف الاتصالي إما طاقة و نشاط وإما يبدو متعباً، فإذا تم إدراكه على أنه قادر على التعمص الوجداني، ومقدم نشط فإن ذلك يعتبر على درجة عالية من التصديق بالنسبة لهذا العامل، و لكن إذا بدا المصدر خجولاً سلبياً و مرهقاً تتخضع درجة تصديقه.

- مراحل تصديق المصدر :

هناك عدة مراحل لتصديق المصدر وتوردها الدكتورة" جيهان رشتي "بناءً على اقتراحات "ماكروسكي" و"لارسون" و "كاب" على النحو التالي :¹

المرحلة الأولى : التصديق المبدئي، أي التصديق المسبق الذي نشعر به قبل أن يبدأ المصدر في تقديم الرسالة ،و يتحدد هذا التصديق بالتجارب السابقة و المظهر الشخصي .

المرحلة الثانية: التصديق النابع من الظرف الاتصالي، ويتحدد بناءً على خصائص المصدر التي ندركها أثناء الحدث الاتصالي، وتشير د.جيهان رشتي إلى ذلك باصطلاح "التصديق النابع من الظرف"، فالمصدر ينقل دلالات لفظية وغير لفظية، تشير بخصائص مثل جدارته بالثقة كفاءته، ديناميكيته .

¹- محمود حسن إسماعيل ،مبادئ علم الإتصال و نظريات التأثير ،(ط،1)،الدار العالمية للنشر و التوزيع ،القاهرة ،2003،ص 96،97.

المرحلة الثالثة: التصديق النهائي، والتي تتم في نهاية الاتصال وفيها يكون المتلقي صورة نهائية عن المصدر بعد الإدراك الإجمالي أو الشامل للموضوع و المصدر.

المبادئ العامة لفعالية المصدر

قام ألكسيس تان بتلخيص المبادئ العامة لفعالية المصدر/المتصل، وتم استخلاص جملة من المبادئ التي يجب أن نلاحظ بأنها كانت نتيجة البيئة الغربية التي تم إجراء البحوث فيها و التي فيها يختلف تكوين الإنسان الغربي النفسي و الاجتماعي عن الإنسان العربي و هذه النتائج يجب أن تؤخذ في هذا السياق:¹

1- تُنتج مصداقية المصدر المرتفعة تغييراً فورياً لدى المتلقي أسرع من المصادر ذات المصداقية المنخفضة .

2- لا تؤثر مصداقية المصدر على تذكر الرسالة و يتم تقييم الرسالة من ذوي المصداقية المرتفعة بشكل أفضل من رسائل ذوي المصداقية المنخفضة .

3- وعلى النقيض من فرضية "التأثير النائم" "Sleep Effect" فإن الموافقة مع المصدر ذي المصداقية المنخفضة لا تزداد مع إمتداد الوقت .

4- تؤثر الرسالة و مصداقية المصدر على الإقناع و لكن يظهر الإختلاف للتأثير الإقناعي بين المصداقية العالية و المصداقية المنخفضة عندما يكون هناك دليل ضئيل يدعم إستنتاجات الرسالة، وإن الرسائل التي تقدم محاججة معقولة لإستخلاص النتائج يمكن أن تكون فعالة بغض النظر عن مصداقية المصدر .

5- المصادر المتحيزة في الغالب أقل تأثيراً من المصادر غير المتحيزة و على أية حال فإن المصادر المتحيزة يمكن أن تكون أكثر فعالية من المصادر غير المتحيزة في تعزيز الأراء و كذلك إذا كان المصدر جذاباً و ذا نفوذ .

¹-(صالح خليل أبو أصعب، مرجع سبق ذكره، ص ص، 227، 228.

6- المصادر الجذابة غالباً ما تكون أكثر تأثيراً من المصادر غير الجذابة و تقوم الصفات التالية:
الجاذبية الجسدية، و الشبه والألفة، و الود كصفات إيجابية لتغيير الآراء .

7- إن المتصلين عموماً أكثر إقناعاً عندما يعدون المتلقين بإثابة وذلك ماقرن ذلك بتهديد المتصل لهم بالعقاب .

8- مصداقية المصدر لها تأثير أكبر من جاذبيتها، ونحن نتأثر إذا كان المصدر خبيراً أكثر من كونه واحداً من زملائنا .

ثانياً: مصداقية الوسيلة و الرسالة الإعلامية

ويعني ميل الجمهور لتصديق وسيلة معينة، وتعد المصادقية من العناصر المهمة للتفرقة بين وسيلة اتصالية و أخرى، و بشكل عام تعتبر أشكال الاتصال الشخصي أكثر مصداقية من وسائل الاتصال الجماهيرية . فالوسائل المطبوعة أكثر مصداقية من الإذاعة و التلفزيون والسينما، و يرى البعض أن معظم الناس يصدقون التلفزيون بشكل أكثر جدية من الجرائد و المجلات، و مصداقية الوسيلة تجعل الجمهور يفهم بشكل جيد ما يقدمه من تحليلات كما تجعل لديه قدرة أكثر على استرجاعها ،وفي الوقت نفسه تزيد درجة اعتماده على ما تقدمه من أخبار و معلومات .¹

تركز كثير من البحوث اهتمامها على الكيفية التي يقيم بها الجمهور صدقية وسائل الإعلام و المضمون الذي تقدمه إذ أن قوة تأثير الإعلام تزداد حينما تكون وسيلة الإعلام ذات صدقية من وجهة نظر المتلقي، أي الطريقة التي يقيم بها الأفراد مصادر المعلومات لارتباط مسألة الصدقية بشخصية المتحدث ووسيلة الإعلام، إذ أن تأثير الوسيلة الإعلامية في جمهورها يرتبط ارتباطاً وثيقاً بصورة الوسيلة نفسها في أذهان الجمهور، فإذا كانت صورة الوسيلة سيئة في أذهان جمهورها

¹- محمد منير حجاب ،(المعجم الإعلامي)،مرجع سبق ذكره ،501،500.

فإن تأثيرها يتلاشى أو يضعف بعكس الوسيلة التي تتمتع بصورة حسنة في أذهان جمهورها، فإن ذلك يكسبها صدقية تزيد من حجم التأثير المستهدف.¹

فمصداقية الإعلام تركز أساساً على كيفية توصيل الرسالة الإعلامية، يقصد بذلك: الرسالة الإعلامية المقدمة من قبل جريدة ليست نفسها التي نتحصل عليها عن طريق التلفاز (التلفاز أصدق من الجريدة بحيث أننا نقرأ، نسمع، و نرى).²

فالخبر الصحيح هو الذي يصنع مصداقية الوسيلة الإعلامية بين جمهورها، فالمتلقي يتعامل مع وسيلته لمعرفة ما وقع بالفعل من أحداث ووقائع فإذا إنتقت هذه الإمكانية لم يعد هناك مبرر للتعامل مع الوسيلة أصلاً، فالخبر الصحيح (الصادق) هو مبرر وجود أي وسيلة إعلام جادة تدرك حقيقة دورها الاجتماعي و تعني خطورة مسؤوليتها إزاء جمهورها.³

كما إن الإحساس العام لدى القارئ تجاه مصداقية الصحيفة يلعب دور البوصلة أو المؤشر الذي يبين له عما إذا كانت ثقته في صحيفته في محلها أم لا، و ذلك برغم عدم إمامه بالخلفيات الخفية والمغرضة للمواد التحريرية المنشورة، ولذلك تحرص الصحف ذات السمعة العريقة و القيمة الراسخة على دقة محتواها الإخباري، و موضوعية مقالاتها و تحقيقاتها و تعليقاتها وتحليلاتها و التصحيح الفوري للخطأ بمجرد وقوعه بل وتجنب وقوع الخطأ بقدر الإمكان، حتى لا يؤثر على مصداقية الصحيفة في حالة تكراره.⁴

¹ - رواء هادي الدهان، مرجع سبق ذكره، ص، 52،

² (Guy j. Golan, - p, opcit, 03

³ - المنصف العياري و عبد القادر شعباني، المعالجة الخبرية التلفزيونية العربية بين متطلبات المهنية و التوجهات السياسية، سلسلة بحوث و دراسات إذاعية (58)، إتحاد إذاعات الدول العربية جامعة الدول العربية، تونس، 2006، ص، 16.

⁴ - نبيل راغب، العمل الصحفي، (ط، 1)، مكتبة لبنان ناشرون و الشركة المصرية العالمية للنشر، (بيروت، مصر)، 1999، ص، 4336.

5- مقاييس المصداقية في الإعلام

حدد البحث الإعلامي في هذا الإطار ثلاث نقاط رئيسية لقياس المصداقية في الإعلام

بصفة عامة العربي و الدولي و هي :¹

النقطة الأولى : إن طبيعة الإعلام المعاصر جعلت إخفاء الحقيقة أمراً بالغ الصعوبة، فهناك أكثر من مصدر يتسرب منه الخبر سواء كان عن طريق الصحافة أو الإذاعة أو التلفزيون، وهنا ينبغي على القارئ أو المشاهد أو المستمع أن يقارن بين مصادر الخبر المختلفة لكي يصل إلى الحقيقة، أو يتحرى من مصداقية الأخبار التي تنتقل عبر وكالات الأنباء و الإذاعات الدولية .

النقطة الثانية : إن الشك في تصديق المستقبل أوعدم تصديقه الذي والقارئ والمستمع و المشاهد للرسالة الإعلامية يجعل جهود المرسل وهو القائم بالاتصال عديمة الجدوى أو قد يحصل على عكس ما يريد من نتائج وأهداف .

النقطة الثالثة : وهي هل يستطيع البحث الإعلامي أن يضع مقاييس يسترشد بها المستقبل (القارئ و المشاهد و المستمع)لمعرفة مدى الصدق في الرسالة الإعلامية. إذا كان ذلك مستطاعا فما هي المقاييس ؟.

أجمع خبراء الإعلام إلى أن معايير و مقاييس المصداقية تنبثق من الآتي :

1- المقياس اللغوي :بمعنى وضوح اللغة في التعبير و هذا المعيار يعتبر عاملا حاسما غي الرسالة الإعلامية، بينما تؤكد غموض اللغة في الرسالة في معظم الأحيان عدم المصداقية².

عندما نتناول المقياس اللغوي تبرز أماننا مجموعة من الأبعاد الرئيسية :³

- الاستعمال الخاطيء للغة سواء داخل وسائل الإعلام أو خارجها ،يفسد الفد الفكر الوطني و يعطل من قدرات الناس الذهنية .

¹ - أشرف فهمي خوخة ، إستراتيجيات الدعاية و الحملات الإعلانية ، (ط،1)، دار المعرفة الجامعية ،مصر ، 2011،ص، ص 153،154 .

² - بسام عبد الرحمان المشاقبة ،مرجع سبق ذكره ،ص،134.

³ - أشرف فهمي خوخة ،مرجع سبق ذكره، ص،ص،154،155.

- البعد التاريخ بمعنى ارتباط لغة الإعلام في كل فترة تاريخية بالواقع الحضاري و اللغوي الذي يعيشه المجتمع .

- البعد الديموغرافي أو بمعنى آخر هو مدى الحرية المتاحة في المجتمع للرأي والتعبير .

- البعد المرتبط بالظروف المعاصرة لوسائل الاتصال من سعة الانتشار و النفوذ و العالمية .

- البعد المهني الذي يتجلى من خلال الممارسة الإعلامية و العمل الإعلامي وهو أهم الأبعاد وأوسعها في بيان الأثر المتبادل بين وسائل الإعلام و اللغة .

2- المقياس السياسي أو الإيديولوجي: تتسم الظاهرة الإعلامية في العالم الثالث بأنها ظاهرة متذبذبة و غير مستقرة، ويرجع السبب في ذلك إلى أن مجتمعات العالم الثالث ليست مجتمعات "إيديولوجية" بالمعنى الحقيقي للإيديولوجية بمعنى أن إيديولوجيتها الإعلامية غير مستقرة و غير متفق عليها بعد. و من الملاحظ أن وسائل الإعلام في العالم الثالث تنظر إلى الواقعية الإعلامية من منظور واحد فقط وهو ما يتفق مع سياستها مع الدول الأخرى بحيث تحجب النظرة الأحادية بقية الأبعاد الأخرى المتعددة مما يدي إلى عدم الوضوح وانعدام المصادقية.¹

3 - مقياس عدم معرفة أو جزئية المعرفة: ويرتبط هذا المقياس بجهل القارئ بالاتصال أو عدم معرفته للموضوع الذي يكتب عنه حتى لو كان خبيراً صغيراً.² أحيانا تحوي الرسائل الإعلامية بعض المعلومات الخاطئة، و سرعان ما يكتشفها كثير من القراء و بخاصة المثقفون و يصبح إقناعهم بمصادقية بقية الرسائل الإعلامية أمر بالغ الصعوبة .

4 - مقياس التزوير: و يمثل جانب الحرية المباشرة في المنطلقات الأساسية لدراسة المصادقية في إعلام أي مجتمع من المجتمعات و في أي نوع من أنواع الإعلام و يرتبط هذا المقياس بتحريف أو تلوين الرسالة الإعلامية و الإعلانات التحريرية و الرقابة وإخفاء جوانب من الخبر

¹ - أشرف فهمي خوخة ،مرجع سبق ذكره ،ص،157.

² - بسام عبد الرحمان المشاقبة ،مرجع سبق ذكره ،ص،134.

و صرف الانتباه من جوانب أخرى، و التزوير يبدأ بإغفال عنصر من الخبر و ينتهي بالاختلاق و الكذب الصريح، و المشكلة الرئيسية التي تواجه القائمين على تزوير الرسائل الإعلامية في مختلف المجتمعات أن الحقيقة الإعلامية لا يمكن طمسها.¹

5 - الموضوعية الصحفية كمقياس للمصداقية: تستخدم الموضوعية كمعيار لقياس المصداقية في تقديم الأنباء في الولايات المتحدة الأمريكية، وبدرجة أقل في الدول الأخرى الناطقة بالإنجليزية فمن التقاليد الغربية في تقديم الأخبار فصل الحقيقة عن الرأي أو التقييم وعدم تقديم الأنباء في عبارات تحمل أو أفعال تنطوي على تقييم .

و قد انقسم النقاد في الصحافة بين ما هو مؤيد للموضوعية وما هو غير مؤيد للموضوعية في تقديم الأخبار ، وقد حدد المؤيدين للموضوعية ثلاث مبادئ أساسية للموضوعية وهي:²

- 1- أن تكون الحقيقة منفصلة عن الرأي أو التقييم .
- 2- أن تقدم وجهة نظر مستقلة عاطفياً للأخبار .
- 3- أن تقدم معلومات كاملة للجمهور في سياق ملائم يتسم بالوضوح و التوازن .

ويرى سيغال Sigal أن أهمية الموضوعية في إيراد الأخبار في الأجهزة الإعلامية تعود إلى عدة أسباب منها تأثيرها الإيجابي على مصداقية الجهاز الإعلامي، وارتباطها بالقيم العليا للمجتمع إذ أن الصدق في القول والأمانة في إيراد المعلومات و نقلها جزءاً أساسياً من قيم معظم المجتمعات، كما يضيف سيغال إلى ذلك معنى الاستقلال و الحياد الذي تجسده الموضوعية بالنسبة للجمهور المتلقي للأنباء.³

¹ - أشرف فهمي خوخة ،مرجع سبق ذكره ،ص ص،159،158.

² - أشرف فهمي خوخة ،مرجع سبق ذكره ،ص ص،160،159.

³ - عبد الحليم موسى يعقوب ، الموضوعية و القيم الإخبارية في الإعلام ،(ط،1)،الدار العالمية للنشر و التوزيع ،مصر ،2008،ص،65.

تعتبر الموضوعية أحد العناصر أو العوامل المساعدة على ازدياد درجة التصديق، وقد لاحظ الباحثون أن هناك عيباً كبيراً يكمن في الموضوعية، رغم أننا مجبرون على الاعتراف بها كنقطة جوهرية للإعلام، حيث تفتقر الموضوعية أحياناً إلى الجانب العقلاني فعادة ما يستند الخبر إلى مصدر يعتقد الرأي العام أنه لا يرقى إليه الشك وأنه أصدق من المصادر الأخرى، و أحياناً يحتكم الرأي العام إلى سلطة رأي خبير ربما ليس إلا شخصاً نجح في فرض نفسه عن طريق انتهازيته أو لأن جهة معينة فرضته عليه بعدما جعلته نجماً مشهوراً عبر وسائل الإعلام، كما أن تطابق الأفكار التي يستقبلها الرأي العام مع معتقداته و مصالحه يضيف مصداقية على هذه الأفكار عكس تلك غير المطابقة أو التي تأتي من جماعة الخصم، و التي يحيطها الرأي العام بستار من الشكوك و الظنون، وعليه تلجأ السلطة إلى الموضوعية لتنف رسالتها برداء المصداقية حتى تجد دعائها صدراً رحباً في أوساط الرأي العام.¹

و من جهة أخرى قام كل من " ماتياس كورينج " و " جورج ماثير " بتصميم مقياساً متعدد الأبعاد للثقة في الإعلام الإخباري و هو مفهوم يتساوى مع مصداقية الإعلام الإخباري حيث يمكن تصور الثقة في الأخبار على أنها مفهوم يتساوى مع مصداقية الإعلام الإخباري، حيث يمكن تصور الثقة في الأخبار على أنها مفهوم عالي الترتيب يتألف من أربعة أبعاد: انتقاء الموضوعات، وانتقاء الحقائق و دقة الوصف و التقييم الصحفي، وقد نوه آخرون إلى أنه من المهم أن نميز بين مستويات عديدة للتحليل عند مناقشة قضية مصداقية الخبر، وقد حدد "ولفانج شويجر" ست مستويات مختلفة للمصادر وهي، المقدم و المصدر، ووحدة التحرير و المنتج الإعلامي، المحدد و النمط الإعلامي الفرعي، والنمط الإعلامي العام، وتتعلق خمسة من هذه المستويات الست مباشرة بالخبر كمصدر بينما يتبقى مستوى المصدر و الذي يشير إلى شخص ما أو شيء ما يغطيه الخبر.²

¹ - رشيد حمليل ، مرجع سبق ذكره ،ص،170.

² - ماكس ماكومز و آخرون ، مرجع سبق ذكره ،ص،54.

المطلب الثاني :إستخدامات الأنترنت الصحفية ومخاطرها

1-تعريف الأنترنت

الانترنت هي شبكة كونية تربط ملايين من أجهزة الكمبيوتر عبر العالم و يستخدمها وفقا لتقديرات عام 2008 أكثر من مائة و تسعين دولة تتبادل فيما بينها البيانات و الأخبار و الآراء.¹ و تعرف شبكة الانترنت ببساطة أنها شبكة الشبكات الكومبيوترية العالمية التي تعمل بنظام نقل حزم البيانات و تستخدم بروتوكول الانترنت و هما أهم عنصرين يميزانها، و كون الانترنت هي "شبكة الشبكات" فهي بذلك تشمل عمليا ملايين الشبكات المحلية الأصغر التي تحمل و تنقل المعلومات بأشكالها المختلفة.²

إن الانترنت ليست منظمة ، وليست مؤسسة ، وليست ناديا ، و لا يمكنك أن تصبح عضوا و ليس هناك أحد يمتلك الانترنت، وعلى وجه التدقيق لا أحد يسيطر عليها، أو يتحكم بها، أو يتحمل مسؤوليتها.ومع ذلك يمكن تعريف الانترنت من حيث الهيكل المادي وكذلك من حيث مجموعة قوانين. و على الرغم من أن تركيبة الانترنت معقدة إلا أنه ممكن فهمها "إنترنت" مصطلح يُستخدم لوصف الترابط بين عدة حواسيب بطريقة تتيح لهم التواصل مع بعضهم البعض.³ وتعرف الانترنت بأنها عبارة عن دائرة معارف عملاقة يمكن للمشاركين فيها الحصول على معلومات حول أي موضوع معين في شكل نص مكتوب أو مرسوم أو خرائط أو التراسل عن طريق البريد الإلكتروني ،لأنها تضم ملايين من أجهزة الكمبيوتر تتبادل المعلومات فيما بينها ، و تستخدم

¹ - حسني محمد نصر ، وسائل الإعلام الجديدة (أسس التغطية و الكتابة و الإخراج في الصحافة الإلكترونية)،(ط،1)،مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع و دار حنين للنشر و التوزيع ،الكويت و الأردن ،2013،ص،34.

² - عباس مصطفى صادق ،الإعلام الجديد (المفاهيم و الوسائل و التطبيقات)،(ط،1)،دار الشروق للنشر و التوزيع ،عمان ،2008،60.

³ - راندي ريديكو إليوت كينغ،صحفي الأنترنت ،تر:لميس اليحيى ،(ط،1)،الأهلية للنشر و التوزيع ،عمان ،2009،ص،44.

الكمبيوترات المرتبطة بالشبكة بما يعرف تقنيا بالبرتوكول للنقل والسيطرة ولغرض تأمين الاتصالات الشبكية.¹

فلم تمضي سنوات حتى امتلأت الشبكة الدولية للمعلومات بالعشرات من المواقع التي تعتبر نسخا إلكترونية لصحف ورقية أو مواقع كبيرة تنشر المواد الإعلامية التي تقدمها الصحيفة الورقية.²

فقد مكنت الطفرة التكنولوجية في عقد التسعينات و خاصة الانترنت من تدعيم الوظائف التقليدية للصحافة من خلال إتاحة أساليب ذات كفاءة عالية أمام الصحفيين للبحث بعمق أكثر عن المعلومات، وعملت زيادة القدرة على البحث عن الوثائق وجمع الخلفيات والسياق التاريخي، على توسيع أدوات الصحفي، كما أنها قدمت ثقافة مختلفة تقوم على أسس من التفاعلية والمرونة في الالتزام بالقواعد مثل الدقة و التوازن و الوضوح و السرعة و الحينية.³

ولعل من أبرز الشواهد الدالة على الأهمية المتنامية لتأثير الانترنت على شبكات الاتصال ما تم تسجيله من تجاوز حجم المعطيات المنقولة عبر هذه الشبكات بالمقارنة مع الحركة الهاتفية العادية، و لفهم هذا الانتشار لابد من الإشارة إلى عدة أشياء:⁴

- الدور الكبير الذي لعبته انتشار قواعد البيانات من جهة و التطور المسجل في ميدان تقنيات التدوين اللامادي للوثائق من جهة أخرى، إذ أن ظاهرة التضخم التي بلغت المعطيات ضمن إطار منطقي متناسق أدى إلى تطوير أدوات مسك المعلومات و توفير إمكانيات أسهل لاستغلالها، فظهرت قواعد بيانات توفر للمستعملين أوجه متعددة للمعلومات تتماشى و حاجياتهم المرتقبة.

¹ - ماجد سالم تريان، الإنترنت و الصحافة الإلكترونية "رؤية مستقبلية"، (ط، 1)، دار المصرية اللبنانية، بيروت 2008، ص، 29.

² - محمود علم الدين، الصحافة الإلكترونية (ط، 1)، دار السحاب للنشر و التوزيع، القاهرة، 2008، ص، 21.

³ - علاء الدين ناظورية، مدخل إلى الصحافة الإلكترونية النشأة و التطور و الإستراتيجيات، (ط، 1)، دار زهران للنشر و التوزيع، عمان، 2013، ص، 1.

⁴ - محمود علم الدين، الصحافة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص، 39، 38.

- تطور مفهوم الوثيقة من مجرد كتاب أو مجلة ثابتة إلى وثيقة إلكترونية تفاعلية تضم إلى جانب الأشكال الخطية (نص، صورة) أشكالاً حسية و حيوية منشطة و متحركة و أصبحت تعرض في أشكال طبقات فائقة بحيث يتصفحها القارئ و يبحر فيها حسب تمشي مشخص لتطلعاته و رغباته

2- الانترنت الإعلام البديل

الانترنت قد شكلت طفرة حقيقية في مصادر المعلومات البديلة، فقد مكن النشطاء و المواطنين و العاملين في الدولة ممن يرغبون في إتاحة المعلومات التي تتوفر بين أياديهم إلى وجود هامش يستطيعون من خلاله نشر تلك المعلومات لجميع مواطني العالم من خلال وسائل الإعلام الجديدة أو الاجتماعية، ولا أدل من قدرة الانترنت على القيام بهذا الدور كمصدر بديل للمعلومات من تجربتي الأمريكي "سنودن" الي كان يعمل بأحد الأجهزة الإستخباراتية الأمريكية و نشر العديد من الوثائق التي تحمل معلومات سرية مرتبطة بعمله على شبكة الانترنت، و السويدي "جوليان أسانج" مؤسس موقع "ويكيليكس" الذي سرب العديد من الوثائق المتعلقة بعمل جهات حكومية أمريكية.

إن في الانترنت رسالة واضحة للسلطات مفادها أن حجب المعلومات لم يعد سهلاً كالسابق وأن عليها أن تختار طوعاً إبتاع نظاماً يحترم حق تداول المعلومات .كما أن الانترنت سهلت على السلطات إذا ما توفرت لها الإرادة السياسية أن تقوم بنشر المعلومات لمواطنيها بتكلفة ضئيلة من خلال إنشاء مواقع مخصصة لذلك يتم النشر عليها بشكل مطلق¹.

فالتطور الهائل في شبكات الاتصال و شبكة المعلومات الإلكترونية " الأنترنت " أتاح أمامنا المزيد من الانفتاح المعلوماتي و الإعلامي الذي تجاوز الحدود و الحواجز التقليدية، لاسيما و أن شبكة الأنترنت من أبرز شبكات المعلومات ،حيث تتميز بانتشارها الكبير، واتساعها الهائل، و تنوع

¹ - جمال عيد ،دليل حق تداول المعلومات ،(ط،1)، الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان ،القاهرة ،2013،ص،ص،20،19.

مادتها وكثرة مواقعها، و تغلغل نشاطها في كافة نواحي الحياة، وقيامها بكافة الوظائف الاتصالية.¹

فمنذ حوالي ثلاثون عاما تقريبا دعا فيليب ماير إلى استخدام الكمبيوتر في جمع الأخبار فيما عرف بصحافة التدقيق أو الصحافة الاستقصائية كوسيلة تساعد في تطبيق أساليب العلوم الاجتماعية و النفسية في التغطية الصحفية .و حتى منتصف الثمانينات لم يطبق الصحفيون هذه الرؤية بشكل متكامل في معالجة قصصهم الصحفية ،لأنها كانت تقتضي استخدام أنظمة حاسبات كبيرة و معقدة ، ولكن بالتدريج بدأت تقنيات معالجة المعلومات القائمة على استخدام الكمبيوتر تدخل في مجال معالجة الأخبار في الصحافة .²

وقد شهدت التسعينات تطورا كبيرا في تقنيات و برامج الأنترنت،كما تزايدت أعداد مستخدميها و بدا عدد كبير من شركات خدمات المعلومات و قواعد البيانات تتخذ من الأنترنت وسيلة جديدة للاتصال بمستخدميها ،كما أصبحت وكالات الأنباء تعتبر عمليات الاستثمار في الأنترنت من بين مشاريعها المستقبلية الأساسية و تزايد أعداد هذه الوكالات على الأنترنت، وبدأت الأنترنت تدخل إلى دور المؤسسات الصحفية كمصدر أساسي للأخبار و المعلومات .فالانترنت تسمح للصحفيين بالوصول إلى كم كبير من المعلومات بسرعة و من مصادر متعددة ، تعمق أبعاد الموضوعات الصحفية التي يكلف الصحفيون بتغطيتها.³

3- الاستخدامات الصحفية للانترنت

تتعدد أنواع الاستخدامات الصحفية للانترنت ،و يمكن إجمالها كالتالي:⁴

1- الحصول على فيض متدفق من الأخبار الصحفية ، من مصادر متعددة و بلغات متباينة، وفي مجالات متنوعة .

¹ - ماجد سالم تريان ، مرجع سبق ذكره،ص،17.

² - بخيت السيد ،الصحافة والانترنت ،(ط،1)،العربي للنشر و التوزيع ،القاهرة ،2000،ص،23.

³ - المرجع نفسه،ص،25.

⁴ - بخيت السيد ،الصحافة والانترنت ، مرجع سبق ذكره ، ص ،33،32.

- 2- الحصول على كم هائل من المعلومات و البيانات و الأرقام و الإحصائيات المتوافرة على الأنترنت من العديد من الجهات و المنظمات و الدول و الأفراد .
- 3- استكمال معلومات الموضوعات الصحفية، و خلفياتها من بيانات و أرقام إحصائية .
- 4- استطلاع وجهات نظر المصادر الصحفية وردود أفعالهم حول القضايا التي يطرحها عليهم الصحفي .
- 5- الاتصال بقواعد المعلومات و محركات البحث وأرشيفات العديد من المنظمات و الشركات ووسائل الإعلام و المكتبات و الجامعات، و المنظمات و الدوريات الصحفية و الاستفادة منها في عدة نواحي صحفية .
- 6- تطوير المهارات الصحفية للصحفيين ،وكسر حاجز المهارات الصحفية التقليدية، و الانطلاق بها إلى أفاق ربحية من التغطية و التحليل و جمع المعلومات و صياغاتها و تطوير أساليب الكتابة الصحفية،و إستخدام تقنيات حديثة في المعالجة الصحفية و تقديم منتجهم الصحفي بأشكال و صور متعددة و متنوعة .
- 7- الاتصال بالمصادر الصحفية الكبرى من منظمات و شخصيات دولية و مشاهير و مسؤولين....الخ.
- 8- الحصول على الأدوات الصحفية المساعدة مثل أرقام التليفونات و العناوين و البريد الإلكتروني للمصادر و الشخصية و الجهات التي يسعى للاتصال بها.
- 9- إرسال و استقبال المواد الصحفية من وإلى صحيفته و مصادره ،من أي مكان، وبدون تكلفة تذكر و بطريقة تساعده في الاستفادة المثلى من البيانات المتبادلة بينهما و توثيقها و تصنيفها .
- 10- الانضمام إلى جماعات صحفية و إخبارية،يتبادل معهم الخبرات الصحفية في موضوعات شتى ،و بما يساعد في تطوير مهاراته و معارفه .

11- المشاركة في الأقسام الإخبارية لصحف أخرى، والإطلاع على اختياراتهم و معاييرهم الصحفية وممارستهم و أدائهم .

12- استخدام البريد الإلكتروني في إرسال و استقبال الرسائل الصحفية و لتجميع معلومات خلفية عن الموضوعات الصحفية، و الاشتراك في القوائم البريدية .

4- الأنترنت و الحق في الإتصال

تفتح الأنترنت و ثورة المعلومات و الاتصالات أفاقا جديدة للمفهوم التقليدي للحق في الإتصال سواء في مجال نقل المعلومات أو تلقيها أو البحث عنها أو حرية التعبير أو الحق في الخصوصية ...إلخ، حيث تتشكل هذه المقومات بصورة متنوعة و مغايرة على الأنترنت بإعتبارها أبرز وسائل ثورة المعلومات و الإتصالات ،وهو ما يمكن رصده بشكل نظري من خلال الأبعاد التالية لمفهوم الحق على الإتصال في بيئة الأنترنت :¹

تخلق الإنترنت رؤية جديدة للحق في الإتصال من حيث إرسال و إستقبال المعلومات و الآراء بصورة غير مسبقة سواء في كم الإتصال أو نوعيته أو موقعه أو ظوابطه كما تزود مستخدميها بقدرات هائلة لممارسة حقهم في إلتماس المعلومات و الأفكار و تلقيها و نشرها بغض النظر عن الحدود الدولية.

تُعظم الإنترنت من فعالية أشكال الحق في الإتصال ،سواء أكانت رأيا أو فكرة أو إبداعا أو معلومة أو غيرها ،إذ يمكن إعادة نسخها بسهولة و توزيعها للملايين في ذات اللحظة .

تتسم الإنترنت باللامركزية ،مما يحد من إمكانية التحكم فيها أو ممارسة الرقابة عليها من قبل أية جهة أو فرد أو حكومة ،كما تجسد أحد أهم مظاهر التعددية الإتصالية في الآراء .

تعزز الإنترنت مكانة و فاعلية الأفراد في عمليات الإتصال ، يجعلهم منتجين للمضمون الإتصالي ، و ليس فقط مستهلكين له ،وهي ميزة لا تتوافر كثيرا في وسائل الإعلام التقليدية.

¹ - (بخت السيد ، الإنترنت :كوسيلة إتصال جديدة ،(ط،2)، دار الكتاب الجامعي ،الإمارات العربية المتحدة ،2010،ص،80،79.

تتسم حرية الإتصال و التعبير على الأنترنت بتفاعلية غير مسبقة، وبتعددية في الإتجاهات لا تتوافر في الوسائل الأخرى .

تتسم البنية التحتية للأنترنت بالإستقلالية ،فالأنترنت لا ترتبط بأية بنية تحتية تقيد حركتها أو تعيق قدرتها على الوصول للأخرين أو إتصال الأخرين بها ،فهي لا ترتبط سوى بأنظمة التليفونات.

تعد الأنترنت وسيلة إتصال دولية فهي توفر إتصالا مباشرا بين كل دول العالم المرتبطة بها ،مما يمكن مستخدميها في كل هذه الدول من تبادل الآراء و الأفكار و الحقائق بينهم بصورة غير مسبقة عن ذي قبل .

تملاً الفجوة بين وسائل الإتصال الأخرى سواء وسائل الإتصال الشخصي (التليفون و التلغراف و الخطابات)أو وسائل الإعلام الجماهيرية (الراديو و الصحافة و التلفزيون) حيث تشكل نوعاً متميزاً من الإتصال يأخذ من سمات كل أنواع الإتصال الأخرى كما تزيد من قدرة الأفراد على الوصول لوسائل الإعلام الأخرى بفعل توافر هذه الوسائل على الأنترنت .¹

تمثل الإنترنت وسيلة فريدة من نوعها للجماعات المقهورة، وللغئات المعارضة من حيث إمكانية الإتصال بأعضائها بأقل إمكانيات، وبأكبر قدر من التأثير و الفعالية .

5- مخاطر الأنترنت

أدت الأنترنت إلى ظهور ظاهرة جديدة تعرف بالثورة الرقمية و التي تشير إلى نمو التكنولوجيا الرقمية في التسجيل و الحفظ و النقل للصور و الكلمات و النصوص و البيانات ويساعد النقل الرقمي للبيانات و المعلومات على سرعة تداولها و تسجيلها و تخزينها بمراحل تفوق ما كان يتم بإستخدام التكنولوجيا التقليدية فضلا عن المرونة و الإعتمادية و التكلفة القليلة و زيادة سعة قدرة قنوات الإتصال.

هذا ما أدى إلى إثارة قضية أمن وسلامة المعلومات التي يتداولها الأفراد، إذ جلبت هذه التكنولوجيا معها عدة مخاطر من بينها فشل التكنولوجيا ذاتها و تعرضها لمخاطر القرصنة و

¹ - (بخيت السيد ،الإنترنت :كوسيلة إتصال جديدة ،مرجع سبق ذكره ،ص،80.

الهكرة و جرائم الكمبيوتر و الفيروسات و تعطل أنظمة العمل، و هو ما قد يؤدي إلى خسائر فادحة، وإلى التأثير على تدفق المعلومات و أمنها و سلامتها و دقتها.¹

فبالإمكان إستخدام أي تكنولوجيا في الخير أو في الشر، فالتفاعلات النووية تولد الطاقة الكهربائية، وهي كذلك تنتج أسلحة الدمار الشامل، وتقنية التشفير نفسها التي تجعلك مطمئن و أنت ترسل أصدقاءك عن طريق البريد الإلكتروني أنه لا يطلع على فحوى مراسلاتك متصلص إذ ان يستطيع فك رموزها، هي نفسها التي يستخدمها الإرهابيون ليخططوا لهجماتهم في الخفاء و تكنولوجيا الإنترنت نفسها التي تسهل تقديم الخدمات التعليمية إلى الطلاب الفقراء على نطاق واسع في المناطق النائية، هي ذاتها التي تسببت في كل هذا الكم من التعدي على حقوق الأليف و النشر، كما يمكن استخدام التقنيات ذاتها لمراقبة الآخرين، و تتبع تصرفاتهم و التحكم في نوعية المعلومات التي يحصلون عليها.²

فثورة المعلومات تمثل تهديدا للأمن القومي للمجتمعات، فمثلما نستطيع أن نشن حروب معلوماتية و حملات دعائية، فإننا في نفس الوقت عرضة لمثل هذه النوعية من الحروب و الإرهاب المعلوماتي، بفعل السموات المعرفية و المعلوماتية المفتوحة، فقد أصبح العالم قرية صغيرة تكاد معلوماتها تكون على المشاع مالم تتوافر إمكانيات فاعلة لصيانتها من الإختراق. كما أن لتكنولوجيا المعلومات وجه خطير غي عالم التجسس، فبعد إنتهاء الحرب الباردة و تغير أساليب الصراع الدولي، و غلبة الصراع التكنولوجي و التجاري و الإقتصادي على الصراع العسكري تغيرت أولويات التجسس بين الدول فتنازل التجسس العسكري و السياسي عن عرش الأولوية و حل محله التجسس التكنولوجي و التجاري،³ من مخاطر الأنترنت:

¹ - بخيت السيد، الإنترنت: كوسيلة إتصال جديدة، مرجع سبق ذكره، ص،ص، 61، 60.

² - هال أبلسون، هاري لويس و كين ليدين، الطوفان الرقمي كيف يؤثر على حياتنا و حريتنا و سعادتنا، تر: أشرف عامر، (د،ط)، مؤسسة هنداوي للتعليم و الثقافة، القاهرة، 2014، ص، 37.

³ - بخيت السيد، الصافة و الأنترنت، مرجع سبق ذكره، ص، 18.

- التجسس الإلكتروني: و ذلك بالإعتداء على سرية المعلومات الموجودة على الحاسب الألي دون إذن صاحبها و دون معرفته بالإستعانة بالأقمار الصناعية و تستخدم الولايات المتحدة تلك التقنية في معرفة المعلومات ثم تحليلها .

- الإختراق و القرصنة الإلكترونية: و هي الإستخدام أو النسخ غير المشروع لنظم التشغيل و لبرامج الحاسب و ذلك بهدف بيعها بمقابل مادي زهيد الأمر الذي يضر بمنتجها .¹

و يشير مفهوم القرصنة إلى إستخدام وسائل الإتصال و تكنولوجيا المعلومات الحديثة في ممارسات غير مشروعة ،تستهدف التحايل على أنظمة المعالجة الآلية للبيانات ،لكشف البيانات الحساسة (المصنفة)أو تغييرها و التأثير على سلامتها أو حتى إتلافها، و بعبارة أخرى القرصنة ما هي سوى عملية دخول غير مصرح به، إلى أجهزة الغير و شبكاتهم الإلكترونية، أي توجه هجمات إلى معلومات الكمبيوتر أو خدماته ،بقصد المساس بالسرية أو المساس بسلامة المحتوى و التكاملية، او تعطيل القدرة و الكفاءة للأنظمة للقيام بأعمالها فهدف هذا النمط الإجرامي هو نظام الكمبيوتر، وبشكل خاص المعلومات المخزنة داخله .فالقرصنة تعني الوصول بطريقة غير مشروعة من خلال ثغرات في نظام الحماية الخاص بالهدف .²

يقوم قرصنة الحاسب الألي بإستخدام البرامج التي تتيح لهم الإطلاع على البيانات و المعلومات الخاصة بالشركات و المؤسسات التجارية العامة على شبكة الأنترنت ،و بالتالي يتمكنوا من الحصول على ما يريدوا من المعلومات و منها تلك المتعلقة ببطاقات الدفع الإلكتروني المستخدمة في التجارة الإلكترونية عبر هذه الشبكة .³

¹ - أمير فرج يوسف ،الجرائم المعلوماتية على شبكة الأنترنت،(د،ط)،دار المطبوعات الجامعية ،الإسكندرية ،2008،ص،ص63،60.

² - فتيحة ليتيم و نادية ليتيم ،الأمن المعلوماتي للحكومة الإلكترونية و إرهاب القرصنة ،مجلة الفكر ،العدد:12،جامعة محمد خبضر بسكرة ،2010،ص،ص242.

³ - إبراهيم محمد منصور الشحات ،الجرائم الإلكترونية في الشريعة الإسلامية و القوانين الوضعية ،(ط،1)،دار الفكر الجامعي ،الإسكندرية ،2011،ص،ص145.

تتم سرقة البرامج والمعلومات المخزنة أليا عن طريق "الهاكرز و الكراكرز" الهاكرز و الكراكرز كلاهما لص معلوماتي، إلا أن هناك فرقا بينهما يتمثل في الغاية التي يسعى إليها كل منهما، فالغاية التي يسعى إليها الهاكرز هي إختراق أجهزة الحاسب الآلي للحصول على المعلومات، أما الكراكرز فهم المحطمون لكلمات السر و الكاسرون لحماية الحاسب الآلي، و كل ما يشغلهم هو كيفية نسخ و تداول البرامج المحمية .¹

و تزداد المصاعب أكثر في هذه الحرب الصامتة عندما يتعلق الأمر بالسرقة أو تسريب البيانات و المعلومات، و هو ما يسمى بالتجسس الإلكتروني، حيث يعد نهب المؤسسات الغربية لأغراض البحث فائق التكنولوجيا و الملكية الفكرية الأخرى هدفا مغريا لكثير من الدول، وفي المقدمة منها الصين و روسيا .²

يقوم الإختراق على نظام الشبكة التي تعمل بنظام سيرفر و روابط و هذا لا يمكن إلا بوجود شبكة، بإختصار أنه لا يحدث أي عملية إختراق إلا إذا كان هناك إتصال بين الطرف الأول و الثاني سواء بشبكة محلية أو بالإنترنت .³

لقد عرف عالمنا المعاصر أول عاصفة إلكترونية جامحة من خلال ما أحدثته تسريبات "ويكيليكس" التي عُرفت بإسم "عاصفة ويكيليكس" " storm wikileaks وتضمنت إستخدام موقعها على الأنترنت في نشر صور ضوئية لألاف الوثائق السرية الرسمية المتبادلة بين وزارة الخارجية الأمريكية وبعثاتها بدول العالم، و ما أحدثته تلك التسريبات من توتر حاد في العلاقات الدولية على جميع الأصعدة، و منها توتر العلاقات بين كثير من القادة في العالم، لما نسبته إليهم من

¹ - محمد عبدالله أبو بكر، موسوعة جرائم المعلوماتية (جرائم الكمبيوتر و الأنترنت) (د،ط)، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 2007، ص، 142.

² - حميد حمد السعدون، إستخدام الفضاء الإلكتروني و تأثيره في العلاقات الدولية "الشرق الأوسط" أتمونجا، مجلة دراسات دولية، العدد: 59، مركز الدراسات الإستراتيجية و الدولية، جامعة بغداد، العراق، 2014، ص، 8.

³ - ياسر محمود عبد العزيز، ضوابط التحقيقات الصحفية الأمنية، (ط،1)، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2010، ص، 142.

أقوال وتصريحات تتعارض مع سياساتهم المعلنة تجاه شعوبهم، وهو ما أدى إلى حدوث إضطرابات و إحتجاجات عديدة بهذه الدول.

فكان لإستخدام الإنترنت في بث هذه التسريبات أثر مهم في ترسيخ مفهوم الأنترنت و أهميتها و خطورتها بوصفها إحدى ثمار ثورة المعلومات و الإتصالات، و ما تتيحه لمستخدميها من إمكانات تكنولوجية متنوعة، قادرة على إحداث نتائج غير محدودة، إيجابية كانت أم سلبية، على كل الأصعدة المحلية و الإقليمية و الدولية.¹

خلاصة المبحث:

من خلال ما تناولناه في هذا البحث نستنتج أن المصادقية تعتبر الإلتزام الأول لوسائل الإعلام، فالهدف الأساسي لوجود الصحافة هو تزويد الجمهور بالمعلومات الدقيقة و الموثوقة وذات المصادقية العالية .

كما أننا تطرقنا إلى وسيلة الأنترنت التي تعتبر الوسيلة الإتصالية ذات البيئة المفتوحة و ما توفره من معلومات كثيرة تسمح للصحافيين في البحث في الكم الهائل من المعلومات التي تتوفر على شبكة الأنترنت. إلا أن الأنترنت بالرغم ماتوفره من معلومات إلا أنها معرضة لأخطار الإختراق و القرصنة لقواعد البيانات.

¹ - خالد وليد وحمود، الهجمات عبر الأنترنت: ساحة الصراع الإلكتروني الجديدة، (سلسلة دراسات)، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، 2013، ص، 06.

المبحث الثاني: التسريبات الإعلامية و مصادر المعلومات السرية .

المطلب الأول: التسريبات الإعلامية .

تمهيد: تلعب المعلومات العصب الجوهري في أي مجال و لأي إنسان ،ولكن السرية تحد من حق المعرفة و حق الحصول على المعلومة ،لذلك ظهرت بعض الممارسات التي تسمح بتمرير المعلومات دون قيود، يراها البعض مصدر مهم لتدفق المعلومات "التسريب"، إلى جانب المصادر المجهولة و الخفية التي أصبحت الجهة المسؤولة بالدرجة الأولى عن التسريب سواء لغرض إنساني أخلاقي أو لهدف آخر .

1- تعريف التسريبات الإعلامية

يتصدر الحق في الوصول إلى المعلومة ذات العلاقة بالشأن العام قائمة الحقوق التي يقوم عليها الحق في حرية الرأي و الحق في التعبير و الحق في المشاركة، و هذا الحق هو أهم الحقوق السياسية في النظام الديمقراطي، ولكن قلة من الدول الديمقراطية شرعت فعلا حق الوصول إلى المعلومات، مع أن مؤسسة السرية و السرية المقنونة هما من نتائج تطوير النظام الديمقراطي في مقابل حق المواطن في المعرفة، لأن النظام الذي يعتبر الشفافية هي القاعدة ،و السرية هي الاستثناء اللزم لعمل المؤسسات، يرى أن السرية تحتاج إلى حماية مقنونة في حين أن الأنظمة الدكتاتورية غالبا ما تعتبر السرية جزءاً من تعريف النظام، فهو الذي يجب أن يعلم و يعرف و يفكر نيابة عن الشعب ولا حاجة في هذه الحالة إلى تحديد السرية لأنها هي القاعدة ،في حين أن العلنية هي ما يختار النظام أن يعلنه ،أكان ذلك حقيقة أم كذباً و هنا تكمن الهوة بين الشعب و الحاكم، والتي تتشكل منها هيبة الحاكم و مهابته ¹.

ثمة قطبان لهذه العملية :إحتكار المعلومة بإعتبارها نوعاً من إحتكار القوة و السلطة من جهة، و الحق في المعرفة و حب الإستطلاع غير المحدود من جهة أخرى، تتوسط بينهما عناصر

¹ - عزمي بشارة ، الحقيقة و السلطة وإعادة الإعتبار إلى الحقائق سلسلة دراسات وأوراق بحثية ،المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات ،الدوحة ،2011،ص،02.

عدة مثل الرقابة على النشر، وتصنيف المعلومات كمواضع سرية، و الشفافية المنظمة قانوناً، وهذه الأخيرة حين تُقوّن تمنح الحق في المعرفة لغاية محددة هي تكوين موقف و رأي، و تمنح الحق في أن تكون مؤسسة للرقابة على السلطة للحد من إستخدام القوة و النفوذ لأهداف غير شرعية و غير مشروعة.¹

و مع نمو الإيديولوجيات في العالم مع مطلع القرن العشرين، إزدادت الحكومات سرية و تحوطاً، و أفقلت الكثير من خزائن الوثائق و المعلومات عن الناس. لم يرتبط ذلك فقط بالأنظمة الشيوعية و الإشتراكية التي كانت تعلن إحتكارها المعرفة و من دون موازية، بل بالأنظمة الديموقراطية الغربية أيضاً، و لعل قضية "أنيتا ويتي" التي ساهمت في تأسيس "حزب العمل الشيوعي" في الولايات المتحدة واحدة من الأمثلة على محاصرة حرية الكلام و حق الصحافة في إحاطة الجمهور بما يجري، وهنا أفرزت وثيقة القاضي لويس دي برانديز التي كتب فيها ما رآه كثيرون من الباحثين أقوى دفاع عن حرية الكلام.²

تعريف التسريبات الإعلامية :

ظاهرة التسريبات أو تسريب الوثائق يمكن أن توصف بإعتبارها ظاهرة لتسريب معلومات و تقارير عن طريق مختلف المصادر، و أن تتم نقلها من السر إلى العلن بغض النظر عن طريقة هذا التسريب أو شكله، والواقع يقتضي التعامل مع هذه الظاهرة من زاويتين، التعامل مع المعطيات الحالية المسربة من ناحية، والترتّب لحين بداية تنامي هذه الظاهرة عالمياً من حيث تأثيرها و تطورها، لا من حيث وجودها الواقعي فحسب من ناحية أخرى.³

¹ - باسم الطويسي و آخرون ، ظاهرة ويكيليكس جدل الإعلام و السياسة بين الافتراضي و الواقعي ،(ط،1)،المركز العربي للأبحاث و دراسة السياسات ،بيروت ،2012،ص،50.

² - المرجع نفسه ،ص،149.

³ - محمد خليفة الصديق ،"السودان في وثائق ويكيليكس : الواقع و المأل "،مداخلة ضمن ندوة المصدر المفتوح في عالم الأنترنيت و الأوراق الدبلوماسية الأمريكية المسربة كمعطى ،2011،المركز العربي للأبحاث و دراسة السياسات ،بيروت ،ص،13.

الأخبار المسربة هي تلك الأخبار التي يقوم الصحفيون بإستقاء مادتها من مصادر تحرص على عدم الكشف عن هويتها بشكل علني أمام الرأي العام، و تقوم هذه المصادر بتزويد الصحفيين بالمعلومات و الآراء و الوثائق التي تدعم مكانتهم التفاوضية .وبينما يعتبرها البعض ممارسة صحفية مقبولة و ضرورية لقيام الصحافة بمهامها، فإن البعض الآخر يعتبرها عملا غير أخلاقي وتقويض لإستقلالية الصحافة و سلوك ضار و غير مقبول، سواء من قبل المصادر أو الصحفيين.¹

أما مسرب الخبر هو شخص يكشف ممارسة خاطئة تحدث داخل مؤسسة أو منظمة وتأتي معرفته بهذا الخطأ كونه يعمل مع هذه المؤسسة أو يتعامل معها ،و يفصح عن هذه الممارسة الخاطئة للجمهور من خلال تبليغ وسائل الإعلام أو السلطات.²

إعتبرت الدكتورة نهاوند القادري فيما تعني ظاهرة التسريب بأنها ليست بالظاهرة الجديدة و لكنها لطالما عبرت عن العلاقة الملتبسة بين المصادر وبين الإعلام، فهناك من يقول إنها معركة تبعدنا عن الإعلام غير المرغوب، أو الإعلام المنافس، فيما هناك من يدعي أنها عبارة عن سوق فيه عرض و طلب و الدافع للعرض هو التضليل (الذي إرتضى به الطالب)،بينما الدافع للطلب هو بيع أكبر قدر ممكن من إنتباه الجمهور (ثمنه غير معلن) ومن جهة أخرى ترى نهاوند القادري أن مصادر التسريبات تتمثل في رجال السياسة و أصحاب النفوذ الإقتصادي وأصحاب النفوذ الأمني، و ذلك لفرض جدول أعمالهم أو أجندتهم على العمل الإعلامي أو الرزنامة الإعلامية .

