مجلة كلية الآداب
"دوريَّةٌ – أكاديميَّةٌ – علميَّةٌ – مُحَكَّمةٌ"
عدد (٤٠) مارس ٢٠١٦م ص ص: ٣٠٧ - ٣٣٥
جامعة سوهاج
كلية الآداب

أخلاقيات القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية وما يؤثر عليها سلبا أو إيجابا بعد التغيير في ٢٠٠٣م

د. إسراء جاسم فلحي الموسوي(*) & أ.م.د. عبد المنعم كاظم مطلب الشمري (**)

المقدمة:

للصحافة علاقة مباشرة بحياة الناس وقيم المجتمع لذلك فقد أصبح وجود القواعد الأخلاقية التي يجب أن يلتزم بها القائمون بالاتصال أمراً جوهريا ليس فيما يتعلق بالأداء المهني حسب، بل وفي وجود المؤسسة الصحفية ذاتها وديمومتها، إذ لا توجد مهنة في العالم مثل مهنة الصحافة في أخلاقياتها وفي قسوة الإدانة الموجهة إليها، وجاء هذا البحث لمعرفة الأخلاقيات المهنية للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية وما يؤثر عليها سلبا وإيجابا بعد تغيير النظام السياسي في العراق عام ٢٠٠٣م.

أولا: الإطار المنهجي للبحث

١. مشكلة البحث: يتناول البحث الأخلاقيات المهنية للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بعد التغيير في ٢٠٠٣م وما يؤثر عليها سلبا أو إيجابا.

٢. أهمية البحث : تنبع أهمية البحث من أهمية القائم بالاتصال في الصحافة بِعَدِهِ العنصر الرئيس في العملية الإعلامية، ومن أهمية موضوع الأخلاقيات وتأثيرها على القائم بالاتصال وعلى طبيعة أدائه الإعلامي.

٣. أهداف البحث: يهدف البحث إلى معرفة موقف القائم بالاتصال في الصحافة من موضوع الالتزام بالأخلاقيات المهنية وما هي أوجه الإساءة للمهنة من قبل المتجاوزين على الأخلاقيات، وما الذي يؤثر على عمل القائم بالاتصال في موضوع الأخلاقيات ومعرفة تأثير الموقع على القائم بالاتصال وهل يؤثر على عمله وأخلاقياته المهنية.

٤. منهج البحث: وجد الباحثان أن المنهج الوصفي المسحي هو أكثر المناهج العلمية الملائمة للبحث، فيعطي وصفا لمشكلته، ويعمل على الوصول إلى الحقائق المراد معرفتها، إذ يسهم في الحصول على أوصاف دقيقة للظاهرة المدروسة، وذلك لتحقيق أهداف البحث .

واستخدم الباحثان الاستبانة أداة لجمع البيانات اللازمة لمعرفة الأخلاقيات المهنية للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية ولإجراء المسح الشامل للعينة.

٥. مجالات البحث:

أ. المجال المكاني: أن جريدتي الصباح والتآخي بدأتا بالصدور بعد تغيير النظام في ٢٠٠٣م ولهما السبق على بقية الجرائد، لذا فإن العاملين فيهما يمثلون القائمين بالاتصال الذين عملوا في الصحافة منذ بداية التغيير ولحد كتابة البحث على أكثر تقدير.

ب. المجال البشري : متمثلا بالقائمين بالاتصال في الجريدتين الذين يشكلون عينة البحث المكونة من (٧٥)مبحوثا.

(*) قسم الإعلام – الجامعة المستنصرية – العراق.
(**) كلية الإعلام – جامعة بغداد – العراق.

ج. المجال الزماني : ويقصد به الحدود الزمنية للبحث والتي تتمثل بمرحلة ما بعد نيسان عام ٢٠٠٣م ولغاية تنفيذ البحث.

ثانيا:الإطار النظري

١ــ مفهوم الأخلاقيات المهنية للقائم بالاتصال :

تعرف الأخلاقيات المهنية بأنها: "المبادئ والمعايير التي تعد أساسا لسلوك أفراد المهنة المستحب، والتي يتعهد أفراد المهنة بالتزامها"(١).

ويتم تنظيم أخلاقيات القائم بالاتصال عن طريق مواثيق تكون على نوعين(٢):

أ. مواثيق إجبارية أو إلزامية: ويتم معاقبة من يخالفها من القائمين بالاتصال، ويدخل في هذا التأنيب أو الوقف المؤقت عن مزاولة المهنة.

ب. مواثيق اختيارية: وتقوم على أساس رغبة القائمين بالاتصال ويلتزمون بتنفيذ ما جاء فيها أثناء ممارستهم العمل وتعد هذه المواثيق بمثابة تنظيم ذاتي لهم.