ويمكن القول في هذا السياق :إن وسائل الإعلام التقليدية غير كافية لمواجهة عملية التضليل التي تسببها السلطات، لأن هذه الأخيرة تنمي مهاراتها الإتصالية و تعمل دائما على تطبيق إستراتيجية العمل بالسر ،فأصبح دور الإعلام بالتالي ،مقتصرًا على كيفية التعامل مع صعوبة

¹ -بحيث السيد ،أخلاقيات العمل الصحفي ،(ط،1)،دار الكتاب الجامعي ،الإمارات العربية المتحدة،2011،ص،274 .

² - منظمة المادة 19 و الإتحاد الدولي للصحفيين، حماية المصادر نشرة لمحامي الإعلام والصحفيين في العراق ،2010،ص

الكشف عن الحياة السرية و كواليسها و ظلالتها. إذ ليس من صلاحية الإعلام الرسمي سوى التمويه عن نية السلطة الحقيقية و تحويل الإنتباه عما يجري ،ليخفي عجزه عن كشف السر الحقيقي ،و أضافت القادري بأن الإعلام دخل اللعبة السياسية و أصبح متورطاً فيها .¹

2- تاريخ التسريبات الإعلامية

الواقع أن حالات تسريب المعلومات ليست ظاهرة جديدة ، إذ يُنسب إلى الرئيس الأمريكي "أبراهام لنكولن" حيث أنه قام في يناير 1862 بتسريب خطاب له قبل إلقائه إلى مندوب صحيفة نيويورك هيرالد التي كان يعتبرها صحيفة متعاطفة معه وأمر بإغلاق نظام البرقيات في البيت الأبيض حتى لا يستطيع مراسل صحيفة نيويورك ورلد إخطار صحيفته بما حدث .²

كما أن تاريخ كسر إحتكار الحكومات للمعلومات طويل يعود إلى بدايات إنتزاع الصحافة أدوارها المبتكرة ،فأشهر وأقدم الإشارات إلى عمليات التسريب و أقدمها هو تسريب ألكسندر هاملتون Alexander Hamilton في عام 1794 سرب معلومات إلى البريطانيين عن معاهدة "جاي"، ما أغضب الرئيس جورج واشنطن ،وأدخل البلاد في أزمة سياسية، و عام 1848 سرب "جون نوجنت "

و هو صحافي في هيرالد ،معلومات مهمة عن معاهدة إنهاء الحرب مع المكسيك في عهد إدارة الرئيس " جيمس بولك " James k.polk وعندما رفض الكشف عن مصادره قبض عليه وإستمر في كتابة عموده الصحافي، وفي الحرب العالمية الثانية تزايدت التسريبات الصحافية في الولايات المتحدة و بريطانيا و فرنسا .³

¹ - نهاوند القادري عيسى ،"الإعلام التقليدي و ظاهرة التسريبات أية وظيفة أي دور ؟،مداخلة ضمن ندوة المصدر المفتوح في عالم الأنترنت الدبلوماسية الأمريكية المسربة كمعطى ،2011،المركز العربي للأبحاث و دراسة السياسات ،بيروت ،ص،20.

² - حسني نصر و سناء عبد الرحمان ،التحرير الصحفي في عصر المعلومات الخبر الصحفي ،(ط،2)،دار الكتاب الجامعي ،الإمارات العربية ،2009،ص،89.

³ - باسم الطويسي و آخرون ،مرجع سبق ذكره ،ص،148.

كما يحيلنا إستحضار تاريخ التسيريات على واقعة أساسية في العصر الحديث، هي ما عرف بـ"أوراق البنتاغون" "Pantagon Papers" وهي عبارة عن روجتها وسائل الإعلام و الثقافة الشعبية للإشارة إلى الوثائق الرسمية التي حملت عنوان (العلاقات بين الولايات المتحدة وفيتنام 1945-1967 دراسة من إعداد وزارة الدفاع)، تتضمن هذه الوثائق السرية (7000 وثيقة) التي أعلنت صحيفة نيويورك تايمز عن وجودها في صفحاتها الأولى عام 1971 بعد أن زوّدها" دانيال إلسبيرغ"المحلل في وزارة الدفاع الأمريكية آنذاك، تاريخ التدخل السياسي و العسكري الأمريكي في فيتنام خلال أعوام 1945-1967، و في وقت لاحق بدأت صحيفة واشنطن بوست في نشر جزء من هذه الوثائق اعتماداً على المصدر نفسه، ساهم الكشف عن هذه الوثائق في تآكل التأييد الشعبي الأمريكي للحرب ضد فيتنام و الإنسحاب منها، وسرع في سقوط الرئيس الأمريكي ريتشارد نيكسون لاحقاً، وإن بطريقة غير مباشرة .¹

وأهم مثال متكامل للتحقيق الصحفي (في الصحافة العالمية) هو ما قام به بوب وودوارد وكارل بيرنشتاين في جريدة الواشنطن بوست من جهد صحفي أدى إلى فضح بعض ممارسات الرئيس الأمريكي الأسبق ريتشارد نيكسون وكان سبب إستقالته سنة 1974 وهو ما عرف بـ"بفضيحة ووترغيت".²

أما تفاصيل الفضيحة تقول أنه عام 1972، تم إلقاء القبض على خمسة أشخاص داخل مقر الحزب الديمقراطيهم ينصبون أجهزة تجسس، لتوجه أصابع الإتهام للرئيس الجمهوري ريتشارد نيكسون بالتجسس على منافسه الديمقراطي في الإنتخابات.³

في أمريكا أيضا برز عام 1995 إسم" ليندا تريب" العاملة في البيت الأبيض في عهد الرئيس بيل كلينتون وذلك لتسريبها مكالمات خاصة بينها و بين مونيكا لوينسكي، ما أدى إلى إنفجار فضيحة التورط العاطفي و الجنسي بين كلينتون و لوينسكي، وإستخدمت في محاولة للإطاحة

¹ - باسم الطويسي و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص، 244.

² - نبيل حداد، في الكتابة الصحفية (السمات، المهارات، الأشكال، القضايا)، (د،ط)، دار الكندي، عمان، 2002، ص، 200.

³ - أشهر المسريين في التاريخ... قبل تشيلسي مانغ، العربي الجديد، العدد: 872، (20 فيفري 2017)، ص، 21.

بكلينتون . ويعرف التاريخ الأمريكي عشرات التسريبات الأخرى وعشرات المسربين الذين تحولوا بمرور السنوات إلى أبطال في أمريكا و حول العالم ، نذكر منهم أيضا "فرانك سيربيكو ،الذي جسد آل باتشينو شخصيته عام 1973 في فيلم "سيربيكو" ، و في الحقيقة قام سيربيكو وهو عسكري في شرطة نيويورك ،في نهاية الستينات ،بالكشف عن حجم الفساد داخل جهاز الشرطة ما أدى فتح تحقيق داخل جهاز مكاتب الجهاز ،و الكشف عن فساد كبير ينخر جسم الشرطة . ومن خارج أجهزة الدولة الرسمية برز إسم مسرب شهير هو الأمريكي "جيفري ويغاند" الذي كان يعمل مديراً تنفيذياً في إحدى شركات التبغ و قد ظهر في برنامج 60دقيقة الشهير ليقول إن كل شركات التبغ تدرك و تقوم عن قصد بوضع كمية نيكوتين تؤدي إلى الإدمان في منتجاتها ، وهو ما أدى إلى شن حرب إقتصادية شعواء ضده و لكن في نفس الوقت نفسه أدى إلى إنخفاض نسب مبيعات الدخان .¹

وقال السيد الرنتاوي أن أهم فضيحة بعد "ووترغيت " كانت "إيران- كونيتر" و التي حصلت عليها صحفية مغمورة و صحافي مغمور في لبنان ،وهي صحيفة "الشرع" لصاحبها "حسن صبرة" ،و قد تسربت المعلومات إلى الصحيفة عن طريق أحد الأجهزة الأمنية الإيرانية التي كانت على خلاف مع النظام الحاكم في إيران في ذلك الوقت .²

شهد العقد الأخير تسريبات عدة لوثائق حكومية مخبرانية تعتبر سرية ،و كان الوصول إليها في وقت سابق شبه مستحيل ،البداية كانت مع تسريبات ويكيليكس .

تسريبات ويكيليكس : في أواخر عام 2010 وصل جهاز الذاكرة الصلبة لا يتجاوز حجمه الإصبع إلى أحد مراسلي صحيفة الغارديان كان الجهاز صغيرا جدا بحيث يمكن تعليقه بحاملة مفاتيح ، ولكن محتواه ضخم وتسبب نشره في هزة عنيفة طالت حكومات العالم ،سعة الجهاز التخزينية كانت 1,6 غيغابايت وإحتوى على ملايين الكلمات هي محتوى أكثر من ربع مليون وثيقة

¹ - المرجع نفسه،العربي الجديد ، العدد :872،ص،21.

² - نبيل الشريف ، التحري الصحفي ، (د،ط)،مركز الأفق الثقافي ،عمان ،1996،ص،16.

251,287 برقية من وثائق وزارة الخارجية الأمريكية ،أرسلت من وإلى السفارات الأمريكية في كافة أنحاء العالم ¹.

بطلة أو بطل هذه التسريبات " تشيلسي ماننغ قامت بتسريبها إلى موقع ويكيليكس ، إنضمت للجيش الأمريكي عام 2007 ،وفي عام 2009 أرسلت ماننغ إلى العراق كمحللة إستخبارية ،ما مكنها من الوصول إلى ملفات عسكرية و دبلوماسية حساسة ،فسربت أكثر من 700 ألف وثيقة و فيديو وبرقيات دبلوماسية إلى موقع ويكيليكس و نشر العديد منها في وكالات إخبارية عدة ،من بينها صحيفة "ذا غارديان " البريطانية و صحيفة "نيويورك تايمز" الأمريكية .إعتقلت ماننغ في ماي 2010 و بدأت محاكمتها في جوان 2013 ووجهت إليها 22 تهمة ،أقرت بعشر منها ،بينها (إساءة إستخدام مواد سرية شملت الأدلة خلال محاكمتها سجلات التراسل في حاسوبها الشخصي و التواصل مع مؤسس موقع ويكيليكس)جوليان أسانج ².

قال برادلي ماننغ لشريكه أدريان لامو (الذي أرشد في النهاية السلطات للقبض على ماننغ)((هيلاري كلينتون و الألاف من الدبلوماسيين حول العالم سوف يصابون بنوبة قلبية عندما يستيقظون ذات صباح ليجدوا أن كامل أرشيفهم المصنف الخاص بالسياسة الخارجية قد أصبح متاحا و بصيغة تتيح البحث لكافة الناس في أي بقعة من العالم حيثما توجد سفارة أمريكية هناك فضيحة دبلوماسية سوف يكشف النقاب عنها ،فوضى على مستوى العالم بصيغة حاسوبية مبسطة إنه لأمر ممتع و مرعب)) .وأضاف ماننغ "تلك المعلومات هي ملك الناس ،و تنتمي لهم".وحسب تلك المحاورات ،فإن ماننغ قام بتحميل الوثائق التي رفعها على موقع ويكيليكس الذي وصفه بأنه "ناشط في حرية تداول المعلومات "و الذي يقوده قرصان الحاسوب السابق جوليان أسانج .ويظهر أن أسانج و مجموعته قرروا فوراً تمرير المعلومات إلى النشر ،إضافة إلى معلومات متوفرة لديهم "لتضخيم الصدمة السياسية "حسب ما قالوه على موقعهم الإلكتروني .

¹ - مركز دراسات و تحليل المعلومات الصحفية ،أبرز ما نشر من وثائق ويكيليكس في شهري تشرين الثاني و كانون الأول 2010،(ملف معلوماتي إصدار خاص)بيروت ،2011،ص،03.

² - العربي الجديد ،العدد :872،مرجع سبق ذكره .

وقد وصف ماننغ لأحد رفاقه عملية تسريبه للوثائق بأنها سهلة إلى درجة ساذجة ،قال ماننغ "أتي إلى العمل و معي قرص مدمج عليه موسيقى مثل الليدي غاغا (مغنية أمريكية) وأمسح الموسيقىثم أنسخ مكانها ملفات مضغوطة و لا يشك أحد في شيء ...أصغي لأغنية تليفون الليدي غاغا ،واحرك شفتي مع الموسيقى بينما أقوم بتهريب ما يمكن أن يكون أكبر عملية تسريب في التاريخ الأمريكي" ¹

أشار الدكتور عبد الواحد أمين في ندوة المصدر المفتوح في عالم الأنترنت والأوراق الدبلوماسية الأمريكية المسربة كمعطى أن دخول الأنترنت إلى عالمنا يمثل مرحلة هامة في المجال الإعلامي بكل تطبيقاته و خاصة مع إنتشار التطبيقات التي تنتج الأخبار بطرق ميسرة وقد ساعدها في تأدية هذا الدور سهولة تكنولوجيا الإتصال و إنتشار الهواتف المحمولة و البلاك بيري وغيرهما ،وأشار إلى بعض الدلالات الإعلامية لهذه التسريبات ومنها : قوة الإعلام الإلكتروني و تناميهِ كمصدر مفتوح من مصادر المعرفة الإخبارية .

فقد أصبح موقع ويكيليكس مصدراً هاماً من مصادر الحصول على المعلومات ،أكان ذلك بالنسبة إلى مستخدم الأنترنت أو إلى وسائل الإعلام من صحافة وإذاعة و تلفزيون .وفيما يخص الصدقية في تسريبات ويكيليكس أشار الدكتور رضا عبد الواحد إلى الغموض الذي يكتنف موضوع كيفية الحصول على هذه الوثائق ولفت إلى أن عملية نشرها في وسائل الإعلام التقليدية تعرضت للإنتقاء ،إذ نشرت كل صحيفة ما يتوافق و ريتها وأجندتها و إيديولوجيتها أو ما يناسب

¹ - أبرز ماننغ عن وثائق ويكيليكس .. في شهري تشرين الثاني و كانون الأول 2010، مرجع سبق ذكره ،ص،ص،04،03.

رؤية أجندة الدولة التي تمثلها ،وقال أسانج في هذا الصدد : "إنني أتفهم عدم نشر النيويورك تايمز للوثائق المتعلقة بإسرائيل ".¹

هناك من يرى أن موقع ويكيليكس نزع عن الصحافة التقليدية تَوَسُّطها ما بين الجمهور و الحدث ،الذي كان يشكل مصدر قوتها ،وبخاصة بعد أن فقدت الوسائل التقليدية مصداقيتها .وأشار إلى أنه على الرغم من ذلك كانت إدارة ويكيليكس تعلم بدور الإعلام التقليدي ،فنسقوا مع مجموعة من المؤسسات الإعلامية الكبرى كدير شبيغل الألمانية Der spigal و غارديان البريطانية TheGuardian و لوموند الفرنسية LeMonde ،وصرح أسانج في هذا الصدد أنه: "عندما تتاح المعلومات لكل وسائل الإعلام لا تعود مثيرة للإهتمام "و لذلك تم التنسيق مع عدد منها فقط .²

قدم السيد علي حسين بكير ثلاثة أسباب رئيسية وراء عقد أسانج مع هذه المؤسسات الإعلامية منوها إلى أنها أسباب أعادت بالفعل للصحافة قيمتها التي لم يكن ليحققها موقع ويكيليكس وحده أولاً: أدرك أسانج أن نشر المعلومات على شبكة الأنترنت لوحده ،وبخاصة في ما يتعلق بالوثائق الدبلوماسية ،لأنها لا تفيد القراء بشكلها الخام ،إذ لا بد من محللين و متخصصين يطلعون عليها ،بل كان أسانج بحاجة إلى اللجوء إلى منبر يسلط من خلاله الضوء على هذه الوثائق و يقوم بتبسيطها و قولبتها و إعادة صوغها بشكل يمكن وصول مضمونها إلى أكبر عدد من القراء .

¹ - رضا عبد الواحد أمين ،"صحافة المصدر المفتوح و تأثيراتها على الصحافة الورقية" ،مداخلة ضمن ندوة المصدر المفتوح في عالم الأنترنت و الأوراق الدبلوماسية الأمريكية المسربة كمعطى ،المركز العربي للأبحاث و دراسة السياسات ،بيروت ،2011،ص،6،7،8.

² - رابح الصادق ،"الصحافة و تسريبات ويكيليكس :بين الإحتفاء و التشكيك ،مداخلة ضمن ندوة المصدر المفتوح في عالم الأنترنت و الأوراق الدبلوماسية الأمريكية المسربة كمعطى ،المركز العربي للأبحاث و دراسة السياسات ،بيروت ،2011،ص،11.

ثانياً: أدرك أسانج أن ندرة الوثائق لا إنتشارها ،هو الدافع الرئيسي للإعلام كي يقوم بالتغطية ،لذا إرتأى توقيع عقود مع هذه المؤسسات و عمد إلى التحكم بالمواد التي ستنتشر ،وبطبيعتها و نوعها كما كان له رأي في إخراجها على دفعات .

أما السبب الثالث لخطوته تلك ،فكمنت في إرادته أن تكون الوثائق منتشرة أي موجودة بالتداول على الدوام ما أعطى بالتالي قيمة إضافية لهذه الوثائق إذ أتاحت الصحف للوثائق أن تتصدر صفحاتها الأولى بشكل مثير و يومي بما يضمن التداول ،وقد حققت بذلك التغطية الإعلامية لهذه الوثائق ، الهدف الذي كان قد وضعه أسانج نصبُ أعينه.¹

أكد الدكتور عزمي بشارة بدوره أن التسريبات أمر معهود و معروف في السياسة الدولية لكن الجديد هنا هو حجم الوثائق المسربة و سرعة تسريبها و تداولها في مختلف بلدان العالم ،من هنا إسم "الويكي" أي السرعة في الإنتاج، "وليكس" أي التسريبات .ونشر موقع ويكيليكس وثائق الخارجية الأمريكية ،لكنه لم يصنعها و لم يكتبها، وتعتبر عملية النشر بمنزلة حدث فريد من نوعه فعلا في التاريخ ،وناتج عن التطور التكنولوجي الذي حصل وتطور نوع جديد من المعارضة السياسية في العالم تذكر بمعارضات البيئة و معارضات العولمة و الحركات المعادية للحرب في مناطق عدة من العالم.²

تسريبات إدوارد سنودن : برز إسم الأمريكي إدوارد و هو عميل سابق (منشق) في الإستخبارات الأمريكية ،و صاحب التأكيد الحسي الأكبر بأن كل المكالمات و المراسلات في العالم ،وتحديدا في أمريكا تتعرض للرقابة الرسمية و المخابراتية والمعلومات التي سربها جعلته المطلوب الأول في أمريكا. عام 2013 قام سنودن بتسريب معلومات مصنفة "سرية للغاية" وهي عبارة عن تفاصيل برنامج "بريزم" الذي تستخدمه وكالة الأمن القومي الأمريكية للتجسس.سنودن دخل إلى وكالة

¹ - (علي حسين بكير "دور الأنترنت في عصر المعلومات :الفرص و التحديات و المخاطر المستقبلية المرتقبة"،مداخلة ضمن ندوة الصدر المفتوح في عالم الأنترنت و الأوراق الدبلوماسية الأمريكية المسربة كمعطى ،المركز العربي للأبحاث و دراسة السياسات ،بيروت ،2011،ص،ص،16،17.

² - (باسم الطويسي و آخرون ،مرجع سبق ذكره ،ص،350.

الأمن القومي، ثم عمل متعاقدًا مع وكالة الإستخبارات الأمريكية، و عام 2013 قام بتسريب آلاف الوثائق و المعلومات حول التجسس الأمريكي على خوادم أغلب الشركات الكبرى في العالم و قدرتها على الدخول إلى حواسيب و محادثات الأفراد في الولايات المتحدة الأمريكية و خارجها.¹

في تقرير أعده كل من هنري فاريل و مارثا فينيمور أستاذًا العلوم السياسية و الشؤون الدولية في جامعة جورج واشنطن، حول سخط الحكومة الأمريكية بشأن تسريب المعلومات حول تصرفاتهم غير المرغوب فيها، وأوضح التقرير أن السلطات الأمريكية عدت تلك التسريبات تهديدًا للأمن الأمريكي في الوقت الذي قلل فيه وزير الدفاع الأمريكي، روبرت جيتس من المخاوف تجاه تلك التسريبات، عندما أخبر الصحفيين في عام 2010 أن تأثير المعلومات المسربة "بسيط نسبيًا" و لا يشكل خطراً على مصادر المؤسسات الإستخباراتية و أساليبها وأكد التقرير أن سنودن فضح المصادر و الأساليب الإستخباراتية لكنه لم يكشف عن شيء غير متوقع حيث كان الكثير من الخبراء يعتقدون أن الولايات المتحدة تقوم بهجمات سيبرانية ضد الصين، وتنتصت على المؤسسات الأوربية، وترصد الإتصالات الدولية عبر شبكة الأنترنت.²

قال جرينوالد في كتابه لا مكان للإختباء "بأن الحجم المذهل للوثائق بالغة السرية التي نقلها سنودن إلي جانب الدراما المثيرة المحيطة بسنودن نفسه، ولدا إهتماما عالميا غير مسبوق بخطر المراقبة الإلكترونية الجماعية، وقيمة الخصوصية في العصر الرقمي. لكن المشكلات التحتية الكامنة كانت تتعفن منذ سنوات في الظلمة، بعيدا عن الأعين إلى درجة كبيرة".³

¹ - العربي الجديد، العدد: 872، مرجع سبق ذكره، ص، 21.

² فورين أفريز، على الولايات المتحدة الأمريكية الكف عن النفاق في سياساتها الخارجية، مجلة أخبار الساعة، مركز الإمارات للدراسات و البحوث الإستراتيجية، العدد: 2013، 5274، الإمارات العربية، ص، 05.

³ - جلين جرينوالد، لا مكان للإختباء "إدوارد سنودن، الولايات المتحدة الأمريكية و دولة المراقبة الأمريكية، تر: بسام شيجا (ط، 1)، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، 2014، ص، 10.

تسريبات إتش أس بي سي ليكس 2015: الفضيحة التي تعرف بـ "سويس ليكس" تلقي الضوء على ممارسات التهرب الضريبي فتكشف تفاصيل الآلية التي إعتدها مصرف "إتش أس بي سي" في سويسرا لمساعدة عدد من عملائه على إخفاء أموال غير مصرح بها .

سرق "أرفيه فالشياني" مهندس المعلوماتية الذي كان يعمل في الفرع السويسري للمصرف البريطاني، الوثائق في العالم 2007 وسلمها إلى السلطات الفرنسية، و على مدى سنوات عديدة بقيت تلك المعلومات حكراً على القضاء و على بعض المصالح الضريبية . و حصلت صحيفة "لوموند" على المعطيات المصرفية لأكثر من مئة ألف من عملاء المصرف ووضعت المعلومات في تصرف الإتحاد الدولي للصحافيين الإستقصائيين في واشنطن الذي تقاسمهم بدوره مع أكثر من 45 وسيلة إعلامية حول العالم . تعرض فالشياني الملقب بـ "سودن التهرب الضريبي " .

و "الرجل الذي يخيف الأغنياء" للملاحقة القضائية في سويسرا بتهمة السرقة ،وعرضت عليه كل من فرنسا و إسبانيا الحماية عبر رفض تسليمه إلى سويسرا .¹

تسلسل تاريخي (كروولوجي) لأهم أحداث التسريبات الصحافية أو الإعلامية :

العام	الحدث	الجهة
1794	سرّب ألكسندر هاملتون معلومات للبريطانيين من خلال الصحافة تتعلق بمعاهدة "جاي" في عهد الرئيس جورج واشنطن ما أدى إلى أزمة سياسية	الصحافة
1848	في رئاسة جيمس بولك ،سرّب جون نوجنت المعاهدة السرية لإنهاء الحرب على المكسيك	الصحافة (نيوهيرالد)
1942	سرّبت معلومات خاصة بنية هتلر إبادة اليهود من مكتب وزير الخارجية سونز	الصحافة (نيويورك تايمز)
1960	سرّب جون كينيدي معلومات للصحافة إستخدمت لتقويض حملة منافسه ريتشارد نيكسون	الصحافة (نيويورك تايمز)

¹ - الرأي، العدد 13008، الأربعاء 11 فيفري 2015، ص48، www.alrai media.com

1986	سرّب مردخاي فعنونو معلومات خطيرة في شأن مفاعل ديمونا الإسرائيلي (صنّدي تايمز الإنجليزية)	الصحافة
2004	كشفت وسائل الإعلام صوراً وأشرطة مسربة من سجن أبو غريب "العراق" في إنتهاكات جسدية و نفسية وإساءة جسدية .	التلفزيون
2006	بثت قناة " أس بي أس" sbs الأسترالية لقطات جديدة لجرائم إرتكبها الجنود الأمريكيون في سجن أبو غريب .	التلفزيون
2008	كشفت موقع ويكيليكس وثائق عن فساد الحكومة الكينية ،ساهمت في إظاحتها .	الأنترنت
2009	كشفت موقع ويكيليكس عن شريط فيديو يُصوّر طائرة مروحية أمريكية و هي تطلق النار على رجال غير مسلحين .	الأنترنت
2009	سرّب موقع ويكيليكس و صحيفةنيويورك تايمز يوميات الحرب الأفغانية	الأنترنت
2010	كشفت موقع ويكيليكس (بالشراكة مع لوموند ،بايس ،الغرديان ،دير شبيغل عن 2500 من برقيات الخارجية الأمريكية .	الأنترنت
2011	بثت "قناة الجديد اللبنانية تسريبات و تسجيلات مهربة تقدم أدلة على إنحراف العملية الدولية بإغتيال رئيس الحكومة اللبنانية رفيق الحريري .	التلفزيون
2011	كشفت "قناة الجزيرة" تسريبات في شأن ملف المفاوضات الإسرائيلية الفلسطينية.	التلفزيون

المصدر: من كتاب ظاهرة ويكيليكس جدل الإعلام و السياسة بين الإفتراضي و الواقعي ص.150

ويلاحظ في خلاصة مراجعة تاريخ التسريبات و السرية مايلي¹:

- يزداد نموّ إعتقاد وسائل الإعلام على التسريبات بصورة واضحة مع تزايد الإفتتاح السياسي وعمليات الديمقراطية على الرغم من أن ظاهرة التسريبات تنتمي إلى عالم مقاومة السرية .
- ترتبط ظاهرة الإعتقاد على التسريبات بأوقات الأزمات و الحروب أكثر من إرتباطها بالأوقات الأخرى .

- إمتدت ظاهرة إعتقاد وسائل الإعلام على الصحافة وسيلة للتسريبات على مدى نصف قرن من تاريخ مقاومة السرية ،وهي الفترة الممتدة بين عامي 1950 و1999، أي المرحلة التي نضجت خلالها ظاهرة التسريبات، بينما إتجهت حركة التسريبات نحو وسائل الإعلام الأخرى وعلى رأسها

¹ -) باسم الطويسي و آخرون مرجع سبق ذكره ،ص 151.

المحطات التلفزيونية و الصحافة الإلكترونية ومواقع التسريبات، منذ مطلع القرن الحادي و العشرين .

تسريبات وثائق بنما 2016

ككل التسريبات السابقة بطلها هو من يطلق عليه الإنجليز "مطلق الصفارة " فمطلق الصفارة هذه المرة هو شخص (لا نعلم إن كان رجلاً أو امرأة)، مقرب من شركة تدعى موساك فونسيكا للخدمات القانونية و التي تتخذ من دولة بنامقراً لها، إحدى أهم الخدمات التي تقدمها موساك فونسيكا هي تأسيس وإدارة شركات وهمية offshore companies في جزر ومناطق لا تخضع للقوانين الضريبية التي تفرضها الدول عادة ،وتحصل موساك فونسيكا في مقابل ذلك على أجر سنوي.¹

ورشة صحافية كبيرة إستطاعت كشف الدور الخفي لشركة "موساك فونسيكا" القانونية المشتركة في عمليات تبييض الأموال و التهرب الضريبي طوال أربعين عاماً، والتي يتورط فيها زعماء عالميون ومشاهير و شركات كبرى.²

في فيديو تمثيلي بثته صحيفة "زود دويتشه تسايتونج" الألمانية يعيد تمثيل تبادل الرسائل بين المسرب المجهول الهوية و الصحيفة الألمانية، المجهول: مرحبا لدي معلومات هل تهكمك .؟ الصحيفة:تهمنا جدا مجهول هناك شرطان، حياتي في خطر، نتواصل عبر ملفات مشفرة فقط و لن نجتمع أبداً. الصحيفة:لماذا تريد فعل ذلك ؟مجهول أريد أن أفصح هذه الجرائم.³

كان يوم الحظ للصحيفة الألمانية فعندما سأل المحررون عن حجم تلك الوثائق، قال المرسل الذي أطلق على نفسه "جون دو": أكثر من أي وثائق رأيتموها على الإطلاق "، فعلى مدار الأشهر التالية قام جون دو بإرسال الملايين من الوثائق و الصور و البيانات للصحيفة التي أدرك

1)-http://www.noon post .org./ تاريخ الإطلاع 2017-02-27

2)-http:// www.Almodon .com/media / .2017-03-14 تاريخ الإطلاع

3)-http://www.al-khbar.com / node/ 255576..2017-03-14 تاريخ الإطلاع

محرروها سريعاً أنهم لن يكونوا قادرين على تحليل و تنفيذ هذا الكم الهائل من المعلومات التي وصلت إلى أكثر من 2,6 تيرا بايت من البيانات في أكثر من 11,5 مليون وثيقة .¹

وهنا نلاحظ كمية الوثائق المسربة من خلال حجمها الكبير في تسريب فاق كل التسريبات السابقة، أمر مربوط أيضاً بالتقنية التي فاقت كل حدود التسريب في الماضي.(أنظر الملحق رقم:02)

عندما تلقت صحيفة "زوديتشه تسايتونغ" أول دفعة من الوثائق في وقت مبكر 2015 من المصدر المجهول، من خلال رسالة مشفرة ظلت الملفات تتراكم في الأشهر التي تلت ذلك .² طلبت صحيفة زود دويتشه تسايتونغ مساعدة فنية من الإتحاد الدولي للصحفيين الإستقصائيين، كونها لم تكن قادرة على التعامل وحدها مع هذا السبق الذي يخص العالم كله .وقد سبق للإتحاد أن نسق عملية جمع المعلومات و تحليلها في ملفات "سويس ليكس"، التي إعتمدت على تسريبات عملاء بنك "أتش، أس، بي، سي"، وبمشاركة ذات الصحفيين العرب، عقد الإجماع التنسيق الأول في مدينة ميونيخ، هناك دعا الإتحاد 100 مؤسسة إعلامية وأعضاء مستقلين للتباحث حول إسم المشروع و آلية العمل و طرق تبادل المعلومات و فرزها و تثبيتها وصولاً إلى توحيد توقيت النشر حول العالم لخلق الصدمة المطلوبة وإحداث تغيير صوب الأفضل، وتوسعت الشبكة تدريجياً لتضم حوالي 400 صحفي من 107 مؤسسة إعلامية في 78 دولة .كان ضمنهم صحفيون إستقصائيون متخصصون في قضايا التهرب الضريبي فضلاً عن خبراء في حماية نظم المعلومات و تشفيرها و قد ركز الجميع على تقصي شخصيات عملت في الحقل العام أو السياسي بالإستناد إلى بحث معمق في أكوام السجلات و إجراء مقابلات لمطابقة الحقائق مع التسريبات .³

1) - <http://www.noonpost.org/> تاريخ الإطلاع 2017-02-27

2) - <http://arabic.cnn.com/world/2016/04/05panama-papers-icij> .تاريخ الإطلاع 2017-02-28

3) - <http://www.arij.net/news> تاريخ الإطلاع 2017-03-14

كان من الضروري بالنسبة لمحريي زود دويتشه تسايونج و زملائهم في وسائل الإعلام الأخرى الحفاظ على السرية التامة في التعامل مع المعلومات التي يحصلون عليها ،ويعد هذا الأمر في غاية من الصعوبة لأي صحفي .ولحماية أنفسهم من هجمات القرصنة الإلكترونية كان المحررون يستخدمون الحاسب الألي دون الإتصال بالإنترنت، و كان الخادم و الكمبيوتر المتصل به موضوعان في غرفة منفصلة مغلقة، لا يدخلها سوى أعضاء فريق البحث الاستقصائي.

من بين المؤسسات الإعلامية المشاركة في البحث نجد مثلا غارديان و بي بي سي البريطانيتان، ولوموند الفرنسية و لاناسيون الأرجنتية، وفي ألمانيا بالإضافة إلى زود دويتشه تسايونج شارك صحفيون من أن.دي.أر وفي.دي.ار.¹

بالإضافة لمشاركة تسعة صحفيين عرب في هذا التحقيق، بعد أن تدريبوا على أدوات تعقب المال و الفساد و الجريمة المنظمة العابرة للحدود من خلال شبكة إعلاميون من أجل صحافة إستقصائية عربية (أريج)، أريج تنشط في تسع دول عربية منذ 2005 بهدف ترسيخ ثقافة نبش الحقائق في قضايا تهم الرأي العام بهدف كشف المستور و تفعيل مبدأالمساءلة و المراقبة .

إستفاد الصحفيون التسعة من إتفاق شراكة بين أريج و الإتحاد الدولي سمح لهم من خلال الشبكة بولوج البيانات المتعلقة بأوراق بنما الخاصة بدولهم، بشرط الحفاظ على السرية والإلتزام بموعد النشر الموحد.²

ومن العرب المشاركين في التحرير و التحليل كل من منتظر ناصر من العراق ، ومحمد القوماتي من اليمن ،و بسمة شتاوي و سناء سبوعي و مالك خضراوي من تونس ، وحمود

1) - <http://www.dw.com./ar/> تاريخ الزيارة 14-03-2017.

2) - <http://arabic.cnn.com/middle-east/2016-04-14/rana-sabagh-panama-articles> تاريخ الزيارة.

المحمود من سورية، وهشام علام من مصر، و إلياس حلاس من الجزائر، و مصعب الشوابكة من الأردن¹.

تحدث الشوابكة مع شبكة الصحفيين الدوليين عن آلية العمل التي تم الإتفاق عليها بين (الإتحاد الدولي للصحافيين الإستقصائيين ICIJ) و المؤسسات الإعلامية المشاركة من حول العالم، وكيف إنطلق بعد ذلك الصحافيون برحلة بحثهم و تفصيهم للوثائق التي تسربت إليهم²:

- 1- تسلم الصحيفة الألمانية للوثائق التي وصلتها من مجهول مطلع عام 2015 إلى ICIJ.
- 2- تبني ICIJ الموضوع و طلب الإجتماع بـ 110 صحفياً حول العالم.
- 3- إختيار الصحفيين بناءً على شروط معينة، من ضمنها مهنتهم و إنخراطهم بالعمل الإستقصائي في بلدانهم .
- 4- وصل عدد الصحفيين المشاركين فيما بعد إلى 370 صحفياً من 100 مؤسسة إعلامية في 80 دولة .
- 5- عُقدت الإجتماعات و الإتفاقات بشكل سري للغاية .
- 6- إستلم الصحفيون الوثائق المتعلقة ببلدانهم، و إنطلقوا بشكل سري في عملية البحث و التحقق من صحة ماورد في الوثائق وما إن كانت فعلاً تدين أصحابها .
- 7- يوجد منصة إلكترونية سرية يتبادل عليها الصحفيون المعلومات و يضعون عليها كل مايتوصلون إليه، كما يبقون على تواصل من خلالها مع ICIJ.
- 8- حدد ICIJ ساعة بتاريخ معين لبدء النشر و البث فيه .
- 9- يوجد دول كالسعودية مثلاً لم يكن فيها مندوبين فتعامل مع قضاياهم مركز ICIJ بشكل مباشر .

تاريخ الإطلاع 2017-02-27 - <http://www.alaraby.co.uk/media/news> - 1)

تاريخ الإطلاع 2017-02-28 - <http://ijnet.org/ar/blog/> - 2)

10- لجأ الصحفيون في كافة تحقيقاتهم إلى إتباع قانون حق الرد ،حيث توجهوا إلى المتهمين و طالبوهم بتبرير ماتم إثباته ضدهم .

البيانات التي حصلت عليها صحيفة "زود دويتشه تسايونغ" التي سُرِّت إليها من مصدر مجهول، ذكر المصدر أن البيانات تتبع من كمبيوتر تم قرصنته من مكتب بنما. ¹ و ضمن البيانات هناك رسائل إلكترونية و وثائق عديدة أخرى لأكثر من 215 ألف شركة ،قام مكتب حمامة موساك فونسيكا بتأسيسها بتفويض من عملائه في المقام الأول في بنما وفي جزر العذراء البريطانية ،وتغطي من عام 1970حتى عام 2016وبعد التحقق من قبل هيئة التحرير الإستقصائي في زود دويتشه تسايونغ من صحة البيانات ،بدأ العمل للكشف عن خفايا هذا العلم المجهول .²(أنظر الملحق رقم : 03)

خصص الإتحاد الدولي للصحفيين الإستقصائيين المشاركين في التحقيق من جميع أنحاء العالم محرك بحث أمنٍ بخلاف جوجل و محركات البحث المعتادة ليتيح لهم التواصل بسهولة إضافة إلى تطبيق خاص للدردشة للتواصل فيما بينهم .

بالطبع، ليست هذه المرة الأولى التي يقوم بها الإتحاد الدولي للصحفيين الإستقصائيين بالتعامل مع التسريبات، إذا سبق و تعامل مع تسريبات سويسرا و الصين وغيرها، ولكن ضخامة حجم تسريبات بنما و الأسلوب الذي إتبعه الإتحاد لمعالجة و عرض البيانات يمكن إعتباره خطوة كبيرة باتجاه ترسيخ مفهوم صحافة البيانات .

1) - <http://www.dw.com/ar/> .تاريخ الزيارة 14-03-2017.

2) - <http://www.dw.com/ar/> .تاريخ الزيارة 14-03-2017.

3- التسريبات الأنواع و الأسباب

غالبا ما يقوم الموظفون بمؤسسة ما بعملية التسريب و الذين تصادف وصولهم إلى معلومات مثيرة للإهتمام و لكن لم يصرح لهم رسميا بالكشف عنها للصحافة ،وقد يعتقدون بأن قيامهم بذلك يصب في الصالح العام نظراً للحاجة إلى النشر السريع، وذلك بسبب أنه لولا ذلك لن يتم نشرها للجمهور، أو لن المدح الذاتي لهم ببساطة لرفع قدر أهمية الشخص الذي سرب الخبر .وقد تكون التسريبات متعمدة أوغير متعمدة .فقد يقوم المسرب بذلك كخدمة شخصية للصحفي (ربما مقابل تعاون مستقبلي) أو يرغب ببساطة في نشر معلومات سرية للتأثير على الأخبار .

أما النوع الأخر من التسريب فيقوم به غالبا أطرافا مجهولة ويسعى بعض الأشخاص الذين يقومون بتسريب المعلومات إلى وسائل الإعلام نحو التلاعب بالتغطية الإعلامية .كما أن حجب المعلومات في سرية قد يجعلها تبدو ذات قيمة أكبر للصحفيين و عدم كشف الهوية يقلل من قدرة الآخرين على إعادة الفحص و التدقيق أو التشكيك في المعلومات .¹

صنفت التسريبات إلى ثلاثة أنواع :

النوع الأول من التسريبات :التسريبات التي تقوم بها حركة نقدية أو شخص نقدي ،أو ظاهرة ثورية أو تسريب لأسباب أخلاقية تكون ناجمة عن عدم تحمل إنسان أو أي فاعل إجتماعي ،للمسؤولية الأخلاقية النابعة من حجب معلومة يعرفها وتهم الشأن العام ،فهناك من يرى أن من مسؤوليته تعريف العموم بمعلومة ، ويرى في حجبها مسؤولية أخلاقية .مثل حالة إشتهرت في عام 1985،1986،1987 و هي حالة موردخاي فعنونو Mordechai vanunu الذي قام بالتسريب للرأي العام عبر صحيفة الصنداي تايمز من مكانه في أستراليا بعد أن ترك عمله في المفاعل النووي الإسرائيلي في ديمونه .ووصف عزمي بشارة كشف فعنونو ينتمي إلى التسريبات التي يقوم بها فاعل لا يستطيع تحمل التبعات الأخلاقية لحجب معلومة يعتقد أنها تهم الشأن العام ،سواء

¹ - شريف كامل شاهين ،الوثائق الرسمية بين السرية و التسريب ويكيليكس ووثائق بنما نموذجا ،مجلة المكتبات و المعلومات و التوثيق في العالم العربي ،العدد:04،جوان 2016،ص،09.

أكان الفاعل ثورياً أو يسارياً أو مدفوعاً بدوافع أخلاقية، ومن هنا لا يرى من واجبه طرح بدائل للنظام القائم إذ تقتصر وظيفته على الكشف و الفضح.¹

وتأخذ التسريبات أيضاً طابع المحاسبة، و المحاسبة مفهوم عريض جرى استخدامه عملياً في سياق "عملية الفضح" كي يشير إلى الضغط على المسؤولين عن ارتكاب الخطأ من أجل تصويبه على سبيل المثال، فإن " مشروع المحاسبة الحكومي في واشنطن دي سي" يلاحظ أنه عادة من يمارس عملية الفضح بمخاطبة أطراف يمكن أن تؤثر في الوضع و تصويبه. وهذه الأطراف هي الإعلام، او المدراء المنظمون، أو الخطوط الساخنة، او أعضاء الكونغرس، وسواهم كثر "

ترجمة تسريب الوثائق الخاصة بإرتكاب أخطاء في الحرب، أو الدبلوماسية أو سواها من قضايا السياسة العليا، أو تحويلها إلى محاسبة بمعنى دفع الحكومة إلى تحمّل المسؤولية عن القيام بعمل يُصحح الخطأ و يصوّبه، هي أصعب كثيراً و أعقد مما تبدو أول وهلة، ذلك أن المحاسبة بمعناها الدقيق ربما لا تعود ممكنة بفوات فرصة العمل التصويبي، غير أنه يبقى هناك احتمال أن يُخرج من يقوم بالفضح إلى العلن معلومات عامة تدفع الجمهور إلى تحميل أفراد مسؤولية ارتكاب الخطأ إما قانونياً و إما سياسياً. كما أن التوصل إلى المحاسبة عبر إرباك الحكومة و الضغط عليها كي تغير سياساتها، من خلال التسريب إلى وسائل الإعلام فيقتضي أن يكون للتسريبات المعنية أثر مهم في الجهاز السياسي، وع أن مثل هذه التسريبات الإعلامية عادة ما يكون لها مثل هذا التأثير، فإن العملية ليست آلية بأي حال من الأحوال.²

النوع الثاني من التسريبات: وهو الذي تقوم به المؤسسة للمحافظة على ذاتها، أي عملية التسريب المتبادل للخصوم السياسيين من داخل المؤسسة، و هذه ظاهرة منتشرة جداً، و خاصة لدى الحكومات المتطورة و المركبة، و التي تسمى عموماً ديمقراطيات، إذ يقوم الخصوم السياسيون بتبادل التسريبات ضد بعضهم بعض، لفضح الخصم السياسي و كشف التناقض بين قوله و فعله

¹ -عزمي بشارة، الحقيقة و السلطة و إعادة الإعتبار للحقائق، مداخلة ضمن ندوة المصدر المفتوح في عالم الأنترنت و الأوراق الدبلوماسية الأمريكية المسربة كعطي، المركز العربي للأبحاث و دراسة السياسات، بيروت، 2011، ص، 07.

² - باسم الطويسي و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص، ص، 216، 218

و التناقض بين سره و علنه، و أعتبر الدكتور بشارة أن هذا النوع من التسريب يطوّر جدلية سلبية إذ يرفع من مستوى وعي الجمهور و يدرب حواسه على السياسة و السياسي و على ما تخفيه اللعبة السياسية وإن كانت نتيجة العملية هي: العزوف عن السياسة، من هنا أعتبرها "جدلية سلبية" وأضاف عزمي بشارة قائلاً: إن المؤسسة تدافع عن ذاتها من خلال تنفير الناس من السياسة في حين أن هدف الجدلية الديمقراطية، هو إشراك الناس في السياسة و يهدف النوع الأول من التسريبات إلى إشراك الناس في القضايا التي تهمهم، في حين أن الناس سيصبحون أكثر رغبة في السياسة من خلال النوع الثاني من التسريبات.¹

كما أن التسريب راح ينتشر مؤخراً على خلفية الصراعات بين أجنحة مختلفة، أمنية و سياسية و غيرها داخل النظام الحاكم في شأن السياسات المتبعة، فيقوم الجناح غير الموافق على خطوة ما، و لا يمكنه منعها بتسريب خبر عنها إلى الرأي العام لعرقلتها و كمثل على ما صدقناه كثيراً في تسريبات إسرائيلية للصحافة قام بها وزراء يمينيون أو موظفون لعرقلة خطوات إسرائيلية في إطار المفاوضات مع الفلسطينيين و كمثل أكثر أهمية نذكر أن هنري كيسنجرام قام بخطوات التقارب مع الصين في حقبة إدارة نيكسون بشكل سري، و من دون أن يُعلم الخارجية و البنّاجون كي لا تقع الوثائق أو الرسائل في أيدي سياسيين و مسؤولين ممن يعارضون سياسة الانفراج هذه، مثل راي كلاين في "سي أي إيه" و السيناتور باري غولد ووتر، و لكي لا يسربوا رسائل أو وثائق حكومة تايوان لتحذيرها يهدف التسريب هنا عموماً إلى وصم المنافس أو الخصم بالكذب و بأنه يفعل ما لا يقول، و يقول ما لا يفعل و يتخذ التسريب هنا شكل الفضيحة.²

النوع الثالث من التسريبات: وهو النوع الذي نشأ من جدلية العلاقة بين المؤسسة السياسية و المؤسسة الإعلامية، وهذا ناجم عن خبرة طويلة بين المؤسستين وهي تشمل بالضرورة خدمات

¹ -عزمي بشارة، "الحقيقة و السلطة و إعادة الإعتبار للحقائق"، مرجع سبق ذكره، ص، 07.

² -عزمي بشارة، مرجع سبق ذكره، ص، 05، 04.

متبادلة بينهما، إذ ان المؤسسة الإعلامية تعيش على الأخبار المسربة من قبل السياسيين، ومن ناحية أخرى يعيش السياسيون على نشر معلومات بواسطة المؤسسة الإعلامية.¹

ومثال ذلك تعتبر صحيفة "واشنطن بوست" على القدر من الأهمية وهي تمتاز بصلاتها المتينة مع الحكومة الأمريكية لأغراض تسريب ما ترغب به الحكومة من أنباء داخلية و خارجية.²

كما يستخدم الإعلام كأداة للتفاوض بصور متعددة منها كأداة للضغط، ويتم ذلك من خلال تسريب بعض الأخبار و المعلومات التي يود أحد الأطراف أو لا يرغب في نشرها قبل التوصل إلى الإتفاق النهائي. ومن خلال تقديم أخبار كاذبة تمثل إجرأا لأحد الأطراف المعنية في عملية التفاوض، وتسريب أخبار عن التوصل إلى نتائج قبل نهاية التفاوض.³

و أحيانا يرغب السياسيون و واضعوا السياسات في إستكشاف رد فعل الجمهور على خطتهم (نشر تجريبي للمعلومات) وقد يتم الإنكار المقبول للمعلومات المسربة دون إلقاء اللوم بسبب الإجراءات المقترحة التي لا تحظى بتأييد شعبي، قد يجد الأشخاص الذين لهم صلاحية للوصول إلى معلومات سرية أن إعلان هذه المعلومات يصب في مصلحتهم، و ذلك دون ظهورهم كمسؤولين عن نشر المعلومات. فعلى سبيل المثال قد يتم تسريب المعلومات التي تترك المعارضين السياسيين أو تسبب ضرراً للأمن القومي، وقد يقوم الأشخاص الذين على علم بمعلومات سرية حول شؤون يعتبرونها خاطئة من الناحية الأخلاقية أو ضد الصالح العام و التي تتم الإشارة إليهم بمصطلح "المبلغ عن المخالفات" بتسريب المعلومات.⁴

كما أنه هناك العشرات من الأمثلة التي تؤكد عملية التسريب و إستخدامها لأغراض عسكرية و سياسية و إقتصادية و غيرها. يكفي التذكير بتسريب البلاشفة إتفاقيات سايكس-بيكو-سازانوف

¹ - عزمي بشارة، مرجع سبق ذكره، ص 08.

² - عبد الحليم هادي، كواليس الدعاية الأمريكية، (ط،1)، دار الهادي للطباعة و النشر، بيروت، 2008، ص،101.

³ - علي عبد الفتاح كنعان، الإعلام و المجتمع، مرجع سبق ذكره، ص،31.

⁴ -مجلة المكتبات و المعلومات و التوثيق في العالم العربي، مرجع سبق ذكره، ص،11.

بعد نجاح الثورة البلشفية عام 1917، وهي إتفاقية ثلاثية لم يهتم بها العرب إلا بالجانب الخاص بهم، فعرفت بإسم إتفاقية "سايكس - بيكو" لتقسيم المشرق العربي بين الإنجليز و الفرنسيين فور إنهيار السلطنة العثمانية في نهاية الحرب العالمية الأولى، لذلك كثرت المقالات التي تدرج تسريبات ويكيليكس ضمن المنحى الإنساني الذي يهدف إلى توعية الشعوب المغلوبة على ما يُحضر لها في الخفاء ن مع التركيز على الفارق النوعي بين الحدثين من حيث كمية الوثائق و سرعة نشرها . حيث أقدمت قيادة الثورة البلشفية عام 1917 على نشر وثائق سرية من أرشيف وزارة الخارجية الروسية ،لم تكن وسائل الاتصال سريعة، لذا تطلب الأمر سنوات عدة كي يعرف بعض العرب الخارجين من حكم السلطنة العثمانية مضمون إتفاقية سايكس - بيكو .

وتقوم الوثائق التي يُتابع موقع ويكيليكس نشرها بمهمة مشابهة لتلك التي أقدمت عليها الثورة الشيوعية ((وهي تتيح للشعوب أن تعرف ماذا يُدير لها حكامها بالتواطؤ مع بعض قيادات القوى المحلية السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية))¹.

وهنا إشارة إلى المصادر المفتوحة عبر الأنترنت التي سهلت عملية فضح المعلومات و تسريبها إلى أبعد نقطة في العالم، فأصبح العالم اليوم يواجه حرب لا رقم لها إسمها حرب المعلومات في بيئة اتصالية مفتوحة لا قيود تثبّتها .

وتلجأ كثيرا من وكالات الأنباء والصحافة ذائعة الصيت، إلى نشر أخبار و معلومات هي في ظاهرها بريئة بينما في حقيقتها مستنقاة من أجهزة المخابرات أو الحرب النفسية لتسريب معلومات معينة أو لتصفية أو تشويه قيادة سياسية علميا و سياسيا و أخلاقيا و نفوذاً . ولذلك فإن وكالات الأنباء و الصحافة الغربية و الشرقية على السواء، لا يتوقف كل منها عن تسريب أخبار و معلومات تخدم قضاياها أو وجهات نظرها في الحرب الدعائية أو الباردة التي لم تتوقف ليوم بل

¹ -) باسم الطويبي ،مرجع سبق ذكره ،ص،349

ولا ساعة منذ نهاية الحرب العالمية الثانية، او التي يراد بها فهي أفراد الشعب الموجهة إليه تلك الأخبار من الداخل أو لنزع الثقة من نفوسهم في مختلف الجهات و على كافة المستويات ¹.

المطلب الثاني: مصادر المعلومات السرية

1- تعريف المعلومات الإعلامية

المعلومات الإعلامية و التي يكتفي و يفضل البعض على تسميتها بالمعلومات الصحفية هي أساس العملية الإعلامية فالمعلومات هي المعين و المادة الخام التي يسعى الإعلامي أو المحرر الصحفي إلى اللجوء إليها و جمعه و مراجعتها و إستكمالها و من ثم تنقيحها و صياغتها بشكلها النهائي، أو عرضها على الجهة المعنية بالنشر و رئيس التحرير المسؤول، لكي يقرر صلاحيتها للنشر و التقديم ².

و يمكن تعريفها بأنها البيانات و المعاني و المفاهيم التي تحصل عليها الصحيفة من مجموعة المواد الثقافية و الإعلامية المختارة و المجموعة و المنظمة، التي تتضمن هذه البيانات و المعاني و المفاهيم و التي تفيد في مجال العمل الإعلامي و الصحفي سواء أكان ذلك لجريدة أو لمجلة أو لمؤسسة صحفية أو إعلامية ³.

و المعلومات الإعلامية مثلها مثل الأنواع الأخرى من المعلومات، يمكننا أن نقسمها إلى نوعين أساسيين هما :

1- المعلومات الإعلامية الأولية: Primary information و هي المعلومات التي تنتسم بالجدة و الفورية، و غالباً ما ترتبط بالوقائع الإجتماعية و مستجدات إهتمامات و مشكلات و ظواهر

¹ - مصطفى محمد رجب، الإعلام والمعلومات في الوطن العربي في ظل إرهاب العولمة، (ط1)،الوراق للنشر والتوزيع،عمان، 2008،ص،108،

² - عامر إبراهيم قنديلجي، مصادر المعلومات الإعلامية،،(ط1)،دار المسيرة للنشر و التوزيع،عمان، 2011، ص،28.

³ - محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي،مرجع سبق ذكره،ص،510.

المجتمع اليومية و الأسبوعية و تعد المعيار الأساس و المهم في تمييز و نجاح الصحيفة و بالأخص اليومية .

(2)-المعلومات الإعلامية الثانوية : Secondary information المعلومات الثانوية المكملة أو المساعدة و التي سبق نشرها و جمعها وتخزينها ،ويسهل إسترجاعها و التي تعطي إضافات أو تفسيرات أو دعائم للأحداث و الظواهر ...و في الغلب يأتي هذا المحور من المصادر الحية (المقابلات أو الشواهد) أو الوثائق و الكتب ،أو من الذاكرة الصحفية للمؤسسة أو الصحيفة أو القناة الإعلامية التي تتضمن المعلومات عبر المكتبة الإعلامية بأنواعها المختلفة من مصادر المعلومات و التي من أهمها :الدوريات أو المطبوعات الدورية، أرشيف القصاصات ،أرشيف الصور و المعلومات ¹.

2- التعريف بمصادر المعلومات :

مصادر المعلومات تعني المصدر أو المرسل للمعلومات ،فكلمة المصدر هنا تداخلت مع كلمة المرسل، حيث أن مصدر المعلومات يأخذ دور مرسل المعلومات ،وظالما أن المرسل هو حجر الزاوية في عملية الاتصال و العنصر الأول فيها، فهو إذن الأساس في حركة الإنسان و تحركه في المجتمع، ويأخذ المرسل أو مصدر المعلومات عادة أشكال و صور متعددة فهو المؤلف للكتاب أو الكاتب للمقالة، و الباحث للأطروحة أو الرسالة الجامعية أو القاص أو كاتب القصة ، أو الفنان و الرسام المسئول عن اللوحة و هكذا بالنسبة لبقية مصادر المعلومات .

فمصدر المعلومات يعني مرسل المعلومات، والشخص المسئول عن إنتاج وإيصال المعلومات ،وهنا لا بد من ذكر عنصر آخر تداخل مع المرسل في عملية الاتصال و هو قناة أو وسيلة الإتصال .فمصدر المعلومات أصبح المرسل وقناة الاتصال، حيث أن هذه الأخيرة أي قناة الاتصال هي أكثر قربا من كلمة المعلومات ،لذا فإننا نستطيع القول أن مصدر المعلومات هو مرسل المعلومات عبر قناة أو وسيلة الاتصال، وإذا أردنا تعريف مصدر المعلومات فإننا نستطيع

¹ (-) عامر إبراهيم قنديلجي ،مصادر المعلومات الإعلامية ،مرجع سبق ذكره ،ص،45.

القول بأنه القناة أو الوسيلة أو الوعاء الذي يمكن عن طريقه نقل المعلومات إلى المستفيدين منها و المفتشين عنها .¹

وهناك أكثر من تصنيف لمصادر المعلومات :

فهناك تقسيم لمصادر المعلومات وفقاً لطبيعة ما تشمل عليه من معلومات إلى مصادر أولية ومصادر ثانوية ،ومصادر من الدرجة الثالثة .وهناك تقسيم لمصادر المعلومات إلى مصادر مطبوعة و مصادر سمعية بصرية و مصادر مقروءة ألياً.وهناك تقسيم لمصادر المعلومات إلى مصادر بيانات غير رقمية ، وإشارات ببلوجرافية ومصادر ببلوجرافية ،ومصادر بيانات رقمية وتختلف المعلومات المطلوبة تبعاً للأهداف الموضوعية و كيفية تحقيقها و تفاوت الحاجة إلى المعلومات طبقاً لتباين أحجام المنشآت و طبيعة مشاكلها.²

3- مصادر المعلومات السرية وطرق التعامل معها

1- مصادر المعلومات السرية

لقد طورت الصحافة منذ تاريخها المبكر وسائل متعددة لكسر إحتكار المعلومات ،منها عدم الكشف عن هوية المصدر، أو العزو إلى مصادر مجهولة، وأسلوب تسريب المعلومات من مصادرها الأولية أو مصادر أخرى، وإستهلكت المصادر المصادرة المجهولة الهوية زمناً طويلاً من تغطيات الصحافة، و إستطاعت الصحافة تحت هذا العنوان ممارسة أدوارها في الرقابة المضادة ،و إنتزعت حضورها بإعتبارها سلطة معنوية، ولا يزال الجدل قائماً بين دعاة حق إطلاع الجمهور على المعلومات مهما كانت طبيعة هذه المعلومات التي تخفيها الحكومات ،و دعاة تقييد هذا الحق في حدود المصلحة العامة .³

تتنوع مصادر معلومات الصحفي إلى مصادر رسمية وأخرى غير رسمية :

¹ -) عامر إبراهيم قنديلجي ،مصادر المعلومات الإعلامية مرجع سبق ذكره،ص، ص27،26

² -) محمد منير حجاب ، الموسوعة الإعلامية ،مرجع سبق ذكره ،ص،2226.

³ -) باسم الطويسي و آخرون ، مرجع سبق ذكره ،ص 148.

أما المصادر الرسمية فتتمثل في ممثلي الجهات العامة أو الخاصة المعنية، وهذه الجهات لا تعطي كل ما لديها، و تعمل جاهدة على عدم إطلاع الصحفي على مايسيئها من انباء أو معلومات ، وإخفاء الملفات المنطوية على المخالفات أو المثيرة للإنتقادات .

أما المصادر غير الرسمية فتشمل كل من عدا ممثلي الجهات المعنية، ممن لديه ما يراد من أخبار أو بيانات، فقد يكون مصدر المعلومة موظفا صغيرا كسكرتير تتجمع تحت يديه الأوراق و المستندات، وقد يكون من المتعاملين مع الجهة المعنية من المتعاقدين أو العملاء، و يبحث الصحفي عن هذه المصادر غير الرسمية، و قد يبادر بعض المعرضين و يتصل بالصحفي لتزويده بالمعلومات المراد نشرها إبتغاء تحقيق مصلحة عامة أو خاصة، أو بقصد الإنتقام أو الثأر من المسؤولين، وعادة ما يتعهد الصحفي لمصدر معلوماته بعدم الإفصاح عن شخصه ،حتى لا يتعرض للملاحظة أو الإيذاء من جانب أصحاب الشأن ممن تمسهم تلك المعلومات ،وهو غالبا من العاملين لديهم ¹.

2- طرق التعامل مع المعلومات السرية

يجد الصحفيون ومنهم من يكره مصطلحات السرية صعوبة في عدم اللعب مع ((المصادر العلمية))فهم بحاجة إلى المعلومات،وأظهرت الدراسات أن ما يصل إلى ثلث القصص في أية صحيفة نمطية يستخدم مقتطفات مجهولة المصدر .بحيث يجد الصحفيون أنفسهم أمام ممارسات لجمع المعلومات الخبرية، لكن في هذه الحالة يجب الحذر من هذه الممارسات :

(1) - Off the record [كلام ليس للنشر] أو هو ما يعني أن المعلومات لتتوير المخبر و حسب و ليست للنشر ،والبعض يقول إن المخبر يمكنه إستخدام المادة "الإصطياد معلومات من أشخاص آخرين متورطين في القصة " و يقول البعض إن المخبر لا يمكنه إستغلال المعلومات التي ليست للنشر و لو " كأداة للحصول عليها من مصدر آخر "،وفي حالات كثيرة تقدم مثل هذه المعلومات

¹ - ماجد الحلو ،مرجع سبق ذكره ،ص،347.

كطريقة لتفسير مجموعة معينة من الظروف التي ينبغي ألا تزداع في تلك اللحظة ،أو لإعطاء الصحفي تحذير مسبق بأن قصة ما توشك أن تحدث .¹

(2)- نشر المعلومات مع عدم نسبتها إلى هذا المصدر ،وهنا يستطيع المندوب أن ينشر المعلومات بدون المصدر مباشرة و يستخدم عبارات مثل متحدث حكومي مؤجل .²

(3)- وهناك أسلوب ثالث آخر في تمرير المعلومات للصحفيين ،يعتمد على ((تسريب)) Leaks تلك المعلومات لتصل إلى عامة الناس ،و غالبا ما تكون هذه المعلومات ذات طبيعة سرية ،ويقوم الصحفي بتقييم هذه المعلومات بناءً على مصداقية المصدر ،و يجب أن يتأكد الصحفي من دقة المعلومات و الهدف من تسريبها ،فأحيانا يسعى المصدر الذي يقوم بتسريب المعلومات إلى تحقيق مأرب شخصية أو ممارسة نفوذه على الآخرين وإرهابهم و أحيانا أخرى يكون لدى المصدر الحافز على تصحيح أوضاع خاطئة أو يكون لديه الدليل على وجود مساوئ في أحد المجالات و ليس لديه الجرأة الكافية ليعلن ذلك، بالتالي يقوم بتسريب هذه المعلومات إلى أحد الصحفيين لنشرها و تحقيق المصلحة العامة بدون الإشارة إلى المصدر.³

يرى البعض أن قيام المصدر بتسريب الأخبار يخدم المخبر الصحفي بقدر ما يخدم المسؤول عن التسريب ،فالمسؤول نادراً ما يقوم بإفشاء الأخبار بوعي وهو يعلم أنها ضارة بسياسة معينة أو بأحد صانعي السياسة .⁴

إضافة إلى ذلك يجب الحرص في استخدام طرق مثل: إعطاء معلومات و إنتظار المزيد و إقناع المصدر أن إعطاءه المعلومات سيخدم غرضاً نافعا و أن معلوماته ستصلح عيوباً في

¹ - جون ماكسويل هاملتون و جورج كريمسكي ،صناعة الخبر في كواليس الصحافة الأمريكية ،تر: أحمد محمود (ط،2)،دار الشروق ،القاهرة ،2002،ص،120.

² - حسين سليمان عبد الجبار ،إتجاهات الإعلام الحديث و المعاصر ،(د،ط) ،دار أسامة للنشر ،عمان ،2008،ص،102.

³ - حسين عماد مكاي ،أخلاقيات العمل الإعلامي (دراسة مقارنة)،(ط،4)،الدار المصرية اللبنانية ،القاهرة ،2006،ص،ص،102،101.

⁴ - حسين نصر و سناء عبد الرحمان ، التحرير الصحفي في عصر المعلومات الخبر الصحفي ،(ط،2)،دار الكتاب الجامعي ، الإمارات العربية المتحدة ،2009،ص،90.

المجتمع ، و يندرج تحت ذلك شراء المعلومات تحت مبررات أن المعلومات الخاصة بشكل من أشكال الملكية الخاصة، يمكن أن تباع و تشتري و لكن تشارنلي CHARNLEY يرى "أن الموظف الحكومي يجب ألا يعتبر ما تحت يده من معلومات في العمل ملكية شخصية و سيكون المحرر غير مسؤول إذا قايض الموظف على معلوماته " ولكن أحياناً يكون تسرب معلومات من موظفين حكوميين وسيلة لكشف الفساد الحكومي مع رجال العمال و غيرهم ، و هو شيء يصعب رفضه على الإطلاق، ولكن فكرة مساواة المعلومات بالملكية الخاصة يفتح الباب للصحافة لإفساد مصادر معلوماتها، الذين قد يدسون عليها أخباراً كاذبة أو ملفقة ،حتى يكتسبوا من ورائها كما يحدث في صحافة دفتر الشيكات المزدهرة في بريطانيا.¹

4- استخدام المصادر المجهولة في وسائل الإعلام

باتت "المصادر الخفية -أو غير المعلنة -للمعلومات " تشكل المصدر الأكثر أهمية في كبريات الصحف و وسائل الإعلام في العالم، إذ بدأت أكثر القصص الإخبارية تشويقاً ترد عبر هذه المصادر .فأي موضوع في الصحافة له منبع يبدأ منه ،مثله مثل النهر تماماً وهذا المنبع هو المصدر ".²

يثير استخدام الصحف و وسائل الإعلام المختلفة لمصادر الأخبار و المعلومات غير المعلومة "المُجهلة" عدداً من الإشكاليات المهنية و الأخلاقية و ترتبط هذه الإشكاليات بالتناقض الذي يقع بين ماتوجهه السياسات التحريرية و موثيق الشرف الصحفية ذات الطابع العالمي من ضرورة إسناد الخبر إلى مصادره و عدم حجب هذه المصادر عن القارئ ،و بين ما إستقرت عليه الممارسة المهنية الصحفية من إخفاء هوية مصادر بعض الأخبار و الإكتفاء بالإشارة إليها بتعابير مثل "مصدر مطلع" و"مصدر موثوق به " و "مصدر مسؤول "إلى آخر تلك المسميات والواقع أن مصطلحات مثل "المصادر المجهلة "Anonymus Sources أو المصادر غير

¹ - محمد حسام الدين ،المسؤولية الإجتماعية للصحافة ،مرجع سبق ذكره ،ص،120.

² - شاكرا الأنباري ،الإعلام العراقي حرية التعبير و الوصول إلى المعلومة ،(د،ط)، هيئة الإعلام و الإتصالات ،بغداد ،2010،ص،38.

المسماة Unnamed Sources أو المصادر غير المصرح بذكرها Confidential source أو المصادر المغطاة Covered source أو المصادر المحجوبة Veiled sources أو الإسناد المُجهل Anonymous attribution أو الإسناد المحجوب Veiled attribution تشير جميعها إلى مصادر المعلومات التي تعتمد الصحيفة عن عدم الكشف عنها في المادة الصحفية المنشورة.¹

يقصد بظاهرة المصادر المجهلة تلك الممارسات التي ينتجها معظم الصحفيين للإلتفاف حول حدود الموضوعية، بعدم ذكر البيانات الكاملة من مصدر الخبر أو مصدر الفقرة داخله مثل: إسمه ووظيفته و الإستعاضة عنها بمجموعة البدائل منها :

1- إسناد /نسب العبارات في الفعل المبني للمجهول (ذكر أن)

2- الإسناد /النسب لمصدر غير محدود مثل (المصادر المطلعة ،الدوائر المسؤولة ،مصادر قريبة من الرئيس، مصدر رفض الإفصاح عن إسمه... إلخ .

3- العبارات التوقعية مثل (من المحتمل، من المتوقع، يُنتظر... إلخ).

في الواقع أن أكثرية الصحفيين ينظرون للإجراء على أنه (شر لابد منه)لأنه يتيح الحصول على المعلومات غير المعروفة ،يفيد في زرع المصادر و زيادة الثقة التي تشجعهم لقول كل شيء بحرية و إخلاص، إذ أن إخفاء إسم المصدر ووظيفته يوفر الراحة و الثقة و الحماية للمصادر الخائفة و يؤدي أحياناً للإسراع في الحصول على المعلومات و السبق الصحفي .²

ترتبط ظاهرة تجهيل الأخبار إرتباطاً وثيقاً بظاهرة تسريب المعلومات من المصادر الحكومية صانعة الأخبار إلى بعض الصحفيين المتعاطفين معهم أو الذين تربطهم بهم علاقات صداقة و

¹ - (حسني محمد نصر و سناء جلال عبد الرحمان ،ظاهرة تجهيل مصادر الأخبار في الصحافة العربية (دراسة لعينة من الصحفيين و الصحف اليومية و الأسبوعية)،المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ،المجلد 5 ،العدد:2،ديسمبر 2004،ص،01.

² - (محمد حسام الدين ،المسؤولية الإجتماعية للصحافة ،مرجع سبق ذكره ،ص،131.

مصالح.¹ وتتباين مصالح المصادر من وراء تسريب هذه الأخبار، فبعضها يهدف لخدمة مصالح وتوجهات شخصية، وبعضها الآخر يهدف للترويج لجهات معينة أو لقرارات محددة و بعضها الثالث يهدف لتعريف الرأي العام بمعلومات ذات أهمية... إلخ، وفي كل الحالات تترك هذه المصادر بأخبارها السرية تأثيراتها على أخلاقيات العمل الصحفي، و من الجوانب المرتبطة بظاهرة الأخبار المسربة ما يعرف بالحق في سرية المصدر، و المصادر المجهلة، و المصادر اللاإسمية و المصدر السرية و الإسناد و المعلومات التي للنشر و تلك التي ليست للنشر و المعلومات الخفية و غيرها من الممارسات المهنية.²

درجات و تصنيفات المصادر الخفية :

عندما لا تسند بعض المعلومات و الحقائق المتعلقة بالأحداث إلى مصادر معينة، و تشير الوسيلة الإعلامية إلى المعلومة المقدمة من خلالها على شكل "علمت الصحيفة... أو خاص، أو غير ذلك"، أو أنها تتجاوز تماما من خلال صياغتها للرسالة الإتصالية، ومن ثم عرضها أمام جمهور المتلقين التتويه إلى المصدر، ليكون هذا المصدر خفيا مجهولا، أي غير معلن بالنسبة للمتلقى، وقد توصي المؤسسات الإعلامية صحفيها بإعتماد آلية "تصنيفات" محددة في حال إسناد معلوماتهم المستقاة من مصادر خفية، و منها :

مصدر مخول أو مختص: و هو أفضل المصادر الخفية، و منها وزير الدفاع الذي يكون مخولا و مختصاً في شؤون الدفاع، وهو ليس كذلك في شؤون المالية مثلاً.

مصدر رسمي: هو الذي يمتلك المعلومات ضمن نطاق وظيفته و بصفته الرسمية، و لكنه محصور في مجال وظيفته أيضا، على الرغم من كونه غير مخول -إلى حد ما بالإفصاح عن معلوماته للصحفيين .

¹ - حسين محمد نصر و سناء جلال (المجلة المصرية لبحوث الرأي العام)، العدد: 2، 2004، ص، 17.

² - السيد بخيت، أخلاقيات العمل الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص، 274.

مصادر محددة أو معينة :و منها مصادر دبلوماسية، مصادر المؤتمر ،مصادر إستخبارية و غيرها .

إن الإشارة إلى ضرورات الأخذ بالمصادر المعلنة للمعلومات، لا تنفي دواعي إعتقاد مصادر خفية ،خاصة فيما يتعلق بالأحداث الكبيرة و المهمة، و غالباً ما يكون إعتقاد هذا النوع الأخير من المصادر مرتبطاً بأهمية الحدث نفسه، على الرغم من أن مجالات حماية الوسيلة من مخاطر التحدي أو التكذيب تكون ضعيفة بالقياس مع المصادر المعلنة .¹

5- أسباب و دواعي الإعتقاد على المصادر الخفية

يمكن تحديد دواعي إعتقاد المصادر الخفية للمعلومات من قبل وسائل الإعلام في محاور منها :

- 1- قد يكون إعتقاد المصادر الخفية لأسباب تتعلق بإرتباط المعلومة المقدمة بحقوق و إلتزامات ،كما هو الحال مع وكالات الأنباء التي تبث رسائلها الإخبارية لقاء إتفاق أو إشتراك مسبق مع الوسيلة، تترتب عليه إلتزامات مالية ،ونجد أن في ذلك مخالفة كبيرة لأخلاقيات العمل الإعلامي .
- 2- قد يراد للمعلومة أن تمر عمداً إلى جهة ما، من قبل مصدر حكومي ...و غير ذلك، و هو ما يعرف بالتسريب .
- 3- قد يطلب المصدر ذاته عدم الإفصاح عن هويته في حال أن تقدم بمعلومات مهمة ،و تظهر هذه الحالة مع المعلومات التي يثير تناولها على المستوى الجماهيري جدلاً ربما يعود أثره على المصدر نفسه .²

¹ - شاكرا الأنباري، الإعلام العراقي حرية التعبير و الوصول إلى المعلومة ،مرجع سبق ذكره ،ص،42.

² - موسى جواد الموسوي، الإعلام الجديد ...تطور الأداء و الوسيلة و الوظيفة ،الطبعة الإلكترونية :1، سلسلة مكتبة الإعلام و المجتمع ،بغداد ،2011،ص،ص،122،121.

4- يسعى الصحفي من وراء استخدام المصادر المجهولة لحماية نفسه، لأن جل القوانين المهنية و التشريعات الإعلامية تحمّل الصحفي المسؤولية الكاملة على الأخبار التي تبثها الإذاعة أو التلفزة أو المنشورة في الصحف .

5- يسعى الصحفي أيضاً لحماية مصدره، لأنه "يريد أكل العنب و لا يرغب في قتل الناطور" كما يقول المثل الشعبي، وهذا ليس جبناً منه، بل لضرورة تلبية حق المواطن في الإعلام وللتمكن من الوصول إلى مصدر الخبر، فالكشف عن هوية الشخص الذي يدلي بمعلومات خطيرة أو حساسة و تنشر في شكل خبر صحفي بدافع مهني يمكن أن يُعرض حياته للخطر.¹

6- سبق الصحفي الذي أصبح عاملاً أساسياً في تجاوز الأعراف الصحفية و بعض أحكام أخلاقيات المهنة، إن أسرة صحيفة "نيوز ويك" كانت تملك بعض المعلومات عن القضية التي عرفت بإسم "مونيكيا غيت"، لكنها ترددت في نشرها و فضلت التريث قليلاً حتى تتحرى في صحة مصادر المعلومات، إلا أن "مات دريغ" المغامر في أدغال الإعلام و التكنولوجيا قام بنشر تفاصيل القضية على موقعه بالإنترنت وفوت فرصة تاريخية على وسائل الإعلام الكلاسيكية لتحقيق "وترجيت" ثانية في تاريخ الصحافة الأمريكية و حتى العالمية، ولكن لا نعتقد أن سبق الصحفي هو وحده الذي فرض الإستعانة بالمصادر المجهولة، يحدث أن يقوم أحد المسؤولين لسبب ما بتسريب بعض الأخبار و المعلومات عن ما يجري في كواليس السلطة إلى الصحافة .

7- الوقوف ضد وصول الصحفيين إلى مصدر الأخبار هو عامل أساسي في الإعتماد على الأخبار المجهولة .

8- التغيرات الجذرية التي تعيشها مهنة الصحافة، و تعد قنوات الإعلام و الإتصال، أسهمت بهذا القدر أو ذاك في ترسيخ هذه القاعدة الشاذة في العما الصحفي أي استخدام المصادر المجهولة.²

¹ - نصر الدين لعياضي، وسائل الإعلام و المجتمع ضلال و أضواء، مرجع سبق ذكره، 100.

² - المرجع نفسه، ص، ص، 101، 102.

و في هذا السياق من الممارسة هناك بعض الإرشادات يجب مراعاتها عند ورود إسم مصدر المعلومات و هي :

1- يجب على المراسل أن يوثق و يثبت المعلومات التي يحصل عليها من مصدر لا يذكر إسمه حتى لو إستعان بمصادر أخرى منفصلة عن المصدر الأساسي تماما ، و بلا ذكر أسمائها أيضا . و هذا هو ما كان يمارسه كل من وودوارد و برنشتين في جزء كبير من فضيحة ووترجيت . فقد سعيا إلى الحصول على المعلومات من مصدرين أو ثلاثة مصادر منفصلة تؤكد ما حصل عليه من معلومات من المصدر الذي طلب عدم ذكر إسمه .

2- يجب ذكر إسم المراسل الصحفي في المقال الذي يعتمد فيما يقدم من معلومات على مصدر مجهول ، فمسؤولية مضمون القصة الإخبارية بما فيها من تعليقات المصادر المجهولة يجب أن تقع على عاتق شخص معين .

3- إن الموافقة على عدم ذكر الإسم يجب ألا تكون هي الحل الأول الذي يلجأ إليه المراسل عند تعامله مع مصدر للأخبار ... فإذا بدا المصدر مترددا في الإجابة عن سؤال ما ، فلدى المراسل بدائل أخرى غير أن يقول بلا تفكير " حسنا .. سوف أستبعد إسمك عن الموضوع إذا أردت " . فإذا كان المصدر من موظفي الحكومة ، فإن مسؤوليته تجاه الجمهور يجب أن تؤكد ، وإذا لم يكن المصدر مسؤولا رسميا ، فعلى المراسل أن يظهر بوضوح عدم رغبته في إستخدام تعليقات من مصدر لا يرغب في ذكر إسمه ¹ .

¹ - هيريت سترنز ، المراسل الصحفي و مصادر الأخبار ، تر: سميرة أبو سيف ، (ط، 2)، الدار الدولية للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 1989، ص، 137.

المبحث الثالث: الصحافة الإستقصائية و أخلاقيات المهنة الصحفية .

تمهيد: تعد الصحافة الإستقصائية من أصعب المهن الصحفية لما تواجهه من صعوبات في التحقيق، إلا أنها في السنوات الأخيرة عرفت إنتعاشا نوعا ما في ،حيث أصبحت وبفضل الأنترنت و تكنولوجيا الحديثة تعرف حركية لما توفره البيئة الإلكترونية من معلومات وبيانات تساعد الصحفي الإستقصائي من إتمام عمله و تحريره عن الحقائق خاصة بما يعرف بتسريب المعلومات لذلك سنتناول في هذا المبحث في مفهوم الصحافة الإستقصائية وأهميتها وأهدافها... إلخ كما سنتطرق إلى أخلاقيات المهنة التي تعد بمثابة الثوب الأبيض للصحافة وسنتناولها من حيث التعريف ،مواثيق الشرف ،مبادئ أخلاقيات المهنة الإعلامية .

المطلب الأول : الصحافة الاستقصائية

1- مفهوم الصحافة الاستقصائية

الصحافة الاستقصائية أو ما يعرف بصحافة الدقة Precision Journalism هذا النوع من الصحافة يتبناه الصحفيون الأكاديميون الذين يسعون إلى ترسيخ مفهوم "فن التغطية الاستقصائية" فضلا عن اعتمادهم الفن و التجديد . هؤلاء يعرفون الصحافة بأنها " الدقة ،الدقة ثم الدقة "1

صحافة التقصي أو الاستقصاء أو العمق هي مصطلح عمره يزيد عن نصف قرن في دول العالم المتقدم، و تحديدا في الولايات المتحدة الأمريكية و أوروبا، وهي تعني :سبر أغوار الظواهر المجتمعية المختلفة سياسية أو إقتصادية أو إجتماعية، و محاولة الوصول إلى عمقها عن طريق الإستبيانات أو دراسة البيانات المتوفرة أو التحقيقات الجنائية أو الحسابة ، إبتغاء

¹ (بشرى حسنين الحمداني، التغطية الصحفية الإستقصائية (تحقيقات عابرة للحدود)، (ط،1)، دار أسامة للنشر و التوزيع ،عمان، 2012، ص23.

تجلية حقيقتها أمام الرأي العام و صناع القرار، أيا كانت هذه الحقيقة ، وأيا كان من يوافقها أو يجافئها .¹

يعرف رئيس المركز الدولي للصحفيين "ديفيد نابل " الصحافة الإستقصائية أنها مجرد سلوك منهجي و مؤسساتي صرف ،يعتمد على البحث و التدقيق و الإستقصاء حرصا على الموضوعية و الدقة و للتأكد من صحة الخبر و ما قد يخفيه إنطلاقا من مبدأ الشفافية و محاربة الفساد،و إلزاما بدور الصحافة ككلب حراسة على السلوك الحكومي و كوسيلة لمساءلة المسؤولين ومحاسبتهم على أعمالهم خدمة للمصلحة العامة، ووفقا لمبادئ قوانين حق الإطلاع و حرية المعلومات "و يوضح "ديفيد نابل" أن مفهوم الصحافة الاستقصائية انطلق منذ الستينات مع الرئيس "تيودور روزفلت" و فريق المنظفين أصحاب الحملة ضد الفساد و الرشوة، وأصبح اليوم عملا مؤسسيا، له أصوله و مبادئه يساهم في تغيير الأوضاع .²

اتسع تعريف الصحافة الاستقصائية، فهي تشمل أخبارا أوسع تتجاوز كشف الفساد و النشاط الإجرامي إلى كيفية عمل الأنظمة أو فشلها أو إعادة تركيب حدث معقد، وعليه يمكن تعرفها بأنها أخبار ذات صفات معينة :

- تقوم على عمل أصلي و ليس تحقيقات مسربة من السلطات الرسمية .
- تظهر نمطاً لمشاكل متكررة ، وليس فقط حادثة واحدة معزولة تؤثر على شخص واحد .
- تكشف على تصحيح الأخطاء .
- تفسر قضايا إجتماعية معقدة .

¹ - عيسى محمود الحسن ، الصحافة الإستقصائية مهنة المتاعب و الأخطار ،(ط،1)،دار زهران للنشر و التوزيع ،عمان ،2012،ص،13.

² - عيسى عبد الباقي ،الصحافة و فساد النخبة (دراسة الأسباب و الحلول)،(ط،1)،العربي للنشر و التوزيع ، القاهرة ،2005،ص،146.

- تكشف عن الفساد و الأعمال المخالفة للقانون أو إساءة استخدام السلطة.¹

التقصي عمل بحثي كالذي يتطلبه أي تحقيق صحفي، لكن في العمق يسهله وفقاً لرأي رئيس قسم الصحافة الإستقصائية في صحيفة لوس أنجلوس تايمز، "ألان ميلل" و فرة الأخبار و المعلومات، و ملايين الوثائق الرسمية المفتوحة وفقاً لقانون حرية المعلومات، كما يسهله تعدد وسائل الحصول على المعلومات السرية من مصادر مختلفة تشمل: كبار المسؤولين، مصادر المعارضة، موظفي الحكومة الناقلين عليها، الموظفين السابقين، الخبراء الأكاديميين و الباحثين المصادر المتطوعة، و الوثائق غير المنشورة، و المكتبات الخاصة، و التقارير الإحصائية و المعلومات من بلاد أجنبية.²

تعددت الصيغ التعريفية لمفهوم الصحافة الاستقصائية أو التحقيقات الاستقصائية، و رغم ذلك إلا أن أغلبية التعريفات تتفق على أن الصحافة الاستقصائية هي تلك التحقيقات و التقارير الصحفية القائمة على الأساليب و الإجراءات المرتكزة إلى القواعد العلمية، و المهنية التي يستخدمها الصحفي في الوصول إلى الحقائق المستترة، أو تتبع بعض القضايا الشائكة و كشف الغموض فيها لأجل تقديمها بهدف خلق رقابة على السلطات العامة و حماية مصالح المجتمع.³

وعن تعريف الصحافة الاستقصائية أيضاً قالت الصباغ: "إن الصحافة الاستقصائية هي الصحافة القائمة على توثيق المعلومات و الحقائق بإتباع أسلوب منهجي و موضوعي بهدف كشف المستور، وإحداث تغيير للمنفعة العامة، و تعرف المنظمة الأمريكية للصحافة الاستقصائية هذا النوع من الإعلام بأنه تغطية إخبارية في العمق تكشف شيئاً ما يريد أحد ما أن يبقيه سراً أو

¹ - معهد الصحفيين المحترفين، كتيب الصحافة الإستقصائية، مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب و التطوير، قطر - الدوحة، 2006، ص، 03.

² - عيسى محمود الحسن، الصحافة الإستقصائية مهنة المتاعب و الأخطار، مرجع سبق ذكره، ص، 14.

³ - حرفوش إيمان، الصحافة الإستقصائية العربية: واقع الصحفي الإستقصائي الجزائري، مجلة العلوم الإنسانية، العدد: 4، ديسمبر 2015، ص، 78.

تؤشر لإخفاقات منهجية و سياسات غير صائبة نتيجة لجهد شخصي بذله صحافي أو صحيفة".¹

فالصحافة الاستقصائية تشمل كشف أمور خفية للجمهور ،أمور إما أخفاها عمدا شخص ذو منصب في السلطة ،أو اختفت صدفة خلف الحقائق و الظروف التي أصبح من الصعب فهمها، وتتطلب استخدام مصادر معلومات ووثائق سرية و علنية .²وكانت الصحافة الاستقصائية قبل التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات، تعتمد على المحررين الذين يعملون بمفردهم مع دعم قليل من المؤسسات التي ينتمون إليها، ومع التطور الكبير في المجال الصحفي رأت المؤسسات الصحفية من الأهمية في الصحافة الاستقصائية العمل بروح الفريق من أجل توافر أشكال مختلف الخبرة للمحررين تمكنهم من إعداد تقارير صحفية مدعومة بالوثائق وتشمل جميع المواقع .³

2- نشأة و تطور الصحافة الاستقصائية :

قبل قرن من الزمان صاغ رئيس الولايات المتحدة الأمريكية الأسبق ثيودور روزفلت (1858-1919) عبارة muckraker التي تعني " الذي يشهرّ في قضايا الفساد " و قد دخلت العبارة منذئذ معجم اللغة الإنجليزية .كان روزفلت يصف الدور الذي تؤديه الصحافة في المجتمع الأمريكي ،فقد شهدت تلك الفترة ولادة وسائل الإعلام والمجلات تباع في زوايا الشوارع و يقرؤها بشغف ،الأغنياء و الفقراء على حد سواء.⁴

¹ - الصحافة الإستقصائية مهنة المتاعب و الأخطار ، مرجع سبق ذكره ،ص 14.

² - مارك هنتر ، يسري فوده ، على درب الحقيقة دليل أريج للصحافة العربية الإستقصائية ،تر:محمود الزواوي و رنا الصباغ ،(ط،1)،منظمة اليونيسكو - باريس و البنك الأردني الكويتي ، الأردن،2010، ص،17.

³ - الصحافة الإستقصائية مهنة المتاعب و الأخطار ،عيسى محمود الحسن ،مرجع سبق ذكره ،ص 18.

⁴ - فيل ريس ،"المشهورون"في الصحافة الإستقصائية ،مجلة الصحافة مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب و التطوير ،العدد:2016، 1، ص،28.

فقد عرف العالم صحافة التحقيقات في فترة مبكرة بعد ظهور الصحافة في القرن السابع عشر في أوروبا و لكنها لم تزدهر إلا في نهايات القرن التاسع عشر و الربع الأول من القرن العشرين في الولايات المتحدة الأمريكية .وتعود أصول صحافة التحقيقات إلى السنوات العشرين الأخيرة من القرن التاسع عشر و مطلع القرن العشرين في الولايات المتحدة الأمريكية ،ففي هذه الفترة أصبحت للصحافة صناعة ضخمة يعززها توزيع جماهيري ضخم و منافسة شرسة على القاريء و على الإعلان بين الصحف التي تضاعف عددها في الفترة ما بين عامي 1880-1900 إلى نحو 1967 صحيفة كما تزايد توزيعها من 03 مليون إلى 15 مليون نسخة .و قد إرتبط ظهور صحافة التحقيقات في الولايات المتحدة الأمريكية بظاهرتين صحفيتين مهمتين شهدتهما الصحافة الأمريكية في القرنين الثامن عشر و التاسع عشر و هما ظاهرة الصحافة رخيصة الثمن أو ما يمكن أن نسميه الصحافة الشعبية ، وظاهرة صحافة الإثارة أو الصحافة الصفراء ،فنتيجة للتنافس الشديد بين هذه الصحف اتجهت كل منها إلى إرضاء القراء بثتى الوسائل و من بينها البحث و التحقيق المتعمق في الأحداث و القضايا المختلفة .¹

عندما بدأت الصحافة الاستقصائية بالظهور في المجتمع برز جانب التركيز و التحري عن قضايا معينة تحدث في المجتمع ،خاصة جوانب الانحراف و الفساد و نتيجة لذلك ظهر لون جديد من التغطية الصحفية سمي بالصحافة الاستقصائية Investigative journalism او سمي محررو هذا اللون بـ Muck Rekers:أو المنقبون عن الفساد .²

وقد أطلق هذا الاسم على مجموعة الصحفيين الذين قادوا حملات صحفية مهمة ضد الفساد خاصة عام 1901، حين أدى التوسع الصناعي السريع بعد الحرب الأهلية إلى الكثير من أنواع الظلم و كانت الاحتكارات موضع قلق عام، وأعتد هؤلاء الصحفيون الملقبون بالمنقبين عن الفساد في حركتهم الصحفية على نشر التحقيقات الصحفي الكاشفة المبنية على

¹ - (الفن الصحفي في عصر المعلومات) تحرير و كتابة التحقيقات و الأحاديث الصحفية)،حسني محمد نصر و سناء عبد الرحمان ، مرجع سبق ذكره ،ص،ص،76،75.

² -التغطية الصحفية الإستقصائية ،بشرى حسنين الحمداني ،مرجع سبق ذكره ،ص21.

وثائق رسمية و خاضعة لمراقبة الخبراء، وبرزت حركة المنقبين عن الفساد كقوة مهمة عام 1906، ثم أخذت تتحسر بعد ذلك بعامين ثم بلغت قمة النجاح عام 1911 مرة أخرى، ثم تبددت عام 1912 حيث بدأ الجمهور يبتعد عنها، وكذلك تعرض الصحف لكثرة الضغوط المالية، مما أدى إلى اختفاء هذا اللون من الصحافة، و لكن يرجع إلى هذا اللون الفضل في العديد من الإصلاحات التي تمت في المجتمع الغربي.¹

و مع مطلع السبعينات من القرن العشرين بدأت الصحف الأمريكية بشكل متزايد في تشجيع المحررين ذوي الخبرة على التحرر من القصاص الروتينية حتى يستطيعوا معالجة القضايا و الموضوعات ذات المغزى التي تتطلب وقتا أكثر و خبرة و أشهر المحررين الذين قاموا بالتغطية الاستقصائية، كل من Bbwood Ward و Cari Bernstein بجريدة الـ Washington Post و قد انتشرت الصحافة الاستقصائية في الولايات المتحدة الأمريكية خلال فترة السبعينات من القرن العشرين لأسباب متعددة منها: الدعم المالي الذي حصلت عليه الصحافة في أوائل السبعينات، إذ كان التخطيط لذلك قد بدأ منذ عاو 1968 بشكل غير منتظم، و أصبح هناك منظمة أو صندوق مستقل هو Fund of Investigative Journalism يموله المؤسسات و الأفراد، وقد نجح هذا الصندوق في تمويل أكثر من 60 مشروع تغطية استقصائية خلال الفترة من سبتمبر عام 1971 و حتى سبتمبر 1973، كشفت عن أوجه نشاط قابلة للمناقشة تتصل بالأوضاع المرعبة في النشاط الاقتصادي و الحياة السياسية و عن فساد الحكومة.²

إن أول صحيفة دولية استخدمت الفن الاستقصائي هي صحيفة (نيويورك هارلد) عام 1836 بعد أن نشر الصحفي جيمس كورين بنيت أول تحقيق إستقصائي يتعلق بموضوع الدعارة في المجتمع الأمريكي و مقتل شابة عمرنا 23 سنة، و في عام 1871 فضحت جريدة نيويورك

¹ - (التغطية الصحفية الإستقصائية، بشرى حسنين الحمداني، مرجع سبق ذكره، ص21

² - (الصحافة و فساد النحبة، عيسى عبد الباقي، مرجع سبق ذكره، ص، ص، 140، 139.

تايمز فسادا ماليا هائلا في بلدية نيويورك بعد الإطلاع على سجلات الحسابات و تبين وجود سرقة بمئتي مليون دولار من خزينة البلدية.¹

في عام 1976 تأسس إتحاد المندوبين و المحررين الاستقصائيين Investigative Reporters & Editors "IRE" كجماعة صحفية لا تهدف إلى الربح ، و ذلك على يد مجموعة من المحررين الاستقصائيين بهدف تشجيع الصحافة الاستقصائية و تميتها .و خطط لتطوير مركز للموارد يضع خدمات و نشرة إخبارية عن الموضوعات الاستقصائية إلى جانب دليل للخبراء و بعض الخدمات، و مع نهاية عام 1976 شكلت الجماعة فريق عمل صحفي بقيادة محرر جريدة News Day الشهير Robert Green لإجراء تغطية استقصائية عن الجرائم التي أدت إلى اغتيال Bollesdon محرر جريدة Arizona Republic الذي كان يقوم باستقصاء نشاط الجريمة المنظمة في ولايته، أريزونا ،حيث وضعت قنبلة في سيارته، و منذ ذلك الوقت يتعرض الصحفيون المنقبون عن الفساد للخطر من أجل تعزيز الشفافية و الحكم المسؤول و التصرف المشترك و الحد من الفساد .

إغتيال ثمانية و ستون صحفيا عام 2001 و يرجع سبب إغتيال خمسة عشر صحفيا منهم إلى أعمال إستقصاء عن قضايا الفساد و هذا رقم ينذر بالخطر.²

وتعتبر كتابات العديد من الكتاب مثل كتاب "الغابة" لـ "أبتون سنكلير" الذي كشف عن الوسائل غير الصحية لتجهيز و تغليف اللحوم أساس كل أعمال التحريات لإعداد التحقيقات الصحفية، إن جوهر هذا العمل هو البحث فيما تقوم به كل من الحكومة و قطاع الأعمال في جميع قطاعاته و نقاط التقائهما، فالتحريات والتحقيقات التي تمت فيما عرف باسم (وترجيت)، وما

¹ - كاظم شنون المقدادي، الإعلام الدولي و الجديد و تصدع السلطة الرابعة، (ط،1)، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2013، ص،94.

² - علي دنيف حسن، دور الصحافة الإستقصائية في مكافحة الفساد المالي و الإداري و الجريمة المنظمة، (د،ط)، منشورات مدرسة الصحافة المستقلة، بغداد، 2009، ص، 7.

أدت إليه من استقالة الرئيس ريتشارد نيكسون ،تعد بحق العلامة الفاصلة في إعداد التحقيقات الصحفية ¹.

وتستخدم الصحافة الاستقصائية الآن بشكل متسع في مجالات كشف الفساد في المجتمع و تقديم الرؤية الاستقصائية الشاملة التي لا تستطيع أن تقدمها وسائل الإعلام الأخرى.

وقد صاحب هذا نمواً متزايداً في توظيف الحاسبات الإلكترونية لأغراض تصنيف المعلومات و البيانات الكثيرة التي يحصل المحررون الإستقصائيون عليها، وتحليلها بشكل يساعدهم على الوصول إلى خلاصات كمية دقيقة ².

أما على الساحة العربية فإن هذا اللون من الصحافة مارسته الصحافة العربية بشكل غير منهجي وبدرجات متفاوتة عبر تاريخها و كانت أكبر تجلياته الكشف عن فضيحة الأسلحة الفاسدة التي فجرها الصحفي إحسان عبد القدوس .
وعن أهم نماذج التحقيقات الاستقصائية نذكر منها :

1- تحقيق صحفي إستقصائي للصحفي إحسان عبد القدوس عام 1949 فجر فيه فضيحة الأسلحة الفاسدة ،التي تم تزويد الجيش المصري بها في مواجهته مع الكيان الصهيوني في فلسطين عام 1948.وقد عدها البعض من أسباب إنتام الضباط الأحرار ،وإرهاصات التغيير في مصر عام 1952.

2- استقالة الرئيس الأمريكي نيكسون من منصب الرئاسة في عام 1974 على إثر فضيحة ووترجيت التي فجرها الصحفي الشهير "بوب وود ورد"في جريدة "واشنطن بوست"في تحقيق صحفي له .

¹ - عبيد أسعد محمود ،التحقيق الصحفي ،(ط،1)،دار البداية ناشرون و موزعون ،عمان ،2012،ص،127.

² -التغطية الصحفية الاستقصائية ،بشرى حسنين الحمداني ،مرجع سبق ذكره ،ص،22.

3- التحقيقات الاستقصائية للصحفي الأمريكي سيمون هيرش و الذي فضح فيها تفاصيل مذبحة "ماي لاي" في فيتنام عام 1969 ، و كشف فيها النقاب للمرة الأولى عن الترسانة النووية الصهيونية التي أخفت سراً غامضاً لعشرات السنين في كتابه "الخيار شمشون" في عام 1991، إضافة إلى إسهامه في كشف وقائع تعذيب المسجونين العراقيين في سجن " أبو غريب".¹

3- دوافع و أسس صحافة الاستقصاء

يمكن القول أن انطلاق الصحافة الاستقصائية كان بدافع رئيسي و هو مكافحة الفساد ففي عام 1964 تم منح "جائزة بوليتزر" في الولايات المتحدة الأمريكية إلى مجلة "فيلادلفيا بولتان" التي كشفت أن شرطة المدينة تقوم بتنظيم نوع من الياصيب غير الشرعي من أجل كسب المال ، هذا الخبر أطلق حملة في المدينة من أجل تنزيه الشرطة ومكافحة الفساد الرائج في أوساطها، و في عام 1971 نشرت نيويورك تايمز وثائق رسمية سرية معروفة بإسم "وثائق البنتاغون" و قد كشفت هذه الوثائق أن الوضع في الفيتنام يميل إلى أن يكون كارثياً على القوات الأمريكية على عكس تصريحات المسؤولين الأمريكيين و قد عرضت القضية أمام المحكمة العليا التي أكدت الحق في نشر الوثائق .وفي عام 1972 كشف الصحافيان بوب وود وود و كارل برنشتاين فضيحة ووترغيت التي انتهت بإسقاط الرئيس الأمريكي ريتشارد نيكسون ،مع هذه القضية إكتسبت الصحافة الاستقصائية نجاحاً باهراً و أثبتت نفسها كأداة عمل ناجحة فضلاً عن أنها أعادت إلى الصحافة موقعها و دورها فإنطلقت برامج متعددة تعتمد أساليب الصحافة الاستقصائية كان أولها برنامج " ستون دقيقة" على محطة سي بي اس فعرف نجاحاً كبيراً فتبعت غالبية المحطات الغربية الكبرى هذا المنحى من خلال برامج مماثلة .يتبين بالتالي أن الصحافة الاستقصائية انطلقت من مبادئ أولية وهي :²

¹ -الصحافة الإستقصائية مهنة المتاعب و الأخطار ،عيسى محمود الحسن ،مرجع سبق ذكره ،ص ،ص ،32،20.

² - جورج صدقة ،الصحافة الإصلاحية دور الصحافي في مكافحة الفساد (دليل تدريبي) ،المركز اللبناني للتربية المدنية ، بيروت ،2011،ص،47.

- حق الجمهور في معرفة الحقيقة .

- خدمة المصلحة العامة من خلال الكشف عن حالات الفساد .

- الإضاءة على قضايا فساد غير معروفة يحول القائلون بها إخفاءها .

- التصدي لسوء استخدام السلطة و الضرر بالمصلحة العامة و المجتمع .

هكذا باتت الصحافة الاستقصائية في رأس سلم العمل الصحافي لجهة الهدف السامي الذي تسعى إليه و احترافيتها القصوى كما بات كشف الفساد في أولوية هذا النوع الصحافي ، فعندما ينجح الصحافي في كشف الفساد و ملاحقة تطوراته و جعل القضية من مسؤولية المجتمع ككل يكون بذلك حقق إنجازا صحافيا ، وقدم خدمة إعلامية، لها تأثيراتها المباشرة على الإصلاح الاجتماعي، ويفيد منه المجتمع الرسمي (المؤسسات العامة) و المجتمع المدني(جمهور المواطنين)¹.

ومن السمات المميزة لصحافة التحري هي أنها تكشف ما يحاول المعنيون أو المتورطون إخفاءه ، فالسمة الأساسية هنا هي أن هناك شخصا يحاول إخفاء الحقيقة ، و صحافة التحري تحاول أن تكشف عنها ، وهناك ثلاثة أسس تقوم عليها صحافة التحري، و أول هذه الأسس أن تكون قصة التحري الإخبارية مستندة إلى جهد الصحفي وأن تكون محصلة لعمله هو في البحث و الاستقصاء ، وأفضل مثالين على ذلك هما (قضية ووترغيت)حيث قام الصحفيون الأمريكيون بطريقتهم الخاصة و جهدهم الخاص بالكشف عن تورط الرئيس نيكسون ، و المثال الآخر مأخوذ من الصحافة الأمريكية ، حيث قامت صحيفة نيويورك تايمز بتحضير ملف عن فيتنام يحمل إسم Vietnam Papers أو أوراق فيتنام .

¹ - (المرجع نفسه ،ص،47.

الأساس الثاني لصحافة التحري هو أن يكون الموضوع مدار البحث متعلقاً بأمر يهم القراء أو المشاهدين أو متلقي الرسالة بشكل عام، و بمعنى آخر يجب أن يكون الموضوع نفسه له علاقة بهوم الناس و مشاغلهم و قضاياهم، لا أن يكون موضوعاً ترفيهياً أو فلسفياً أو فكرياً .

وثالث هذه الأسس هو أنه يجب وجود شخص أو جهة تحاول إخفاء شيء ما و أن يكون هناك صحفي يحاول أن يكشف ما هو خفي، و من أهم ما يلفت النظر في هذه الأسس هو التأكيد على استقلال جهد الصحفي في الحصول على المعلومة.¹

4- أهمية و خصائص مهنة الصحافة الاستقصائية

تتبع أهمية الصحافة الاستقصائية من الوظيفة التي تؤديها فهي تعد :

- 1- جزء من العمل الرقابي الذي من الممكن أن يصنع رأياً عاماً بين الجمهور و خاصة إذا تبنت نتائجه بعض الجهات السياسية ووسائل الإعلام .
- 2- أرشيفاً للجرائم و فضائح و فساد الساسة و المسؤولين و يقال في الغرب أن للصحافة الاستقصائية قدرة لا تضاهى على ربط مسئولين بجرائم معينة .
- 3- أداة للوصول للحقيقة من مصدرها الأصيل و الوقوف على صدقها من كذبها ،تضخيمها من تحجيمها ، إذ تعد أداة تعمق فهم الحدث .