وتحدد مصادر أخلاقيات القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنوعين(٣):

أ. القوانين التي تنطوي على صفة عقابية بحق القائمين بالاتصال الخارجين عن هذه القوانين، ومنها قانون العقوبات العراقي ١١١ لسنة ١٩٦٩م والذي توقف سريانه بموجب قانون أصدره الحاكم المدني الأمريكي للعراق (بول بريمر) بعد تغيير النظام السياسي في ٢٠٠٣م.

ب. مواثيق شرف المهنة التي تشكل إجماع إرادة القائمين بالاتصال ممثلا بتنظيماتهم المحلية والقومية، وقد تضمن قانون نقابة الصحفيين ١٧٨ لسنة ١٩٦٩م وتعديلاته عام ١٩٧٠م المبادئ الأخلاقية للقائمين بالاتصال كذلك ميثاق الشرف الإعلامي العربي.

وتستمد الأخلاقيات من مصادر متعددة مثل الأديان السماوية وأقوال الفلاسفة والعادات والتقاليد

ويمكن إجمال أخلاقيات المهنة التي تتضمنها مواثيق الشرف الإعلامي في الجوانب الآتية(*):

أ ــ أخلاقيات خاصة بتعامل القائم بالاتصال مع مصادره.

ب ــ أخلاقيات خاصة بتعامل القائم بالاتصال مع الجمهور.

ج ــ أخلاقيات خاصة بالسياسة التحريرية للجريدة.

د ــ أخلاقيات خاصة بحقوق الزمالة.

هـ ــ أخلاقيات خاصة بعلاقة الجريدة بالمجتمع وقيمه وعاداته وتقاليده.

و ــ أخلاقيات الإعلان.

ز ــ أخلاقيات ومعايير المستوى المهني للقائم بالاتصال.

إن أخلاقيات العمل الإعلامي تواجه مخاطر جسيمة في ظل التطورات التي تشهدها الساحة الإعلامية حاليا من عولمة ليبرالية تسعى إلى تكوين مجموعات إعلامية متعددة الجنسيات تجمع بيدها سلطة السياسة وسلطة الإعلام وسلطة المال(٤)، وهذا يؤكد أن إعلام الدولة لم يعد وحده على الساحة إذ يتعرض الجمهور لصنوف من الأداء الإعلامي العربي والأجنبي بعضها يلتزم بأخلاقيات المهنة والبعض الآخر يحاول تدمير هذه الأخلاقيات(٥).

وتعد المنافسة الصحفية عاملا رئيساً يحدد ماهية المبادئ الأخلاقية المهنية التي يمارسها القائم بالاتصال من اجل الحصول على السبق الصحفي فقد تضطر الجريدة إلى الطلب من الصحفيين العاملين فيها التخلي ولو مؤقتا عن بعض الأخلاقيات، فيجد القائم بالاتصال نفسه مجبرا، أما الخضوع أو التخلي عن عمله[٦].

ونظرا للمسؤوليات الجسيمة للصحافة، وبسبب علاقتها المباشرة بحياة الناس، وقيم المجتمع فقد أصبح وجود القواعد الأخلاقية التي يجب أن يلتزم بها القائمون بالاتصال أمراً جوهريا وحاسما ليس فيما يتعلق بالأداء المهني حسب، بل وفي وجود المؤسسة الصحفية ذاتها وديمومتها، إذ لا توجد مهنة في العالم مثل مهنة الصحافة في أخلاقياتها وفي قسوة الإدانة الموجهة إليها[٧].

ومن ضمن أخلاقيات المهنة الاستقلالية التي يكون فيها الصحفي ملزما أن يبتعد عن أية تأثيرات خارجية ويتجنب وجود أي تضارب بين مصلحته الخاصة والمصلحة العامة وفي هذا المجال نجد أن قانون المطبوعات والنشر العربي يحظر على الصحفي وعلى كل من يعمل في الصحافة أن يرتبط بعلاقة عمل مع أي جهة أجنبية[٨].

٢ــ الأركان الرئيسة للأخلاقيات المهنية للقائم بالاتصال:

يمكن تحديد الأركان الرئيسة للأخلاقيات المهنية التي يجب أن يتصف بها القائم بالاتصال بما يأتي:

أــ مراعاة حق الخصوصية:

يعني التمتع بحق الخصوصية أن يحتفظ كل إنسان بأسراره التي يجب أن لا يطلع عليها الآخرون، ويعني عدم إعطاء إمكانية لشخص أن يتحكم في حياة شخص آخر[٩].