4- بوابة مهمة لشروع أجهزة الدولة في فتح التحقيقات في جرائم المال و الإدارة .

5- تشكل مركز معلومات المؤسسة ،و قاعدة بياناتها .

6- تمثل صحافة العمق ، وهي مستقبل الصحافة الحية الناجحة المؤثرة مستقبلاً ،كما يقول الصحفي الكبير الذي يعتبر من أكفأ الصحفيين الاستقصائيين في العالم سيمور هيرش :مستقبل

¹ -نبيل الشريف ،التحري الصحفي ،(د،ط)،مركز الأفق الثقافي ، عمان ،1992،ص ،9.

الصحافة في صحافة العمق .(لذا فإن الصحافة الإستقصائية ضرورة لنهوض صحافة مؤسساتنا الإعلامية تحديداً، وهي مبرر لوجودها .¹

وتساهم الصحافة الاستقصائية أيضاً في تثبيت الديمقراطية من خلال زيادة إطلاع المواطنين و معرفتهم، فالمعلومات مصدر حيوي لتذكير الشعب اليقظ بأنه يملك سلطة محاسبة الحكومة من خلال الانتخابات و المشاركة، ومع التطور المطرد للسياسات التي تركز على أهمية الوسائل الإعلامية في الأنظمة الديمقراطية المعاصرة ،قلّلت هذه الوسائل من أهمية المؤسسات الاجتماعية الأخرى ،وبرزت كالمصدر الرئيس للمعلومات المتعلقة بقضايا وأمر تؤثر في حياة المواطنين، لذلك فصحافة الاستقصاء و نظراً لما تتميز به من صدق في التناول ، و عمق في المعالجة، و تميز في الطرح،ويحث خلف الكواليس، فضلاً عن دور كاشف يساعد صانع القرار و الرأي العام في تحديد الاتجاه إزاء قضية ما ،و بالتالي تقويم مسار العملية الديمقراطية.

خصائص مهنة الصحافة الاستقصائية

لمهنة الصحافة الاستقصائية خصوصية كبيرة تختلف عن باقي المهن الأخرى، فهي تخاطب العقول بمختلف مستوياتها كما تؤدي جملة من الوظائف للفرد و المجتمع ،هذه الخصوصية لمهنة الصحافة نابعة من خصائص اتصفت بها تتمثل في الآتي :²

- مهنة الصحافة تقوم من أجل إشباع أو مواجهة احتياج مجتمعي بحيث تستمد شرعية وجودها من إحساس الناس بضرورة القيام بنشاط معين من شأنه أن يشبع لهم احتياجاتهم .
- تستند مهنة الصحافة على أسلوب علمي كما تستند على قاعدة المعرفة العلمية و النظريات و القوانين و المبادئ العلمية لفهم المشكلة ،و تحديد الحل المناسب لها.

¹ - (كاظم المقدادي شنون ،الإعلام الدولي و الجديد و تصدع السلطة الرابعة ،مرجع سبق ذكره ،ص،95.

² - (مجلة العلوم الإنسانية ، العدد:4،ديسمبر 2015 ، مرجع سبق ذكره ،ص، 79.

- يمارس العمل الصحفي متخصصون مهنيون، و هيئات متخصصة لها من الصلاحيات و الكفاءة و القدرة العلمية ما يمكنها من ممارسة عملها .

- و أخيرا يمكن القول أن مهمة الكشف عن قضايا الفساد هي مهمة نبيلة للإعلام و كما يقول Belsey "الغاية تبرر الوسيلة، و لعله من الأفضل للصحفي اللجوء لبعض الخداع إذا ما ارتبطت القضية بفساد أو جرم يراد له أن يبقى خفيا عن أعين المجتمع"، و يرى الدكتور حسن أبو حشيش أن ربط نجاح الصحافة الاستقصائية بانتهاك لأخلاقيات المهنة رأي لا يستقيم مع القيم المهنية لرسالة الاستقصاء، و يرى أيضا أنه من الضروري التفريق بين الطرق الإلتفافية و الملتوية من الجانب السلبي و الإيجابي، حيث إن الإنسان في مسيرته الحياتية قد يضطر لإتباع طرق غير معروفة و التفافية و لكنها ليست سلبية .

ويميل الدكتور حسن إلى النقاط التالية:¹

- الغاية لا يمكن أن تبرر الوسيلة

- محاربة الفساد السياسي و الأمني و الاجتماعي و الاقتصادي و الفكري مصلحة عامة تتطلب إبداع طرق جديدة للوصول إليها .

- يجوز للصحافي الاستقصائي أن يستخدم كل إمكانياته و إمكانيات مؤسسته الإدارية و المادية للوصول إلى الحقائق .

- الطرق الإبداعية و غير الإلتفافية بالمعنى الإيجابي للإلتفاف من ضمن الإمكانيات على أن لا تكون سبب في قلب الحقائق و الكذب و الافتراء و تليفق التهم .

5- محاذير الحصول على المعلومات في الصحافة الاستقصائية

إن هذا النمط من العمل الإعلامي الاستقصائي سوف يصطدم مباشرة بجدار المحرمات وقد تستخدم ضده التشريعات و القوانين ذاتها التي تعنى بالنشر و حرية التعبير، باعتبار ذلك

¹ - مجلة العلوم الإنسانية ، العدد:4،ديسمبر 2015 ، مرجع سبق ذكره ،ص، 80.

العمل الإستقصائي يتقاطع مع الخصوصية أو المعلومات السرية التي يسعى القضاء أو النظام السياسي للمحافظة عليها و تستخدم في سبيل ذلك جملة من المواد التي يتضمنها قانون المطبوعات و النشر و يتم تكييفها ل لأجل الحد من حق الإعلام في الوصول إلى المعلومات.¹

و لن تتحقق مصلحة المجتمع إلا بقيام وسائل الصحافة بدورها عبر ثلاثة أسس رئيسية هي:²

1- بيئة تشريعية تضمن الحريات الإعلامية (يعرف فيها الإعلامي حقوقه و واجباته ، و المباح و المعاقب عليه)

2- مهنية جيدة للإعلاميين .

3- الالتزام بأخلاقيات المهنة .

هذه الأهداف و العوامل يلتقي حولها الكثير من المجتمعات بما فيها منظمات المجتمع المدني إذ أن كثير من أهداف منظمات المجتمع المدني تبني على القضايا ذات الصيغة المجتمعية و الحريات العامة و منها الحريات الإعلامية .وإن أي خلل في واحدة أو أكثر من هذه الأسس يشكل انتهاكا لحق المواطن في المعرفة و يؤثر على دور السلة الرابعة في الرقابة كحارس أمين للمصلحة العامة .

إن سعي الصحفي الاستقصائي للحصول على معلوماته و على الأدلة الضرورية لتعزيزها قد يعرضه لمخالفة القانون أو أخلاقيات المهنة ، و من هذه الطرق إنتحال الصفة أو السرقة و تنص المبادئ القانونية و الأخلاقية على التقيد بمبادئ الإستقامة في السعي إلى البحث عن المعلومات لكن البعض يرى أن واجب الصحفي في كشف قضايا الفساد يبرر اللجوء إلى طرق غير مشروعة للحصول على المعلومات و نشرها على أن لا يتم ذلك في حال كان من الممكن الوصول إلى تلك المعلومات بطرق مشروعة .

¹ - ياسين صباح ،الإعلام حرية في إنهييار ،(ط،1)،الشبكة العربية للأبحاث و النشر ،بيروت ،2010،ص،72.

² - مأمون مطر ،الإعلام الحديث أدوات و تطبيقات ،معهد الإعلام العصري ، جامعة القدس ،صندوق الأمم المتحدة الديمقراطية undef،2013،ص،50.

إن التحقيق الاستقصائي الذي يثير أية مسألة تتعلق بالفساد أو غيرها من الوقائع المرتبطة بأفعال جرمية هو إخبار صحفي للنيابات العامة و أجهزة الدولة الأخرى التي يقتضي عليها أن تتحرك للتحري عن المعلومات المثارة حتى و لو حصل عليها الصحفي بوسائل غير مشروعة و لكن هذا لا يعفي الصحفي من الملاحقة أيضا في حال ارتكب أي جرم جزائي من خلال إستحصله على تلك المعلومات و بالتالي على الصحفي أن يتنبه للمحاذير في الحالات التالية: استعمال وثائق سرية، انتحال الصفة، إخفاء هوي للاستدراج ، إفشاء أسرار خاصة ،خرق حرمة الأماكن الخاصة أو العامة،المس بسرية المراسلات .¹

المطلب الثاني: أخلاقيات المهنة الإعلامية

1-تعريف أخلاقيات الإعلام .

إن أخلاقيات المهنة الصحافية تتباين في تفاصيلها من مؤسسة إعلامية إلى أخرى ، و من بيئة إعلامية إلى أخرى ،فهي ليست علما من العلوم يستند إلى قواعد محددة ،و إذا اختلف المختصون بالصحافة و الإعلام في ذلك ،فلا توجد مدونة قواعد عالمية تحكم هذه الأخلاقيات ،فالبعض يعدّها علما من العلوم الاجتماعية ،بينما يخالف البعض الآخر هذا الرأي ، و هي مع ذلك تتبع من خبرات مكتسبة و ممارسات تولد لدى الصحفيين الحكمة في التعامل مع إشكاليات مهنية لا تحكمها قوانين ، و تسمح في النهاية بإتخاذ قرارات أخلاقية سليمة تنسجم و قيم السلوك الاجتماعي لأي مجتمع .²

¹-(جورج صدقة ،الصحافة الإصلاحية دور الصحفي في مكافحة الفساد (دليل تدريبي)، مرجع سبق ذكره ، ص،ص،73،72.

²-(الأميرة سماح فرج عبد الفتاح و آخرون ،الإعلام و تشكيل الرأي العام و صناعة القيم ،(ط،1)،مركز دراسات الوحدة العربية ،بيروت، 2013،ص،ص،361،362.

تعرف الأخلاق بأنها تعبير عن قيم المجتمع و مثالياته ،أي أنماط السلوك و الغايات المطلوبة و يحاول فحصها بطريقة نقدية لاختبار صحتها، مما يؤدي في النهاية لصياغة قيم جديدة.¹

و هنا لابد من التمييز بين مفهومين للسلوكيات الإعلامية :الأخلاق و الأخلاقيات ، فتعبير الأخلاق يستعمل بمعنى "إتيك" *ethique* و هو يتناول التصرف الأخلاقي العام لأي إنسان ،بينما تعبير الأخلاقيات يستعمل بمعنى "ديونتولوجيا" *deontologie* أي مجموعة الواجبات و الالتزامات الخاصة التي تنشأ عن ممارسة مهنة ما، "الديونتولوجيا" هي مجموعة الواجبات التي يحددها المهنيون في ممارسة مهنتهم، و التعبير مشتق من اليونانية و معناه علم الواجب، أي العلم الذي يتناول الواجبات المهنية المطلوب الالتزام بها ،فكما عند الصحافيين كذلك عند الأطباء و المحامين و غيرهم ،هذه القواعد تهدف إلى تبني قيم محددة للمهنة مثل الحقيقة والنزاهة و المصلحة العامة، الحرية... تتناول الأخلاقيات (الديونتولوجيا) إذن النطاق الخاص بالمهنة بينما (إتيك) تتناول النطاق الشخصي للصحافي .

هذه العناصر الثلاثة : القانون و الحرية و الأخلاق الإعلامية، ليست بأهمية بعضها، لكن غياب إحداها يهدد الرسالة الصحافية و حسن سير عملها، فمن دون حرية يصبح مضمون الصحافة بيانات رسمية، و من دون قوانين تصبح المهنة مشرعة الأبواب و غير محمية و عرضة لكل التجاذبات و من دون أخلاق تصبح الصحافة فاسدة فتتراجع الضوابط و يتهدد دورها الرئيسي المراقب و الناقد.²

عرفت دائرة المعارف البريطانية الأخلاقيات على أنها "النظام الذي يتم وضعه لتوضيح القواعد المتعلقة بممارسة مهنة بعينها ما يحقق صالح المجتمع و الأفراد، و يحقق الممارسة

¹ - إسماعيل عبد الفتاح ،معجم المصطلحات السياسية و الإستراتيجية ،(ط،1)،العربي للنشر و التوزيع ،2008،القاهرة ،ص،18.

² -جورج صدقة ،الأخلاق الإعلامية بين المبادئ و الواقع ،(ط،1)، مؤسسة مهارات ، بيروت ،2008،ص،14.

السليمة لهذه المهنة ،علاوة على أنه يساعد في تحقيق أهدافها الرشيدة ، ويشمل ذلك النظام موثيق التي تحكم الممارسة و حدودها بين الصواب و الخطأ .كما يرى مجاهد الهلالي الأخلاق بأنها الأساس أو الركيزة التي يقام عليها بنيان مهنة العاملين في المؤسسات أو القواعد و القوانين الخاصة بالأخلاق المهنية تسهم إسهاما كبيراً في توليد الكرامة المهنية و ممارسة الواجبات وفقا لمبادئ و قواعد مقننة و متفق عليها من قبل.¹

و تعرف أخلاقيات الإعلام بأنها أخلاقيات مستحدثة تعنى بالكشف عن الحقائق بكل وضوح و دون النظر للأغراض الشخصية، و عدم إستغلال حوادث معينة في الإثارة الصحفية و عدو تهديد حرية الإنسان، و عدم التعرض لقيم المجتمع و عاداته و مكتسباته من أجل تحقيق نصر إعلامي زائف ،و تسمى ميثاق الشرف الإعلامي أو الصحفي .²

فأخلاقيات المهنة هي مجموعة من المبادئ و القيم المنظمة لما هو صحيح في العمل الإعلامي ،و هي تعتمد على مجموعة منتقاة من المبادئ الموجهة للسلوك الأخلاقي ،و هذه المبادئ مهمة للمؤسسات الإعلامية خاصة في أوقات الأزمات و تستهدف تشكيل ذاتية المؤسسة الإعلامية أو الجماعة المهنية .و تعد أخلاقيات الإعلام حسب السيد بخيت بمثابة معايير و إختيارات توجه عمل الإعلاميين ،أو منظومة من المبادئ و المعايير التي تستهدف ترشيد سلوك الإعلاميين خلال عملهم الإعلامي ،و عامة تعرف الأخلاقيات بأنها مجموعة من المبادئ و القيم و معايير الجماعة للسلوك المقبول ،و هي مشتقة من العادات و الأعراف الموجودة في مجتمع ما .وعامة تتعاطى الأخلاقيات مع الأسس الفلسفية لصناعة القرار و الإختيار من بين عدة بدائل تحتل الصواب و الخطأ في أمور معنوية و إنسانية .³

¹ - (حسين عامر فتحي ،المسؤولية القانونية و الأخلاقية للصحفي ، (د،ط)، العربي للنشر و التوزيع ،2014،ص15.

² - (إسماعيل عبد الفتاح ،معجم المصطلحات السياسية و الإستراتيجية ،مرجع سبق ذكره ،ص،19.

³ - (أحمد فلاق و نبيل كرفس ،أخلاقيات العمل الإعلامي في كتابات الصحافة الرياضية الجزائرية ،المجلة العلمية لجامعة الجزائر 3،العدد:1،ديسمبر ،2013، ص 261.

فأخلاقيات الصحافة هي مجموعة القيم و المعايير التي يستند إليها الصحفي في تعامله مع

المادة الصحفية المنشورة و التي تحتكم إلى الآتي¹:

- الحفاظ على سرية المصادر .

- الإلتزام بالموضوعية و المصادقية و الدقة و الأمانة .

- الفصل بين المادة التحريرية و الإعلانية، و مراعاة حق الخصوصية .

ومن يحيد عن هذه الأركان يوصف بأنه خادع أو مضلل أو غير أمين أو غير دقيق ،حيث أنها معايير تتأتى تماما عن العمل الصحفي .

كما تعني أخلاقيات الصحفي المهنية تمسك الصحفي بأخلاقيات العمل الصحفي و موثيق الشرف الصحفية في الموضوعات التي يقوم بنشرها، و تعرف هبة شاهين أخلاقيات العمل الإخباري بأنها مجموعة الأحكام التي يصدرها القائمون بالإتصال حيال مجموعة من المواقف التي نشر فيها قضايا أخلاقية تتعلق بالتغطية الإخبارية و التي تعبر عن فهمهم لتلك القضايا و كيفية مواجهتهم لهم .و يتضح من خلال التعريفات السابقة أن أخلاقيات الصحافة تشتمل على:²

1- مجموعة المعايير و القيم و المبادئ المنظمة لسلوك الصحفيين في تغطيتهم لمختلف الوقائع و الأحداث و الأخبار ، التي تفرض عليهم، الإلتزام بالحقيقة و المصادقية و السلوك المسؤول.

2- الإلتزام بحق الأفراد في الخصوصية و عدم تجهيل الأخبار .

3- الإلتزام التام بالموضوعية و الدقة و الأمانة و فصل الرأي عن الخبر و حق الجمهور في المعرفة .

¹ - حسين عامر فتحي ،المسؤولية القانونية و الأخلاقية للصحفي، مرجع سبق ذكره ،ص 15.

² - حسين عامر فتحي ،المسؤولية القانونية و الأخلاقية للصحفي، مرجع سبق ذكره ،ص،16

كما و عرفها مجموعة من المفكرين الإعلاميين على النحو التالي :فقد عرفها "أندرسون" بأنها المعايير التي تُوجّه عمل المشاركين في النشاط الاتصالي و التي سيستخدمها الناقد في الحكم على أخلاقيات العمل، و عرفها "كوهين أليوث" بأنها أخلاق مهنية تتناول المشكلات المتصلة بسلوك الصحفيين و المحررين و جميع العاملين أو ممن يعملون في إنتاج الأخبار و توزيعها. فيما عرفها "ريتش" بأنها الإختيارات التي تواجه الصحفيين حول الطرق التي يتصرفون بها، هذا و قد عرفها "برخوف" بأنها تلك المبادئ و المعايير الأخلاقية و التي لم تثبت قانونيا بعد، و لكنها مقبولة في الوسائل الصحفية و مدعومة من قبل الرأي العام و المنظمات الشعبية و الحزبية.¹

وقد عرفها "جون هونبرج" على أنها "الالتزامات الأساسية التي يجب أن يتحلّى بها كل صحفي و المتمثلة في ضرورة العمل من أجل الوصول إلى تغطية منصفة و شاملة و دقيقة، صادقة و واضحة مع مراعاة حماية المصادر و تحقيق الصالح العام لا غير، عن طريق إحترام القانون و حقوق الحياة الخاصة للأشخاص و تصحيح الأخطاء في حال وجودها.²

2- نشأة و تطور أخلاقيات الإعلام و موثيق الشرف

إن أخلاقيات العمل الإعلامي موضوع شائك تناولته العديد من الدراسات و البحوث و كانت محل اهتمام العديد من المنظمات المحلية و الإقليمية و الدولية ،لتسليط الضوء على أهميتها و تحديد ملامحها في ظل عالم يصنعه الإعلام .

فمفهوم أخلاقيات الصحافة ليس مفهوما حديثا و يعود ظهور هذا المفهوم إلى عام 1916 في السويد، و اعتبر هذا المفهوم من أهم الأسس التي تقوم عليها نظرية المسؤولية الاجتماعية، و لكن بالرغم من ذلك فإن هذا المفهوم مازال محل جدل، حيث يرى الكثير من الباحثين و الصحفيين في

¹ - بسام عبد الرحمان المشاقبة، أخلاقيات العمل الإعلامي، مرجع سبق ذكره، ص، ص، 69، 68.

² - هزوان الوز، الإعلام أدوار وإمبراطورات، منشورات الهيئة العامة السورية وزارة الثقافة، دمشق، 2012، ص، 25.

العالم الغربي أنه وسيلة لفرض قيود جديدة من حرية الصحافة ، و تقوم هذه الرؤية على إستقراء الكثير من التجارب خاصة في العالم الثالث .¹

أما أول محاولة في تلك الفترة لتمييز الصحافة من غيرها فكانت فرنسية في سنة 1918 حيث عملت على وضع ميثاق لأخلاقيات المهنة الصحفية بعد الحرب العالمية الأولى مباشرة ن نظراً للدور الفعال الذي لعبته وسائل الاعلام حينها .²

و خلال عام 1926 تم وضع قانون الأداب الذي وضع تعديلات عديدة لأخلاقيات المهنة الصحفية في الولايات المتحدة الأمريكية و تضمن ثلاثة فصول :1- الأداب . 2- الدقة و الموضوعية .3- قواعد التسيير .³

وفي سنة 1936 عقد المؤتمر العالمي لإتحاد الصحافة في مدينة "براغ" التشيكوسلوفاكية حيث تمت مناقشة مهام الصحافة و وظائفها، ثم جاء بعد ذلك المؤتمر السابع للإتحاد العالمي للصحفيين سنة 1939 ليضع "عهد شرف الصحفي" الذي ركز على ضرورة تحلي الصحفي بالموضوعية و تحمل مسؤولياته إزاء المجتمع .⁴

و في المكسيك و خلال عام 1942 إنعقد المؤتمر الأول للصحافة القومية الأمريكية حيث حدد المؤتمر أن الصحافة تتطلب الموضوعية و الصدق و إحترام السرية المهنية ،كما تطرق إلى نظام العقوبات و المسؤوليات التي تقع على عاتق الصحف، و كذلك مسؤوليات إتحاد الصحفيين وعلى الصحفيين و على الصحف أن تعتذر للأشخاص الذين أساءت إليهم في القذف و السب و أن تبتعد عن نشر الانحرافات و العنف، وتحمي الحياة الخاصة للأشخاص .

¹ - محمد منيرحجاب ،المعجم الإعلامي ، مرجع سبق ذكره ،ص،ص،34،33.

² - هزوان الوز ،الإعلام أدوار وإمبراطورات ،مرجع سبق ذكره،ص،ص،24،

³ - عبد الرحمان المشاقبة ، أخلاقيات العمل الإعلامي ،مرجع سبق ذكره ،ص،ص،72.

⁴ - هزوان الوز ،الإعلام أدوار وإمبراطورات ،مرجع سبق ذكره،ص،ص،25.

و على ضوء ذلك إنتشرت مجالس الصحافة و مجالس الإعلام ومواثيق الشرف في جميع أنحاء العالم فقد إنتقلت إلى الهند عام 1958، وفي العام العربي كانت البدايات خلال 1960 حيث عرفت مصر مواثيق الشرف و كانت أول دولة عربية، و على ضوء ذلك إنبثق دستور الإتحاد العام للصحفيين العرب، كما و انتقلت إلى كل من أستراليا و أمريكا و إنجلترا 1.1975

3 - مواثيق الشرف الإعلامية

هنالك قوانين تسن لضبط العمل الإعلامي، و عادة تكيف بما يحفظ و يلائم السلطة التي تسنها وتشرعها ،وتبتعد نسبة قبولها عند الإعلاميين بحسب طبيعة النظام الذي يسنها وما تحويه من محددات ،مما استدعى بعض المؤسسات الإعلامية إلى التفكير بإعداد لوائح ترتبط بأخلاقيات ممارسة المهنة الإعلامية، أطلق عليها لوائح القيم الصحفية أو قواعد الخلاق الصحفية ،أو قانون القيم الصحفية، ثم استقرت على مصطلح ميثاق الشرف الإعلامي .

فالميثاق هو مجموعة مبادئ أخلاقية تنظم علاقة العاملين في مجال من المجالات و تكون ملزمة لهم، و من ذلك مواثيق العمل الصحفي ،وهي مجموعة النظم الظابطة يلتزم بها العاملون في هذا المجال من الناحية السلوكية و الأخلاقية في ممارستهم للعمل².

فميثاق الشرف الإعلامي عبارة عن لائحة تحوي مجموعة من القيم و المعايير الأخلاقية تضبط الممارسة الإعلامية ،و يلتزم بها من يوقع عليها إنتماً أخلاقياً، يرى الدكتور محمد سيد أن مواثيق الشرف الإعلامي تعد جزءاً مكملًا للقوانين الإعلامية في الممارسة و التطبيق، لأن هذه

¹ - بسام عبد الرحمان المشاقبة، أخلاقيات العمل الإعلامي، مرجع سبق ذكره، ص،73.

² - أحمد الزيدي طه ،المسؤولية الأخلاقية في الإعلام الإسلامي (دراسة تأصيلية و تحليلية لأخلاقيات الإعلام في مواثيق الشرف الإسلامية)،(ط،1)،ذار النفائس للنشر و التوزيع ،الأردن ،2013، ص ، 137.

المواثيق ليس لها قوة القانون و لكن الالتزام الأدبي بها عرف إعلامي قد يرتفع إلى مرتبة أقوى من القانون .¹

و هناك بعض المبادئ الرئيسية التي تحتوي عليها مواثيق الأخلاقيات أو معايير السلوك المهني هي :²

- 1- أن الإعلام مسألة مقدسة و ينبغي أن يكون دقيقا، غير محرف و غير مخادع أو مكبوت .
 - 2- ضرورة الفصل بين المعلومات أو وظيفة الأخبار، و التعليق أو وظيفة التعليق و إبداء الرأي .
 - 3- أن يخدم النقد و التعليق المصلحة العامة لا أن يكون هدفه مجرد الافتراء أو تشويه السمعة .
- و تتضمن كل المواثيق فقرة تتصل بالحفاظ على سر المهنة، و يلاحظ أن أغلب المبادئ التي تتضمنها مواثيق الأخلاقيات تصاغ في عبارات عامة وأحيانا غامضة و مبهمة و بالذات ما يتعلق منها بمبادئ الموضوعية و الحيادة و الصدق و حرية الإعلام، و رغم ذلك فأهمية مواثيق الأخلاقيات المهنية ترجع إلى أنها تعد بمثابة توجيهات داخلية لقرارات المهني في مختلف المواقف و العضلات التي يوجهها أثناء عمله المهني .

4 - أشكال وأنواع مواثيق الشرف الصحفية

لقد بدأ التدوين لقواعد السلوك المهني أو مواثيق الشرف الصحفي و الإعلامي للمرة الأولى في بداية العشرينات من هذا القرن ، وهناك الآن عدد قليل من الدول، أقل من خمسين دولة فقط في العالم لديها نظم متطورة في الإعلام و الاتصال ذات مواثيق شرف صحفية و إعلامية .

و لمواثيق الأخلاقيات أشكال متعددة منها :³

¹ - المرجع نفسه ،ص،138.

² - محمود علم الدين ،الصحافة في عصر المعلومات و المستحدثات ،(د،ط)،العربي للنشر و التوزيع ،القاهرة ،2001،ص،ص،96،95.

³ - المرجع نفسه،ص96.

1- موائيق خاصة بوسائل الاتصال جميعها و هي الصحافة و الكتب و السينما و المسرح و الإذاعة الإلكترونية و الاتصال المستعين بالحاسبات الإلكترونية .

2- موائيق تهتم بجوانب المضمون الاتصالي (التعليمي، الإعلامي، التسلية، الإعلان المباشر أو الممول)

3- موائيق تتناول وسيلة واحدة كالصحافة أو الراديو أو التلفزيون أو الفيلم أو المسرح أو نظم الاتصال الإلكتروني .

4 - موائيق تتناول جانب معين أو أكثر من جوانب صناعة الاتصال كأن تغطي في الصحافة مثلا التحرير الأخبار و الأحداث الجارية ، والإعلان أو التوزيع أو طرق الترويج ...إلخ.

والموائيق نوعان :موائيق إجبارية أو إلزامية و موائيق اختيارية :

موائيق إجبارية أو إلزامية :و في هذه الحالة تحمل الموائيق بعض أشكال العقاب لمن يخالفون ما جاء بها من معايير للسلوك المهني أو ينتهكونها، ويدخل في هذا الاحتقار أو التأنيب العام أو الوقف المؤقت عن مزاوله المهنة .

موائيق اختيارية :أي تقوم على أساس رغبة وإرادة من العاملين في المهنة بحيث يترتب على موافقتهم عليها إلتزامهم بتنفيذ ما جاء فيها أثناء ممارستهم للعمل ،و تعد هذه الموائيق بمثابة تنظيم ذاتي لهم .

و هناك موائيق يصوغها العاملون في وسائل الاتصال، ومن تسعى لخدمة مصالحهم أكثر من خدمة مصالح الجمهور ، هذا من جهة، وهم ملتزمون بتنفيذها باعتبارها تنظيما ذاتيا لهم من جهة أخرى ، بينما هناك موائيق تفرض على المهنة (من غير العاملين بها)و يكون لها درجات من الفاعلية و في هذه الحالة تخدم بشكل أو بآخر الجمهور ¹.

¹ -) محمود علم الدين ،الصحافة في عصر المعلومات و المستحدثات ، مرجع سبق ذكره ،ص،96.

5- أهمية و أهداف مواثيق الشرف الإعلامية

تكمُن أهميته فبأنه ضرورة حتمية لابد منه للمؤسسة بل هو من أهم أذرع العمل الإعلامي الناجح و خاصة حقوق وواجبات العاملين القائمين على المؤسسة من حلال هيكل تنظيمي واضح يشمل المسؤوليات و القيم الأخلاقية و على رأسها الموضوعية و النزاهة و الدقة و المصداقية و حب العمل و التفاني من أجله و تجاوز المصالح الخاصة و النفعية و تقديس العمل العام و الابتعاد عن الزيف و الانحراف و المتاجرة بمهنة الصحافة و الإعلام، وهذا بالطبع يدفعنا للتأكيد على أهمية الإعلام في المجتمع و دوره في كشف الحقائق والمعلومات و تقديمها إلى القاعدة الجماهيرية العريضة من الرأي العام لخلق مجتمع مؤمن بالقيم الإنسانية و الأخلاقية و البناء و الإنجاز و كشف مواقع الفساد و المفسدين و توعية و تثقيف الرأي العام و قبل ذلك على القائمين على الاتصال و أجهزته الجماهيرية أن يعترفوا و يقروا هل أدى الإعلام مهمته بكل ثقة و إقتدار؟¹

فالمواثيق الأخلاقية فوائد عديدة منها:²

- المواثيق الأخلاقية توفو إحساسا بالذاتية المهنية ، وتشير إلى نضج المهنة .

- الميثاق الأخلاقي يتيح للجماعة المهنية أن تعرف نفسها، ويخبر الممارسين للمهنة من هم ؟

و ماذا يجب أن يقوموا به؟.

- الميثاق الأخلاقي يساهم في تشكيل صورة واضحة عن ممارسي المهنة، ويحدد ما يتوقعه منهم المجتمع .

- الميثاق الأخلاقي يساعد على تحسين مستوى الأداء المهني، و تعزيز الإحساس الداخلي بالإنتماء للمهنة ، و الحرص على كرامتها و صورتها لدى المجتمع .

¹ - بسام عبد الرحمان المشاقبة، أخلاقيات العمل الإعلامي، مرجع سبق ذكره، ص،ص،88،87.

² - فهد بن عبد الرحمان الشميمري، التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام ؟،(ط،1)، الرياض، 2010، ص،110.

و برغم إختلاف الطريقة التي يتم فيها وضع مواثيق الأخلاقيات بها إلا أنها جميعا تسعى لأهداف محددة تتمثل في :¹

1- حماية الجمهور من أي استخدام غير مسؤول للاتصال أو ضد الغرائز الاجتماعية، أو استخدامه للدعاية .

2- حماية القائمين بالإتصال من أن يتحولوا بأي شكل من الأشكال لقوة لا تقدر مسؤولياتها ، أو يتعرضوا للإذلال أو لأي ضغط ضد ما تمليه عليهم ضمائرهم .

3- المحافظة على قنوات الاتصال مفتوحة بحيث يصبح الاتصال ذا اتجاهين و ذلك بالتأكيد على حق العاملين في وسائل الإعلام في الحصول في كل وقت على كل المعلومات (عدا الأمور المتصلة بأمن الدولة)، بما يجعل في استطاعة الشعوب أن تعرف الطريقة التي تحكم بها من جهة ،و بحيث يصبح في إمكانهم التعبير عن آرائهم (المؤيدو أو المعارضة)بإستمرار من خلال وسائل الإيصال الجماهيري من جهة أخرى .

فغالبية المواثيق الأخلاقية يقوم بوضعها الإعلاميون أنفسهم من خلال تجمعاتهم المهنية المختلفة و ذلك لتحقيق الأهداف الآتية :²

1- تحسين نوعية المضمون الذي تقدمه وسائل الإعلام .

2- مواجهة أزمة المصادقية .

3- تجنب إصدار قوانين تؤثر على حرية الإعلام .

4- تحسين صورة الإعلام أمام الجمهور .

مبادئ و أركان أخلاقيات العمل الإعلامي

¹ - محمود علم الدين ، الصحافة في عصر المعلومات ، مرجع سبق ذكره ، ص ،97.

² - فهد بن عبد الرحمان الشميمري ، مرجع سبق ذكره ،ص،111.

ترتبط مصداقية الصحافة بالتزامها بالحقيقة، و بالتزامها السعي لتحقيق الدقة و النزاهة و الموضوعية و التمييز الواضح بين الأخبار و الدعاية ، و لا يجوز فرض تحقيق هذه الأهداف و إحترام القيم الأخلاقية و المهنية فهذه المسؤولية ملقاة حصرا عاتق الصحفيين ووسائل الإعلام و الرأي العام الذي يكافئ أو يعاقب في المجتمعات الحرة.¹

6- مبادئ أخلاقيات المهنة الإعلامية

فأخلاقيات المهنة الإعلامية تتمحور في عدة نقاط :

المحور الأول : التفكير الأخلاقي: يعني هذا المحور أنه قبل كتابة الخبر أو نشر الصور لابد للإعلامي أو الصحفي أو المحرر من التفكير تفكيراً إستراتيجياً ،أي تفكير بعمق في جميع المواقف التي يواجهها أثناء عملية التغطية من خلال دراسة كافة البدائل و الإقتراحات على النحو التالي :

- وضع بدائلك أمام نفسك هل استطيع النشر أو لا أستطيع ؟هل أستطيع الكتابة أو لا أستطيع ؟
- هل ما سأعرضه بصورة بارزة أو في موقع ثانوي؟
- أنتظر لفترة إلى أن تحصل على مزيد من المعلومات قبل النشر .

- برر قرارك أدرس اضرار و منافع النشر و اهمية المادة التي تنوي نشرها و ملاءمتها للجماهير.²

المحور الثاني :المصداقية و الصدق :إن المصداقية تعتبر الدافع لأدبيات التعامل مع المنتج الإعلامي ، فالحقيقة هي المحرك للإعلامي و الوصول إليها ليس من خلال الطرق الملتوية ، و لا القصيرة المشوبة و المصداقية لا تولد من الصدق و كثرة النوايا الحسنة و لكنها زبدة لجهد صحفي مدروس و مطعم بتقنيات ووسائل و إمكانيات الإقناع وتسعى إلى الإجماع حول قضايا معينة.³

¹ - (ديبورا بوتر ، دليل الصحافة المستقلة ، (د،ط)،مكتب برامج الإعلام الخارجي ،وزارة الخرجية الأمريكية ،2006،ص،55.

² - (بسام عبد الرحمان المشاقبة ،أخلاقيات العمل الإعلامي ، مرجع سبق ذكره ،ص،131.

³ - (نور الدين تواتي ،الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر ،(ط،1)،دار الخلدونية للنشر و التوزيع ،الجزائر ،2008،ص،120.

تعني المصداقية في هذا المبدأ إعتاد المصداقية في نقل كل المعلومات و الأخبار و البرامج للمتلقي ، و هذا لن يتم إلا بنقل الحقيقة و المعلومات و الأحداث و التصريحات كما هي دون رتوش أو إضافات أو حذف أو تجاهل أو تشويه، و محاولة الوصول إلى كامل الحقيقة ،إن كانت المعلومات الواردة ناقصة أو تمثل جزءاً من الحقيقة ، و تأكيداً على مصداقيتها فإن الإعلام الحر بكل روافده لا ينقل أي معلومة لأغراض الإثارة أو السبق الصحفي غير متأكد منها ، بل لابد أن يستند في معلوماته إلى مصادرها الأصلية أو مصادر موثوق بها و معروفة .¹

و حول مبدأ الصدق هناك إجماع مطلق و لبس مطلق ،كل شخص يوافق على أن الصحفيين يجب عليهم قول الصدق و الحقيقة ، إلا أن الناس غير قادرين على التفكير بوضوح حول ما يعنيه "الصدق" قال باتي كالهون محرر صحيفة وستود "ما نقوله إنك لاتستطيع أن تكون موضوعياً لأنك سوف تتعامل بأوجه تحيز معينة ، و لكنك تستطيع بالتأكيد تحري الدقة و النزاهة و الصدق ، و أن يستمر هذا السعي . فالصدق يخلق بالفعل إحساساً بالأمن الي ينمو بالوعي و الدراية و هو جوهر الأمر في الأخبار .² فصدق الخبر هو صفة أساسية من صفات الخبر لتحتفظ الصحيفة بثقة القارئ ، فليس أخطر على الصحيفة و مستقبلها من خبر كاذب يُكتب بقصد البيع و الإنتشار السريع الأنبي ، فإذا إتضح فيما بعد زيفه و كذبه فإن الصحيفة تكون قد فقدت ثقتها بالقارئ و هدمت بلحظة ماقضت عمراً في تشييده من صلات وثيقة بينها وبين القارئ.³

¹ -فارس جميل أبو حليل ،وسائل الإعلام بين الكبت و حرية التعبير ،(ط،1)دار أسامة للنشر و التوزيع ،عمان ،2011، ص، 217.

² - بيل كوفاتش و توم روزنشتيل ،المبادئ الأساسية للصحافة (ما يجب أن يعرفه الصحفيون و ما يجب أن يتوقعه الجمهور) تر: فايذة حكيم و أحمد منيب ،(د،ط)،الدار الدولية للإستثمارات الثقافية ،مصر ،2006،ص،43.

³ - محمد جمال الفار ، المعجم الإعلامي (أول معجم شامل بكل المصطلحات الإعلامية المتداولة في العالم و تعريفاتها) ،(ط،1)،دار أسامة للنشر و التوزيع و دار المشرق الثقافي ،عمان ،2006،ص،209.

المحور الثالث: النزاهة: التي تعني تقديم الخبر و الصور بنوع من الحياد ، و تجنب الخلط بين الأمور مثل: الخلط بين الخبر و التعليق ، و بين الصالح العام و الصالح الخاص ، و التجرد من الإعتبارات الذاتية و الإستقلالية ، و عدم الخضوع لأي تأثير. ¹

إضافة إلى عدم قبول الإعلامي رشاي من أي نوع ساء كانت في شكل هدايا عينية أو شيكات بنكية أو عضوية لجان بمكافآت مالية أو قبول رحلات مجانية اللهم رحلات العمل من الجهة التي يتولى تغطيتها ، لأنه إذا قبل سيضطر إلى الخضوع لأهواء الراشي و قد تكون الرشاي فحاً نُصِبَ لتهديده به عند الضرورة ، ورسولنا صلى الله عليه و سلم قال "لعن الله الراشي و المرتشي". ²

المحور الرابع: إحترام الكرامة الإنسانية: أي إحترام الكرامة الإنسانية بما يقتضي عرض الأخبار و الصور و الأنباء بما لا يمس هذه الكرامة جماعية كانت "فئة" ، أو ثقافة ، أو دين "، أو فردية مثل عرض صورة شخص دون إذن ، إن هذا يقتضي إستعمال وسائل قانونية سليمة للحصول على المعلومات بحيث لا يجوز إستعمال أساليب الخداع أو التوريط أو الإبتزاز أو التلاعب بالأشخاص مثل التسجيل أو التصوير الغير القانوني. ³

المحور الخامس: المسؤولية: يجب على الإعلامي أن يتحمل مسؤولية صحة الأخبار التي ينشرها أو يبثها بمعنى لايجوز نقل أي خبر دون التحقيق منه و التحري بشأنه و إلتزام الدقة في معالجة الخبر و الحذر من شأنه ، و المسؤولية إزاء الرأي العام و إتجاه المجتمعات القومية و العرقية و الدينية و الأمة و الدولة نحو الحفاظ على السلام. ⁴

¹ - هزوان الوز ، مرجع سبق ذكره، ص، 26.

² - إبراهيم إسماعيل ، الإعلام المعاصر (وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته)، (ط، 1)، وزارة الثقافة و الفنون و التراث، الدوحة، 2014، ص، 249.

³ - بسام عبد الرحمان المشاقبة ، مرجع سبق ذكره ، ص، 135.

⁴ - جمال أبو شنب ، الإعلام الدولي و العولمة ، (ط، 1)، دار المعرفة الجامعية ، مصر ، 2011، ص، 119.

المحور السادس : العدالة و الإنصاف : العدالة تقتضي توخي الحكمة والمهنية في عرض الأخبار و الحقائق ، و الأبتعاد ما أمكن عن أساليب المبالغة و التهويل و الإثارة الرخيصة .¹

و الإنصاف هو الأصعب من حيث تعريفه فالإنصاف يبقى مصدرا للكثير من الإختلافات حول كيفية تطبيقه ، و هو يشمل أفكارا لما يسمى أحيانا بالتوازن ، و الموضوعية ، و عدم التحيز ، و الحيادية . عرف شميان الإنصف بأنه "ألية لجعل القصة ذات مصداقية "، إن عناصر هذا المعيار تكمن في إبلاغ كافة جوانب القصة و معالجتها بنزاهة و تجرد .²

المحور السابع :الموضوعية : يعد مبدأ الإلتزام بالموضوعية في الممارسة الإعلامية من أبرز المبادئ التي لا بد أن يتحلى بها العمل الإعلامي بوجه عام ، فالموضوعية مصطلح يتسم بالغموض و ليس هناك تعريف محدد له و أن التعريفات التي قدمت له قد ركزت على نفي صفات الذاتية و التحيز و بالتالي فهو مفهوم مملوء بالتشويش الدلالي لم يكن نتاجا لنظرية بحثت قبل ذلك فقد تعددت الآراء و إختلفت حول تعريف الموضوعية فهناك من عرفها على أنها "الدقة و التمييز بين الخبر و الرأي و تقييم كافة الحقائق التي تمثل جميع الأطراف المشتركة" ويرى البعض الآخر أن الموضوعية تعني أشياء كثيرة في الصحافة منها البحث عن الحقيقة ، و أن تكون التغطية الخبرية مبنية على تعدد الحقائق و تجنب التحيز و الفصل بين الخبر و الرأي .³

المحور الثامن :المحافظة على حقوق الآخرين : بإحترام حقوق و خصوصيات الآخرين عند تحرير أخبارهم و تقديمها و تداولها في الموضوعات الصحفية و البرامج الحوارية و الأخبار و الإذاعية و التلفزيونية و المواقع و الشبكات الإلكترونية ، و الحرص على تفادي الأخطاء و

¹ - هزوان الوز ، مرجع سبق ذكره، ص 26.

² - ليزا شنيلنغر و مهند الخطيب ، حرب الكلمات ، تر: مفيد ديك ، (د،ط)، المركز الدولي للصحفيين ، واشنطن ، دي سي ، 2006، ص108.

³ - فتحي حسين أحمد عامر ، أخلاقيات الصحافة في نشر الجرائم (دراسة تحليلية مقارنة) (ط،1)، إيتراك للطباعة و النشر و التوزيع ، مصر ، 2006، ص،67.

الشائعات.¹ إن مزاوله المهنة الصحفية يحتم على الصحفي ألا يسعى مطلقا وراء منفعة شخصية ،فالإفتراء ،أو التشهير المتعمد ،أو التهم التي لا تستند إلى دليل ، أو إنتحال أقوال و ينسبها للغير أو إثارة الغرائز بالكتابة أو الرسوم أو بأية طريقة أخرى ،أو إشاعة الإنحلال و الإبتذال والخروج على الأداب والأخلاق العامة ،أو وصف الجريمة بطريقة تغري بإرتكابها ،كل هذا ما يتنافى مع شرف المهنة وأصولها .²

المحور التاسع : الدقة و الأمانة : الدقة كأساس للمصداقية و الثقة و تتضمن نشر الحقائق ، ودقة الإقتباس للأقوال ،وإن تكون الصور و الرسوم معبرة عن الحقيقة ،أي أن يراعي عدم تغيير المحتوى الحقيقي للصور،وعدم تشويه الحقائق ،و تتضمن الأمانة عدم الإبتزاز ،و عدم إستخدام الخداع أو التكرار أو أي وسائل للتصنت في الحصول على المعلومات إلا في ضوء بعض الظروف الطارئة ، وعدم التسجيل صوتا أوصورة بدون موافقة المصادر ، و إتباع معلومات معينة علمية و مهنية عند نشر إستقصاءات الرأي العام و الإستفتاءات ،و مراعاة عدم إخفاء إسم المصدر إلا كبديل أخير .³

كما تتطلب الدقة ذكر الحقيقة الكاملة للحدث أو الواقعة دون حذف يخل بسياقها و يعطيها معنى أو تأثيرا مخالفا للحقيقة ، وعدم الدقة في الأخبار قد تأتي نتيجة السرعة أو الإهمال في الحصول على الخبر و كتابته و التعجيل بنشره دون تحري الدقة الواجبة ،فالخبر غير الدقيق هو الخبر الناقص سواء جاء بعمد أو نتيجة الإهمال أو السرعة .⁴

المحور العاشر :الإستقلالية :تعني أنه على الصحفيين تجنب التصرفات غير اللائقة أو الظهور بمظهر لائق ،و كذلك عليهم أيضا تجنب أي تضارب في المصلحة ، أو ما يدل على هذا

¹ - إبراهيم إسماعيل ،مرجع سبق ذكره ،ص،249.

² -صالح أبو أصعب ،تحديات الإعلام العربي "دراسات الإعلام "(المصداقية ،الحرية، التنمية و الهيمنة الثقافية)،(ط،1)دار الشروق للنشر و التوزيع ،عمان ،1998،ص،256.

³ - محمد علم الدين ،أساسيات الصحافة في القرن الحادي و العشرين ،(ط،2)،المكتبة العصرية ،القاهرة ،2009،ص،407.

⁴ - محمد عبد الرزاق الدليمي ،الخبر في وسائل الإعلام ،(ط،1)،دار المسيرة للنشر و التوزيع ،عمان ،2012،ص،49.

التضارب ، وعليهم ألا يقبلوا أي شئ ، وألا يسعوا وراء أي نشاط قد يؤثر أو يبدو أنه يؤثر في كرامتهم و أمانتهم¹.

المحور الحادي عشر :عدم الإنحياز :ليس معنى ذلك أن تصبح الصحافة منحازة أي أن تسكت عن المسكوت عنه أو أن تسكت عن السؤال أو أن تمتنع عن الإعراب عن رأيها في مقالاتها ،ولكن الممارسة السليمة تتطلب أن يكون هناك فصل واضح بالنسبة للقارئ بين ما تقدمه الصحيفة كتقارير إخبارية ،و بين الآراء أو التفسيرات الشخصية يجب أن يتعرف عليها القارئ بوضوح في صفحة الرأي و المقالات و الآراء الحرة².

خلاصة المبحث :

من ما تناولناه في هذا المبحث من صحافة إستقصائية و أخلاقيات المهنة الصحافية ،فالصحافة الإستقصائية تحتاج إلى بيئة خاصة تسمح لها بممارسة عملها بصورة واضحة ،والهدف الرئيسي الذي جاءت لأجله هو محاربة الفساد وتغيير مايمكن تغييره ،خاصة في الوقت الحالي ومانشده من فساد على جميع الأصعدة حيث أصبحت تقدم التسريبات الإعلامية للصحفي الإستقصائي مايعرف بالمادة الخام للبيانات التي أصبحت توفرها شبكة الأنترنت بكميات لاحصر لها ،لكن أين هي أخلاقيات المهنة الإعلامية في ظل هذه المعلومات .

¹ - (جون هاتلج ،أخلاقيات الصحافة ،تر:كمال عبد الرؤوف،(ط،1)،الدار العربية للنشر و التوزيع ،القاهرة ، 1983،ص، 47.

² - (المرجع نفسه،ص،71

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة

الجزائرية

تمهيد

المطلب الأول: مصداقية وسائل الإعلام من منظور الأساتذة الجامعيين

المطلب الثاني: اعتماد التسريبات الإعلامية كمصدر معلومات .

المطلب الثالث: التسريبات و أخلاقيات المهنة الإعلامية

الاستنتاجات العامة

تمهيد :

خُصص هذا الجانب من الدراسة لعرض النتائج و المعطيات المحصل عليها من العمل الميداني ، والذي تم فيه استخدام أداة بحث لجمع المعلومات و البيانات ، و المتمثلة في إستمارة إستبيان قصد الإلمام بإشكالية الدراسة موضع البحث ،تضمنت الإستمارة ثلاثة محاور أساسية إضافة إلى بناء مقياس وفقا لطريقة ليكرت لقياس مدى مصداقية التسريبات الإعلامية وفق عينة الدراسة ،تمثل المحور الأول في البيانات الشخصية لعينة البحث ،اما المحور الثاني تمحور حول مصداقية وسائل الإعلام من منظور الأساتذة الجامعيين ،و المحور الثالث تمثل في مدى اعتماد التسريبات الإعلامية كمصدر معلومات ،أما المحور الرابع و الأخير عبارة عن مقياس تم بناءه وفقا لطريقة ليكرت الخماسي ،يحتوي هذا المقياس على (30)عبارة، أما عن طبيعة الأسئلة المعتمدة في الاستمارة فكانت أسئلة متنوعة من أسئلة مفتوحة وأخرى مغلقة ،تم توزيع هذه الاستمارة على عينة بحث قوامها 60 مفردة ،و المشكلة من فئة (النخبة)الأساتذة الجامعيين لجامعة الجيلالي بونعامة وقد تم إختيار عينة البحث بطريقة قصديه كالتالي أساتذة من قسم الإعلام و الاتصال ،و قسم العلوم القانونية وقسم العلوم السياسية،باعتبار أن هذه العينة المختارة هي العينة المناسبة للإجابة وذات صلة بالموضوع أكثر من غيرها.

و عليه سنتناول في هذا الجانب التطبيقي مناقشة و تحليل النتائج التي أسفرت عنها إجابات المبحوثين للخروج في النهاية إلى حوصلة نهائية للنتائج المتوصل إليها عبر الدراسة في شكل استنتاجات عامة.

فبعد استرجاع الاستمارات الإستبائية ،تم استبعاد ثلاثة استمارات و ذلك لعدم إستوفاء كل الإجابات فيها،اثان من تخصص العلوم القانونية و واحدة من العلوم السياسية ،إضافة إلى عدم استرجاع أربعة استمارات من طرف المبحوثين من قسم العلوم السياسية ،و بالتالي فإنه أصبح حجم العينة 53 مفردة .

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

وعليه بعد استرجاع الاستثمارات قمنا بتدوين و تصنيف البيانات المحصل عليها في شكل جداول بسيطة و مركبة يتناسب تحليلها و الأهداف المسطرة للإجابة عن إشكالية الدراسة و تساؤلاتها .

تعتبر التسريبات الأخيرة التي هزت على وقعها العالم من أكبر التسريبات التي عرفها العالم من قبل كما وصفها العديد من الإعلاميين والمتخصصين، تعود قصة هذه التسريبات إلى العام الماضي 2016 بعدما تسلمت الصحيفة الألمانية "زود دويتشه تسايتونغ" الوثائق من مصدر مجهول قبل عام من نشرها للعلن، هذه الوثائق تخص شركة موساك فونسيكا"القانونية المشتركة في عمليات تبييض الأموال و التهرب الضريبي طوال أربعين عاما، والتي تورط فيها العديد من الرؤساء و الزعماء عبر العالم و مشاهير و شركات كبرى و مست أيضا العديد من العرب من بينهم بعض الأسماء الجزائرية وزير الطاقة و المناجم عبد السلام بوشوارب .

و نظرا للحجم الكبير لهذه الوثائق المسربة طلبت الصحيفة المساعدة من الإتحاد الدولي للصحفيين الاستقصائيين، حيث وصل حجم البيانات المسربة إلى 11.5 مليون وثيقة ما يعدل 2.6 تيرابايت من البيانات، فأوكلت مهمة التحقيق إلى الإتحاد باعتباره سبق له و أن تعامل مع مثل هذه التسريبات و بدوره قام الإتحاد بإشراك العديد من وسائل الإعلامية و العديد من الصحفيين عبر العالم لأن ما يميز هذه التسريبات هذه المرة هو أنها تهم العالم ككل و ليس دولة ما بعينها.

ويبقى الأمر هنا هذه التسريبات بإخضاعها لعملية التحقيق في مضمونها هل يكسبها مصداقية، إضافة إلى دور الصحافة الاستقصائية التي يرجع الفضل لها في العمل الجماعي لصحافيي العالم الاستقصائيين و التقصي حول صدقية وصحة هذه البيانات المسربة، وفي هذه النقطة يجب و يجدر بنا الإشارة إلى ما يعرف بصحافة البيانات التي تعتمد في عملها على البحث في البيانات و الرسوم و الأشكال البيانية و هذا النوع من البيانات التي تعامل معها الصحفيون الذين قاموا بالتحقيق في وثائق بنما ،لذلك كان ضمن فريق التحقيق

متخصصون في طرق التعامل مع البيانات و يرجع وجود البيانات بهذا الحجم بفضل التكنولوجيا وماأتاحتها من سعة التخزين و التعامل معها بطرق سريعة، وبذلك فإن التكنولوجيا كالانترنت أتاحت للصحافة وللصحافة الاستقصائية بالأخص فرص الحصول على المعلومات بصورة كبيرة ويبقى فقط التحقيق في صحتها .

من هي صحيفة "زود دويتشه تسايتونج":هي صحيفة ألمانية تصدر بشكل يومي من دار نشر بنفس الاسم في مدينة ميونيخ جنوب ألمانيا، وتحظى هذه الصحيفة بشعبية كبيرة داخل و خارج ألمانيا كمصدر للمعلومات و الآراء و التحليلات السياسية و سبقها الصحفي ،في العديد من القضايا .ففي عام 1945 غيرت صحيفة "أخر أخبار ميونيخ" (صدرت منذ 1848) إسمها إلى "زود دويتشه تسايتونج" و منذ ذلك الوقت ظلت الصحيفة نافذة هامة في ألمانيا و منبرا للكتاب الألمان .¹

والاتحاد الدولي للصحافيين الاستقصائيين هو مجموعة غير ربحية، تأسست في عام 1997 كذراع لمركز النزاهة العامة، بهدف "جمع الصحفيين المحققين من مختلف البلدان معا في فرق - للقضاء على التنافس والترويج." وحقق الاتحاد بالتأكيد مسعاه عبر وثائق بنما، إذ انتشرت الوثائق عبر الصفحات الرئيسية لعشرات المواقع الإخبارية ،وتصدرت العناوين مقالات تبحث الخدمات المالية الغامضة التي قدمتها "موساك فونسيكا" لعملائها، وتشمل قائمة عملاء الشركة قادة الدول والسياسيين والرياضيين المحترفين والفنانين وكبار تجار المخدرات .وجندّ الاتحاد نحو 400 صحفي يُمثلون أكثر من 100 مؤسسة إعلامية، شملت "ذا غارديان" و"لوموند" و"يونيفيسيون"، عبر أكثر من 80 دولة. وذكرت مجلة "وايرد" الأمريكية أن مطوري البرمجيات في الاتحاد "أسسوا محرك بحث للوثائق المسربة يعتمد على

2

نظام حماية وتوثيق ذو عاملين،" وشاركته مع العشرات من وكالات الأنباء المعنية. .

¹) <http://www.dw.com/ar/%D8%B2%D9%88%D8%AF-%D8%AF1> (تاريخ الزيارة 30-01-2017)

²) <http://arabic.cnn.com/world/2016/04/05/panama-papers-icij> (تاريخ الزيارة 2017-02-28)

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

المطلب الأول: مصداقية وسائل الإعلام من منظور الأساتذة الجامعيين

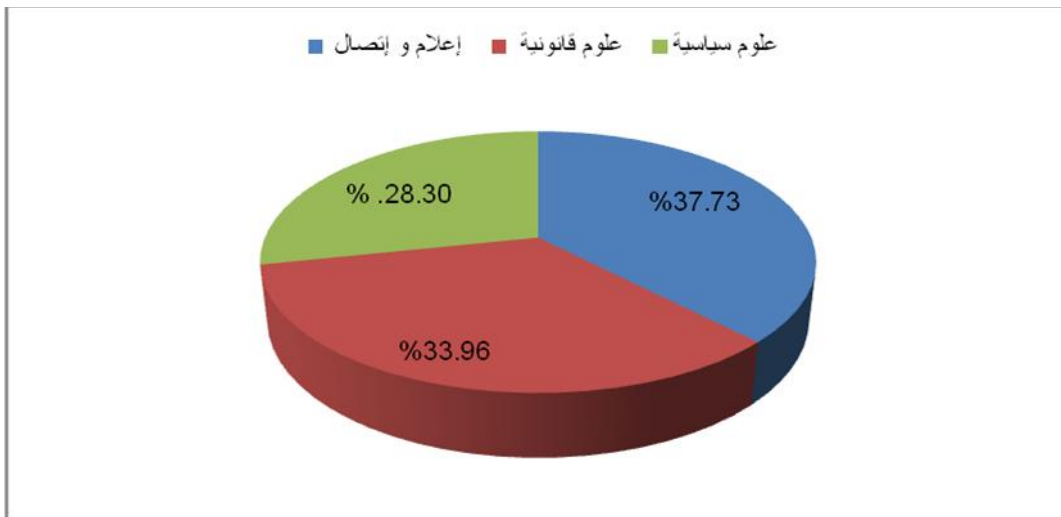
سنتطرق في هذا المطلب إلى مصداقية وسائل الإعلام من منظور أفراد عينة البحث، وذلك بطرح بعض الأسئلة حول وسائل الإعلام العربية و الجزائرية قصد معرفة مصداقية هذه الوسائل من وجهة نظر الأساتذة الجامعيين.

الجدول رقم (01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغيرات الدراسة (الجنس، التخصص، الشهادة الرتبة)

المتغيرات	التكرارات	النسبة المئوية %
الجنس	ذكور	35
	إناث	18
	المجموع :	53
التخصص	علوم قانونية	20
	علوم سياسية	18
	:	15
	:	53
الشهادة	ماجستير	23
	:	30
	:	53
الرتبة	" "	11
	أستاذ محاضر " "	09
	" "	25
	" "	08
	:	53



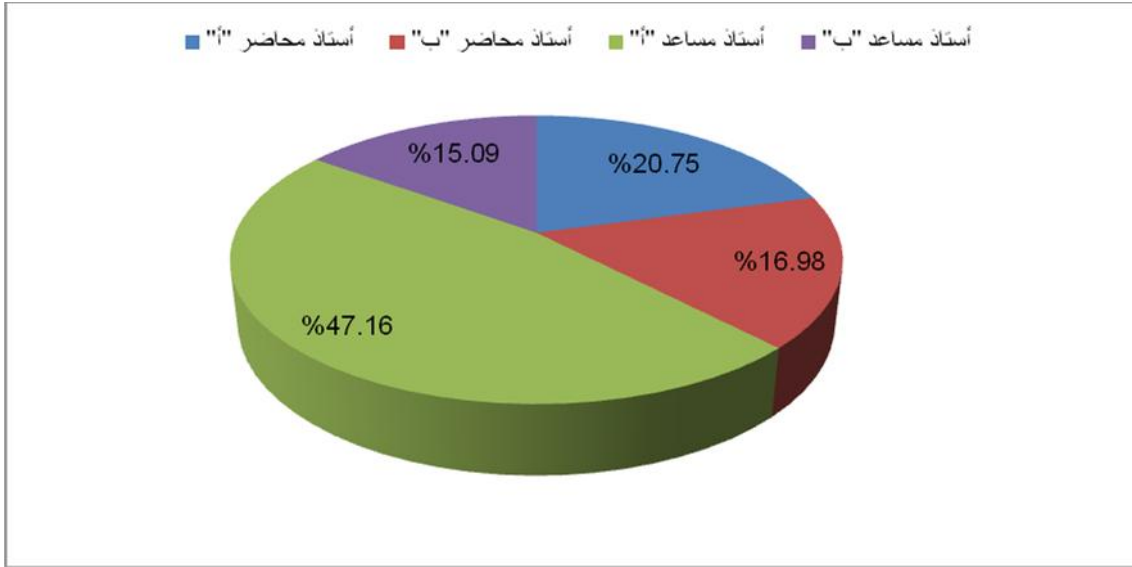
تمثيل بياني لمتغير الجنس .



تمثيل بياني لمتغير التخصص



تمثيل بياني لمتغير الشهادة



تمثيل بياني لمتغير الرتبة

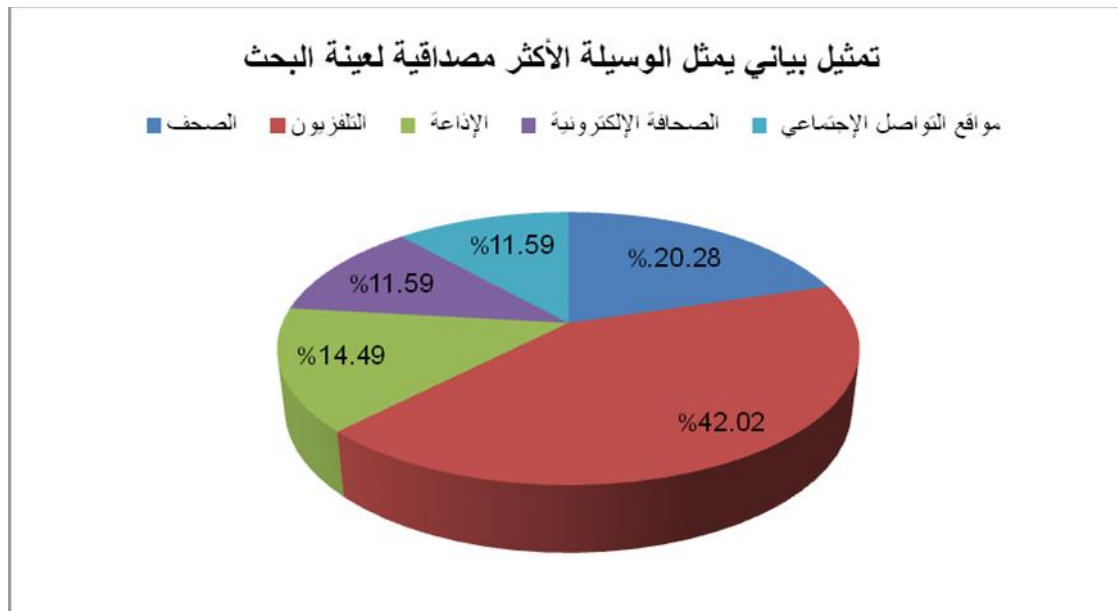
تبين معطيات الجدول رقم (01) أعلاه البيانات الشخصية لأفراد عينة، حيث يتبين أن غالبية أفراد عينة البحث هم من الذكور بنسبة بلغت 66.03% و في المقابل نجد النسبة المتبقية هم من صنف الإناث بنسبة 33.96% . يتبين أن التوزيع غير متوازن و يرجع ذلك إلى محض الصدفة في التوزيع على عينة البحث .

أما بالنسبة لمتغير التخصص فإن النسبة الأكبر كانت لقسم الإعلام و الاتصال بنسبة 37.73% يأتي قسم العلوم القانونية في المرتبة الثانية بنسبة تقدر بـ 33.96% أما النسبة المتبقية فكانت لقسم العلوم السياسية بنسبة 28.30% . و فيما يتعلق بمتغيري الشهادة و الرتبة ، كانت نسبة 56.60% بالنسبة لشهادة الماجستير و نسبة 43.39% بالنسبة لشهادة الدكتوراه ، و نسبة 47.16% لرتبة أستاذ مساعد "أ" و نسبة 20.75% لرتبة أستاذ محاضر "أ" يليها رتبة أستاذ محاضر "ب" بنسبة 16.98% و رتبة أستاذ مساعد "ب" بنسبة 15.09% .

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

الجدول رقم 02: يوضح الوسيلة الإعلامية الأكثر مصداقية لدى أفراد العينة :

%		
% 20.28	14	
% 42.02	29	التلفزيون
% 14.49	10	
% 11.59	08	الصحافة الإلكترونية
% 11.59	08	
% 99.97	69	



تبين الإحصاءات أعلاه و المتعلقة بإجابات عينة البحث حول الوسيلة الأكثر مصداقية، اتضح أن معظم الإجابات حول الوسيلة الأكثر مصداقية كانت لوسيلة التلفزيون بنسبة %42.02 أما وسيلة الصحف فقد نالت على نسبة مصداقية تقدر بـ %20.02 بينما قدرت نسبة المصداقية لكل من الصحافة الإلكترونية و مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة %11.59 لكل منهما .

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

يتضح أن غالبية عينة البحث ترى أن الوسيلة الأكثر مصداقية هي وسيلة التلفزيون ،و يرجع ذلك لما تتمتع به هذه الوسيلة من خصائص و مميزات غير موجودة في الوسائل الأخرى منها الصورة التي تعتبر الخاصة التي تنفرد بها هذه الوسيلة إضافة إلى التحقيقات و التقارير و الريبورتاجات الحية وهذا ما جعلها تحافظ هذه الوسيلة دائما على مكانتها، و الجمهور بطبيعته يحب أن يصدق ماتراه عينه. أما الصحف يرجع اختيارها كوسيلة تتمتع بالمصداقية من منظور الأساتذة الجامعيين و ذلك لأنهم من النخبة التي تفضل قراءة الصحف و بحكم عملهم فإن قراءة الصحف لانتقاء الأخبار صباحا هي الوسيلة الأكثر عملية بالنسبة لهم ومع مرور الوقت تصبح لديهم عادة لا يمكن الاستغناء عنها ،إضافة إلى أن عينة البحث أغلبهم إما يعملون في وسيلة صحفية ما أو كانوا يعملون من قبل في مجال الصحافة. أما بالنسبة إلى كل من الصحافة الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي تحصلت كل منهما على النسب الأقل و يرجع ذلك إلى أن الصحافة الإلكترونية في الجزائر لم ترقى إلى الشكل المطلوب و ما هو موجود ما هو إلا نسخة لما هو مطبوع، ومواقع التواصل الاجتماعي بالرغم ما أصبحت تقوم به إلا أنها ليست مؤهلة بأن تكون من الوسائل ذات مصداقية لأن مصداقية هذه الوسيلة يخضع إلى معايير تختلف عن الوسائل التقليدية .

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

الجدول رقم (3) يوضح ترتيب أفراد العينة لبعض القنوات العربية حسب درجة مصداقيتها في تناول المواضيع .

الثانية		الحادية																							
%		%		%		%		%		%	%	%		%		%		%		%		%			
3.77	02	1.88	01	3.77	02	9.43	05	3.77	02	1.88	01	1.88	01	9.43	05	5.66	03	7.54	04	15.09	08	35.84	19	24	بالعربية
5.66	03	15.09	08	9.43	05	5.66	03	5.66	03	1.88	01	15.09	08	16.98	09	5.66	03	5.66	03	7.54	04	5.66	03	العربية	
11.32	06	1.88	01	3.77	02	3.77	02	1.88	01	7.54	04	13.20	07	9.43	05	5.66	03	15.09	08	9.43	05	16.98	09	الجزيرة	
5.66	03	1.88	01	3.77	02	3.77	02	3.77	02	5.66	03	3.77	02	13.20	07	20.75	11	18.86	10	16.98	09	1.88	01	cnn بالعربية	
00	00	1.88	01	1.88	01	1.88	01	5.66	03	3.77	02	5.66	03	5.66	03	15.09	08	15.09	08	16.98	09	26.41	14	bbc بالعربية	
3.77	02	3.77	02	1.88	01	3.77	02	24.52	13	11.32	06	9.43	05	7.54	04	11.32	06	15.09	08	7.54	04	00	00	sky	
3.77	02	00	00	3.77	02	3.77	02	7.54	04	18.86	10	15.09	08	9.43	05	16.98	09	9.43	05	7.54	04	3.77	02	روسيا اليوم	
11.32	06	3.77	02	7.54	04	9.43	05	5.66	03	15.09	08	5.66	03	9.43	05	5.66	03	7.54	04	13.20	07	5.66	03	Dw	
11.32	06	28.30	15	18.86	10	9.43	05	3.77	02	7.54	04	5.66	03	9.43	05	1.88	01	1.88	01	00	00	1.88	01	الميادين	
7.54	04	16.98	09	11.32	06	13.20	07	13.20	07	9.43	05	15.09	08	7.54	04	3.77	02	00	00	1.88	01	00	00	Art بالعربية	
7.54	04	11.32	06	22.64	12	20.75	11	15.09	08	7.54	04	3.77	02	1.88	01	3.77	02	1.88	01	3.77	02	00	00		
28.30	15	13.20	07	11.32	06	15.09	08	9.43	05	9.43	05	5.66	03	00	00	3.77	02	1.88	01	00	00	1.88	01	2m المغربية	
100	53	100	53	100	53	100	53	100	53	100	53	100	53	100	53	100	53	100	53	100	53	100	53		

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

يبين الجدول رقم(03) إجابات عينة البحث حول ترتيب بعض القنوات العربية حسب درجة مصداقيتها في تناول المواضيع، اتضح أن قناة فرانس 24 بالعربية جاءت في الرتبة الأولى بنسبة قدرت بـ35.84% ، أما الرتبة الثانية فكانت لكل من قناتي Cnn بالعربية وBBC بالعربية بنسبة 16.98% ، وجاءت في المرتبة الثالثة و الرابعة أيضا قناة Cnn بالعربية بنسبة 18.86% و 20.75% ،بينما قناة العربية فقد احتلت المرتبة الخامسة بنسبة 16.98% وكذا المرتبة السادسة بالمشاركة مع قناتي روسيا اليوم و art بالعربية بنسبة 15.09% ، أما المراتب المتبقية فكانت لبقية القنوات الأخرى SKY NEWS عربية المرتبة الثامنة بنسبة 24.52% ،أبو ظبي المرتبتين التاسعة و العاشرة بنسبة 20.75% و 22.64% أما قناة الميادين إحتلت المرتبة الحادية عشر بنسبة 82.30% و جاءت في المرتبة الأخيرة قناة 2m المغربية بنسبة 28.30%.

يتبين أن القنوات التي جاءت في المراتب الأولى هي قنوات موجهة للعرب و ناطقة بالعربية و يرجع سبب احتلالها المراتب الأولى باعتبارها تعالج المواضيع بحيادية و موضوعية و تسمح بمناقشة المواضيع المهمة بالصورة التي لاتسمح بها القنوات الوطنية ،و هذا ما جعل قناة فرانس 24 بالعربية تحتل المرتبة الأولى إذ تقوم هذه الأخيرة بالتطرق إلى جميع المواضيع و تسمح لكل الآراء و الأطياف بالبروز .أما بقية القنوات الأخرى فيرجع ترتيبها في الأخير إلى عدة أسباب منها مايعرف بالربيع العربي اتضح أن معظم الوسائل الإعلامية العربية ما هي إلا صورة موازية للأنظمة السياسية.وبالرغم أن القنوات الموجهة أو الناطقة بالعربية لها اتجاهات إيديولوجية داخلية و خارجية إلا أنها تبقى لها صدى في غياب ماينبغي أن تؤديه وسائل إعلامنا الوطنية .

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

الجدول رقم (04): يوضح إجابات أفراد عينة البحث حول أساس ترتيبهم للقنوات ، وفق متغير التخصص.

		الطويلة		لموضوعيتها المواضيع		لسرعتها في تغطية المواضيع المهمة		لقربها		لشهرتها		
%		%		%		%		%		%		
44.30	35	6.32	05	15.18	12	09	11.39	8.86	07	2.53	02	
30.37	24	6.32	05	15.18	12	05	6.32	1.26	01	1.26	01	قانونية
25.31	20	5.05	04	8.86	07	04	5.05	5.06	04	1.26	01	سياسية
%100	79	17.72	14	39.24	31	18	22.78	15.18	12	5.05	04	

الجدول أعلاه يوضح أساس ترتيب أفراد عينة البحث حول بعض القنوات العربية، و من خلال المعطيات المتوصل إليها فإنه غالبية المبحوثين من كل تخصصات عينة البحث تم ترتيبهم للقنوات على أساس الموضوعية في تناول المواضيع بنسبة 15.18% لكل من تخصص إعلام و اتصال و العلوم القانونية، بينما تخصص العلوم السياسية على أساس سرعتها في تغطية المواضيع المهمة بنسبة 11.39% .

أخرى: هناك من قام بترتيب القنوات العربية على أساس السبق الصحفي في معالجة الأحداث و القضايا المهمة ،و كذا درجة متابعتها ،وتناولها الموضوعات و الأحداث بحيادية.

يتضح أن غالبية عينة البحث لديهم مفهوم ووعي بأهمية وضرورة الموضوعية في تناول الأحداث للوسيلة وبما أن عينة البحث هم من النخبة وتخصصاتهم العلمية ذات العلاقة المباشرة بالإعلام خاصة تخصص الإعلام و الاتصال فإنهم يولون للموضوعية قدر كبير من الأهمية ،بالرغم أن مفهوم الموضوعية معقد و فضفاض .أما تخصص العلوم السياسية فيرجع ترتيبهم إلى السرعة في تناول المواضيع المهمة، ويعود ذلك إلى تزايد الأحداث وتجديد

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

مستمر، وأصبح الجمهور يفضل الوسيلة التي تأتي بالأخبار بسرعة لا يجذب الانتظار طويلا فالسرعة ميزة مهمة لنجاح أي مؤسسة إعلامية.

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

الجدول رقم (05): يوضح ترتيب عينة البحث للصحف الجزائرية حسب الأهمية.

10		9		8		7		6		5		4		3		2		1		الصحيفة الخبراليومي
%		%		%		%		%		%		%		%		%		%		
00	00	00	00	00	00	00	00	1.88	01	1.88	01	11.32	06	13.20	07	15.09	08	56.60	30	
1.88	01	1.88	01	3.77	02	1.88	01	1.88	01	5.66	03	9.43	05	15.09	08	41.50	22	16.98	09	اليومي
3.77	02	9.43	05	3.77	02	13.20	07	7.54	04	20.75	11	18.86	10	20.75	11	1.88	01	00	00	
35.84	19	5.66	03	7.54	04	7.54	04	3.77	02	5.66	03	3.77	02	13.20	07	11.32	06	5.66	03	النهار
16.98	09	28.30	15	11.32	06	15.09	08	13.20	07	5.66	03	5.66	03	00	00	3.77	02	00	00	
3.77	02	5.66	03	5.66	03	3.77	02	15.09	08	9.43	05	18.86	10	15.09	08	13.20	07	9.43	05	
1.88	01	15.09	08	24.52	13	16.98	09	13.20	07	16.98	09	3.77	02	3.77	02	3.77	02	00	00	المجاهد
13.20	07	16.98	09	13.20	07	11.32	06	13.20	07	7.54	04	5.66	03	7.54	04	5.66	03	5.66	03	Le matin
11.32	06	16.98	09	20.75	11	9.43	05	16.98	09	7.54	04	7.54	04	5.66	03	1.88	01	1.88	01	
11.32	06	00	00	9.43	05	20.75	11	13.20	07	18.86	10	15.09	08	5.66	03	1.88	01	3.77	02	Le soir
100	53	100	53	100	53	100	53	100	53	100	53	100	53	100	53	100	53	100	53	:

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

يتعلق الجدول رقم (05) بإجابات عينة البحث حول ترتيب الصحف الجزائرية حسب الأهمية حيث تبين الإحصاءات أن صحيفة الخبر اليومي نالت المرتبة الأولى بنسبة 56.60%، وتلتها في المرتبة الثانية صحيفة الشروق بنسبة 41.50%، وجاءت صحيفة البلاد في المرتبة الثالثة بنسبة 20.75%، أما صحيفة الوطن جاءت في المرتبة الرابعة بنسبة 18.86%، والمرتبة الخامسة لصحيفة البلاد بنسبة 20.75% أما صحيفة الشعب جاءت في المرتبة السادسة بنسبة 16.98%، أما بقية الصحف جاءت في المراتب الأخيرة، ونالت صحيفة النهار المرتبة الأخيرة بنسبة 35.84%.

تبين أن صحيفة الخبر قد نالت النسبة الكبيرة، ويرجع ذلك إلى أن هذه الصحيفة لها قرائها منذ نشأتها ولا زالت محافظة على جمهورها وبالرغم من الظروف التي مرت بها الصحيفة مؤخرا إلا أنها تعتبر من الجرائد التي من الصعب تغيير جمهورها، وكذا الخبرة الطويلة التي تتميز بها. وبالنسبة لصحيفة الشروق نالت المرتبة الثانية، ويرجع ذلك إلى طريقة معالجة المواضيع المهمة و السرعة في نقل الخبر. أما بالنسبة لصحيفة النهار التي جاءت في المرتبة الأخيرة ويرجع ذلك إلى الوسيلة في حد ذاتها و الطريقة الساخبة لمعالجة المواضيع واللغة التي تخاطب بها جمهورها وتضخيم الأمور والترويج للثقافة الهابطة في المجتمع و التناقضات في أقوالها و أفعالها مثلا قضية شكيب خليل هي من أطاح به إعلاميا و هي من قام بتحسين صورته في نفس الوقت.

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

الجدول رقم (06): يوضح إجابات عينة البحث حول درجة الموضوعية و الثقة للقنوات الجزائرية .

ثقة و موضوعية		ثقة و موضوعية		موضوعية عالية		(/)
%		%		%		
8.28	15	5.95	31	05	07	الجزائرية الأرضية
17.12	31	2.87	15	05	07	النهار tv
3.86	07	8.06	42	2.14	03	الجزائرية
7.73	14	5.75	30	5.71	08	الجزائرية الثالثة A3
4.41	08	8.06	42	2.14	03	TV
5.52	10	5.95	31	8.57	12	CANAL ALGERIE
6.07	11	7.67	40	0.71	01	الهقار نيوز
4.41	08	6.33	33	8.57	12	الشروق نيوز
6.62	12	6.71	35	3.57	05	دزاير نيوز
3.31	06	6.33	33	10	14	KBC
7.73	14	5.95	31	05	07	الجزائرية الرابعة الأمازيغية
4.41	08	5.75	30	10.71	15	الهداف
3.86	07	7.10	37	6.42	09	الوطن الجزائرية
8.83	16	6.52	34	1.42	02	
1.65	03	4.41	23	19.28	27	الجزائرية الخامسة (القرآن الكريم
6.07	11	6.52	34	5.71	08	نوميديا نيوز
%100	181	%100	521	%100	140	:

يبين الجدول رقم (06) أعلاه إجابات عينة البحث حول درجة الموضوعية و الثقة التي تميز القنوات الجزائرية (عمومية و خاصة)، يتضح بصفة عامة أن معظم إجابات عينة البحث كانت إما ثقة و موضوعية متوسطة أو ثقة و موضوعية منخفضة، هذا بصفة عامة ، أما على وجه الخصوص هناك قلة من القنوات التي رأتها عينة البحث بأنها ذات ثقة و موضوعية عالية منها قناة الجزائرية الخامسة للقرآن بنسبة 19.28% والهداف بنسبة 10.71% و الخبر الجزائري KBC بنسبة قدرت ب 10%. و كل من الشروق و canal algerie بنسبة 8.57% ذات ثقة و موضوعية عالية . أما الجزائرية الأرضية فقد تحصلت

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

على نسبة 8.28% بدرجة ثقة و موضوعية منعدمة ، أماقناة النهار غالبية المبحوثين يرون بأنها ذات ثقة و موضوعية منعدمة بنسبة 17.12% .

تبين الإحصاءات أن المبحوثين لا يثقون في معظم القنوات الجزائرية سواء كانت عامة أو خاصة ، و يرجع السبب إلى الطابع الغالب على هذه الوسائل الإعلامية و تناقضاتها المستمرة و التغاضي عن بعض المواضيع الهامة ، و التركيز على الجوانب التي تخدمها و تخدم مموليها و القائمين عليها ولاتهمهم الرسالة و مضمونها.

ويعود سبب تميز كل من قناة القرآن الكريم و قناة الهدف بالثقة و الموضوعية العالية إلى أن عينة البحث ينتمون إلى بيئة دينية إسلامية فهم دائما يتمسكون بدينهم و يحترمون الدين و بطبيعة الحال الأمور الدينية واضحة و لا يمكن الشك فيها، اما قناة الهدف فمنذ إنشائها كانت هذه القناة البوابة الرياضية للجمهور الجزائري و هي القناة الرياضية الأولى في الجزائر و إضافة طرحها للمواضيع بطريقة تجلب المشاهدين . أما قناة النهار التي حازت على درجة منعدمة من الثقة و الموضوعية وذلك بسبب مبالغتها في التركيز على المواضيع الاجتماعية التي كانت في السابق تعتبر من الطابوهات المحرمة .

اتجاهات أفراد العينة حول مصداقية المعلومات و الأخبار التي تبثها وسائل الإعلام الجزائرية.

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

جدول رقم(07): يوضح إجابات عينة البحث حول العبارة رقم(01) وفق متغير التخصص.

أعتقد أن وسائل إعلامنا الوطنية جديرة بالثقة .

				محايد							
%		%		%		%		%		%	
37.73	20	1.88	01	13.20	07	5.66	03	16.98	09	00	00
33.96	18	5.66	03	11.32	06	3.77	02	11.32	06	1.88	01
28.30	15	1.88	01	7.54	04	9.43	05	9.43	05	00	00
%100	53	9.43	05	32.07	17	18.86	10	37.73	20	1.88	01

الجدول أعلاه يخص العبارة رقم 01 (أعتقد أن وسائل إعلامنا الوطنية جديرة بالثقة) حيث تبين الإحصاءات أن 16.98% من أفراد العينة أجابوا بـ (الموافقة) على العبارة المذكورة و المتعلقة بتخصص علوم الإعلام والاتصال ، فيما أجاب أفراد العينة من تخصص العلوم القانونية بـ (الموافقة و المعارضة) بنسبة قدرت بـ 11.32% لكل من الدرجتين، أما نسبة 9.43% من أفراد العينة و المتعلقة بتخصص العلوم السياسية أجابوا بـ(الموافقة و بالمحايدة)على العبارة. ما يدل أن درجة الاتجاه لدى أفراد العينة من النخبة نحو العبارة له علاقة بالتخصص العلمي .

يرجع توزيع هذه الدرجات إلى أن تخصص الإعلام و الاتصال هم من أهل التخصص و بالتالي هم على علم بكيفية عمل وسائل الإعلام الجزائرية وأنها تستحق الوثوق فيها خاصة في تعاملها مع المواضيع الحساسة والأزمات التي تمر بها الجزائر والتي تمس أمن البلد، بينما عينة العلوم القانونية كانت مقسمة بين رأي موافق و آخر معارض و ذلك يعود إلى أنهم ليس لهم علم بالمسؤولية التي يجب أن تتحلى بها وسائل الإعلام الوطنية الجزائرية و الدور الذي يجب أن تقوم به و أنها تعمل ضمن نسق اجتماعي سياسي اقتصادي قانوني ،لذلك يرون بأنها لا تتمتع بالثقة.وبالنسبة لتخصص العلوم السياسية انقسموا إلى رأيين بين

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

موافق و بين محايد ويرجع ذلك إلى أنهم على علم كيف تعمل وسائل الإعلام الجزائرية الوطنية خاصة في المواضيع السياسية.

جدول رقم (08): يوضح إجابات عينة البحث حول العبارة رقم (02) وفق متغير التخصص لست متأكدا ما إذا كانت المعلومات الواردة في وسائل إعلامنا موثوقا بصحتها.

				محايد								
%		%		%		%		%		%		
37.73	20	00	00	7.54	04	5.66	03	16.98	09	7.54	04	
33.96	18	1.88	01	7.54	04	3.77	02	9.43	05	11.32	06	علوم قانونية
28.30	15	00	00	1.88	01	13.20	07	11.32	06	1.88	01	علوم سياسية
% 100	53	1.88	01	16.98	09	22.64	12	37.73	20	20.75	11	

تبين الإحصاءات أعلاه و المتعلقة بالعبارة رقم (02) (لست متأكدا ما إذا كانت المعلومات الواردة في وسائل إعلامنا موثوقا بصحتها). حيث تبين المعطيات أن نسبة 16.98% من أفراد العينة أجابوا ب (الموافقة) ويتعلق ذلك بتخصص علوم الإعلام و الاتصال، فيما أجاب أفراد العينة من تخصص العلوم السياسية ب (المحايدة) على العبارة بنسبة قدرت ب 13.20%، أما بالنسبة لأفراد العينة من تخصص العلوم القانونية أجابوا ب (الموافقة بشدة) على العبارة بنسبة 11.32%.

ما يعني أن درجة الاتجاه لدى أفراد العينة نحو هذه العبارة ليس له علاقة بالتخصص العلمي.

يرجع موافقة أفراد العينة من الإعلام و الاتصال على العبارة والمبجوثين من العلوم القانونية موافقة و بشدة إلى أنهم ليسوا متأكدين من صحة المعلومات الواردة في وسائل الإعلام الجزائرية و ما إذا كانت موثوقة في صحتها أم لا، إضافة إلى المصادر الإعلامية

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

التي تعتمد وسائل الإعلام الجزائرية التي تتسم بالضبابية، خاصة في ظل التنافس بعد فتح المجال أمام السمعى البصري والسماح للقنوات بالظهور هذا ما خلق فوضى و جعل المتلقي أمام معلومات غير متأكد من صحتها ،خاصة في غياب تفعيل القانون الذي يراقب وينظم، وإن فعل سيكون هناك نوع من التحايل من طرف السلطة ما يزيد من فقدان الثقة في المعلومات .وبالنسبة إلى المبحوثين من قسم العلوم السياسية كانت الأغلبية محايدة و هذا يعود إلى تردها في ما إذا كانت تثق في المعلومات الواردة في وسائل إعلامنا الجزائرية.

جدول رقم:(09): يوضح إجابات عينة البحث حول العبارة رقم(03)وفق متغير التخصص.

عادة أطابق المعلومات التي أتلقاها من وسيلة إعلامية وطنية بوسائل إعلام أخرى أجنبية

		محايد									
%		%		%		%		%		%	
37.73	20	1.88	01	5.66	03	5.66	03	9.43	05	15.09	08
33.96	18	1.88	01	9.43	05	3.77	02	9.43	05	9.43	05
28.30	15	1.88	01	5.66	03	1.88	01	13.20	07	5.66	03
%100	53	5.66	03	20.75	11	11.32	06	32.07	17	30.18	16

يتعلق الجدول رقم (09) بالعبارة رقم (03) (عادة أطابق المعلومات التي أتلقاها من وسيلة إعلامية وطنية بوسائل إعلام أخرى أجنبية) حيث تبين الإحصاءات ما نسبة 15.09% من أفراد العينة أجابوا ب (موافق بشدة) على العبارة المذكورة و يتعلق الأمر بتخصص علوم الإعلام و الاتصال ،فيما أجاب أفراد العينة من تخصص العلوم السياسية ب (موافق) بنسبة قدرت ب 13.20%،أما نسبة 9.43% من أفراد العينة أجابوا ب (موافق و موافق بشدة و معارض) و المتعلقة بتخصص العلوم القانونية .

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

مايدل على أن درجة الاتجاه لدى أفراد العينة نحو العبارة ليس له علاقة بالتخصص العلمي.

ترجع هذه الإجابات إلى أن أفراد العينة من الإعلام والاتصال يقومون بمقارنة المعلومات التي يتلقونها من الوسائل الإعلامية الوطنية بقنوات أجنبية أخرى، ذلك راجع بحكم تخصص مجالهم و حسهم الإعلامي ولمعرفة الآراء و مقارنة المعلومات وطرق معالجتها وأحيانا لمعرفة كيفية رؤية وسائل الإعلام الأجنبية للمواضيع خاصة إذا كانت تمس الشأن العربي و الجزائري خاصة. أما بالنسبة لأفراد عينة البحث من تخصص العلوم القانونية و العلوم السياسية يراجع إلى نقص الثقة في وسائل الإعلام الجزائرية بسبب عدم إحاطتها بالمعلومات الكافية للمواضيع و أحيانا لا تعطي لها الأهمية بحجم ثقلها، ولا تقوم بتحليل المواضيع بطريقة تسمح لكل الآراء بإبراز رأيها، وغياب المحللين السياسيين و الاقتصاديين و الاجتماعيين لوضع المتلقي في الصورة الصحيحة، لذلك كلما يكون هناك غموض حول أي معلومات و لاتجد الجماهير تفسيرات تذهب إلى مقارنتها بوسائل أجنبية أخرى يرون فيها الحقيقة و الإقناع .

جدول رقم(10):يمثل إجابات المبحوثين حول العبارة رقم(4) وفق متغير التخصص.

أثق بمصادر المعلومات التي تعتمد عليها وسائل الإعلام الجزائرية

				محايد								
%		%		%		%		%		%		
37.73	20	00	00	07	13.20	07	11.32	06	00	00		
				13.20			11.32	06				
33.96	18	3.77	02	9.43	05	11.32	06	9.43	05	00	00	علوم قانونية
28.30	15	3.77	02	9.43	05	5.66	03	9.43	05	00	00	علوم سياسية
%100	53	7.54	04	17	32.07	16	30.18	16	00	00		

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

تبين الإحصاءات أعلاه و المتعلقة بالعبارة رقم (04) (أثق بمصادر المعلومات التي تعتمد عليها وسائل الإعلام الجزائرية) ،حيث تبين الإحصاءات أن نسبة 13.20% من أفراد العينة أجابوا بـ (بالمحايدة والمعارضة)على العبارة المذكورة و المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الاتصال ،فيما أجاب أفراد العينة من تخصص العلوم القانونية على العبارة بـ(بالمحايدة)وذلك بنسبة قدرت بـ 11.32% ،أما بالنسبة لأفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم السياسية أجابوا على العبارة بـ (الموافقة والمعارضة) وهذا بنسبة 9.43%.

وهذا ما يدل على أن درجة الاتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث له علاقة بالتخصص العلمي .

أن الإجابات نوعا ما تتقارب ما بين التخصصات الثلاث ،ويرجع ذلك بالنسبة إلى تخصص الإعلام و الاتصال إلى الغموض الذي يحيط بمصادر المعلومات التي تعتمد عليها وسائل الإعلام الجزائرية ،ونفس الشيء بالنسبة لتخصص العلوم القانونية و العلوم السياسية وذلك لعدم معرفتهم بمصادر المعلومات ،وإن كانت المصادر الرسمية معروفة (مثل الوزراء)إلا أن الثقة تقريبا منعدمة بفعل التناقضات في الأقوال و الأفعال .

جدول رقم (11):يوضح إجابات عينة البحث حول العبارة رقم(05) وفق متغير التخصص من الصعب الحصول على معلومات دقيقة من وسائل إعلامنا الوطنية .

				محايد								
%		%		%		%		%		%		
37.73	20	00	00	9.43	05	5.66	03	13.20	07	9.43	05	
33.96	18	3.77	02	3.77	02	7.54	04	13.20	07	5.66	03	علوم قانونية
28.30	15	1.88	01	3.77	02	3.77	02	11.32	06	7.54	04	علوم سياسية
%100	53	5.66	03	16.98	09	16.98	09	37.73	20	22.64	12	

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

يتعلق الجدول رقم(11)الموضح أعلاه بالعبارة رقم (05) من الصعب الحصول على معلومات دقيقة من وسائل إعلامنا الوطنية .

حيث تبين الإحصاءات أن 13.20% من أفراد عينة البحث أجابوا بـ (الموافقة) على العبارة المذكورة يتعلق الأمر بتخصص علوم الإعلام و الاتصال ،فيما أجاب أفراد العينة و المتعلقة بتخصص العلوم القانونية بأنهم (موافقون) على العبارة بنسبة قدرت بـ13.20%، أما بالنسبة لأفراد العينة التي تتعلق بتخصص العلوم السياسية فقد أجابت بـ(الموافقة) بنسبة 11.32% .

مايدل على أن درجة الاتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث ليس له علاقة بالتخصص العلمي .

يتضح أن أغلبية المبحوثين ومن كل التخصصات على درجة "موافق" على عبارة من الصعب الحصول على معلومات دقيقة من وسائل إعلامنا ،ويرجع ذلك إلى عدم الثقة في وسائل الإعلام الجزائرية وبسبب التعتيم والتضليل على المعلومات وكذا طرحه للمواضيع وفق سياستها الافتتاحية .

اتجاهات أفراد العينة حول المعايير المهنية و الأخلاقية لوسائل الإعلام الجزائرية

الجدول رقم (12):يوضح إجابات أفراد عينة البحث حول العبارة رقم (01)وفق متغير التخصص.(تنقل وسائل الإعلام الجزائرية الأخبار والمعلومات بطريقة محايدة).

		محايد										
%		%		%		%		%		%		
37.73	20	5.66	03	15.09	08	11.32	06	3.77	02	1.88	01	
33.96	18	3.77	02	11.32	06	3.77	02	11.32	06	3.77	02	علوم قانونية
28.30	15	1.88	01	13.20	07	9.43	05	3.77	02	00	00	علوم سياسية
%100	53	11.32	06		21	24.52	13		10	5.66	03	
				39.62				18.86				

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

الجدول أعلاه يخص العبارة رقم (01) (تتقل وسائل الإعلام الجزائرية الأخبار والمعلومات بطريقة محايدة) حيث تبين الإحصاءات أن ما نسبته 15.09% من أفراد العينة أجابوا بـ(المعارضة) على العبارة المذكورة ويتعلق الأمر بتخصص علوم الإعلام و الاتصال ،فيما أجاب أفراد العينة و المتعلقة بالتخصص العلوم السياسية بأنهم (معارضون) للعبارة رقم(01) بنسبة قدرت بـ 13.20%، أما بالنسبة لأفراد عينة البحث و التي تتعلق بتخصص العلوم القانونية فأجابوا بـ (الموافقة و المعارضة) للعبارة بنسبة قدرت بـ 11.32%.

هذا ما يدل على أن درجة الاتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث ليس له علاقة بالتخصص العلمي.

تبين أن أغلبية إجابات المبحوثين متقاربة جدا حول نقل وسائل الإعلام الجزائرية الأخبار و المعلومات بطريقة محايدة ،و ذلك بمعارضة هذه العبارة و يرجع ذلك إلى الواقع الحقيقي الذي تعمل من خلاله ،وكذا وعدم فصل الرأي عن الحقيقة والتحيز لأطراف على أطراف أخرى بل أحيانا تتغاضى عن بعض الأخبار و المعلومات التي لا تخدمها وتنسى حق المتلقي في المعرفة و الخدمة العمومية .

جدول رقم (13): يوضح إجابات المبحوثين حول عبارة (02) وفق متغير التخصص .

تميل وسائل الإعلام الجزائرية إلى التهويل في عرضها للوقائع .

يتعلق الجدول رقم (13) بـ العبارة رقم(02) (تميل وسائل الإعلام الجزائرية إلى التهويل في

		محايد										
%		%		%		%		%		%		
37.73	20	1.88	01	7.54	04	7.54	04	15.09	08	5.66	03	
33.96	18	3.77	02	9.43	05	5.66	03	11.32	06	3.77	02	علوم قانونية
28.30	15	00	00	3.77	02	7.54	04	13.20	07	3.77	02	سياسية
%100	53	5.66	03	20.75	11	20.75	11	39.62	21	13.20	07	

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

عرضها للوقائع). حيث تبين الإحصاءات أن ما نسبته 15.09% من أفراد العينة أجابوا بـ (الموافقة) على العبارة ويتعلق هذا بتخصص علوم الإعلام و الاتصال، فيما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم السياسية بأنهم (موافقون) على العبارة بنسبة 13.20%، أما بالنسبة لأفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم القانونية فأجابوا بـ (الموافقة) على العبارة بنسبة قدرت بـ 11.32% .

الاتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث نحو هذه العبارة ليس له علاقة بالتخصص. نلاحظ أن أغلبية عينة البحث من التخصصات الثلاثة موافقين على العبارة التي تقول أن وسائل الإعلام الجزائرية إلى التهويل في عرضها للوقائع، وذلك راجع إلى تركيز وسائل الإعلام الجزائرية على المواضيع الاجتماعية التي تزرع الخوف و الهلع في الأسر الجزائرية خاصة وسائل الإعلام الحديثة النشأة التي تعتمد على مواضيع تخدم مصالحها و توجيه الرأي العام إلى مواضيع أخرى لتغطية مواضيع أخرى بأسلوب التهويل في العرض، مثل اختطاف الأطفال، و التذكير بالعيشية السوداء التي مرت بها الجزائر في كل فترة انتخابات. الجدول رقم: (14) يوضح إجابات عينة البحث حول العبارة رقم (03) وفق متغير التخصص وسائل الإعلام الجزائرية توازن في عرض وجهات النظر للأطراف السياسية جميعها .

				محايد								
%		%		%		%		%		%		
37.73	20	1.88	01	07	13.20	9.43	05	04	7.54	5.66	03	
33.96	18	3.77	02	06	11.32	1.88	01	09	16.98	00	00	علوم قانونية
28.30	15	00	00	07	13.20	7.54	04	03	5.66	1.88	01	علوم سياسية
%100	53	5.66	03	20	37.73	18.86	10	16	30.18	7.54	04	

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

يتعلق الجدول رقم (14) الموضح أعلاه بالعبارة رقم (03) (وسائل الإعلام الجزائرية توازن في عرض وجهات النظر للأطراف السياسية جميعها)، حيث تبين الإحصاءات أن ما نسبته 16.98% من أفراد عينة تخصص العلوم القانونية أجابوا بـ (الموافقة) على العبارة المذكورة سابقا، فيما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الاتصال بأنهم (معارضون) للعبارة بنسبة قدرت بـ 13.20%، وبالنسبة إلى أفراد العينة التي تتعلق بتخصص العلوم القانونية أجابوا بـ (المعارضة) للعبارة رقم (03) وذلك بنسبة 13.20%.

ما يدل على أن درجة الاتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث نحو هذه العبارة ليس له علاقة بالتخصص العلمي .

من خلال إجابات المبحوثين هناك تباين كبير في الإجابة بين التخصصات الثلاثة، ويرجع ذلك إلى أن المبحوثين من تخصص علوم قانونية يرجعون الأمور دائما إلى ما هو قانوني، بينما المبحوثين من تخصص إعلام واتصال و العلوم السياسية يرجعون الأمر إلى غياب حرية التعبير و الحق في التعبير عن كل الآراء من خلال مختلف الأطياف في المجتمع و من المفترض أن وسائل الإعلام هي التي تفتح المجال لكل الأطياف من أديان وأعراف و أجناس و أحزاب... إلخ ومنبر يكفل حرية التعبير لهم، وفي غياب هذا المنبر الذي لا توفره وسائل الإعلام الجزائرية و يسمح لأطراف بالبروز و أطراف أخرى لا يسمح لها تماما وعليه لا يوجد تمثيل لكل الأطياف ولا توازن في عرض وجهات النظر، خاصة خلال فترات الحملات الانتخابية وحتى إن سُمح لها بالظهور فإن فترة عرضها غير مناسب وفي وقت متأخر هذا بالنسبة للوسائل العمومية أما بالنسبة للوسائل الخاصة فإن كل وسيلة إعلامية تروج للشخص أو الحزب الذي يمولها.

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

جدول رقم(15): يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم(04) وفق متغير التخصص يتسم أداء وسائل الإعلام الجزائرية بالمسؤولية تجاه الجمهور.

				محايد							
%		%		%		%		%		%	
37.73	20	00	00	13	5.66	03		1.88	01		
				24.52				5.66	03		
33.96	18		02	9.43	05	04		07	00	00	قانونية
		3.77				7.54		13.20			
28.30	15	1.88	01		07	7.54	04	3.77	02	01	سياسية
				13.20					1.88		
%100	53	5.66	03	47.16	25	11		12	3.77	02	
						20.75		22.64			

تبين الإحصاءات أعلاه و المتعلقة بالعبارة رقم (04) (يتسم أداء وسائل الإعلام الجزائرية بالمسؤولية تجاه الجمهور). حيث تبين الإحصاءات ما نسبته 24.52% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الاتصال أجابوا بـ (المعارضة) على العبارة السالفة الذكر، فيما أجاب أفراد العينة والتي تتعلق بتخصص العلوم القانونية بـ(الموافقة) على العبارة بنسبة قدرت بـ 13.20%، و بالنسبة لأفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم السياسية فأجابوا بأنهم (معارضون) للعبارة بنسبة قدرت بـ 13.20%.

هذا ما يدل على أن درجة الاتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث نحو العبارة رقم (04) ليس له علاقة بالتخصص العلمي .

يعود سبب معارضة العبارة من طرف أفراد عينة الإعلام و الاتصال و العلوم السياسية إلى أنه وسائل الإعلام الجزائرية لا تتمتع بالمسؤولية اتجاه الأخبار و المعلومات التي تبثها وعدم تحملها المسؤولية عند نشر الأخبار و لا جمهورها، مثلاً من يتحمل مسؤولية تجريم شكيب خليل و بعدها بين ليلة و ضحاها يبرأ شكيب خليل، فمن المفروض أن وسائل

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

الإعلام تتحمل مسؤولياتها تجاه الجمهور وما تبثه أو تنشره له. بينما تخصص علوم قانونية يوافقون على أن وسائل الإعلام الجزائرية تتسم بالمسؤولية تجاه الجمهور ولكن ليس بالنسبة الكبيرة ، ويرجع ذلك إلى اعتمادهم الدائم على وسائل الإعلام الجزائرية و تعودهم على طريقة معالجتها للقضايا خاصة القنوات الحديثة التي تتميز ربما بالتحمس أكثر و السرعة في بث الأخبار التي تثير رأي الجمهور دون التحقق من دقة الخبر و أن من مسؤوليتها تقديم المعلومة للجمهور دون التريث .

الجدول رقم(16):يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (05). وفق متغير التخصص أسهمت وسائل الإعلام الجزائرية في تأجيج العنف أكثر من تهدئته .

		محايد										
%		%		%		%		%		%		
37.73	20	1.88	01	9.43	05	15.09	08	9.43	05	1.88	01	
33.96	18	5.66	03	13.20	07	11.32	06	00	00	3.77	02	علوم قانونية
28.30	15	1.88	01	7.54	04	7.54	04	7.54	04	3.77	02	علوم سياسية
%100	53	9.43	05	30.18	16	33.96	18	16.98	09	9.43	05	

الجدول أعلاه يخص العبارة رقم(05) (أسهمت وسائل الإعلام الجزائرية في تأجيج العنف أكثر من تهدئته) .حيث تبين المعطيات أن ما نسبته 15.09% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الاتصال أجابوا (المحايدة) للعبارة المذكورة سابقا،بينما أجاب أفراد العينة و التي تتعلق بتخصص العلوم القانونية بـ(معارضة) العبارة رقم(05)بنسبة قدرت بـ 13.20%،أما نسبة 7.54% من أفراد العينة التي تتعلق بتخصص العلوم السياسية فأجابوا عن العبارة بـ(الموافقة،و المحايدة ،و المعارضة) .

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

يدل هذا على أن درجة الاتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث نحو هذه العبارة رقم (05) ليس له علاقة بالتخصص العلمي .

نلاحظ أن أغلبية الإجابات لعينة البحث كانت متقاربة و يرجع سبب إجابة المبحوثين من تخصص الإعلام والاتصال بالمحايدة في أن وسائل الإعلام الجزائرية أسهمت في تأجيج العنف أكثر من تهدئته هو أن هذه القنوات الجزائرية الجديدة هبت هبة قوية و أثرت في جمهورها بشكل كبير لم يسبق له مثيل لذلك فمثل هذه الحالات تحتاج إلى دراسات علمية لمعرفة ما إذا كانت تساعد في تأجيج العنف أم أن الأمر له علاقة بالجمهور و طبيعته . أما بالنسبة إلى إجابات المعارضة للعبارة فإنه يرجع ذلك أنه منذ ظهور القنوات الجديدة خلقت هذه الأخيرة نوع من المتنفس للجمهور ومنبر لإظهار مشاكله و لا ننسى طبيعة الجمهور نفسه هو يحبذ مواضيع العنف التي في الواقع تعبر عنه ،لأنه هو مولود في بيئة عنيفة بالفطرة و بالتالي فإن وسائل الإعلام في هذه الحالة ليست هي الوحيدة المسؤولة عن تأجيج العنف .

جدول رقم (17): يوضح إجابات أفراد عينة البحث حول عبارة رقم (06) وفق متغير التخصص .أرى ان وسائل إعلامنا تنقل صورة واقعية لما يجري في البلاد.

				محايد								
%		%		%		%		%		%		
37.73	20	00	00	07	9.43	05	13.20	07	13.20	1.88	01	
33.96	18	9.43	05	9.43	05	5.66	03	9.43	05	00	00	علوم قانونية
28.30	15	3.77	02	7.54	04	7.54	04	9.43	05	00	00	علوم سياسية
%100	53	13.20	07	30.18	16	22.64	12	32.07	17	1.88	01	

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

يتعلق الجدول رقم: (17) ب العبارة رقم(06) أرى ان وسائل إعلامنا تنقل صورة واقعية لما يجري في البلاد. حيث تبين المعطيات أن نسبة 13.20% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الاتصال أجابوا ب(الموافقة و المعارضة) للعبارة رقم(06)، فيما أجاب أفراد العينة و التي تتعلق بالتخصص العلوم القانونية حيث أجابوا ب (الموافقة و المعارضة و المعارضة بشدة) على العبارة بنسبة قدرت ب9.43%، أما بالنسبة لأفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم السياسية أجابوا بأنهم (موافقون) على العبارة وذلك بنسبة 9.43%.

ما يدل على أن درجة الاتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث نحو هذه العبارة ليس له علاقة بالتخصص العلمي .

تبين أن أغلبية إجابات المبحوثين ،مقارنة ما بين الموافقة و المعارضة للعبارة ،و تعود إجابة "موافق" و"معارض" من قبل تخصص إعلام و اتصال إلى هناك من يرى في القنوات الجديدة الخاصة ما تقوم به من نقل للأحداث هو حقيقة ما يجري في البلاد و هو نوع من حرية للتعبير وتلعب دور توصيل مشاكل الشعب إلى المسؤولين ،بينما الطرف الآخر المعارض فإنه يرى بأن ما تنقله وسائل الإعلام لا يمت لما يجري في البلاد ،وذلك يرجع إلى التضخيم في الأمور للمواضيع و التركيز على بعض المواضيع و المنافسة الشرسة غير الشريفة بين القنوات بحيث تقوم كل واحدة بتقديم حيثيات الأحداث كل حسب إيديولوجيتها التي تراها هي.

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

الجدول رقم(18): يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (07) وفق متغير التخصص تسعى وسائل الإعلام الجزائرية إلى إظهار الحقائق .

				محايد								
%		%		%		%		%		%		
37.73	20	00	00	07	9.43	05		13.20	07	1.88	01	
			13.20									
33.96	18	5.66	03	9.43	05	7.54	04		06	00	00	علوم قانونية
								11.32				
28.30	15	3.77	02	7.54	04	9.43	05	7.54	04	00	00	علوم سياسية
%100	53	9.43	05		16	26.41	14		17	1.88	01	
			30.18					32.07				

تبين الإحصاءات أعلاه و المتعلقة بالعبارة رقم (07) تسعى وسائل الإعلام الجزائرية إلى إظهار الحقائق .حيث تبين الإحصاءات أن نسبة 13.20% من أفراد العينة أجابوا بـ(الموافقة و المعارضة) للعبارة رقم(07) و المتعلقة بتخصص علوم الإعلام والاتصال ،فيما أجاب أفراد العينة التي تتعلق بتخصص العلوم القانونية بـ(الموافقة)على العبارة بنسبة قدرت بـ 11.32% ،أما بالنسبة لأفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم السياسية فأجابوا بأنهم (محايدون) للعبارة بنسبة 9.43% .

يدل ذلك على أن درجة الاتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث نحو هذه العبارة ليس له علاقة بالتخصص العلمي .

تبين أن إجابات المبحوثين متباينة حسب التخصصات الثلاثة ويرجع ذلك إلى الاختلاف في الآراء حول دور وسائل الإعلام الجزائرية الحقيقي ،هل تسعى إلى إظهار الحقائق أم لها دور خفي وخلفيات يصعب الكشف عنها ،لذلك نجد المتخصصين في الإعلام بين من هم موافقين و من هم معارضين ،و تخصص العلوم السياسية أغلبيتهم محايدين للعبارة لصعوبة

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

تأكدهم ما إذا وسائل الإعلام الجزائرية تسعى إلى إظهار الحقائق أم تحقيق أهداف أخرى، بينما نجد المتخصصين في علوم القانونية موافقين على العبارة وذلك لما تسمح به الآن وسائل الإعلام الحديثة النشأة بمناقشة المواضيع التي كانت من قبل عبارة عن طابوهات وخط أحمر مثل المساس بشخصيات في الوزارة أو شخصية الرئيس، خاصة في التلفزة الجزائرية الوطنية العمومية ومع فتح المجال للفضاء السمعي البصري أصبحت الكثير من الأمور تناقش بشكل عادي ويتميز .

الجدول رقم(19):يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (08) وفق متغير التخصص.

تسعى وسائل الإعلام الجزائرية إلى الإثارة و الشعبية .

				محايد								
%		%		%		%		%		%		
37.73	20	1.88	01	3.77	02	5.66	03	22.64	12	3.77	02	
33.96	18	1.88	01	7.54	04		07	9.43	05	1.88	01	قانونية
						13.20						
28.30	15	3.77	02	3.77	02	3.77	02		08	1.88	01	سياسية
								15.09				
%100	53	7.54	04		08		12		25	7.54	04	
				15.09		22.64		47.16				

يتعلق الجدول رقم (19)ب العبارة رقم(08) تسعى وسائل الإعلام الجزائرية إلى الإثارة و الشعبية .حيث تبين الإحصاءات أن نسبة 22.64% أجابوا ب(الموافقة) على العبارة و يتعلق ذلك بالتخصص علوم الإعلام و الاتصال ،فيما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم السياسية ب(الموافقة) على العبارة المذكورة سابقا بنسبة قدرت ب15.09%،أما بالنسبة إلى أفراد العينة التي تتعلق بتخصص العلوم القانونية فأجابوا ب(بالمحايدة) للعبارة بنسبة 13.20%.

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

ما يدل على أن درجة الاتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث نحو هذه العبارة ليس له علاقة بالتخصص العلمي .

نلاحظ أن إجابات عينة البحث متقاربة و يرجع ذلك إلى أن وسائل الإعلام و في ظل المنافسة وتزايد القنوات في ظل الانفتاح الفضائي ،ولكي تحافظ على بقائها تركز على المواضيع المثيرة لتصنع لنفسها شعبية وتضمن إستمراريتها و نسبة مشاهدة و مقروئية كبيرة وبالتالي الحصول على الإشهار والريح السريع بطرق عديدة منها الإثارة من خلال برامج اجتماعية (القتل، الجنس، الاختطاف ،الخيانة، عقوق الوالدين.... لإثارة الجماهير حول هذه المواضيع وبالتالي المحافظة على وجودها .

المطلب الثاني :اعتماد التسريبات الإعلامية كمصدر معلومات .

سنتناول في هذا المطلب إلى التسريبات الإعلامية بصفة عامة و إلى وثائق بنما التي تعتبر من أضخم التسريبات على الإطلاق، في حجم المعلومات المسربة وطرق التحقيق في صحتها .

الجدول رقم (20) :يوضح إجابات أفراد العينة حول الإطلاع على أخبار تسريبات وثائق بنما وفق متغير التخصص.

%		%		%		
37.73	20	3.77	2	33.96	18	
33.96	18	11.32	6	22.64	12	علوم قانونية
28.30	15	9.43	5	18.86	10	علوم سياسية
%100	53	24.52	13	75.47	40	:

تبين الإحصاءات المبينة أعلاه و المتعلقة بالجدول رقم(20) حيث تبين الإحصاءات أن أن غالبية أفراد العينة أجابت بنعم ،حيث أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الاتصال ب (نعم) بنسبة 33.96% ،فيما أجاب أفراد العينة التي تتعلق بتخصص

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

العلوم القانونية بـ(نعم) و ذلك بنسبة 22.64%، و بالنسبة لأفراد عينة تخصص العلوم السياسية أجابوا بـ (نعم) بنسبة قدرت بـ 18.86% .

يتضح من نتائج الإحصاءات الموضحة أعلاه أن جميع أفراد عينة البحث أجابوا بنعم ويعود ذلك إلى أن موضوع تسريبات بنما موضوع له أهمية لكل أفراد عينة البحث، فهو يمس الرأي العام بصفة عامة

الجدول رقم(21):يوضح إجابات أفراد العينة حول الوسائل الإعلامية التي تم عبرها الإطلاع على وثائق بنما وفق متغير التخصص.

		الجديدة		الأجنبية		العربية		المتغيرات
%		%		%		%		
45.83	22	12.5	6	12.5	6	20.83	10	
29.16	14	6.25	3	10.41	5	12.5	6	علوم قانونية
25	12	6.25	3	14.58	7	4.16	2	علوم سياسية
% 100	48	25	12	37.5	18	37.5	18	:

يبين الجدول أعلاه إجابات عينة البحث حول الوسائل التي تم الإطلاع عبرها على وثائق بنما، حيث تبين المعطيات أن نسبة 20.83% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الاتصال اطلعوا على أخبار الوثائق عبر وسائل الإعلام العربية، وبالنسبة إلى أفراد العينة التي تتعلق بتخصص العلوم القانونية فقد تم إطلاعهم على أخبار وثائق بنما عبر وسائل الإعلام العربية بنسبة 12.5%، فيما أن أفراد العينة التي تتعلق بتخصص العلوم السياسية فتم إطلاعهم على أخبار وثائق بنما عبر وسائل الإعلام الأجنبية وذلك بنسبة قدرت بـ 14.58% .

تبين أن أغلبية عينة البحث من تخصص إعلام واتصال و علوم قانونية اعتمدت في الإطلاع على أخبار وثائق بنما عبر وسائل الإعلام العربية و يرجع ذلك إلى الصلة التي تربطهم بالبيئة العربية إضافة إلى الكم الهائل من المعلومات و البيانات التي كانت ضمن وثائق بنما كانت تخص الشأن العربي ولذلك كانوا يهتمون بـ كيف تعرض الوسائل الإعلامية العربية هذا الحدث . بينما أفراد العينة من تخصص علوم سياسية اعتمدوا على وسائل

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

إعلام أجنبية في الإطلاع على أخبار وثائق بنما ،ويعود ذلك إلى درجة الوثوق في هذه الوسائل الإعلامية الأجنبية و قربها من الحدث ودرجة الحرية التي تتمتع بها في عرض مثل هذه الأخبار الحساسة.على عكس وسائل الإعلام العربية التي تعاملت معها بشكل حذر .

الجدول رقم (22):يوضح إجابات أفراد العينة حول تأييدهم لنشر و فضح المعلومات السرية.وفق متغير التخصص.

%		%		%		%		
37.73	20	16.98	09	7.54	04	13.20	07	
33.96	18	13.20	07	11.32	06	9.43	05	علوم قانونية
28.30	15	13.20	07	11.32	06	3.77	02	علوم سياسية
100	53	43.39	23	30.18	16	26.41	14	:

يتعلق الجدول رقم(22):الموضح أعلاه بإجابات أفراد العينة حول تأييدهم لنشر و فضح المعلومات السرية، حيث تبين معطيات الجدول أن نسبة 16.98% من أفراد العينة أجابوا ب (إلى حد ما)ويتعلق الأمر بتخصص علوم الإعلام و الاتصال،فيما أجابت أفراد العينة والتي تتعلق بتخصص العلوم القانونية (إلى حد ما)بنسبة قدرت ب 13.20% ،أما بالنسبة إلى أفراد العينة التي تخص تخصص العلوم السياسية فقد أجابت ب (إلى حد ما) بنسبة 13.20% .

نلاحظ أن إجابات أفراد العينة كلها أجابت ب(إلى حد ما) ،ويعود ذلك إلى أن فضح المعلومات السرية أمر غير أخلاقي و يعاقب عليه القانون، ففضح المعلومات السرية قد يؤدي إلى زعزعة الأمن للدول ،كما أن للإعلامي أخلاقيات مهنية تمنعه من فضح المعلومات السرية .

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

الجدول رقم(23):يوضح إجابات أفراد العينة حول تأييدهم نشر الوثائق المسرية بعد التحقق من صحتها وفق متغير التخصص .

%		%		%		%		
37.73	20	7.54	04	5.66	03	24.52	13	
33.96	18	3.77	02	11.32	06	18.86	10	علوم قانونية
28.30	15	5.66	03	9.43	05	13.20	07	علوم سياسية
%100	53	16.98	09	26.41	14	56.60	30	:

تبين الإحصاءات أعلاه و المتعلقة بإجابات أفراد العينة حول تأييدهم لنشر الوثائق المسرية بعد التحقق من صحتها حيث تبين الإحصاءات أن غالبية عينة البحث أجابت بنعم لتأييدهم لنشر الوثائق المسرية بعد التحقق منها ،وذلك بنسبة 24.52% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الاتصال، و نسبة قدرت بـ 18.86% من أفراد عينة تخصص العلوم القانونية ، و نسبة 13.20% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم السياسية .

يتبين من خلال النتائج أن جميع التخصصات يؤيدون نشر الوثائق المسرية بعد التحقق من صحتها ،وذلك لأن التحقيق في صحتها يعطيها نوع من المصداقية في المعلومات المسرية ،فالمعلومات التي يتم التأكد من صحتها قد تساعد في تعديل و إصلاح بعض المخالفات على جميع الأصعدة.

الجدول رقم(24):يبين إجابات أفراد العينة حول ما إذا كانت قيمة وثائق بنما و مضمونها يستحقان النشر ،وفق متغير التخصص.

%		%		%		%		
37.73	20	9.43	05	1.88	01	26.41	14	
33.96	18	11.32	06	7.54	04	15.09	08	علوم قانونية
28.30	15	5.66	03	13.20	07	9.43	05	علوم سياسية
%100	53	26.41	14	22.64	12	50.94	27	:

الجدول رقم (24)المبين أعلاه يخص إجابات أفراد العينة حول ما إذا كانت قيمة وثائق بنما و مضمونها يستحقان النشر ، حيث تبين المعطيات أن ما نسبة 26.41% من أفراد العينة أجابوا ب(تستحق النشر)وذلك يتعلق بتخصص علوم الإعلام و الاتصال ، فيما

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

أجابت أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم القانونية بـ(تستحق النشر) بنسبة قدرت بـ 15.09%، أما بالنسبة لأفراد العينة و المتعلقة بتخصص العلوم السياسية أجابوا بـ (لا تستحق النشر) بنسبة 13.20% .

ترجع إجابات المبحوثين من التخصصين إعلام واتصال بتستحق النشر إلى كمية المعلومات و البيانات في حد ذاتها و التي تكشف كمية كبيرة من الفساد و التهرب الضريبي الذي يمس كل العالم دون استثناء ،وأموال الدول الفقيرة التي تهرب للخارج .أما إجابة المبحوثين من تخصص علوم سياسية بلا تستحق وثائق بنما النشر فذلك يعود إلى أن هذه الوثائق فضحت أسماء رؤساء و زعماء سياسيين قد تؤثر هذه المعلومات على العلاقات الدولية .

جدول رقم(25):يوضح إجابات أفراد العينة حول ما إن أحسنت الصحيفة الألمانية" زود دويتشه تسايتونغ" التصرف في إسناد مهمة التحقيق للإتحاد الدولي للصحافيين الإستقصائيين ،وفق متغير التخصص .

%		%		%		
37.73	20	5.66	03	32.07	17	
33.96	18	11.32	06	22.64	12	علوم قانونية
28.30	15	7.54	04	20.75	11	علوم سياسية
%100	53	24.52	13	75.47	40	:

الجدول رقم(25) الموضح أعلاه يتعلق بإجابات أفراد العينة حول تصرف الصحيفة الألمانية بإسنادها مهمة التحقيق في المعلومات التي جاءت في وثائق بنما إلى الإتحاد الدولي للصحافيين الاستقصائيين ، حيث تبين الإحصاءات أن ما نسبته 32.07% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الاتصال أجابوا بـ (نعم أحسنت التصرف)، فيما أجاب أفراد العينة التي تتعلق بتخصص العلوم القانونية بـ(نعم أحسنت التصرف) بنسبة 22.64% . و بالنسبة إلى أفراد العينة المتبقية و التي تخص العلوم السياسية أجابت بـ (نعم أحسنت التصرف) بنسبة 20.75% . بينما كانت النسبة الإجمالية للإجابة بـ "لا" بـ 24.52% ، وكانت النسبة موزعة كالتالي: نسبة 11.32% من أفراد عينة تخصص العلوم

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

القانونية، و نسبة 7.54% من أفراد عينة تخصص العلوم السياسية، ونسبة 5.66% من أفراد عينة تخصص علوم الإعلام و الاتصال .

ومن خلال جمع إجابات أفراد العينة حول سبب الإجابة بنعم أحسنت الصحيفة الألمانية التصرف عندما أسندت مهمة التحقيق إلى الإتحاد الدولي للصحافيين الاستقصائيين:

- حتى تعطي مصداقية و شرعية لما تقدمه من رسالة إعلامية. وتعميم الأمر لتقاسم المسؤولية حول العالم .

- توافق الهوية مع المهمة .

- هو الأكثر أهلية لهذه المهمة .

- لتزيد من مصداقية الحدث ولتحقيق الشفافية .

- تحقيق محايد و احترافي .

- القصة ذات طابع دولي و سمعة الإتحاد الدولي للصحافة الاستقصائية وتمتع الإتحاد بالاستقلالية.

- الخبرة لهذا الإتحاد في التعامل مع التسريبات و التحقيق فيها .

- فضح ممارسات الفساد .

- نوع من الشرعية لنتائج التحقيق .

- حتى يتم التحقيق وفق الإجراءات القانونية الدولية.

- لإبراز الحقائق للرأي العام .

ومن خلال جمع إجابات المبحوثين حول سبب الإجابة بـ " لا " :

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

- خرق للقوانين .الصحفي لا يحقق الذي يحقق هو القضاء .

- هناك تحيز لبعض الدول والتحقيق تم من وجهة نظر مؤسسات إعلامية عالمية .

- عدم الموضوعية .

- يجب عدم التدخل في الشؤون الخصوصية والسرية .

- عدم الثقة في الصحيفة الألمانية .

- تحريف لنتائج التحقيق لمصلحة جهة معينة .

- شأن خاص و لا يجدر المساس بالدول و أسرارها .

الجدول رقم (26):يوضح إجابات أفراد العينة حول ما إذا كانت هذه الوثائق بحوزتهم هل

سينشرونها، وفق متغير التخصص .

%		%		%		
37.73	20	18.86	10	18.86	10	
33.96	18	15.19	08	18.86	10	علوم قانونية
28.30	15	13.20	07	15.09	08	علوم سياسية
%100	53	47.16	25	52.83	28	:

يتعلق الجدول رقم (26)الموضح أعلاه بإجابات أفراد العينة حول نشرهم للوثائق إذا كانت بحوزتهم ،حيث تبين الإحصاءات أن نسبة 18.86% من أفراد العينة أجابوا ب(نعم سينشرونها)و يتعلق ذلك بتخصص علوم الإعلام و الاتصال ،وبنفس النسبة و من نفس التخصص أجابوا ب(لا ينشرونها)،فيما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم القانونية ب(نعم سينشرونها)بنسبة قدرت بـ 18.86% ،بينما أجابت أفراد العينة التي تخص تخصص العلوم السياسية ب(نعم سينشرونها)وذلك بنسبة قدرت بـ 15.09%.

يتضح أن غالبية إجابات عينة البحث أجابت بنعم و ذلك يعود إلى أن معلومات بحجم أهمية وثائق بنما و ما تحمله من حقائق تكشف حجم الفساد حول العالم ، يجب نشرها لتبنيه الرأي العام وتثويره لما يحدث حولهم ،إضافة إلى الواجب و الضمير الإنساني .أما الذين يرفضون نشرها يعود ذلك إلى أن القوانين الدولية تعاقب على نشر الوثائق السرية

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

بالإضافة إلى أن نشر وثائق تكشف كمية الفضائح و الفساد أمر يدعو إلى القلق و الخوف من الضرر و قد يؤدي إلى التصفية لحياة الشخص الذي يقوم بنشرها .

الجدول رقم(27):يوضح إجابات أفراد العينة التي أجابت بنعم حول طريقة نشرهم للوثائق المسربة،وفق متغير التخصص.

		وسيلة إعلامية				بيعتها		
%		%		%		%		
37.5	12	18.75	06	15.62	05	3.12	01	
34.37	11	15.62	05	12.5	04	6.25	02	نونية
28.12	09	9.37	03	18.75	06	00	00	علوم سياسية
%100	32	43.75	14	46.87	15	9.37	03	:

يتعلق الجدول رقم(27) بإجابات أفراد العينة حول الطريقة التي ستنشر عبرها الوثائق بعد الإجابة بنعم ، حيث تبين الإحصاءات أن ما نسبته 18.75% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الاتصال أجابوا ب (نشرها عن طريق وسيلة إعلامية)،فيما أجاب أفراد العينة التي تتعلق بتخصص العلوم السياسية ب(نشرها عن طريق الانترنت)بنسبة قدرت بـ18.75% ،وأجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم القانونية ب (نشرها عن طريق وسيلة إعلامية) وذلك بنسبة 15.62% .

يعود سبب تفضيل نشر الوثائق عبر وسيلة إعلامية من قبل أفراد العينة إعلام واتصال وعلوم قانونية ،ذلك أن الوسيلة الإعلامية تكسبها طابع المصداقية و المهنية و المسؤولية تجاه الجمهور فيكون وقعها له وزن كبير و تضمن انتشارها خاصة إذا كانت الوسيلة ذات سمعة جيدة ،و يعود سبب نشرها عبر الانترنت من طرف تخصص علوم سياسية ذلك أن الانترنت تسمح لكل المعلومات بالتداول دون قيود أوقوانين لذلك فهي بيئة إلكترونية الأنسب و الأوفر حظا لنشر الوثائق المسربة وضمن وصولها إلى أبعد مكان في العالم ،و الأكثر حرية لنشر المعلومات خاصة بحجم بيانات و معلومات ووثائق بنما .

الجدول رقم (28):يوضح إجابات أفراد العينة حول رؤيتهم لنشر وثائق بنما ما إذا كانت حرية للرأي و التعبير وفق متغير التخصص:

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

%		%		%		%	
37.73	20	9.43	05	28.30	15		
33.96	18	15.09	08	18.86	10		علوم قانونية
28.30	15	9.43	05	18.86	10		علوم سياسية
%100	53	33.96	18	66.03	35		:

تبين الإحصاءات أعلاه و المتعلقة بإجابات أفراد العينة حول رؤيتهم لنشر وثائق بنما ما إذا كانت حرية للرأي و التعبير ،حيث تبين الإحصاءات أن نسبة 28.30% من أفراد العينة ويتعلق الأمر بتخصص علوم الإعلام و الاتصال أجابت (بنعم نشر هذه الوثائق هي حرية للرأي و التعبير)،بينما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم القانونية ب(نعم نشرها هو حرية للرأي و التعبير)بنسبة قدرت بـ 18.86 % ،أما بالنسبة لأفراد العينة التي تتعلق بتخصص العلوم السياسية أجابوا بـ (نعم نشرها هو حرية للرأي والتعبير) بنسبة 18.86% .

تبين من النتائج أن غالبية عينة البحث ترى في نشر وثائق بنما هو تعبير عن حرية الرأي و التعبير ، ويعود ذلك إلى القيود القانونية التي تكبل نشر المعلومات في معظم دول العالم وبالتالي عندما تنشر وثائق بحجم 2.6ميغابايت وتصل إلى كل بقاع العالم دون استثناء يعتبر ويتعاون إعلامي لمؤسسات إعلامية عبر العالم فهو بطبيعة الحال تعبير عن حرية للرأي و التعبير بدون شك.

الجدول رقم (29): يوضح إجابات أفراد العينة حول تأييد التجسس و الإختراقات الإلكترونية للحصول على المعلومات وفق متغير التخصص.

%		%		%		%	
37.73	20	11.32	06	22.64	12	3.77	02
33.96	18	1.88	01	28.30	15	3.77	02
							علوم قانونية

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

28.30	15	15.09	08	11.32	06	1.88	01	علوم سياسية
% 100	53	28.30	15	62.26	33	9.43	05	:

تبين الإحصائيات أعلاه و المتعلقة بإجابات أفراد العينة تأييد التجسس و الاختراقات الإلكترونية للحصول على المعلومات ،حيث تبين الإحصاءات أن نسبة 28.30% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم القانونية أجابوا بـ (لا يؤيدون) ،بينما أجابت أفراد العينة و التي تتعلق بتخصص علوم الإعلام و الاتصال بـ (لا يؤيدون) بنسبة قدرت بـ 22.64% ،أما بالنسبة إلى أفراد العينة و المتعلقة بتخصص العلوم السياسية أجابوا بـ (إلى حد ما يؤيدون) وذلك بنسبة 15.09% .

تبين حسب إجابات أفراد العينة أن عينة من تخصص علوم قانونية و إعلام واتصال لا يؤيدون التجسس و الاختراقات الإلكترونية للحصول على المعلومات ويرجع ذلك إلى أن مثل هذه التصرفات هو جريمة من الجرائم الإلكترونية ويعاقب عليها القانون بالإضافة إلى التجسس و الاختراق لخصوصيات الأشخاص أمر غير أخلاقي و لا يجوز .بينما المبحوثين من تخصص علوم سياسية أجابوا بـ إلى حد ما يؤيدون التجسس و الاختراقات الإلكترونية للحصول على المعلومات ،ويعود ذلك إلى أن إذا كان التجسس و الاختراق الذي يخدم الصالح العام و يؤدي إلى تصحيح الأحوال ويكشف فضائح وفساد كبار الشخصيات السياسية و الاقتصادية أمر التجسس و الاختراق يصبح بمثابة السبيل الوحيد للكشف ما يحصل .

الجدول رقم(30):يوضح إجابات أفراد العينة حول كيفية التعامل مع نشر الوثائق المسربة وفق متغير التخصص.

		لا أنشرها		نشرها كما هي		التحقق منها أولا			
%		%		%		%		%	
37.73	20	00	00	5.66	03	00	00	32.07	17
18.86	18	1.88	01	7.54	04	00	00	24.52	13
28.30	15	3.77	02	5.66	03	3.77	02	15.09	08

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

100	53	5.66	03	18.86	10	3.77	02	71.69	38	
%										

يتعلق الجدول رقم (30) بإجابات أفراد العينة حول كيفية التعامل مع نشر الوثائق المسربة حيث تبين الإحصاءات أن ما نسبته 32.07% من أفراد العينة المرتبطة بتخصص علوم الإعلام و الاتصال أجابوا بـ(التحقق منها أولا)، وأجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم القانونية بـ (التحقق منها أولا)بنسبة قدرت بـ 24.52%، فيما أجابت أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم السياسية بـ(التحقق منها أولا)وهذا بنسبة 15.09% .

نلاحظ أن كل التخصصات لعينة البحث متفقين حول التحقق أولا قبل نشرها، وذلك يعود إلى درجة وعيهم بضرورة التأكد من صحة المعلومات المسربة قبل نشرها،فالتحقيق في صحتها يكسبها مصداقية أكثر ونوع من الحماية القانونية خاصة وأن هناك العديد من القوانين و المواثيق الشرفية تحمي مسربي الأخبار و المعلومات مادامت تعمل للمصالح العام وهدفها إصلاحى بالدرجة الأولى ،مثل المادة 19لحماية المصادر الصادرة من منظمة الإتحاد الدولي للصحافيين .

الجدول رقم (31):يوضح إجابات أفراد العينة حول الدافع أو السبب وراء نشر معلومات مسربة حول العالم ،وفق متغير التخصص.

		سياسات معينة		بالشهرة		على حقيقة ما يجري في		لأن هذه حق الجمهور				
%		%		%		%		%		%		
38.57	27	17.14	12	2.85	02	2.85	02	12.85	09	2.85	02	
35.71	25	15.71	11	1.42	01	2.85	02	8.57	06	7.14	05	قانونية
25.71	18	11.42	08	1.42	01	4.28	03	7.14	05	1.42	01	سياسية
%100	70	44.28	31	5.71	04	10	07	28.57	20	11.42	08	

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

تبين الإحصاءات أعلاه و المتعلقة بإجابات أفراد العينة حول الدافع وراء نشر معلومات مسربة حول العالم ،حيث تبين الإحصاءات ما نسبته 17.14% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الاتصال أجابوا بـ (خدمة لسياسات معينة)،فيما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم القانونية بـ(خدمة لسياسات معينة) بنسبة 15.71% ،أما بالنسبة لأفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم السياسية أجابوا بـ(خدمة لسياسات معينة) بنسبة قدرت بـ 11.42% .

نلاحظ أن إجابات أفراد العينة متقاربة حول الدافع وراء نشر وثائق مسربة حول العالم هو خدمة لسياسات معينة ،ويرجع ذلك إل خلفيات و الظروف التي تحيط بالتسريبات بصفة عامة و بتسريبات وثائق بنما خاصة،الوقت الذي نشرت فيه موسم الضرائب ،بالإضافة إلى عدم بروز شخصيات أوملفات أمريكية أو إسرائيلية ،وظهور ساركوزي الرئيس الفرنسي السابق عبر وسائل الإعلام يتوعد المتورطين في هذه الوثائق بمقاضاتهم ،و لماذا لم يظهر إسم شكيب خليل ضمن قائمة المتورطين الجزائريين .

الجدول رقم(32):يوضح إجابات أفراد العينة حول ما إذا كانت هناك أيدي خفية وراء تسريبات بنما وفق متغير التخصص .

				المتغيرات	
%		%		%	
37.73	20	9.43	05	28.30	15
33.96	18	7.54	04	26.41	14
28.30	15	7.54	04	20.75	11
%100	53	24.52	13	75.47	40
					:

الجدول أعلاه رقم(32) يخص إجابات أفراد العينة حول ما إذا كانت هناك أيدي خفية وراء تسريبات بنما ،حيث تبين المعطيات أن أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الاتصال أجابوا بـ(نعم هناك أيدي خفية)،بنسبة قدرت بـ 28.30% ، فيما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم القانونية بـ(نعم هناك أيدي خفية) و ذلك بنسبة 26.41% ،و بالنسبة لأفراد العينة التي تخص العلوم السياسية فأجابو بـ(نعم هناك أيدي خفية) بنسبة قدرت بـ 20.75% .

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

نلاحظ أن معظم الإجابات ترى أن وراء وثائق بنما أيدي خفية ،و يعود ذلك إلى عدم ذكر بعض الدول القوية في العالم مثل الولايات المتحدة الأمريكية و نحن نعلم أن أمريكا من أقوى الدول في العالم التي تقوم بعمليات التجسس و الاختراقات الإلكترونية على الدول المجاورة والعالم بأكمله،و لم يذكر أيضا إسم إسرائيل ما يدعي الأمر إلى إرجاع هذه التسريبات الإعلامية إلى أيدي خفية تحركها لأغراض معينة .

الجدول رقم (33):يوضح إجابات أفراد العينة حول الجهات أو الأيدي الخفية التي تقف وراء وثائق بنما ،وفق متغير التخصص.

		جهات أخرى		صهيونية		أمريكية			
%		%		%		%		%	
36.17	17	2.12	01	14.89	07	8.51	04	10.63	05
38.29	18	2.12	01	19.14	09	8.51	04	8.51	04
25.53	12	00	00	8.51	04	10.63	05	6.38	03
%100	47	4.25	02	42.55	20	27.66	13	25.53	12

الجدول أعلاه يخص إجابات أفراد العينة حول الجهات أو الأيدي الخفية التي تقف وراء وثائق بنما ،حيث تبين المعطيات أن ما نسبته 19.14% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم القانونية أجابت ب (لا أعلم)،فيما أجاب أفراد العينة التي تتعلق بتخصص علوم الإعلام والاتصال ب(لا أعلم)بنسبة قدرت ب 14.89% ،أما بالنسبة لأفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم السياسية أجابوا ب (صهيونية)،وذلك بنسبة 10.63% . وبالنسبة لأفراد العينة التي أجابت ب (جهات أخرى) وذلك بنسبة 2.12% لكل من تخصص الإعلام والاتصال و علوم قانونية .

تبين أن أغلبية عينة البحث لا يعلمون الجهة الخفية التي تقف وراء تسريب وثائق بنما ،ويعود ذلك إلى عدم وضوح صورة حول من الجهة الحقيقية وراء تسريب وثائق بنما ،بينما المبحوثين من تخصص علوم سياسية أرجعت الجهة التي تقف وراء تسريب وثائق بنما إلى جهات صهيونية ويعود ذلك إلى تحليلهم و رؤيتهم لهذه التسريبات من الناحية السياسية .

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

أما الجهات الأخرى أرجعها من أجا ب بذلك إلى:المخابرات المعادية للأنظمة الوطنية،وجها ت أوروبية ولوبيات خفية .

جدول رقم (34):يوضح إجابات أفراد العينة حول الوثائق الأكثر إهتماما التي جاءت في وثائق بنما وفق متغير التخصص.

		كلها								
%		%		%		%		%		
38.70	24	11.29	07	00	00	9.67	06	17.74	11	
32.25	20	9.67	06	1.61	01	4.83	03	16.12	10	علوم قانونية
29.03	18	12.90	08	6.45	04	1.61	01	8.06	05	علوم سياسية
%100	62	33.87	21	8.06	05	16.12	10	41.93	26	

يتعلق الجدول أعلاه رقم (34) بإجابات أفراد العينة حول الوثائق الأكثر اهمية التي جاءت في وثائق بنما حيث تبين الإحصاءات أن ما نسبته 17.74% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الاتصال أجابوا ب (المتعلقة بالجزائر) فيما أجاب أفراد العينة التي تتعلق بتخصص العلوم القانونية ب(المتعلقة بالجزائر) بنسبة قدرت بـ16.12%،بينما أجابت أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم السياسية ب(كلها بصفة عامة) بنسبة قدرت 12.90% . تبين أن أغلبية إجابات المبحوثين حول الوثائق الأكثر اهتماما كانت المتعلقة بالجزائر وهذا ما إتفق عليه المبحوثين من تخصص إعلام واتصال و تخصص علوم قانونية ويعود ذلك إلى بحكم أنهم جزائريين فشيء طبيعي أن تكون الأوراق الأكثر اهتماما بالنسبة لهم المتعلقة بالجزائر يهتمهم تفاصيل تورط الجزائر ضمن وثائق بنما .أما المبحوثين من تخصص علوم سياسية تعود إجابتهم كلها بصفة عامة، باعتبار أن وثائق بنما تكتسب طابع عالمي و تخص الرأي العام الدولي لذلك كانت كلها محط اهتمامهم .

المطلب الثالث: التسريبات و أخلاقيات المهنة الإعلامية

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

سنتناول في هذا المطلب إلى قياس مصداقية التسريبات الإعلامية و ما إذا كانت تتمتع بأخلاقيات المهنة الإعلامية ببناء مقياس وفق طريقة ليكرت، حيث يتكون هذا المقياس من 30 عبارة لمعرفة اتجاه أفراد العينة حول التسريبات الإعلامية و تسريبات بنما .

الجدول رقم (35): يوضح إجابات أفراد عينة حول العبارة رقم (01) وفق متغير التخصص المعلومات المسربة عمل أخلاقي و لا غبار عليه .،

		محايد										
%		%		%		%		%		%		
37.73	20	5.66	03	5.66	03	13.20	07	5.66	03	7.54	04	
33.96	18	3.77	02	13.20	07	5.66	03	5.66	03	5.66	03	علوم قانونية
28.30	15	3.77	02	7.54	04	5.66	03	9.43	05	1.88	01	علوم سياسية
%100	53	13.20	07	26.41	14	24.52	13	20.75	11	15.09	08	

الجدول أعلاه يخص العبارة رقم (01) (المعلومات المسربة عمل أخلاقي و لا غبار عليه)، حيث تبين الإحصاءات أن ما نسبته 13.20% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الاتصال أجابوا ب (المحايدة)، فيما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم القانونية ب (المعارضة) بنسبة 13.20%، و بالنسبة إلى أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم السياسية أجابوا ب (الموافقة) على العبارة رقم (01) وذلك بنسبة 9.43%. ما يدل أن درجة الاتجاه لدى العينة من النخبة محل البحث نحو هذه العبارة له علاقة بالتخصص.

تبين أن إجابات عينة البحث حول العبارة غير متوازنة و غير متوافقة، و تعود إجابة أفراد العينة المتعلقة بتخصص الإعلام والاتصال بمحايد باعتبار أن المعلومات المسربة كظاهرة إعلامية لم تفهم بعد ولم تضبط قانونيا و أخلاقيا و مهنيا، ومبادئ العمل الإعلامي واضحة فيما يتعلق بالمعلومات وطرق الحصول عليها، أما إجابة أفراد عينة تخصص العلوم

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

القانونية حول العبارة "بمعارض" بحكم أنهم قانونيون لا يجوز التعامل مع المعلومات المسربة بأنها عمل أخلاقي. أما أفراد العينة من تخصص العلوم السياسية أجابوا "بموافق" يعود ذلك إلى أنهم في عملهم السياسي لا يتعاملون بالأمر القانونية و الأخلاقية لذلك يرونها نوع من الحرية السياسية في التعامل مع المعلومات المسربة ،فتسريب المعلومات السياسية أمر معروف من زمن بعيد .

الجدول رقم (36): يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (02) وفق متغير التخصص: التسريبات تمثل حيلة من قبل المصادر المجهولة لتحقيق أهدافها الخاصة .

				محايد							
%		%		%		%		%		%	
37.73	20	00	00	1.88	01	7.54	04	18.86	10	9.43	05
33.96	18	00	00	1.88	01	15.09	08	11.32	06	5.66	03
28.30	15	1.88	01	3.77	02	5.66	03	11.32	06	5.66	03
%100	53	1.88	01	7.54	04	28.30	15	41.50	22	20.75	11

تبيين الإحصاءات أعلاه و المتعلقة بالعبارة رقم(02)، حيث تبين الإحصاءات أن ما نسبة 18.86% من أفراد العينة أجابوا ب (الموافقة) على العبارة المذكورة سابقا يتعلق الأمر بتخصص علوم الإعلام و الاتصال ، بينما أجاب أفراد العينة و المتعلقة بتخصص العلوم القانونية ب(المحايدة) على العبارة نفسها بنسبة قدرت ب15.09%، أما أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم السياسية أجابوا ب (الموافقة) على العبارة وذلك بنسبة 11.32%.

مايدل أن درجة الاتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث نحو هذه العبارة ليس له علاقة بالتخصص العلمي .

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

إتضح أن إجابات أفراد العينة نوعا ما متقاربة ،ويعود ذلك إلى أن المبحوثين على علم بأهداف المصادر المجهولة التي في كثير من الأحيان تقوم بتمرير ماتريد عن طريق التسريب لمعلومات دون ذكر للمصدر المسرب.

الجدول رقم (37) :يمثل إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (03)وفق متغير التخصص وسائل الإعلام العالمية تصرفت بمسؤولية تجاه تسريبات بنما .

				محايد								
%		%		%		%		%		%		
37.73	20	02	3.77	5.66	03	9.43	05	13.20	07	5.66	03	
33.96	18	00	00	3.77	02	15.09	08	11.32	06	3.77	02	قانونية
28.30	15	02	3.77	5.66	03	7.54	04	9.43	05	1.88	01	سياسية
%100	53	04	7.54	15.09	08	32.07	17	33.96	18	11.32	06	

تبين الإحصاءات أعلاه و المتعلقة بالعبارة رقم (03) (وسائل الإعلام العالمية تصرفت بمسؤولية تجاه تسريبات بنما)،حيث تبين الإحصاءات أن ما نسبته 15.09% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم القانونية أجابوا بـ (المحايدة) على العبارة المذكورة أعلاه ،فيما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الإتصال بـ (الموافقة) و ذلك بنسبة 13.20 % ،أما أفراد العينة المتعلقة بالتخصص العلوم السياسية فأجابوا بـ(الموافقة) على العبارة بنسبة قدرت بـ 9.43%.

مايدل على أن درجة الاتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث نحو هذه العبارة له علاقة بالتخصص العلمي .

يتبين أن كل من تخصص الأعلام والاتصال و العلوم السياسية موافقين على العبارة ،ويعود ذلك إلى طريقة طرح الحدث و تحليله بصورة سمحت بعرض كل وجهات النظر و عرضها على محللين متخصصين في مجال الإعلام و السياسة ، وتخصيص مساحات

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

زمنية كبيرة للمستجدات التي كانت تظهر كل مرة حول الوثائق ،أما تخصص العلوم القانونية يرجع سبب إجابتهم بمحايد ذلك أن تلك الوسائل عرضت الحدث حسب سياستها وماتراه مناسب لها ، واهملت الجانب المتعلق بالقانون للموضوع .

الجدول رقم (38): يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (04) وفق متغير التخصص .

التسريبات هي خرق للخصوصية و عمل غير مسؤول .

				محايد								
%		%		%		%		%		%		
37.73	20	00	00	07	06	13.20	11.32	7.54	04	5.66	03	
33.96	18	1.88	01	11.32	06	7.54	04	11.32	06	1.88	01	قانونية
28.30	15	3.77	02	3.77	02	5.66	03	13.20	07	1.88	01	سياسية
%100	53	5.66	03	28.30	15	24.52	13	32.07	17	9.43	05	

تبين المعطيات أعلاه و المتعلقة بالعبارة رقم (04) (التسريبات هي خرق للخصوصية و عمل غير مسؤول) حيث تبين المعطيات أن نسبة 13.20% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الإتصال أجابوا ب (المعارضة) على العبارة المذكورة ،بينما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم السياسية ب (الموافقة) على العبارة بنسبة 13.20% ،أما أفراد العينة التي تتعلق بتخصص العلوم القانونية أجابوا ب (الموافقة و المعارضة) على العبارة رقم (04) وذلك بنسبة 11.32% .

ما يدل على أن درجة الإتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث نحو هذه العبارة ليس له علاقة بالتخصص العلمي .

نلاحظ أن إجابات عينة البحث متقاربة ،وترجع إجابة الإعلام و الإتصال وعلوم قانونية بمعارضة العبارة ذلك أن هذه المعلومات هي من حق الجمهور في معرفة ما يحدث حولهم

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

يقوم بها أناس يلاحظون الفساد ويسعون إلى إظهار الحقائق، بينما كانت إجابة كل من تخصص علوم قانونية و علوم سياسية التي كانت إجابتهم ب موافق يعود ذلك إلى أنهم أرجعوا الأمر إلى عدم المساس بخصوصيات الناس و الإطلاع على معلوماتهم هو خرق للخصوصية للأفراد.

الجدول رقم (39): يمثل إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم(05) وفق متغير التخصص. التسريبات الإعلامية هي مجرد تصفية حسابات و أسلوب دعاية .

				محايد							
%		%		%		%		%		%	
37.73	20	1.88	01	11.32	06	13.20	07	5.66	03	5.66	03
33.96	18	00	00	7.54	04	15.09	08	7.54	04	3.77	02
28.30	15	00	00	5.66	03	7.54	04	9.43	05	5.66	03
%100	53	1.88	01	24.52	13	35.84	19	22.64	12	15.09	08

يتعلق الجدول رقم (39) بالعبارة رقم (05) (التسريبات الإعلامية هي مجرد تصفية حسابات و أسلوب دعاية). حيث تبين الإحصاءات أن نسبة ما يقدر بـ 15.09% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم القانونية أجابوا بـ (المحايدة) على العبارة المذكورة سابقا، بينما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الإتصال بـ (المحايدة) على العبارة رقم(05) بنسبة قدرت بـ 13.20%، أما بالنسبة لأفراد العينة التي تتعلق بتخصص العلوم السياسية فأجابوا بـ (الموافقة) على العبارة و ذلك بنسبة 9.43%.

ما يدل على أن درجة الإتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث نحو هذه العبارة له علاقة بالتخصص العلمي .

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

تبين أن إجابة كل من التخصصين إعلام وإتصال و علوم قانونية ،متشابهين ويعود ذلك إلى الشك في حقيقة هذه التسريبات فالأمور الغامضة التي تحيط بها تجعلها عرضة للشك في أنها مجرد تصفية حسابات و أسلوب دعاية لبعض الدول و الشركات الكبرى.أما تخصص علوم سياسية ترجع إجاباتهم بالموافقة على العبارة ذلك أنهم متأكدين أن الذي قام بتسريب هذه الوثائق غرضه تصفية الحسابات و دعاية وهي من الأساليب التي تعتمدها الدول الكبرى لتحقيق مآربها .

الجدول رقم (40)يمثل إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (06) وفق متغير التخصص تخضع التسريبات الإعلامية إلى التحقيق في معلوماتها المسربة.

				محايد								
37.73	20	00	00	3.77	02	9.43	05	20.75	11	3.77	02	
33.96	18	00	00	9.43	05	13.20	07	5.66	03	5.66	03	علوم قانونية
28.30	15	1.88	01	3.77	02	9.43	05	11.32	06	1.88	01	علوم سياسية
%100	53	1.88	01	16.98	09	32.07	17	37.73	20	11.32	06	

الجدول أعلاه يخص العبارة رقم (06) (تخضع التسريبات الإعلامية إلى التحقيق في معلوماتها المسربة)، حيث تبين الإحصاءات أن نسبة 20.75% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الإتصال أجابوا ب (الموافقة) على العبارة ،فيما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم القانونية ب (المحايدة)على العبارة بنسبة 13.20% ، اما فيما يخص أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم السياسية فأجابوا ب (الموافقة)على العبارة رقم (06)وذلك بنسبة 11.32%.

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

ما يدل على أن درجة الإتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث نحو هذه العبارة لها علاقة بالتخصص العلمي .

يتبين أن إجابات أفراد العينة نوعا ما متقاربة مابين موافق و محايد ويعود ذلك إلى التخصص نفسه بحيث أن تسريبات بنما من أطلقها كانت جهة مختصة في تحقيقات التسريبات (الإتحاد الدولي للصحافيين الإستقصائيين).

الجدول رقم (41):يبين إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم(07) وفق متغير التخصص التسريبات تعرف بالأدوار التي تقوم بها المصادر خلف الستار .

				محايد								
%		%		%		%		%		%		
37.73	20	00	00	5.66	03	9.43	05	15.09	08	7.54	04	
33.96	18	00	00	00	00	13.20	07	18.86	10	1.88	01	قانونية
28.30	15	00	00	3.77	02	7.54	04	13.20	07	3.77	02	سياسية
%100	53	00	00	9.43	05	30.18	16	47.16	25	13.20	07	

تبين الإحصاءات أعلاه و المتعلقة بالعبارة رقم (07) (التسريبات تعرف بالأدوار التي تقوم بها المصادر خلف الستار) ، حيث تبين الإحصاءات أن ما نسبته 18.86% من أفراد العينة المتعلقة بالتخصص العلوم القانونية أجابوا ب (الموافقة)على العبارة ،فيما أجاب أفراد العينة والمتعلقة بالتخصص علوم الإعلام و الإتصال ب (الموافقة) على العبارة المذكورة سابقا بنسبة قدرت بـ 15.09% ،اما فيما يتعلق بأفراد العينة المتمثلة في تخصص العلوم السياسية فأجابوا ب (الموافقة) على العبارة بنسبة قدرت بـ 13.20%.

ما يدل على أن درجة الإتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث نحو هذه العبارة ليس له علاقة بالتخصص العلمي .

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

يتبين أن أغلبية إجابات أفراد العينة متقاربة، و يعود ذلك إلى الدور الذي تقوم به التسريبات الإعلامية وما تقدمه من حقائق حول فضائح تحدث في الخفاء و يرجع الفضل في ذلك إلى المصادر التي تعمل في السرية .

الجدول رقم (42): يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (08) وفق متغير التخصص تؤدي التسريبات الإعلامية دورا فعالا و مؤثرا في الوسط الإعلامي و السياسي.

				محايد								
%		%		%		%		%		%		
37.73	20	00	00	00	00	3.77	02	18.86	10	15.09	08	
33.96	18	00	00	1.88	01	5.66	03	13.20	07	13.20	07	علوم قانونية
28.30	15	1.88	01	1.88	01	00	00	20.57	11	3.77	02	علوم سياسية
%100	53	1.88	01	3.77	02	9.43	05	52.83	28	32.07	17	

يتعلق الجدول رقم (42) بالعبارة رقم (08) (تؤدي التسريبات الإعلامية دورا فعالا و مؤثرا في الوسط الإعلامي و السياسي)، حيث تبين الإحصاءات أن نسبة 20.57% من أفراد العينة المتعلقة بالتخصص العلوم السياسية أجابوا بـ (الموافقة) على العبارة بينما أجاب أفراد العينة المتعلقة بالتخصص علوم الإعلام و الإتصال بـ (الموافقة) على العبارة بنسبة قدرت بـ 18.86%، أما فيما يخص أفراد العينة و المتعلقة بالتخصص العلوم القانونية فأجابو بـ (الموافقة بشدة و الموافقة) على العبارة رقم (08) بنسبة قدرت بـ 13.20% .

ما يدل على أن درجة الإتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث نحو هذه العبارة له علاقة بالتخصص العلمي .

تبين أن أغلبية الإجابات موافقة على العبارة، و يعود ذلك إلى ما تقدمه التسريبات الإعلامية حقيقة للإعلام من معلومات يصعب الحصول عليها بظهور هذه التسريبات كمصدر

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

معلومات يعتمد عليها، و ما تفعله على الصعيد السياسي ،حيث وصل الأمر إلى إستقالة بعض الرؤساء من مناصبهم .

الجدول رقم (43) يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (09) وفق متغير التخصص مساعدة المصادر المجهولة في تحقيق مصالحها عمل غير أخلاقي.

				محايد								
%		%		%		%		%		%		
37.73	20	00	00	3.77	02	3.77	02	18.86	10	11.32	06	
33.96	18	00	00	1.88	01	9.43	05	13.20	07	9.43	05	علوم قانونية
28.30	15	1.88	01	00	00	9.43	05	9.43	05	7.54	04	علوم سياسية
%100	53	1.88	01	5.66	03	22.64	12	41.50	22	28.30	15	

يتعلق الجدول رقم (43) المبين أعلاه بالعبارة رقم (09) (مساعدة المصادر المجهولة في تحقيق مصالحها عمل غير أخلاقي). حيث تبين الإحصاءات ،أن ما نسبته 18.86% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الإتصال أجابوا بـ (الموافقة) على العبارة ،فيما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم القانونية بـ (الموافقة) على العبارة رقم (09) بنسبة 13.20% ،أما أفراد العينة المتعلقة بالتخصص العلوم السياسية فأجابو بـ (الموافقة و المحايدة) على العبارة بنسبة قدرت بـ 9.43% .

ما يدل على أن درجة الإتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث نحو هذه العبارة ليس له علاقة بالتخصص العلمي .

إتضح أن غالبية إجابات المبحوثين توافق على العبارة ويرجع ذلك إلى أن العمل على مساعدة المصادر السرية في تحقيق مصالحهم الشخصية أمر غير أخلاقي و مرفوض في كل الأحوال ،و فيما يخص العينة المتعلقة بتخصص الإعلام و الإتصال فبحكم تخصصهم

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

الإعلامي فإنهم يوافقون على أن مساعدة المصادر المجهولة في تحقيق مصالحها عمل غير أخلاقي فلكل عمل أخلاقيات تحكمه .

جدول رقم (44): يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (10) وفق متغير التخصص. تقلل المعلومات المسربة من مصداقية وسائل الإعلام .

				محايد								
%		%		%		%		%		%		
37.73	20	1.88	01	07	7.54	04	11.32	06	3.77	02		
				13.20								
33.96	18	3.77	02	5.66	03	9.43	05	15.09	08	00	00	قانونية
28.30	15	3.77	02	9.43	05	5.66	03	3.77	02	5.66	03	سياسية
%100	53	9.43	05	15	28.30	22.64	12	30.18	16	9.43	05	

تبين الإحصاءات أعلاه و المتعلقة بالعبارة رقم (10) (تقلل المعلومات المسربة من مصداقية وسائل الإعلام)، حيث تبين الإحصاءات أن ما نسبته 15.09% من أفراد العينة و المتعلقة بتخصص العلوم القانونية أجابوا ب (الموافقة) على العبارة، فيما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الإتصال ب (المعارضة) على العبارة بنسبة قدرت ب 13.20% و بالنسبة إلى أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم السياسية فأجابوا ب (بالمعارضة) على العبارة رقم (10) بنسبة قدرت ب 9.43% .

ما يدل على أن درجة الإتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث، نحو هذه العبارة ليس له علاقة بالتخصص العلمي .

تبين أن كل من تخصص إعلام وإتصال و تخصص علوم سياسية يعارضون العبارة التي تقول بأن المعلومات المسربة تقلل مصداقية وسائل الإعلام ويعود ذلك إلى أن التسريبات ليس لها صفة الرسمية وغالبا ماتكون هذه المعلومات المسربة غير صحيحة، بينما وسائل الإعلام لاتنتشر أي معلومة حتى تتحقق منها وليست التسريبات من تحدد مصداقيتها، أما

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

تخصص علوم قانونية على العكس يوفقون على العبارة بإعتبار أن للتسريبات دور في إظهار الحقائق وكشف المستور ووسائل الإعلام تعجز عن القيام بما تقوم به التسريبات الإعلامية .

الجدول رقم (45): يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (11) وفق متغير التخصص تسريبات بنما تتميز بالنزاهة و الحياد .

				محايد								
%		%		%		%		%		%		
37.73	20	3.77	02	7.54	04	16.98	09	9.43	05	00	00	
33.96	18	1.88	01	11.32	06	9.43	05	9.43	05	1.88	01	انونية
28.30	15	1.88	01	5.66	03	15.09	08	3.77	02	1.88	01	سياسية
%100	53	7.54	04	24.52	13	41.50	22	22.64	12	3.77	02	

الجدول أعلاه يخص العبارة رقم (11) (تسريبات بنما تتميز بالنزاهة و الحياد) حيث تبين الإحصاءات أن نسبة 16.98% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الإتصال أجابوا ب (المحايدة) للعبارة ، فيما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم السياسية ب (المحايدة) للعبارة، بنسبة قدرت ب 15.09%، بينما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم القانونية ب(المعارضة) للعبارة بنسبة 11.32%.

ما يدل على أن درجة الإتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث نحو هذه العبارة ليس له علاقة بالتخصص .

يتضح أن كل من التخصصين الإعلام والإتصال و العلوم السياسية محايدون للعبارة ويعود ذلك إلى أن الجهة التي قامت بالتحقيق في الوثائق مقرها في أمريكا و بالتالي هناك من يرى أن الأمر فيه بعض من الشك في نتائج التحقيق .وبالنسبة لتخصص علوم قانونية

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

فهم يعارضون العبارة ويرجع ذلك لإجراء التحقيق في إطار السرية التامة بعيدة عن الحماية القانونية .

الجدول رقم (46): يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (12) وفق متغير التخصص التسريبات الإعلامية تلعب دور الكاشف عن الفساد .

				محايد								
%		%		%		%		%		%		
37.73	20	1.88	01	3.77	02	11.32	06	16.98	09	3.77	02	
33.96	18	00	00	7.54	04	5.66	03	9.43	05	11.32	06	قانونية
28.30	15	1.88	01	1.88	01	5.66	03	9.43	05	9.43	05	سياسية
%100	53	3.77	02	13.20	07	22.64	12	35.84	19	24.52	13	

يتعلق الجدول رقم (46) بالعبارة رقم (12) (التسريبات الإعلامية تلعب دور الكاشف عن الفساد)، حيث تبين الإحصاءات أن نسبة 16.98% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الإتصال أجابوا ب (الموافقة) على العبارة ،فيما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم القانونية ب (موافق بشدة) على العبارة رقم (12) بنسبة قدرت ب 11.32% ،أما بالنسبة إلى أفراد العينة التي تتعلق بتخصص العلوم السياسية فأجابوا ب (موافق وموافق بشدة) بنسبة 9.43% على العبارة المذكورة سابقا.

ما يدل على أن درجة الإتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث نحو هذه العبارة ليس له علاقة بالتخصص .

تبين أن إجابات أغلبية أفراد العينة ما بين موافق وموافق بشدة ،ويعود ذلك إلى أن التسريبات أصلا تكون في حالات الفساد فقط والتي تكون تحت غطاء ملفات سرية ويأتي من يرى أن من واجبه كشف هذا الفساد ويكون ذلك عن طريق التسريب لأنه يخاف على حياته.

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

جدول رقم (47): يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (13) وفق متغير التخصص
لا مانع من نشر خبر مبني على معلومات مسربة .

				محايد								
%		%		%		%		%		%		
37.73	20	1.88	01	9.43	05	1.88	01	22.64	12	1.88	01	
33.96	18	1.88	01	7.54	04	9.43	05	11.32	06	3.77	02	قانونية
28.30	15	3.77	02	3.77	02	9.43	05	7.54	04	3.77	02	سياسية
%100	53	7.54	04	20.75	11	20.75	11	41.50	22	9.43	05	

يتعلق الجدول رقم (47) بالعبارة رقم (13) (لا مانع من نشر خبر مبني على معلومات مسربة) حيث تبين الإحصاءات أن ما نسبة 22.64% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الإتصال أجابوا بـ (الموافقة) على العبارة ، فيما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم القانونية بـ (الموافقة) على العبارة المذكورة بنسبة 11.32% ، بينما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم السياسية بـ (المحايدة) بنسبة قدرت بـ 9.43% .
ما يدل على أن درجة الإتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث نحو هذه العبارة ليس له علاقة بالتخصص العلمي

يتبين أن غالبية إجابات المبحوثين موافقة على العبارة ، ويعود ذلك إلى أن المعلومات المسربة التي تخدم الصالح العام وتطور الرأي العام لا بأس بنشرها . أما تخصص علوم سياسية الذين أجابوا بالمحايدة للعبارة يرجع ذلك إلى نوعية المعلومات المسربة و درجة أهميتها .

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

جدول رقم(48):يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة (14) وفق متغير التخصص
يمكن الإعتماد على التسريبات كمصدر معلومات لوسائل الإعلام.

				محايد								
%		%		%		%		%		%		
37.73	20	00	00	09	1.88	01		3.77	02			
				16.98				15.09	8			
33.96	18	00	00	03	5.66	04		7.54	04	07	7.54	علوم قانونية
								13.20				
28.30	15	00	00	02	3.77	06		07	00	00	00	علوم سياسية
								13.20				
%100	53	00	00	14		11		22	11.32	06		
				26.41				41.50				

يتعلق الجدول رقم(48) بالعبارة رقم (14) (يمكن الإعتماد على التسريبات كمصدر معلومات لوسائل الإعلام.)،حيث تبين الإحصاءات أن ما نسبته 16.98% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام والاتصال أجابوا بـ(المعارضة) للعبارة ، فيما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم القانونية بـ (الموافقة) بنسبة 13.20%،أما بالنسبة لأفراد العينة التي تتعلق بتخصص العلوم السياسية أجابو بـ (الموافقة) على العبارة بنسبة قدرت بـ 13.20 % .

مايدل على أن درجة الإتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث نحو هذه العبارة له علاقة بالتخصص العلمي .

يتضح أن إجابات المبحوثين نوعا ما متوافقة بين تخصص العلوم القانونية و العلوم السياسية ،ويرجع ذلك إلى المعلومات المسربة في حد ذاتها مهمة بقدر يسمح أن تكون مصدر معلومات لوسائل الإعلام وهناك الكثير من وسائل الإعلام العالمية التي تعتمد على التسريبات كمصدر معلومات بشرط التحقق منها .أما تخصص الإعلام والاتصال يعود سبب

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

رفضهم للعبارة بحكم أخلاقيات و مبادئ التي يتم العمل الإعلامي من خلالها فالمعلومات يجب أن تكون ذات مصادر معلومة و من جهد و بحث الصحفي المحقق .

جدول رقم (49) يوضح إجابات عينة البحث حول العبارة رقم (15) وفق متغير التخصص .
تساعد المعلومات المسربة في إثراء العمل الإعلامي الإستقصائي .

				محايد								
37.73	20	00	00	9.43	05	3.77	02	18.86	10	5.66	03	
33.96	18	00	00	7.54	04	9.43	05	13.20	07	3.77	02	قانونية
28.30	15	00	00	1.88	01	5.66	03	20.75	11	00	00	سياسية
%100	53	00	00	18.86	10	18.86	10	52.83	28	9.43	05	

يتعلق الجدول رقم (49) بالعبارة رقم (15) . تساعد المعلومات المسربة في إثراء العمل الإعلامي الإستقصائي)، حيث تبين ، إحصاءات أن ما نسبته 20.75% من أفراد العينة و المتعلقة بتخصص علوم العلوم السياسية أجابوا ب (الموافقة) على العبارة المذكورة أعلاه، فيما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الإتصال ب (الموافقة) على العبارة بنسبة قدرت ب 18.86%، وفيما يتعلق بأفراد العينة و المتعلقة بتخصص العلوم القانونية أنهم أجابوا ب (الموافقة) على العبارة بنسبة قدرت ب 13.20% .
ما يدل على أن درجة الإتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث نحو العبارة ليس له علاقة بالتخصص العلمي .

نلاحظ أن إجابات المبحوثين جاءت بالموافقة على العبارة ، ويعود ذلك إلى أن العمل الاستقصائي وفضل التسريبات أخذت الصحافة الاستقصائية بالانتعاش مجددا لما توفره لها التسريبات من معلومات و بيانات تحتاج إلى التحقيق و التقصي عن صحتها ، من قبل كان الصحفي يأخذ وقت طويل في إختيار موضوع مهم للإستقصاء عنه بينما الآن و ماتوفره

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

البيئة الإلكترونية من معلومات مسربة أصبح من السهل البحث عن صدق المعلومات من خلال التسريبات الإعلامية .

جدول رقم (50): يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (16) وفق متغير التخصص.

التسريبات الإعلامية ساهمت في الرفع من قيمة المعلومة الإعلامية .

				محايد							
%		%		%		%		%		%	
37.73	20	00	00	5.66	03	08		11.32	06	5.66	03
						15.09					
33.96	18	00	00	1.88	01	05		13.20	07	9.43	05
						9.43					قانونية
28.30	15	1.88	01	5.66	03	9.43	05	9.43	05	1.88	01
											سياسية
%100	53	1.88	01	13.20	07	18		33.96	18	16.98	09

تبين الإحصاءات أعلاه و المتعلقة بالعبارة رقم (16) (التسريبات الإعلامية ساهمت في الرفع من قيمة المعلومة الإعلامية) حيث تبين الإحصاءات أن ما نسبته 15.09% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الإتصال أجابوا ب (المحايدة) للعبارة، فيما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم القانونية أجابوا ب(الموافقة) على العبارة بنسبة 13.20%، أما بالنسبة إلى أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم السياسية أجابوا ب (الموافقة و المحايدة) للعبارة بنسبة 9.43% .

ما يدل على أن درجة الإتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث نحو هذه العبارة له علاقة بالتخصص العلمي .

تبين أن إجابات المبحوثين جاءت متقاربة، ويعود ذلك إلى أن المعلومة وفي الوقت الحاضر وفي عصر الرقمنة وما تشهده التسريبات من نمو سريع فإنه المعلومة أصبحت ذات قيم متعددة إعلاميا سياسيا و إقتصاديا و إجتماعيا و تعليميا، أصبحت المعلومة الإعلامية تبايع

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

وتشتري ،وتلعب دور السلاح فالمؤسسة الإعلامية التي تمتلك معلومات ذات قيمة مادية وقيمة إستراتيجية لها نفوذ لفرض الوجود وحتى تهديد الأنظمة السياسية .

جدول رقم (51): يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (17) وفق متغير التخصص .
أعتقد أن التسريبات الإعلامية جديرة بالثقة و الموضوعية .

				محايد							
%		%		%		%		%		%	
37.73	20	3.77	02	06	07	7.54		1.88	01		
				11.32	13.20		04				
33.96	18	1.88	01	7.54	04	5.66	03	5.66	03		علوم قانونية
						13.20					
28.30	15	00	00	9.43	05	1.88	01	00	00		علوم سياسية
						16.98					
%100	53	5.66	03	15	23		08	7.54	04		
				28.30	43.39	15.09					

الجدول أعلاه يخص العبارة رقم (17) (أعتقد أن التسريبات الإعلامية جديرة بالثقة و الموضوعية)، حيث تبين الإحصاءات مانسبته 16.98% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم السياسية أجابوا ب (المحايدة) للعبارة رقم (17)، فيما أجاب أفراد العينة المتعلق بالتخصص علوم الإعلام و الإتصال ب (محايدة) العبارة بنسبة قدرت ب 13.20% وأما أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم القانونية فأجابوا ب (المحايدة) وذلك بنسبة قدرت ب 13.20%.

ما يدل على أن درجة الإتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث نحو العبارة ليس له علاقة بالتخصص العلمي .

يتبين أن أغلبية الإجابات جاءت بالمحايدة للعبارة ،ويعود ذلك إلى الطريقة التي تمت بها تحليل ومعالجة الوثائق المسربة ،حيث شاركت في التحقيق أكثر من 180 مؤسسة إعلامية الإستقصائية بالأردن .هذا ما أكسبها نوعا من الثقة والموضوعية

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

الجدول رقم (52): يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (18) وفق متغير التخصص.

المعلومات المسربة غالبا ماتكون غير صحيحة.

				محايد								
%		%		%		%		%		%		
37.73	20	00	00	15.09	08	13.20	07	9.43	05	00	00	
33.96	18	3.77	02	5.66	03	7.54	04	11.32	06	5.66	03	قانونية
28.30	15	1.88	01	11.32	06	9.43	05	5.66	03	00	00	سياسية
%100	53	5.66	03	32.07	17	30.18	16	26.41	14	5.66	03	

يتعلق الجدول رقم (52): بالعبارة رقم(18) المعلومات المسربة غالبا ماتكون غير صحيحة)، حيث تبين الإحصاءات أن ما نسبته 15.09% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الإتصال أجابوا بـ (المعارضة) للعبارة ،فيما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم القانونية أجابوا بـ (الموافقة) على العبارة المذكورة سابقا ،بنسبة 11.32% ،أما فيما يتعلق بأفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم السياسية أجابوا بـ - (المعارضة) على العبارة بنسبة 11.32% .

ما يدل على أن درجة الإتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث نحو العبارة ليس له علاقة بالتخصص العلمي .

إتضح أن إجابات عينة البحث جاءت متوافقة بالنسبة لتخصص الإعلام والإتصال وتخصص العلوم السياسية بالإجابة بمعارضة العبارة ،ويعود ذلك إلى أن المعلومات المسربة لو لم تكن صحيحة لما سربت بطريقة سرية ،خاصة في الوقت الحالي الذي يوجد فيه متخصصين في التحقيق ،في صحة المعلومات .أما موافقة العبارة من قبل تخصص العوم القانونية فذلك يعود إلى أنه من الممكن أن تكون التسريبات الإعلامية غير صحيحة و إنما

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

القصد منها أحيانا جس النبض بتسريب معلومات لمعرفة ردة فعل الرأي العام تجاه بعض الأمور وأحيانا تسريب معلومات خاطئة لتشتيت الأفكار و إبعاد الأنظار عن خطط تحبك للمستقبل القريب.

جدول رقم (53): يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (19) وفق متغير التخصص.

التسريبات الإعلامية هي خرق للمهنية و الموثيق الشرفية .

				محايد							
37.73	20	00	00	11.32	06	13.20	07	9.43	05	3.77	02
33.96	18	1.88	01	7.54	04	7.54	04	11.32	06	5.66	03
28.30	15	1.88	01	9.43	05	9.43	05	1.88	01	5.66	03
%100	53	3.77	02	28.30	15	30.18	16	22.64	12	15.09	08

الجدول أعلاه يخص العبارة رقم (19) (التسريبات الإعلامية هي خرق للمهنية و الموثيق الشرفية). حيث تبين المعطيات أن نسبة 13.20% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الإتصال أجابوا ب (المحايدة) للعبارة ، فيما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم القانونية ب (الموافقة) على العبارة بنسبة 11.32% ، أما بالنسبة إلى أفراد العينة و المتعلقة بتخصص العلوم السياسية فأجابوا ب(المحايدة و المعارضة) على العبارة بنسبة 9.43%.

مايدل على أن درجة الإتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث نحو هذه العبارة له علاقة بالتخصص العلمي .

تبين أن إجابات أفراد العينة جاءت متباينة نوعا ويعود ذلك إلى التباين في التخصصات وكل ومهنيته نحو تخصصه، فعينة الإعلام و الإتصال كانت الإجابة ب "محايد" وذلك لإن

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

أخلاقيات العمل الإعلامي يمنع التعامل مع المعلومات السرية و المسربة حتى لايقع الصحفيين في فخ تلاعب بعض الجهات المسؤولة عن التسريب التي لها غايات من تسريب المعلومات ،أما تخصص العلوم القانونية جاءت الإجابة "موافقة " العبارة وذلك بحكم أنهم قانونيون فإنهم ينظرون في هذه النقطة من الجهة القانونية أكثر من الحق في المعرفة .أما العلوم السياسية جاءت إجابتهم بالمحايدة و المعارضة للعبارة ، ويعود ذلك إلى رؤيتهم للموضوع من ناحية المهنية و الأخلاق ليس بالأمر المهم بقدر رؤيتهم للموضوع في حد ذاته و قيمة الوثائق التي تحملها تسريبات بنما .

الجدول رقم (54):يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (20)وفق متغير التخصص.

ينبغي نشر المعلومات التي تضم معلومات مهمة للرأي العام .

		محايد									
%		%		%		%		%		%	
37.73	20	1.88	01	3.77	02	5.66	03	16.98	09	9.43	05
33.96	18	00	00	5.66	03	7.54	04	9.43	05	11.32	06
28.30	15	1.88	01	1.88	01	3.77	02	15.05	08	5.66	03
%100	53	3.77	02	11.32	06	16.98	09	41.50	22	26.41	14

يتعلق الجدول رقم (54) بالعبارة رقم (20) (ينبغي نشر المعلومات التي تضم معلومات مهمة للرأي العام)حيث تبين الإحصاءات أن نسبة 16.98% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الإتصال أجابوا ب (الموافقة) على العبارة ،فيما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم السياسية أجابوا ب (الموافقة)على العبارة بنسبة 15.05%، أما

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

بالنسبة لأفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم القانونية أجابوا ب (الموافقة بشدة) بنسبة 11.32% .

ما يدل على أن درجة الإتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث نحو هذه العبارة ليس له علاقة بالتخصص العلمي .

إتضح أن الإجابات جاءت كلها متوافقة بين "موافق" و"موافق بشدة" ويعود ذلك إلى أن الحق في الإطلاع على المعلومات هو حق مشروع لكل الناس خاصة إذا كانت هذه المعلومات تخص الرأي العام، بل من الواجب إطلاعهم على كل المعلومات المهمة ووضعهم في الصورة حتى لا تكون عواقب وخيمة في حالة الكتمان المستمر سيولد فقدان الثقة من مسارب المعلومات سواء من الدولة أو من وسائل الإعلام .

جدول رقم (55): يوضح إجابات أفراد عينة البحث للعبارة رقم (21) وفق متغير التخصص.

تسريبات بنما إعتمدت على مصدر معروف في تحليل محتواها .

				محايد								
%		%		%		%		%		%		
37.73	20	1.88	01	3.77	02	22.64	12	9.43	05	00	00	
33.96	18	00	00	3.77	02	18.86	10	5.66	03	5.66	03	قانونية
28.30	15	00	00	3.77	02	15.09	08	9.43	05	00	00	سياسية
%100	53	1.88	01	11.32	06	56.60	30	24.52	13	5.66	03	

تبين الإحصاءات أعلاه و المتعلقة بالعبارة رقم (21) (تسريبات بنما إعتمدت على مصدر معروف في تحليل محتواها)، حيث تبين الإحصاءات أن نسبة 22.64% من أفراد العينة والمتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الإتصال أجابوا ب(المحايدة) فيما أجاب أفراد العينة و المتعلقة بتخصص العلوم القانونية ب (المحايدة) على العبارة بنسبة 18.86% ، أما فيما

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

يتعلق بأفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم السياسية فأجابوا ب (المحايدة) على العبارة بنسبة 15.09%.

مايدل على أن درجة الإتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث نحو هذه العبارة ليس له علاقة بالتخصص العلمي .

تبين أن أغلبية إجابات المبحوثين متوازنة ومشاركة الإجابة حول العبارة ،و يرجع ذلك إلى أن عينة البحث ترى أن مهمة التحقيق في الوثائق التي أسندت إلى الإتحاد الدولي للصحافيين الإستقصائيين غير معروفة بالقدر الكافي بالنسبة لأفراد العينة .

الجدول رقم(55):يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم(22) فق متغير التخصص

تساعد التسريبات الصحفيين في تحقيق سبق الصحفي على زملائهم .

		محايد									
%		%		%		%		%		%	
37.73	20	1.88	01	3.77	02	3.77	02	16.98	09	11.32	06
33.96	18	00	00	1.88	01	5.66	03	11.32	06	15.09	08
28.30	15	00	00	3.77	02	7.54	04	11.32	06	5.66	03
%100	53	1.88	01	9.43	05	16.98	09	39.62	21	32.07	17

تبين الإحصاءات أعلاه و المتعلقة بالعبارة رقم (22) تساعد التسريبات الصحفيين في تحقيق سبق الصحفي على زملائهم)حيث تبين الإحصاءات أن نسبة16.98% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الإتصال أجابوا ب(الموافقة)على العبارة المذكورة، فيما أجاب أفراد العينة من تخصص العلوم القانونية ب(الموافقة بشدة) بنسبة 15.09%، أما فيما يخص أفراد العينة التي تتعلق بتخصص العلوم السياسية أجابوا ب (الموافقة) على العبارة رقم(22) بنسبة قدرت ب 11.32%.

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

ما يدل على أن درجة الإتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث نحو هذه العبارة له علاقة بالتخصص العلمي .

إتضح أن أغلبية إجابات المبحوثين جاءت ما بين موافق و موافق بشدة ،ويعود ذلك إلى أن التفرد أو الحصول على معلومات مهمة عن طريق التسريب يُمكن الصحافيين من تحقيق السبق الصحفي على زملائهم ،وهنا يجب أن نشير إلى علاقة الصحفي بمصادره الخاصة و السرية ،وهذا ما حدث مع الصحيفة الألمانية لوثائق بنما من مصدر مجهول الهوية .

الجدول رقم(56) يوضح إجابات أفراد العينة البحث حول العبارة رقم (23) وفق متغير التخصص .

وسائل الإعلام الجزائرية لم تبالي بتسريبات بنما .

				محايد								
%		%		%		%		%		%		
37.73	20	00	00	11.32	06	5.66	03	18.86	10	1.88	01	
33.96	18	00	00	3.77	02	9.43	05	16.98	09	3.77	02	علوم قانونية
28.30	15	00	00	5.66	03	11.32	06	9.43	05	1.88	01	علوم سياسية
%100	53	00	00	20.75	11	26.41	14	45.28	24	7.54	04	

يتعلق الجدول رقم(56) أعلاه بالعبارة رقم(23) (وسائل الإعلام الجزائرية لم تبالي بتسريبات بنما) حيث تبين الإحصاءات أن مانسبته 18.86% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الإتصال أجابوا بـ (الموافقة) على العبارة ،فيما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم القانونية بـ(الموافقة) على العبارة بنسبة 16.98%،أما بالنسبة لأفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم السياسية أجابوا بـ(بالمحايدة)بنسبة 11.32%.

إتضح أن كل من التخصصين إعلام واتصال و علوم قانونية كانت إجابتهم بـ "موافق"، ذلك أن وسائل الإعلام الجزائرية لم تعطي الموضوع قدر كبير من الأهمية ،ويعود ذلك إلى أن

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

الأوراق مست شخصيات جزائرية ذات نفوذ سياسي ،و البحث في هذه الأوراق كان سيؤدي إلى نبش في قضايا الفساد و الكل يعرف حجم الفساد الذي تناولته وسائل الإعلام الجزائرية خلال السنوات الأربع الأخيرة ،وهي في غنى عن هذه المشاكل ولكن الأمر يتعلق في وسائل الإعلام في حد ذاتها لم تؤدي دورها بالشكل الذي قامت به وسائل الإعلام العربية والأجنبية وهنا يظهر تزواج السياسة بالإعلام ،كما أن الصحفي الجزائري الوحيد الذي شارك في التحقيق في وثائق بنما التي تخص الجزائر ضمن مؤسسة أريج تعرض إلى مضايقات من طرف المتورطين الجزائريين .

الجدول رقم (57): يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم(24) وفق متغير التخصص.

المعلومات المسربة صحيحة و صادقة في مضمونها

				محايد							
%		%		%		%		%		%	
37.73	20	1.88	01	3.77	02	20.75	11	9.43	05	1.88	01
33.96	18	00	00	5.66	03	20.75	11	3.77	02	3.77	02
28.30	15	00	00	7.54	04	13.20	07	7.54	04	00	00
%100	53	1.88	01	16.98	09	54.71	29	20.75	11	5.66	03

يتعلق الجدول رقم (57) بالعبارة رقم(24) (المعلومات المسربة صحيحة و صادقة في مضمونها)،حيث تبين الإحصاءات أعلاه أن مانسبته 20.75% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الإتصال أجابوا بـ(المحايدة) ،فيما أجاب أفراد العينة المتعلقة ب العلوم القانونية ب (المحايدة) على العبارة بنسبة قدرت بـ13.20%. أما بالنسبة إلى أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم السياسية أجابوا بـ(المحايدة)على العبارة بنسبة قدرت ب 13.20% .

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

الجدول رقم (58): يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (25) وفق متغير التخصص التسريبات الإعلامية أمر خطير على العمل الإعلامي .

				محايد								
%		%		%		%		%		%		
37.73	20	1.88	01	06	08	15.09	1.88	01	7.54	04		
				11.32								
33.96	18	3.77	02	06	1.88	01	11.32	06	5.66	03	علوم قانونية	
				11.32								
28.30	15	1.88	01	03	06	3.77	02	5.66	03	03	علوم سياسية	
				5.66		11.32						
%100	53	7.54	04	15	28.30	15	16.98	09	18.86	10		
				28.30								

يتعلق الجدول رقم (58) بالعبارة رقم (25). (التسريبات الإعلامية أمر خطير على العمل الإعلامي)، حيث تبين الإحصاءات أن مانسبته 15.09% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الإتصال أجابوا ب(المحايدة) على العبارة ، فيما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم القانونية ب(الموافقة و المعارضة)على العبارة المذكورة بنسبة 11.32%، أما بالنسبة إلى أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم السياسية أجابوا ب(المحايدة) على العبارة بنسبة قدرت ب11.32%.

ما يدل على أن درجة الإتجاه لدى أفراد العينة من البحث محل البحث نحو العبارة ليس له علاقة بالتخصص العلمي .

يتضح أن كل من تخصص الإعلام و الإتصال و العلوم السياسية أجابوا ب" محايد"،و ذلك أن في ظل التطور التكنولوجي و التقني أصبحت ظاهرة التسريبات الإعلامية شئٌ بديهي بإيجاد بيئة تحتويها وتتنافس فيها وهي بذلك تشكل فارق كبير بالنسبة لوسائل الإعلام التقليدية ،ومن جهة أخرى التسريبات الإعلامية أصبحت اليوم تقدم لوسائل الإعلام خدمة بتقديم معلومات جاهزة ،كما أن حتى وسائل الإعلام تعتمد على التسريبات مثل الجزيرة في

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

إعتمادها على فيديوهات مسربة في العديد من المرات. وبالنسبة لتخصص العلوم القانونية كانت إجاباتهم بموافق ومعارض، ويعود هذا التباين في الإجابة إلى أن التسريبات الإعلامية والدور الذي تقوم به تؤثر على الرأي العام وبإستمرار التسريبات في الظهور وبالشكل السريع سيكون لها في المستقبل صدى و قبول. أما الرأي المعارض للعبارة التي تقول التسريبات الإعلامية أمر خطير على العمل الإعلامي ذلك أن العمل الإعلامي له مبادئ وأخلاقيات تحكمه وموثيق شرفية تحافظ عليه وبالتالي فإن التسريبات الإعلامية لن تشكل خطر على العمل الإعلامي.

الجدول رقم (59): يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (26) وفق متغير التخصص.

من حق الصحفي حماية إسم الشخص الذي سرب له المعلومات .

				محايد							
%		%		%		%		%		%	
37.73	20	00	00	3.77	02	5.66	03	15.09	08	13.20	07
33.96	18	00	00	1.88	01	7.54	04	9.43	05	15.09	08
28.30	15	00	00	00	00	5.66	03	16.98	09	5.66	03
%100	53	00	00	5.66	03	18.86	10	41.50	22	33.96	18

تبين الإحصاءات أعلاه و المتعلقة بالعبارة رقم(26) (من حق الصحفي حماية إسم الشخص الذي سرب له المعلومات .) حيث تبين الإحصاءات أن نسبة 16.98 % من أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم السياسية أجابوا بـ،(الموافقة) على العبارة ،فيما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الإتصال بـ (الموافقة) على العبارة بنسبة 15.09%، بينما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم القانونية فأجابوا بـ(الموافقة بشدة) بنسبة 15.09%.

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

مايدل على أن درجة الإتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث نحو هذه العبارة له علاقة بالتخصص العلمي .

يتضح أن غالبية إجابات عينة البحث كانت موافقة على العبارة ،ويعود ذلك إلى أن القانون يكفل للصحفي الحق في حماية مصادره ولا يبوح بمصادره حماية و أمنا لهم من أي أخطار أو متابعات قضائية ،ويحافظ الصحفي على منبع معلوماته .

الجدول رقم (60):يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم(27)وفق متغير التخصص التسريبات الإعلامية تضر بالصالح العام و الجمهور .

				محايد							
%		%		%		%		%		%	
37.73	20	00	00	08	13.20	07	03	5.66	03	3.77	02
				15.09							
33.96	18	5.66	03	13.20	07	5.66	03	7.54	04	1.88	01
											قانونية
28.30	15	00	00	1.88	01	9.43	05	7.54	04	9.43	05
											سياسية
%100	53	5.66	03	30.18	16	15	20.75	11	15.09	08	
						28.30					

يتعلق الجدول رقم(60)الموضح أعلاه بالعبارة رقم (27) (التسريبات الإعلامية تضر بالصالح العام و الجمهور)حيث تبين الإحصاءات أن ما نسبته15.09%من أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الإتصال أجابوا بـ (المعارضة)للعبارة ،فيما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم القانونية بـ(المعارضة)للعبارة رقم (27)بنسبة 13.20 % ، أما بالنسبة لإفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم السياسية أجابوا بـ(الموافقة و المحايدة) للعبارة ،بنسبة قدرت بـ 9.43%.

مايدل على أن درجة الإتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث نحو العبارة ليس له علاقة بالتخصص العلمي .

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

نلاحظ تقارب في الإجابات، نجد كل من الإعلام و الإتصال و علوم قانونية معارضون للعبارة، وذلك يعود إلى أن التسريبات تنزع الأثقة و تظهر الحقائق و تفضح التجاوزات للمفسدين وعليه فهي تقوم بالتطوير، ولا تضر الصالح العام بل في كثير من المواقف تعدل بعض السلوكيات المضرّة للمجتمعات، وبالنسبة للعلوم السياسية والذين يوافقون على العبارة وذلك بأن السرعة و الكم الهائل للتسريبات والتكثيف منها قد يؤدي إلى تمرير معلومات متطرفة تساهم في إشعال فتيل الفتن خاصة في الوطن العربي .

الجدول رقم (61) يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (28) وفق متغير التخصص

تكشف التسريبات عن ضعف الصحفي في الحصول على المعلومات .

		محايد									
%		%		%		%		%		%	
37.73	20	3.77	02	10	3.77	02	11.32	06	00	00	
33.96	18	3.77	02	3.77	02	7.54	04	15.09	08	3.77	02
28.30	15	3.77	02	5.66	03	11.32	06	1.88	01	5.66	03
%100	53	11.32	06	28.30	15	22.64	12	28.30	15	9.43	05

تبين الإحصاءات أعلاه و المتعلقة بالعبارة رقم (28) (تكشف التسريبات عن ضعف الصحفي في الحصول على المعلومات)، حيث تبين الإحصاءات أن مانسبته 18.86% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الإتصال أجابوا ب (معارض) على العبارة، فيما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم القانونية ب(الموافقة) على العبارة بنسبة 15.19%، أما بالنسبة لأفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم السياسية أجابوا ب(المحايدة) على العبارة بنسبة 11.32%.

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

مايدل على أن درجة الإتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث نحو هذه العبارة ليس له علاقة بالتخصص العلمي .

تبين أن الإجابات مختلفة و تتباين فيما بينها، ويرجع ذلك إلى تخصص كل عينة، حيث أن عينة الإعلام والاتصال تعارض العبارة وذلك أن الصحفي في حالاته العادية هناك عراقيل سياسية و مهنية وقانونية و أمنية تحد من حصوله على المعلومات والتسريب ليس له علاقة بعجز الصحفي للوصول إلى المعلومات ،و التسريب أصلا يقوم به شخص على علاقة مباشرة بتلك المعلومات المسربة ويرى فيها وجوب كشفها عبر التسريب .

الجدول رقم (62): يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (29) وفق متغير التخصص.

التسريبات الإعلامية تكشف الفساد بشكل نزيه وحيادي .

				محايد								
37.73	20	00	00	5.66	03	07	16.98	09	1.88	01		
33.96	18	1.88	01	7.54	04	7.54	04	07	3.77	02	قانونية	
28.30	15	1.88	02	00	00	10	3.77	02	1.88	01	سياسية	
%100	53	5.66	03	13.20	07	21	33.96	18	7.54	04		

يتعلق الجدول رقم(62) أعلاه يخص العبارة رقم(29) (التسريبات الإعلامية تكشف الفساد بشكل نزيه وحيادي)، حيث تبين الإحصاءات أن مانسبته 18.86% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم السياسية أجابوا بـ(المحايدة) على العبارة ، فيما أجاب أفراد العينة المتعلقة ب تخصص علوم الإعلام و الاتصال أجابوا بـ(الموافقة) على العبارة بنسبة 16.98% ،بينما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم القانونية بـ(الموافقة) على العبارة بنسبة 13.20%.

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

يتضح أن إجابة كل من التخصصين إعلام و اتصال و علوم سياسية كانت إجابتهم متطابقة وذلك أن هذه الوثائق قد حقق فيها تحالف صحفي حول العالم بإشراف من الإتحاد الدولي للصحافيين الاستقصائيين وبشروط وضعت للعمل في التحقيق . أما بالنسبة لتخصص العلوم السياسية فذلك يعود إلى أن الوثائق قد قسمت على الصحافيين بشكل يتعلق بأوطانهم وهنا فيه نوع من الذاتية في التحقيق بحيث كل مؤسسة صحافية تحلل وتعالج الوثائق من منظورها وحسب توجهها .

الجدول رقم(63):يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (30)وفق متغير التخصص يتم التحقق و التأكد من صحة و دقة المعلومات المسربة عن طريق الإعلام الإستقصائي.

		محايد										
%		%		%		%		%		%		
37.73	20	1.88	01	00	00	3.77	02	28.30	15	3.77	02	
33.96	18	00	00	3.77	02	5.66	03	15.09	08	9.43	05	نونية
28.30	15	1.88	01	1.88	01	11.32	06	9.43	05	3.77	02	سياسية
%100	53	3.77	02	5.66	03	20.75	11	52.83	28	16.98	09	

يتعلق الجدول رقم (63) الموضوع أعلاه بالعبارة رقم (30) (يتم التحقق و التأكد من صحة و دقة المعلومات المسربة عن طريق الإعلام الاستقصائي)، حيث تبين الإحصاءات أن نسبة 28.30% من أفراد العينة المتعلقة بتخصص علوم الإعلام و الاتصال أجابوا بـ (الموافقة) على العبارة ،فيما أجاب أفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم القانونية بـ (الموافقة) على العبارة بنسبة قدرت بـ 15.09%، أما فيما يتعلق بأفراد العينة المتعلقة بتخصص العلوم السياسية أجابوا بـ(المحايدة) بنسبة 11.32% . مايدل على أن درجة الاتجاه لدى أفراد العينة من النخبة محل البحث نحو العبارة ليس له علاقة بالتخصص العلمي .

الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية

تبين أن كل من تخصص إعلام واتصال و علوم قانونية كانت إجابتهم ب "موافق" ، ويعود ذلك إلى أن مثل هذه المعلومات المسربة المناسب لها هو الإعلام الاستقصائي الذي يحتاج إلى فترة زمنية في التحقيق وله طرق خاصة في تعامله مع المعلومات المسربة ، حيث تتم العملية تحت صحفيين استقصائيين متخصصين هدفهم إظهار الحقائق مثل ما حدث في فضيحة وترجيت و التي أدت في النهاية إلى استقالة الرئيس نيكسون ، فالإعلام الاستقصائي يعطي للمعلومات نوع من المصداقية . أما العلوم السياسية والذين أجابوا ب محايد يرجع ذلك إلى رؤيتهم لهذه المعلومات ووقعها على العلاقات الدولية السياسية أكثر من دورها إعلاميا .

استنتاجات عامة:

من خلال جمع البيانات و المعلومات وتحليلها توصلنا إلى مجموعة من الاستنتاجات العامة لنتائج الدراسة :

1- النتائج الخاصة بالمحور الأول : مصداقية وسائل الإعلام من منظور الأساتذة الجامعيين:

1- الوسيلة الأكثر مصداقية لدى أفراد العينة كانت "وسيلة التلفزيون" لتليها بعده وسيلة الصحف .

2- احتلت القنوات العربية الموجهة و الناطقة بالعربية المراتب الأولى حسب ترتيب أفراد العينة ،حيث احتلت "قناة فرانس 24 بالعربية" المرتبة الأولى .

3- تمت عملية الترتيب للقنوات العربية نظرا لموضوعيتها في تناول المواضيع حسب رأي أفراد العينة محل البحث .

4- احتلت جريدة الخبر المرتبة الأولى كوسيلة إعلام مكتوبة جزائرية و المفضلة في انتقاء الأخبار و المعلومات حسب أفراد العينة .

5- حصلت القنوات الجزائرية التالية "الجزائرية الخامسة (قناة القران الكريم)،و قناة الهدف الرياضية و الخبر الجزائرية KBC و الشروق نيوز ،و كنال ألجيري، على درجة ثقة و موضوعية عالية ،بينما حصلت قناة النهار على درجة ثقة و موضوعية منخفضة، حسب رأي أفراد العينة .

6. درجة اتجاه أفراد العينة نحو مصداقية المعلومات و الأخبار التي تبثها وسائل الإعلام الجزائرية في معظمها بالسلب :غالبية أفراد العينة ليسوا متأكدين من المعلومات التي ترد في وسائل الاعلام الجزائرية .

- عادة ما يقومون بمطابقة المعلومات التي يتلقونها من وسائل الإعلام الوطنية بوسائل أخرى أجنبية .

7. تميز إتجاه أفراد العينة محل البحث حول المعايير المهنية و الأخلاقية لوسائل الإعلام الجزائرية في معظمها بالسلب :

- وسائل الإعلام الجزائرية لا تنقل الأخبار و المعلومات بطريقة محايدة .
- تميل وسائل الإعلام الجزائرية إلى التهويل في عرضها للوقائع .
- لا يتسم أداء وسائل الإعلام الجزائرية بالمسؤولية تجاه الجمهور .
- تسعى وسائل الإعلام الجزائرية إلى إظهار الحقائق .

2- نتائج الخاصة بالمحور الثاني :حول إعتقاد التسريبات كمصدر معلومات .من أهم

النتائج المتوصل إليها في هذا المحور :

- كل أفراد عينة البحث أجابوا بـ "إلى حد ما" فيما يخص فضح المعلومات السرية .
- نشر الوثائق المسربة بعد التحقق من صحتها حسب رأي أفراد العينة .
- ترى أفراد العينة أن وثائق بنما تستحق النشر .
- كل أفراد العينة يؤيدون مهمة إسناد التحقيق إلى الإتحاد الدولي للصحافيين الإستقصائيين .
- غالبية أفراد العينة يؤيدون نشر الوثائق المسربة .
- نشر وثائق بنما هي حرية للرأي و التعبير حسب أفراد العينة .
- جميع أفراد عينة الدراسة لاثويديون التجسس و الإختراقات للحصول على المعلومات .
- حسب أفراد العينة ، الدافع من وراء نشر بنما هو خدمة لسياسات معينة .ويقف من ورائها "وثائق بنما" أيدي خفية .

3- نتائج الدراسة الخاصة بالمحور الثالث:

- التسريبات الإعلامية هي خرق للخصوصية و عمل غير مسؤول حسب أفراد العينة .
- التسريبات الإعلامية تمثل حيلة من قبل المصادر المجهولة لتحقيق أهدافها الخاصة .
- وسائل الإعلام العالمية تصرفت بمسؤولية تجاه تسريبات وثائق بنما .
- التسريبات هي مجرد تصفية حسابات و أسلوب دعاية .
- تؤدي التسريبات دورا فعالا و مؤثرا في الوسط الإعلامي و السياسي .

- مساعدة المصادر في تحقيق مصالحها المجهولة عمل غير أخلاقي .
- تلعب التسريبات الإعلامية دور مهم في كشف الفساد .
- لآمانع من نشر خبر مبني على معلومات مسربة .
- يمكن إعتقاد التسريبات الإعلامية كمصدر معلومات .
- التسريبات الإعلامية تساعد في إثراء العمل الإستقصائي .
- ينبغي نشر المعلومات المهمة للرأي العام .
- وسائل الإعلام الجزائرية لم تبالى بتسريبات بنما .

خاتمه

خاتمة:

يعتبر موضوع التسريبات الإعلامية من المواضيع الأكثر أهمية في علوم الإعلام و الاتصال لما أحدثته من تغييرات جذرية في المجال، فأصبح ينظر للمعلومات المسربة بنظرة جديدة منهم من يطلق عليه اسم الحق في تداول المعلومات و منهم من يراها حرية للتعبير و الرأي العام. فالتسريبات الإعلامية مكنت العديد من الناس من التعرف على ظلم وفساد حكوماتهم و رؤسائهم، ومنهم من يرى في التسريبات الإعلامية دعاية و تضليل من الجهات المسربة التي تسعى إلى تحقيق أهدافها و مصالحها الخاصة .

كان وقع التسريبات الأخيرة الضخمة ببياناتها و المهمة أكثر في عملية التحقيق فيها مسار جديد للنظر بنظرة مغايرة في موضوع التسريبات الإعلامية،"وثائق بنما"التي تميزت بحجم بياناتها الكبيرة و المختلفة عن ما سبقها من تسريبات مضت، فكان للمعلومات الكبيرة التي تحملها وثائق بنما وطريقة التأكد من صحتها بالإضافة إلى التعاون الصحفي العالمي الذي حققته بذلك الصحافة الاستقصائية من سبق صحفي هز العالم بأكمله، وبدأت التساؤلات حول هذا الكم الهائل من المعلومات و البيانات وعن مصداقية هذه المعلومات المسربة و عن أخلاقيات المهنة لهذا النوع من العمل الإعلامي إن صح التعبير .

ومن هنا كانت دراستنا حول موضوع مصداقية التسريبات الإعلامية لدى النخبة الجزائرية- وثائق بنما- نموذجاً، حيث كانت عينة البحث من النخبة متكونة من مجموعة الأساتذة الجامعيين لجامعة الجيلالي بونعامة، وقد تم اعتماد المنهج المسحي في هذه الدراسة ولجمع المعلومات تم استخدام أداة استمارة الاستبيان و المكونة بالإضافة إلى مقياس لقياس المصداقية ،حيث وزعت الاستمارة على أفراد عينة البحث بالتساوي.

ستلعب التسريبات الإعلامية في المستقبل دورا كبيرا في توفير المعلومات المهمة على جميع المستويات، ما سيشكل بذلك ثورة في عالم المعلومات و البيانات التي ستسمح للتحقيقات الاستقصائية بالانتعاش مجددا وفتح مجال الحريات أمام الإعلام و الإعلاميين ، لكن تبقى الأمور غامضة حول هذه التسريبات لما تحتويه من خلفيات و إيديولوجيات خفية غير معروفة .

أ- الموسوعات و المعاجم :

1. ابن منظور أبي الفضل جمال الدين بن مكرم ،لسان العرب ، المجلد:1،دار صابر ،بيروت.
2. أبو بكر محمد عبدالله ،موسوعة جرائم المعلوماتية (جرائم الكمبيوتر و الأنترنت) (د،ط) ،المكتب العربي الحديث ،الإسكندرية ،2007.
3. بينيت طوني و آخرون ،مفاتيح إصطلاحية جديدة معجم مصطلحات الثقافة و المجتمع ،تر:سعيد الغانمي ،(ط،1)،المنظمة العربية للترجمة ،بيروت ،2010 .
4. الجاسور ناظم عبد الواحد ،موسوعة المصطلحات السياسية و الفلسفية الدولية ،(ط،2)،دار النهضة العربية ،بيروت ،2011، .
5. جبران مسعود ،الرائد معجم لغوي عصري ،(ط،7)،دار العلم للملايين ، بيروت ، 1992،ص،492.
6. حجاب محمد منير ،المعجم الإعلامي ،(ط،1)،دارالفجر للنشر و التوزيع ،القاهرة ،2004.
7. حجاب محمد منير ،الموسوعة الإعلامية ،(د،ط) ، المجلد :6، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2003 .
8. خشبة سامي ،مصطلحات فكرية ،(د،ط)،مكتبة الأسرة ،مصر ، 1997 .
9. خليل أحمد خليل ،المفاهيم الأساسية في علم الإجتماع ،(ط،1) ،دار الحداثة للطباعة و النشر ،بيروت ، 1984 .
10. دغيم سميح ،موسوعة مصطلحات العلوم الاجتماعية و السياسية في الفكر العربي الإسلامي ،(ط،1)،مكتبة لبنان ناشرون ،بيروت ، 2000 .
11. رجب عبد الجواد إبراهيم ،معجم المصطلحات الإسلامية في المصباح المنير(ط،1) ،دار الأفاق العربية ،القاهة ،2002.
12. الزيدي طه أحمد ،معجم مصطلحات الدعوة و الإعلام الإسلامي ،(عربي ،إنجليزي) ،(ط،1)،دار الفجر و دار النفائس للنسر و التوزيع ،العراق و الأردن ،2010 .
13. الشحات إبراهيم محمد منصور ،الجرائم الإلكترونية في الشريعة الإسلامية و القوانين الوضعية ،(ط،1)،دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ،2011.
14. صالح العلي صالح وأمينة الشيخ سليمان الأحمد ، المعجم الصافي في اللغة العربية ، (د،ط)، الرياض ، 1401هـ .
15. عبد الفتاح إسماعيل ،معجم المصطلحات السياسية و الإستراتيجية ،(ط،1)،العربي للنشر و التوزيع ،2008،القاهرة .
16. عمر أحمد مختار ،معجم اللغة العربية المعاصرة ،(ط،1)، المجلد:2 ،عالم الكتب ، القاهرة ، 2008، .
17. الفار محمد جمال ، المعجم الإعلامي (أول معجم شامل بكل المصطلحات الإعلامية المتداولة في العالم و تعريفاتها) ،(ط،1)،دار أسامة للنشر و التوزيع و دار المشرق الثقافي ،عمان ،2006 .

18. الفيروز أبادي مجد الدين محمد بن يعقوب ، القاموس المحيط ، مراجعة :أنس محمد الشامي و زكريا جابر أحمد (د،ط)،المجلد :1،دار الحديث ، القاهرة ، 2008 .
19. لالاند أندريه ، موسوعة لالاند الفلسفية ، تر:خليل أحمد خليل ،(ط ،2) ، المجلد :1 ،منشورات عويدات ، بيروت -باريس ،2001 .
20. مارشال جوردن ،موسوعة علم الاجتماع ،تر:محمدالموهري و أحمد زايد و آخرون ،(المجلد :1) ،(ط،2)،المجلس الأعلى للثقافة ،القاهرة ، 2007 .
21. المعجم الوجيز ،(ط ،1)،مجمع اللغة العربية ، مصر ،1980 .
22. المنجد في اللغة و الأعلام ، (ط ،41) ، دار المشرق ، بيروت ، 2005 .
23. وستاكس دون و شانون ،قاموس العلاقات العامة القياس و البحث ،تر:عليديبكل العنزي ،(ط،3)،معهد العلاقات العامة ،2013 .
24. وهبة مراد ،المعجم الفلسفي (معجم المصطلحات الفلسفية)،(د،ط) ، دار قباء الحديثة للنشر و التوزيع ،القاهرة ،2011 ،

ب- الكتب:

25. أبراش إبراهيم ،المنهج العلمي و تطبيقاته في العلوم الإجتماعية،(ط،1)،دار الشروق ،عمان ،2009.
26. أبلسون هال ،هاري لويس و كين ليدين ،الطوفان الرقمي كيف يؤثر على حياتنا و حريتنا و سعادتنا ،تر:أشرف عامر ،(د،ط)،مؤسسة هنداوي للتعليم و الثقافة ،القاهرة ،2014.
27. أبو أصبع صالح خليل ، الإتصال في المجتمعات المعاصرة ،(ط،5)،دار مجدلاوي للنشر و التوزيع عمان،2006
28. أبو أصبع صالح ،تحديات الإعلام العربي "دراسات الإعلام " (المصداقية ،الحرية، التنمية و الهيمنة الثقافية)،(ط،1)دار الشروق للنشر و التوزيع ،عمان ،1998 .
29. أبو حليل فارس جميل ،وسائل الإعلام بين الكبت و حرية التعبير ،(ط،1)دار أسامة للنشر و التوزيع ،عمان ،2011 ، .
30. أبو شنب جمال ،الإعلام الدولي و العولمة ،(ط،1)،دار المعرفة الجامعية ،مصر ،2011 .
31. أبو شنب جمال محمد ،نظريات الإتصال و الإعلام (المفاهيم -المدخل النظرية - القضايا)،(د،ط)،دار المعرفة الجامعية ،مصر ،2013 .
32. أحمد زكريا أحمد ، نظريات الإعلام (مدخل لإهتمامات وسائل الإعلام و جمهورها) ،(ط،1) ،المكتبة العصرية للنشر و التوزيع ،مصر ،2009 .
33. أحمد عامر فتحي حسين ،أخلاقيات الصحافة في نشر الجرائم (دراسة تحليلية مقارنة) (ط،1)،إيتراك للطباعة و النشر و التوزيع ،مصر ،2006 .
34. أسعد محمود عيبر ،التحقيق الصحفي ،(ط،1)،دار البداية ناشرون و موزعون ،عمان ،2012.

35. إسماعيل إبراهيم ،الإعلام المعاصر (وسائله،مهاراته،تأثيراته،أخلاقياته)،(ط،1)،وزارة الثقافة و الفنون و التراث،الدوحة،2014
36. إسماعيل محمود حسن ،مبادئ علم الإتصال و نظريات التأثير ،(ط،1)،الدار العالمية للنشر و التوزيع ،القاهرة،2003 .
37. الأقداحي هشام محمود ،سيكولوجية النخبة العليا و الزعامة ،(د،ط) ،مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية،2009.
38. الأنباري شاكراً ،الإعلام العراقي حرية التعبير و الوصول إلى المعلومة ،(د،ط)، هيئة الإعلام و الإتصالات ،بغداد،2010 .
39. بن مرسلّي أحمد ،مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الإتصال ،(ط،2)،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر،2005 .
40. بوتر ديورا ،دليل الصحافة المستقلة ،(د،ط)،مكتب برامج الإعلام الخارجي ،وزارة الخرجية الأمريكية،2006 .
41. تريان ماجد سالم ،الإنترنت و الصحافة الإلكترونية "رؤية مستقبلية" ،(ط،1)،الدار المصرية اللبنانية ،بيروت،2008.
42. تواتي نور الدين ،الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر ،(ط،1)،دار الخلدونية للنشر و التوزيع ،الجزائر،2008 .
43. جدير ماثيو ، منهجية البحث (دليل الباحث المبتدئ في موضوعات البحث ورسائل الماجستير و الدكتوراه ،تر:ملكة أبيض،(د،ط)،وزارة الثقافة ،دمشق،2004.
44. جرينوالد جلين ،لا مكان للإختباء "إدوارد سنودن ،الولايات المتحدة الأمريكية و دولة المراقبة الأمريكية" ،تر:بسام شيحا ،(ط،1)،الدار العربية للعلوم ناشرون ،بيروت ،2014،
45. حجاب محمد منير ، الإعلام الإسلامي المبادئ،النظرية ،التطبيق ،(ط،1)،دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة،2002 .
46. حجاب محمد منير ،أساسيات البحوث الإعلامية و الإجتماعية ،(ط،2)،دار الفجر للنشر و التوزيع ،القاهرة،2003 .
47. حداد نبيل ،في الكتابة الصحفية (السمات ،المهارات ،الأشكال ،القضايا)،(د،ط)،دار الكندي ، عمان ،2002،ص،200.
48. الحديدي منى سعيد و اللبان شريف درويش ، فنون الإتصال و الإعلام المتخصص ،(ط،1)،الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة،2009 .
49. الحديدي منى سعيد و سلوى إمام علي ، الإعلام و المجتمع ،(ط،2)،الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة،2006 .

50. حسام الدين محمد ، المسؤولية الاجتماعية للصحافة ، (ط،1) ،الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 2003 .
51. حسني محمد نصر ،وسائل الإعلام الجديدة (أسس التغطية و الكتابة و الإخراج في الصحافة الإلكترونية)،(ط،1)،مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع و دار حنين للنشر و التوزيع ،الكويت و الأردن ، 2013.
52. حسين عماد مكاوي ،أخلاقيات العمل الإعلامي (دراسة مقارنة)،(ط،4)،الدار المصرية اللبنانية ،القاهرة، 2006 .
53. حسين نصر و سناء عبد الرحمان ، التحرير الصحفي في عصر المعلومات الخبر الصحفي ، (ط،2)،دار الكتاب الجامعي ، الإمارات العربية المتحدة، 2009 .
54. الحمداني بشرى حسنين ،التغطية الصحفية الإستقصائية (تحقيقات عابرة للحدود)،(ط،1)،دار أسامة للنشر و التوزيع ،عمان، 2012 .
55. حمليل رشيد ، الحرب و الرأي العام و الدعاية ،(د،ط)،دار هومة للنشر و التوزيع ،الجزائر ، 2007 .
56. الحيزان محمد بن عبد العزيز ،البحوث الإعلامية:أسسها ،أساليبها ،مجالاتها،(ط،2)،مطبعة سفير،الرياض، 2004 .
57. خوخة أشرف فهمي ،إستراتيجيات الدعاية و الحملات الإعلانية ،(ط،1)،دار المعرفة الجامعية ، مصر ،2011، .
58. الدليمي محمد عبد الرزاق ،الخبر في وسائل الإعلام ،(ط،1)،دار المسيرة للنشر و التوزيع ،عمان، 2012.
59. دنيف حسن علي ،دور الصحافة الإستقصائية في مكافحة الفساد المالي و الإداري و الجريمة المنظمة ،(د،ط) ،منشورات مدرسة الصحافة المستقلة ،بغداد ،2009، .
60. الدهان هادي رواء ،وسائل الإعلام و مستويات الثقة ،(ط،1)،دار أسامة للنشر و التوزيع ،عمان، 2013 .
61. دويدري رجا ووحيد ، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العملية ،(ط،1)،دار الفكر ،بيروت ودمشق ،2000 .
62. راضي سمير بن جميل ، الإعلام الإسلامي رسالة و هدف ،كتاب يصدر عن رابطة العالم الإسلامي ،العدد :172، السعودية ، 1417 هـ .
63. راغب نبيل ، العمل الصحفي ،(ط،1)،مكتبة لبنان ناشرون و الشركة المصرية العالمية للنشر،(بيروت،مصر)،1999، .
64. رجب مصطفى محمد ،الإعلام والمعلومات في الوطن العربي في ظل إرهاب العولمة، (ط،1)،الوراق للنشر والتوزيع ،عمان ،2008 .

65. ريديكو إليوت كينغ راندي ،صحفي الأنترنت ،تر:لميس اليحيي ،(ط،1)،الأهلية للنشر و التوزيع، عمان، 2009.
66. الزيدي طه أحمد ،المسؤولية الأخلاقية في الإعلام الإسلامي (دراسة تأصيلية و تحليلية لأخلاقيات الإعلام في موثيق الشرف الإسلامية)،(ط،1)،ذار النفائس للنشر و التوزيع ،الأردن ،2013.
67. سترنز هربرت ،المراسل الصحفي و مصادر الأخبار ،تر: سميرة أبو سيف ،(ط،2)،الدار الدولية للنشر و التوزيع ،القاهرة، 1989 .
68. سلاطينية بلقاسم و حسان الجيلاني ،أسس المناهج الإجتماعية،(ط،1)،دار الفجر للنشر و التوزيع ،مصر، 2012.
69. سمير محمد حسين ،دراسات في مناهج البحث العلمي (بحوث الإعلام)،(د،ط)،عالم الكتب ،القاهرة، 2006 .
70. السيد بخيت ،الصحافة والأنترنت ،(ط،1)،العربي للنشر و التوزيع ،القاهرة ،2000.
71. السيد بخيت ،أخلاقيات العمل الصحفي ،(ط،1)،دار الكتاب الجامعي ،الإمارات العربية المتحدة، 2011
72. السيد بخيت ،الإنترنت :كوسيلة إتصال جديدة ،(ط،2)،دار الكتاب الجامعي ،الإمارات العربية المتحدة، 2010.
73. السيد بخيت و آخرون ،الإعلام الإماراتي :الواقع و القضايا و الممارسات ،(د،ط)، دار الخليج للصحافة و الطباعة و النشر و مركز الخليج للدراسات ، الشارقة ، 2012 .
74. الشريف نبيل ، التحري الصحفي ، (د،ط)،مركز الأفق الثقافي ،عمان ،1996.
75. الشميمري فهد بن عبد الرحمان ،التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام ؟،(ط،1)،الرياض ، 2010 .
76. شنيلنغر ليزا و مهند الخطيب ،حرب الكلمات ،تر:مفيد ديك ،(د،ط)،المركز الدولي للصحفيين ،واشنطن ،دي سي ، 2006 .
77. صادق عباس مصطفى ،الإعلام الجديد (المفاهيم و الوسائل و التطبيقات)،(ط،1)،دار الشروق للنشر و التوزيع ،عمان ،60، 2008.
78. صباح ياسين ،الإعلام حرية في إنهيار ،(ط،1)،الشبكة العربية للأبحاث و النشر ،بيروت ، 2010 .
79. صدقة جورج ،الأخلاق الإعلامية بين المبادئ و الواقع ،(ط،1)، مؤسسة مهارات ، بيروت ، 2008.
80. صدقة جورج ،الصحافة الإصلاحية دور الصحافي في مكافحة الفساد (دليل تدريبي) ،المركز اللبناني للتربية المدنية ، بيروت ، 2011 .

81. الطوبسي باسم و آخرون ، ظاهرة ويكيليكس جدل الإعلام و السياسة بين الافتراضي و الواقعي ، (ط،1)،المركز العربي للأبحاث و دراسة السياسات ،بيروت ،2012.
82. عامر فتحي حسين ،المسؤولية القانونية و الأخلاقية للصحفي ، (د،ط)، العربي للنشر و التوزيع ، 2014 .
83. عبد الباقي عيسى ،الصحافة و فساد النخبة (دراسة الأسباب و الحلول)،(ط،1)،العربي للنشر و التوزيع ، القاهرة ،2005.
84. عبد الجبار حسين سليمان ،إتجاهات الإعلام الحديث و المعاصر ،(د،ط) ،دار أسامة للنشر ، عمان ،2008.
85. عبد الحليم موسى يعقوب ، الموضوعية و القيم الإخبارية في الإعلام ،(ط،1)،الدار العالمية للنشر و التوزيع ،مصر ،2008.
86. عبد العزيز ياسر محمود ،ضوابط التحقيقات الصحفية الأمنية ،(ط،1)،جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ،الرياض،2010.
87. عبد العزيز عزة ، مصداقية الإعلام العربي (المفاهيم ،المعايير) ، (ط،1) ،العربي للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2006
88. عبد الفتاح الأميرة سماح فرج و آخرون ،الإعلام و تشكيل الرأي العام و صناعة القيم ، (ط،1)،مركز دراسات الوحدة العربية ،بيروت، 2013 .
89. عبد المؤمن علي معمر ،البحث في العلوم الإجتماعية (الأساسيات و المناهج و التقنيات) ، (ط،1)،دارالكتب الوطنية ،ليبيا ، 2008 .
90. عبد الهادي نبيل أحمد ،منهجية البحث في العلوم الإنسانية ،(ط،1)،الأهلية للنشر و التوزيع ،عمان ، 2006 .
91. عزي عبد الرحمان و آخرون ، العرب و الإعلام الفضائي ،(ط،1)، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ،2004،
92. العسكري عبد الله عبود ،منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ،(ط،2)،دار النمير ،دمشق،2004، .
93. علم الدين محمد ،أساسيات الصحافة في القرن الحادي و العشرين ،(ط،2)،المكتبة العصرية ،القاهرة ،2009 .
94. علم الدين محمود ،الصحافة الإلكترونية (ط،1)،دار السحاب للنشر و التوزيع ،القاهرة ،2008.
95. علم الدين محمود ،الصحافة في عصر المعلومات و المستحدثات ،(د،ط)،العربي للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2001 .

96. العياري المنصف و عبد القادر شعباني ،المعالجة الخبرية التلفزيونية العربية بين متطلبات المهنية و التوجهات السياسية ،سلسلة بحوث و دراسات إذاعية (58)،إتحاد إذاعات الدول العربية جامعة الدول العربية ،تونس ،2006 .
97. عيد جمال ،دليل حق تداول المعلومات ،(ط،1)،الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان ،القاهرة، 2013.
98. عيساني رحيمة الطيب ،مدخل إلى الإعلام و الإتصال المفاهيم الأساسية و الوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، (ط،1)،عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع و جدارا للكتاب العالمي ،عمان، 2008 .
99. عيسى محمود حسن ، الصحافة الإستقصائية مهنة المتاعب و الأخطار ،(ط،1)،دار زهران للنشر و التوزيع ، عمان ، 2012.
100. فرج يوسف أمير ،الجرائم المعلوماتية على شبكة الأنترنت،(د،ط)،دار المطبوعات الجامعية ، الإسكندرية ،2008.
101. فهمي محمد سيد ،تكنولوجيا الإتصال في الخدمة الإجتماعية،(د،ط)،المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ،2006 .
102. قنديلجي عامر إبراهيم ،مصادر المعلومات الإعلامية ،،(ط،1)،دار المسيرة للنشر و التوزيع ، عمان ،2011.
103. قنديلجي إبراهيم عامر ،البحث العلمي و إستخدام مصادر المعلومات ،(ط،1)،دار اليازوردي للنشر و التوزيع،عمان ،1999 .
104. قنديلجي إبراهيم عامر،منهجية البحث العلمي ،(د،ط)،دار اليازوردي العلمية للنشر و التوزيع ، عمان ،2012 .
105. كنعان علي عبد الفتاح ، الإعلام و المجتمع ، (د ، ط) ،دار اليازوردي العلمية للنشر و التوزيع، عمان ، 2014 .
106. كوفاتش بيل و توم روزنشتيل ،المبادئ الأساسية للصحافة (ما يجب أن يعرفه الصحفيون و ما يجب أن يتوقعه الجمهور) تر: فاييزة حكيم و أحمد منيب ،(د،ط)،الدار الدولية للإستثمارات الثقافية ،مصر، 2006.
107. لعقاب محمد ،قضايا ساخنة في الإعلام و الإسلام و الثقافة ،(ط،2)،دار هومة ، الجزائر ، 2012 .
108. ماكومز ماكس و لانس هولبرت و آخرون ، ،الأخبار و الرأي العام ، تر:محمد صفوت حسن أحمد (ط،1) ،دار الفجر والدار الجزائرية للنشر و التوزيع ،القاهرة ،الجزائر ،2012
109. محمود الحسن عيسى ، الصحافة الإستقصائية مهنة المتاعب و الأخطار ،(ط،1)،دار زهران للنشر و التوزيع ،عمان ،2012 .

110. مركز الإمارات للدراسات و البحوث الإستراتيجية ،الإعلام العربي في عصر المعلومات ،(ط،1)، الإمارات العربية المتحدة، أبو ظبي ، 2006 .
111. مركز دراسات و تحليل المعلومات الصحفية ،أبرز ما نشر من وثائق ويكيليكس في شهري تشرين الثاني و كانون الأول 2010،(ملف معلوماتي إصدار خاص)بيروت ،2011.
112. المزهرة منال هلال ،نظريات الإتصال ،(ط،1)،دار المسيرة للنشر و التوزيع ،عمان،2012 .
113. المشاقبة بسام عبد الرحمان ،أخلاقيات العمل الإعلامي ،(ط،1)،دار أسامة للنش و التوزيع، عمان ،2012
114. مطر مأمون ،الإعلام الحديث أدوات و تطبيقات ،معهد الإعلام العصري ، جامعة القدس ،صندوق الأمم المتحدة الديمقراطية undef،2013.
115. معهد الصحفيين المحترفين ، كتيب الصحافة الإستقصائية ،مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير ،قطر - الدوحة ،2006 .
116. المقادي كاظم شنون ،الإعلام الدولي و الجديد و تصدع السلطة الرابعة ،(ط،1)،دار أسامة للنشر و التوزيع ،عمان ،2013،ص،94.
117. منظمة المادة 19 و الإتحاد الدولي للصحفيين ، حماية المصادر نشرة لمحامي الإعلام والصحفيين في العراق ،2010
118. موريس أنجرس ،منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ،(ط،2)،دارالقصبه للنشر ،الجزائر، 2006 .
119. الموسوي موسى جواد ،الإعلام الجديد ...تطور الأداء و الوسيلة و الوظيفة ،الطبعة الإلكترونية:1، سلسلة مكتبة الإعلام و المجتمع ،بغداد ،2011 .
120. ناظرية علاء الدين ،مدخل إلى الصحافة الإلكترونية النشأة و التطور و الإستراتيجيات،(ط،1)،دار زهران للنشر و التوزيع ،عمان ،2013.
121. نصر حسني و سناء عبد الرحمان ،التحرير الصحفي في عصر المعلومات الخبر الصحفي،(ط،2)،دار الكتاب الجامعي ،الإمارات العربية ،2009 .
122. هاتلج جون أخلاقيات الصحافة ،تر:كمال عبد الرؤوف،(ط،1)،الدار العربية للنشر و التوزيع ،القاهرة ، 1983.
123. هادي عبد الحليم ،كواليس الدعاية الأمريكية ،(ط،1)،دار الهادي للطباعة و النشر ،بيروت، 2008 .
124. هاملتون جون ماكسويل و جورج كريمسكي ،صناعة الخبر في كواليس الصحافة الأمريكية، تر:أحمد محمود (ط،2)،دار الشروق ،القاهرة ،2002 .

125. هنتر مارك ، يسري فوده ، على درب الحقيقة دليل أريج للصحافة العربية الإستقصائية، تر:محمود الزواوي و رنا الصباغ ،(ط،1)،منظمة اليونيسكو - باريس و البنك الأردني الكويتي ، الأردن،2010 .

126. وحمود خالد وليد ،الهجمات عبر الأنترنت :ساحة الصراع الإلكتروني الجديدة ،(سلسلة دراسات) ،المركز العربي للأبحاث و دراسة السياسات ،الدوحة،2013.

127. الوز هزوان ،الإعلام أدوار وإمبراطورات ،منشورات الهيئة العامة السورية وزارة الثقافة ،دمشق، 2012 .

ج- الندوات العلمية

128. بشارة عزمي ،الحقيقة و السلطة و إعادة الإعتبار للحقائق ،مداخلة ضمن ندوة المصدر المفتوح في عالم الأنترنت و الأوراق الدبلوماسية الأمريكية المسربة كمعطي ،المركز العربي للأبحاث و دراسة السياسات ،بيروت ،2011

129. بكير علي حسين "دور الأنترنت في عصر المعلومات :الفرص و التحديات و المخاطر المستقبلية المرتقبة "،مداخلة ضمن ندوة المصدر المفتوح في عالم الأنترنت و الأوراق الدبلوماسية الأمريكية المسربة كمعطي ،المركز العربي للأبحاث و دراسة السياسات ،بيروت ،2011.

130. الصادق رابح ،"الصحافة و تسريبات ويكيليكس :بين الإحتفاء و التشكيك ،مداخلة ضمن ندوة المصدر المفتوح في عالم الأنترنت و الأوراق الدبلوماسية الأمريكية المسربة كمعطي ،المركز العربي للأبحاث و دراسة السياسات ،بيروت ،2011.

131. الصديق محمد خليفة ،"السودان في وثائق ويكيليكس : الواقع و المأل "،مداخلة ضمن ندوة المصدر المفتوح في عالم الأنترنت و الأوراق الدبلوماسية الأمريكية المسربة كمعطي ،2011،المركز العربي للأبحاث و دراسة السياسات ،بيروت ،2011 .

132. عبد الواجد أمين رضا ،"صحافة المصدر المفتوح و تأثيراتها على الصحافة الورقية"،مداخلة ضمن ندوة المصدر المفتوح في عالم الأنترنت و الأوراق الدبلوماسية الأمريكية المسربة كمعطي ،المركز العربي للأبحاث و دراسة السياسات ،بيروت ،2011.

133. القادري عيسى نهاوند ،"الإعلام التقليدي و ظاهرة التسريبات أية وظيفة أي دور ؟،مداخلة ضمن ندوة المصدر المفتوح في عالم الأنترنت الدبلوماسية الأمريكية المسربة كمعطي ،،المركز العربي للأبحاث و دراسة السياسات ،بيروت

د- المذكرات :

البستجي أريج عبد الفتاح ،ظاهرة ويكيليكس :دراسة في الوثائق الأمريكية من وجهة نظر النخب العربية (الأردن ،فلسطين أنموذجاً)،رسالة ماجستير في الإعلام ،جامعة الشرق الأوسط ،2013-2014.

134. الحبيبي ريهام أحمد ،مصادقية المضامين الدينية الإسلامية في وسائل الإعلام الجديدة لدى الجمهور المصري (دراسة مقارنة) رسالة دكتوراه في الإعلام ،جامعة المنصورة ،مصر ،2014.

135. عبد الباري وائل إسماعيل ، مصداقية المواقع الإخبارية على الأنترنت و علاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري ،(المؤتمر الحادي عشر لكلية الإعلام)،جامعة القاهرة، مصر،2005.

136. العتيبي نائف مطلق فهد ،مصداقية الأخبار التلفزيونية لدى طلاب و طالبات جامعة الملك سعود (دراسة مقارنة بين القنوات التلفزيونية الحكومية و الخاصة)،رسالة ماجستير في الإعلام ،جامعة الملك سعود، السعودية ،2007.

137. عرابي دينا أحمد و العقباوي بسنت عبد المحسن ،مصداقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الإجتماعي لدى الشباب (دراسة ميدانية على عينة من الشباب السعودي)،(ورقة مقدمة في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام و الإتصال "الإعلام الجديد ..التحديات النظرية و التطبيقية "جامعة الملك سعود الرياض 16،15 أبريل 2012).

138. كبحول طالب ،مصداقية الصحافة الإلكترونية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين (دراسة ميدانية و تحليلية على عينة من وسائل الإعلام العربية و الجزائرية و الطلبة الجامعيين)،رسالة دكتوراه في الإعلام و الإتصال ،جامعة الجزائر ،الجزائر ،2016

هـ - المجالات

139. أفريز فورين ،على الولايات المتحدة الأمريكية الكف عن النفاق في سياساتها الخارجية ،مجلة أخبار الساعة ،مركز الإمارات للدراسات و البحوث الإستراتيجية ، العدد: 2013،5274،الإمارات العربية.

140. حرفوش إيمان ، الصحافة الإستقصائية العربية :واقع الصحفي الإستقصائي الجزائري ،مجلة العلوم الإنسانية ، العدد:4،ديسمبر 2015 .

141. حسني محمد نصر و سناء جلال عبد الرحمان ،ظاهرة تجهيل مصادر الأخبار في الصحافة العربية (دراسة لعينة من الصحفيين و الصحف اليومية و الأسبوعية)،المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ،المجلد 5 ،العدد:2،ديسمبر 2004 .

142. خالد صلاح الدين حسين علي ،مستويات مصداقية وسائل الإعلام المصرية لدى الجمهور ، (المجلة المصرية لبحوث الإعلام)، العدد :26،جامعة القاهرة ،كلية الإعلام ، يناير -مارس ،2006 .

143. خضر حمدان و خضير عباس ضاري الموسوي حمدان ، مستويات مصداقية الصحافة في إطار النموذج البنائي للمصداقية ، (مجلة الباحث الإعلامي)، العدد :31،جامعة بغداد ، كلية الإعلام، 2016 .

144. السعدون حميد حمد ،إستخدام الفضاء الإلكتروني و تأثيره في العلاقات الدولية "الشرق الأوسط"أتمودجا ،مجلة دراسات دولية ،العدد:59،مركز الدراسات الإستراتيجية و الدولية ،جامعة بغداد ، العراق ،2014

145. فلاق أحمد و نبيل كرفس ،أخلاقيات العمل الإعلامي في كتابات الصحافة الرياضية الجزائرية،
المجلة العلمية لجامعة الجزائر 3،العدد:1،ديسمبر ،2013.
146. فيل ريس ،"المشهورون في الصحافة الإستقصائية ،مجلة الصحافة مركز الجزيرة الإعلامي
للتدريب و التطوير ،العدد:2016، 1 .
147. قزادري حياة ،التنمية السياسية : المفهوم ..المشكلات و المقومات و الأليات ،(المجلة الجزائرية
للعلوم الاجتماعية و الإنسانية ،العدد الرابع ،جامعة الجزائر (3)،جوان 2015 .
148. كامل شاهين شريف ،الوثائق الرسمية بين السرية و التسريب ويكيليكس ووثائق بنما نموذجا
،مجلة المكتبات و المعلومات و التوثيق في العالم العربي ،العدد:04،جوان 2016 .
149. ليتيم فتيحة و نادية ليتيم ،الأمن المعلوماتي للحكومة الإلكترونية و إرهاب القرصنة ،مجلة الفكر
،العدد:12،جامعة محمد خيضر بسكرة ،2010.

و - مواقع إلكترونية:

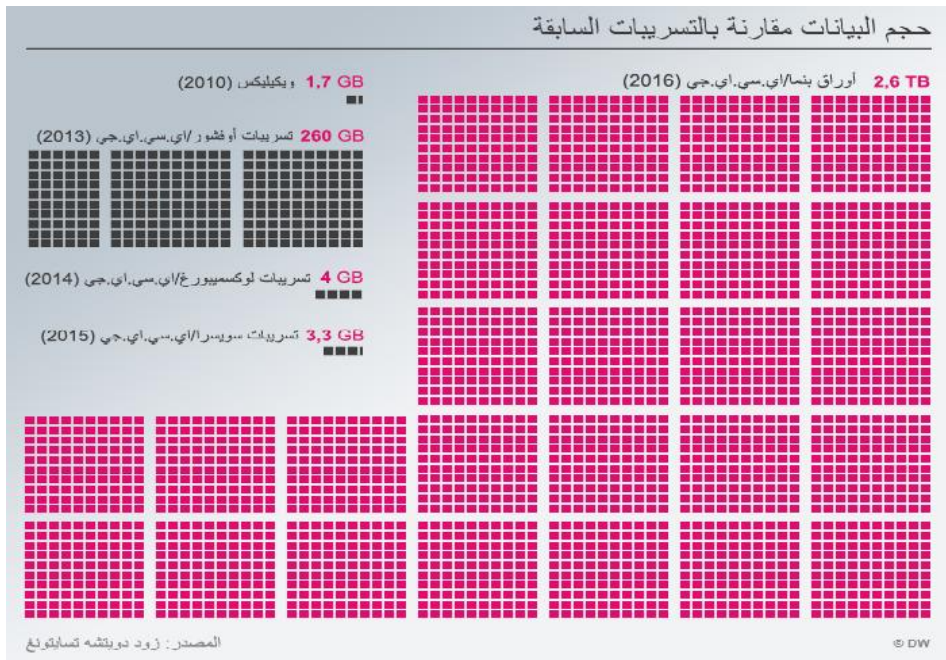
150. أشهر المسربين في التاريخ...قبل تشيلسي مانغ ، العربي الجديد ،العدد :872،(20فيفري
(2017
151. الرأي ،العدد 13008،الأربعاء 11فيفري 2015 . ، www.alrai media.com.
152. <http://www.Almodon.com/media/>
153. <http://www.al-khbar.com/node/> <http://www.noonpost.org/>
154. <http://arabic.cnn.com/world/2016/04/05panama-papers-icij> .
155. <http://www.arij.net/news>
156. <http://arabic.cnn.com/middle-east/2016-04-14rana-sabagh-panama-articles>
157. <http://www.alaraby.co.uk/media-news>.
158. <http://ijnet.org/ar/blog/>
159. <http://www.dw.com/ar/>
160. wolfgang schweiger,media credibility –Experience or Image?European
journal of communication 15(1) .
161. Guy j.Golan ,new prespectiveson media credibility Research,American
Bhavioral scientist 54(1).

الرقم	إسم ولقب الأستاذ المحكم	الدرجة العلمية	التخصص	مؤسسة الإرتباط	تاريخ التحكيم	الإمضاء
01	أ. نصر الدين بويحي	م.أ.د	إعلام وإتصال	جامعة الكوفة بغداد	2017/03/14	
02	أ. طالب كبحول	دكتور	إعلام	جامعة الكوفة بغداد	2017/03/14	
03	أ. راجح شيباني	أستاذ	إعلام	جامعة الكوفة بغداد	2017/03/14	
04	أ. شريف كريد	أ. م.أ.د	إعلام	جامعة الكوفة بغداد	2017/03/15	
05	أ. جمال بغداد	أستاذ	صوت	جامعة الكوفة بغداد	2017/04/08	
06	أ. الحاج تيطاوني	أ. م.أ.د	إعلام	جامعة الكوفة بغداد	2017/04/10	
07	أ. عبد الرزاق بوترة	أ. م.أ.د	إعلام	جامعة الكوفة بغداد	2017/04/16	

ملحق رقم : 01

يوضح أسماء الأساتذة الذين حكموا الإستمارة و المقياس

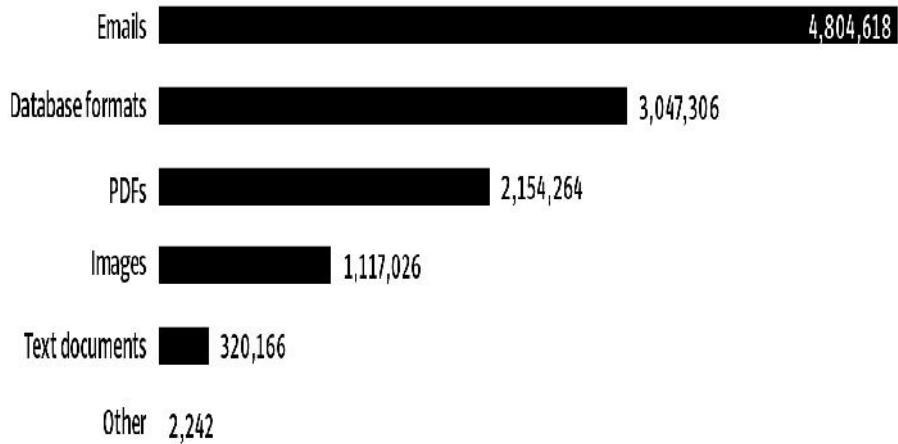
الملحق رقم 2: يوضح حجم البيانات المسربة من 2010 إلى 2016



الملحق رقم 3: يوضح حجم البيانات التي سربت ضمن أوراق بنما .

The structure of the leak

The 11,5 million contain the following file types



جامعة الجليلي بونعامة
كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية

إستمارة إستبيان

..

في إطار القيام بتحضير مذكرة

مصادقية التسريبات الإعلامية لدى النخبة الجزائرية –

– دراسة على عينة من الأساتذة الجامعيين لجامعة الجليلي بونعامة .

الإجابة على الأسئلة المرفقة بهذا

للمشاركة في هذا العمل

الإستبيان بتمعن و دقة و صراحة

:

(+)

*

*يرجى الإجابة على كل الأسئلة .

:

:

. دحمانى سمير .

السنة الجامعية: 2016-2017

البيانات الشخصية :

:

:

 علوم قانونية علوم سياسية

ماجستير

الشه :

:

: مصداقية وسائل الاعلام من منظور الأساتذة الجامعيين .

1- ما هي الوسيلة الإعلامية الأكثر مصداقية من وجهة نظرك ؟

(1

(2) التلفزيون

(3

(4) الصحافة الإلكترونية

(5

.....

-

2 -إليك بعض القنوات العربية رتبها حسب درجة مصداقيتها في تناول المواضيع

وجهة نظرك:

القنوات العربية	القنوات العربية
روسيا اليوم	24 بالعربية
DW tv عربية	العربية
الميادين	الجزيرة
ART بالعربية	CNN بالعربية
	BBC بالعربية
2M المغربية	SKY NEWS عربية

(3)- بترتيب هذه القنوات :

1- لشهرتها

2- لقربها من الحدث

3- لسرعتها في تغطية المواضيع المهمة

4- لموضوعيتها في تناول المواضيع

5- الخبرة الطويلة

6- أخرى أذكرها

(4)- الجزائرية ، ما هي الصحف التي تفضلها في

منها حسب الأهمية من 1 2 3)

الصحف الجزائرية	
الخبر اليومي	
النهار	
المجاهد	
LE MATAIN	
LE SOIR	

5-) كيف ترى درجة الموضوعية و الثقة التي تميز القنوات الجزائرية التالية ؟

ثقة و موضوعية	ثقة وموضوعية	ثقة و موضوعية عالية	القنوات الجزائرية (عامة و خاصة)
			الجزائرية الأرضية
			النهار tv
			الجزائرية
			الجزائرية الثالثة A3
			TV
			CANAL ALGERIE
			الهقار نيوز
			الشروق نيوز
			دزاير نيوز
			الجزائرية Kbc
			الجزائرية الأمازيغية
			الهداف
			الوطن الجزائرية
			الجزائرية الخامسة القرآن الكريم
			نوميديا نيوز

6-) ما هي إتجاهاتك حول مصداقية المعلومات و الأخبار التي تنبثها وسائل الإعلام الجزائرية ؟

العبارات	محايد			
1- أعتقد أن وسائل إعلامنا الوطنية جديرة بالثقة .				
2- بصحتها				
3- عادة أطابق المعلومات التي أتلقها من وسيلة إعلام وطنية بوسائل أجنبية .				
4- أثق بمصادر المعلومات التي تعتمدها وسائل الإعلام الجزائرية .				
5- من الصعب الحصول على معلومات دقيقة من وسائل إعلامنا الوطنية .				

7-) ما هي إتجاهاتك حول المعايير المهنية و أخلاقية وسائل الإعلام الجزائرية ؟

العبارات	محايد			
1-تنقل وسائل الإعلام الجزائرية الأخبار و المعلومات بطريقة محايدة				
2-تميل وسائل الإعلام الجزائرية إلى التهويل في عرضها للوقائع				
3-وسائل الإعلام الجزائرية توازن في عرض وجهات النظر للأطراف السياسية جميعها .				
4-يتسم أداء وسائل الإعلام الجزائرية بالمسؤولية تجاه الجمهور .				
5-أسهمت وسائل الإعلام الجزائرية في تأجيج العنف أكثر من تهدئته .				
6-أرى أن وسائل الإعلام تنقل صورة واقعية لما يجري في البلاد .				
7-تسعى وسائل الإعلام الجزائرية إلى إظهار الحقائق				
8-تسعى وسائل الإعلام الجزائرية إلى الإثارة و الشعبية				

المحور الثاني :إعتماد التسريبات الإعلامية كمصدر معلومات

8-هل إطلعت على أخبار تسريبات وثائق بنما ؟

9-إذا كانت إجابتك بنعم هل كان ذلك عبر

وسائل الإعلام الجديدة

وسائل الإعلام الأجنبية

وسائل الإعلام العربية

10-هل تؤيد نشر و فضح المعلومات السرية ؟

11-هل تؤيد نشر مسربة بعد التحقق من صحتها؟

12-هل ترى أن قيمة وثائق بنما و مضمونها يستحقان النشر؟

13-هل تعتقد أن الصحيفة الألمانية أحسنت التصرف لما أسندت مهمة التحقيق في

المعلومات إلى الإتحاد الدولي للصحفيين الإستقصائيين؟

-14

.....

-15

.....

16-ماذا لو كانت هذه الوثائق بحوزتك هل ستنشرها؟

17-إذا كانت الإجابة بنعم هل ستنشرها عن طريق :

بيعها الأتترنت وسيلة إعلامية

18-هل ترى أن نشرها :

تعبير عن حرية الرأي و التعبير :

19-هل تؤيد التجسس و الإختراقات الإلكترونية للحصول على المعلومات؟

20-كيف يمكن التعامل من وجهة نظرك في نشر الوثائق المسربة

التحقق منها أولاً

نشرها كما هي

لا تنشرها

21- رأيك ما الدافع أو السبب وراء نشر معلومات مسربة حول العالم؟

-لأن هذه المعلومات من حق الجمهور

-لإطلاع الرأي العام العالمي على حقيقة مايجري في الواقع

-حبا بالشهرة

-

-خدمة لسياسات معينة

22- هل تعتقد أن وراء تسريبات بنما أيدي خفية ؟

23- إذا كانت إجابتك بنعم ،برأيك من هي الجهات أو الأيدي الخفية ؟

أمريكية	صهيونية		جهات أخرى
---------	---------	--	-----------

أذكرها

24- أي الوثائق في أوراق بنما كانت الأكثر إهتماماً بالنسبة لك ؟

كلها بصفة	*		
-----------	---	--	--

* : هي كيان إقتصادي يتم تأسيسه في دولة أجنبية ،الهدف منها تجنب الضرائب المرتفعة في ،وهي غطاء لعمليات غسل الأموال .

مصادقية التسريبات الإعلامية:

أجب على العبارات التالية حسب درجة موافقتك :

محايد			
			1- المعلومات المسربة عملاً أخلاقياً و لا غبار عليه .
			2-التسريبات تمثل حيلة من قبل المصادر المجهولة لتحقيق أهدافها
			3-وسائل الإعلام العالمية تصرفت بمسؤولية تجاه تسريبات بنما
			4-التسريبات هي خرق للخصوصية و عمل غير مسؤو
			5-التسريبات الإعلامية هي مجرد تصفية حسابات واسلوب دعابة
			6-تخضع التسريبات الإعلامية إلى التحقيق في معلوماتها المسربة
			7-التسريبات تعرف بالأدوار التي تقوم بها المصادر خلف الستار
			8-تؤدي التسريبات الإعلامية دوراً فعالاً و مؤثراً في الوسط الإعلامي و السياسي
			9-مساعدة المصادر المجهولة في تحقيق مصالحها عمل غير أخلاقي
			10-تقلل المعلومات المسربة من مصداقية وسا
			11- تسريبات بنما تتميز بالنزاهة و الحياد
			12-التسريبات الإعلامية تلعب دور الكاشف عن الفساد .
			13-
			14-يمكن الإعتماد على التسريبات كمصدر معلومات لوسائل الإعلام .
			15-
			16-التسريبات الإعلامية ساهمت في الرفع من قيمة المعلومة الإعلامية
			17-أعتقد أن التسريبات الإعلامية جديرة بالثقة و الموضوعية
			18-المعلومات المسربة غالباً ما تكون غير صحيحة
			19-التسريبات الإعلامية هي خرق للمهنية و الموثيق الشرفية .
			20-ينبغي نشر المعلومات التي تضم معلومات مهمة للرأي العام .
			21-تسريبات بنما إعتمدت على مصدر معروف في تحليل محتواها

					22-تساعد التسريبات الصحفيين في تحقيق السبق الصحفي على زملائهم
					23-وسائل الإعلام الجزائرية لم تبالي بتسريبات بنما
					24-أعتقد أن التسريبات الإعلامية تخدم أهداف معينة أكثر من خدمتها
					25-التسريبات الإعلامية أمر خطير على العمل الإعلامي
					26-من حق الصحفي حماية إسم الشخص الذي سرب له المعلومات
					27-المعلومات المسربة تضر بالصالح العام و الجمهور .
					28- تكشف التسريبات عن ضعف الصحفي في الـ
					29-التسريبات الإعلامية تكشف الفساد بشكل نزيه و حيادي
					30-يتم التحقق و التأكد من صحة و دقة المعلومات المسربة عن طريق .

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغيرات الدراسة (الجنس، التخصص، الشهادة، الرتبة	142
02	يوضح الوسيلة الإعلامية الأكثر مصداقية لدى أفراد العينة	145
03	يوضح ترتيب أفراد العينة لبعض القنوات العربية حسب درجة مصداقيتها في تناول المواضيع	147
04	يوضح إجابات أفراد عينة البحث حول اساس ترتيبهم للقنوات ، وفق متغير التخصص.	149
05	يوضح ترتيب عينة البحث للصحف الجزائرية حسب الأهمية.	151
06	يوضح إجابات عينة البحث حول درجة الموضوعية و الثقة للقنوات الجزائرية	153
07	يوضح إجابات عينة البحث حول العبارة رقم(01) وفق متغير التخصص	155
08	يوضح إجابات عينة البحث حول العبارة رقم (02) وفق متغير التخصص	156
09	يوضح إجابات عينة البحث حول العبارة رقم(03) وفق متغير التخصص.	157
10	يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم(4) وفق متغير التخصص.	158
11	يوضح إجابات عينة البحث حول العبارة رقم(05) وفق متغير التخصص	159
12	يوضح إجابات أفراد عينة البحث حول العبارة رقم (01) وفق متغير التخصص	160
13	يوضح إجابات أفراد العينة حول عبارة (02) وفق متغير التخصص	161
14	يوضح إجابات عينة البحث حول العبارة رقم (03) وفق متغير التخصص	162
15	يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم(04) وفق متغير التخصص	164
16	يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (05). وفق متغير التخصص	165

166	يوضح إجابات أفراد عينة البحث حول عبارة رقم (06) وفق متغير التخصص	17
168	يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (07) وفق متغير التخصص	18
169	يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (08) وفق متغير التخصص	19
170	يوضح إجابات أفراد العينة حول الإطلاع على أخبار تسريبات وثائق بنما وفق متغير التخصص.	20
171	يوضح إجابات أفراد العينة حول الوسائل الإعلامية التي تم عبرها الإطلاع على وثائق بنما وفق متغير التخصص.	21
172	يوضح إجابات أفراد العينة حول تأييدهم لنشر و فضح المعلومات السرية. وفق متغير التخصص.	22
173	يوضح إجابات أفراد العينة حول تأييدهم نشر الوثائق المسربة بعد التحقق من صحتها وفق متغير التخصص .	23
173	يوضح إجابات أفراد العينة حول ما إذا كانت قيمة وثائق بنما و مضمونها يستحقان النشر، وفق متغير التخصص .	24
174	يوضح إجابات أفراد العينة إسناد مهمة التحقيق إلى الإتحاد الدولي للصحافة الإستقصائية .	25
176	يوضح إجابات أفراد العينة حول ما إذا كانت هذه الوثائق بحوزتهم هل سينشرونها، وفق متغير التخصص .	26
177	يوضح إجابات أفراد العينة التي أجابت بنعم حول طريقة نشرهم للوثائق المسربة، وفق متغير التخصص.	27
178	يوضح إجابات أفراد العينة حول رؤيتهم لنشر وثائق بنما ما إذا كانت حرية للرأي و التعبير وفق متغير التخصص:	28
179	يوضح إجابات أفراد العينة حول تأييد التجسس و الإختراقات الإلكترونية للحصول	29

	على المعلومات وفق متغير التخصص.	
180	يوضح إجابات أفراد العينة حول كيفية التعامل مع نشر الوثائق المسربة وفق متغير التخصص.	30
181	يوضح إجابات أفراد العينة حول الدافع أو السبب وراء نشر معلومات مسربة حول العالم، وفق متغير التخصص.	31
181	يوضح إجابات أفراد العينة حول ما إذا كانت هناك أيدي خفية وراء تسريبات بنما وفق متغير التخصص.	32
182	يوضح إجابات أفراد العينة حول الجهات أو الأيدي الخفية التي تقف وراء وثائق بنما، وفق متغير التخصص.	33
183	يوضح إجابات أفراد العينة حول الوثائق الأكثر إهتماما التي جاءت في وثائق بنما وفق متغير التخصص.	34
184	يوضح إجابات أفراد عينة حول العبارة رقم (01) وفق متغير التخصص	35
185	يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (02) وفق متغير التخصص	36
186	يمثل إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (03) وفق متغير التخصص	37
187	يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (04) وفق متغير التخصص	38
188	يمثل إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (05) وفق متغير التخصص	39
189	يمثل إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (06) وفق متغير التخصص	40
190	يبين إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (07) وفق متغير التخصص	41
191	يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (08) وفق متغير التخصص	42
192	يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (09) وفق متغير التخصص	43
193	يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (10) وفق متغير التخصص	44
194	يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (11) وفق متغير التخصص	45

195	يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (12) وفق متغير التخصص	46
196	يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (13) وفق متغير التخصص	47
197	يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة (14) وفق متغير التخصص	48
198	يوضح إجابات عينة البحث حول العبارة رقم(15) وفق متغير التخصص	49
199	يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم(16) وفق متغير التخصص.	50
200	يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (17) وفق متغير التخصص	51
201	يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (18) وفق متغير التخصص.	52
202	يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (19) وفق متغير التخصص.	53
203	يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (20) وفق متغير التخصص.	54
204	يوضح إجابات أفراد عينة البحث للعبارة رقم(21) وفق متغير التخصص	55
205	يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (22) وفق متغير التخصص	56
206	يوضح إجابات أفراد العينة البحث حول العبارة رقم (23) وفق متغير التخصص .	57
207	يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم(24) وفق متغير التخصص.	58
208	يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (25) وفق متغير التخصص	59
209	يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (26) وفق متغير التخصص	60
210	يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم(27) وفق متغير التخصص	61
211	يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (28) وفق متغير التخصص	62
212	يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (29) وفق متغير التخصص	63
213	يوضح إجابات أفراد العينة حول العبارة رقم (30) وفق متغير التخصص	64

الصفحة	فهرس الأشكال	الرقم
143	تمثيل بياني لمتغير الجنس	01
143	تمثيل بياني لمتغير التخصص	02
143	تمثيل بياني لمتغير الشهادة	03
144	تمثيل بياني لمتغير الرتبة	04
145	تمثيل بياني يمثل الوسيلة الأكثر مصداقية لعينة البحث	05

الصفحة	فهرس المحتوى	الرقم
	شكر و تقدير	01
	إهداء	02
	ملخص الدراسة	03
	خطة الدراسة	04
	مقدمة	05
	:الخطوات المنهجية للدراسة	06
11- 10	1- إشكالية الدراسة	07
11	2- تسلسلات الدراسة	08
19-11	3- تعريف المصطلحات	09
21-20	4- أهداف و أهمية الدراسة	10
21	5- أسباب اختيار الموضوع	11
24-21	6- مجتمع البحث و عينة الدراسة	12
27-24	7- منهج و أداة الدراسة	13
35-27	8- الدراسات السابقة	14
	الفصل الثاني:مصادقية وسائل الإعلام و التسريبات الإعلامية	15
37	المبحث الأول :مصادقية وسائل الإعلام ووسيلة الأنترنت	16
37	المطلب الأول :مصادقية وسائل الإعلام	17
43-37	1 مفهوم المصادقية	18
46-44	2 محددات المصادقية و العوامل المؤثرة فيها	19
48-46	3 مستويات المصادقية لوسائل الإعلام	20
57-48	4 عناصر المصادقية لوسائل الإعلام	21
61-58	5 مقاييس المصادقية في الإعلام	22

62	المطلب الثاني استخدامات الإنترنت الصحفية و مخاطرها	23
62-65	1 تعريف الانترنت	24
65-64	2 الأنترنت الإعلام البديل	25
67-65	3 الإستخدامات الصحفية للإنترنت	26
68-67	4 الأنترنت و الحق في الاتصال	27
72-68	5 مخاطر الانترنت	28
73	المبحث الثاني: التسريبات الإعلامية ومصادر المعلومات السرية	29
73	المطلب الأول: التسريبات الإعلامية	30
76-73	1 تعريف التسريبات الإعلامية	31
90-76	2 تاريخ التسريبات الإعلامية	32
96-91	3 أنواع و أسباب التسريبات الإعلامية	33
96	المطلب الثاني: مصادر المعلومات السرية	34
97-96	1 مفهوم المعلومات الإعلامية	35
98- 97	2 مفهوم مصادر المعلومات	36
101 -98	3 مصادر المعلومات السرية و طرق التعامل معها	37
104-101	4 استخدام المصادر المجهولة في وسائل الإعلام	38
106-104	5 أسباب و دواعي الاعتماد على المصادر الخفية	39
107	المبحث الثالث: الصحافة الاستقصائية و أخلاقيات المهنة الإعلامية	40
107	المطلب الأول: الصحافة الاستقصائية	41
110-107	1- مفهوم الصحافة الاستقصائية	42
115-110	2- نشأة و تطور الصحافة الاستقصائية	43
117-115	3- دوافع و أسس صحافة الاستقصاء	44
119-117	4- أهمية و خصائص الصحافة الاستقصائية	45

121-119	5- محاذير الحصول على المعلومات في الصحافة الاستقصائية	46
121	المطلب الثاني: أخلاقيات المهنة الإعلامية	47
125-121	1- تعريف أخلاقيات الإعلام	48
127-125	2- نشأة و تطور أخلاقيات الإعلام	49
128-127	3- موثيق الشرف الإعلامية	50
129-128	4- أشكال وأنواع موثيق الشرف الإعلامية	51
132-130	5- أهمية وأهداف موثيق الشرف الإعلامية	52
137-132	6- مبادئ أخلاقيات المهنة الإعلامية	53
139	الفصل الثالث: مصداقية التسريبات الإعلامية لدى عينة البحث من النخبة الجزائرية	54
170-142	المطلب الأول: مصداقية وسائل الإعلام من منظور الأساتذة الجامعيين	55
184-170	المطلب الثاني: اعتماد التسريبات الإعلامية كمصدر معلومات	56
214-184	المطلب الثالث: التسريبات و أخلاقيات المهنة الإعلامية	57
217-215	استنتاجات عامة للدراسة .	58
219	خاتمة .	59
	قائمة المراجع .	60
	الملاحق .	61
	فهرس الجداول .	62
	فهرس الأشكال .	63
	فهرس المحتوى	64