وقد تم توفير حماية تشريعية لحق الخصوصية في كثير من دول العالم، وهناك من يرى أن احترام الخصوصية قد يتعارض مع حرية الإعلام في الحصول على المعلومات ويتعارض مع حق الجمهور في المعرفة، ومن ناحية أخرى هناك من يرى أن الصراع بين حرية التعبير وحق الخصوصية ينشأ من المبرر الذي يستخدم للدفاع عن الحرية[١٠] .

أما فيما يتعلق بالشخص العام أو المشهور فهناك رأيان: الأول: يرى أن هناك مصلحة عامة في مرافقة الحياة الخاصة للشخص العام لان حياته ليست ملكا له وحده وتصرفاته فيها عنصر يعنيه وعنصر يعني المجتمع معه[١١]، والآخر: يرى أن الشخص العام أو المشهور له الحق في حماية خصوصيته وأسرته من الإفشاء كباقي الناس[١٢].

ويعبر قانون حماية الخصوصية عن حزمة مكونة من أربعة أضرار لأربعة أنواع من الاهتمامات وتشكل هذه العناصر الأربعة "غزو الخصوصية" وتشمل هذه العناصر ما يأتي[١٣]:

١. الاقتحام المادي أو التطفل على الشؤون الخاصة أو السرية للأفراد.
٢. الكشف العام لأسرار خاصة من شانها أن تربك حياة الشخص المتضرر.
٣. وضع احد الأفراد تحت ضوء زائف بدون مبرر أو قيمة إخبارية.
٤. الاستيلاء على اسم شخص أو صورة لتحقيق منفعة لشخص آخر.

ويتوقف الحق في الخصوصية إذا ما تعارض مع ما تقتضيه حماية مصالح المجتمع، ويكون النشر أو عدمه مبنياً على موازنة أمينة بين المصالح التي يمكن أن يحققها النشر مقابل المصالح التي قد يضر بها.

وينصب الجانب الأخلاقي في حماية الخصوصية على مهنة القائم بالاتصال للأسباب التالية[١٤]:

١. القوانين المختلفة للبلدان الديمقراطية التي تتضمن أحكاما صريحة تتعلق بحماية الخصوصية.
٢. هناك حماية خاصة لوسائل الإعلام ضد قانون غزو الخصوصية.
٣. وجود جهود قانونية تلتمس تحديد العلاقة بين الفرد والمجتمع.

إن حق الخصوصية التزام ديني في القرآن الكريم قبل أن تقره مواثيق حقوق الإنسان، قال تعالى: ("لا يحب الله الجهر بالسوء من القول إلا من ظلم")،(سورة النساء،الآية/١٤٨) ، ("ولا تلمزوا أنفسكم ولا تنابزوا بالألقاب بئس الاسم الفسوق بعد الإيمان ومن لم يتب فأولئك هم الظالمون")، و("يا أيها الذين امنوا اجتنبوا كثيرا من الظن أن بعض الظن إثم ولا تجسسوا ولا يغتب بعضكم بعضا")، (الحجرات، الآية/١١-١٢).

إن احترام الخصوصية مبدأ رئيس في الممارسة الصحفية تأكد عن طريقه ضرورة احترام القائم بالاتصال للحياة الشخصية وضمانات الخصوصية لكل مواطن، وعدم التورط في نشر ما يكشفها بدون إرادة صاحبها وإذنه، إن الجمهور يبدو أقل رغبة من القائمين بالاتصال في قبول أي سلوك كان للكشف عن التصرفات الخاطئة، فقد أظهرت استطلاعات الرأي أن الناس ينظرون بعين الريبة إلى عمليات انتهاك الخصوصية مهما كانت أهمية القصة الإخبارية لهم، وهذه تعد إحدى عوامل انخفاض مصداقية وسائل الإعلام لدى الجمهور وافتقارها الموضوعية لاعتقادهم أن القائمين بالاتصال يعتدون على الحياة

ب ــ الحفاظ على سرية المصدر :

إن الحفاظ على سرية المصادر يعد من أهم الأخلاقيات التي يجب أن يلتزم بها القائم بالاتصال[١٦].

وهناك رأيان متعارضان حول سرية المصادر الصحفية وأصحاب الرأي الأول يفضلون اللجوء إلى مصادر تكشف عن نفسها وأصحاب الرأي الآخر يرون أن المصادر السرية مهمة لأنها تساعد الصحفي على كشف وتقديم الفساد والمساوئ والسياسات الخاطئة التي يمارسها المسؤولون، وانه لولا السرية لأحجم المصدر عن الإدلاء بالمعلومات التي تهم الصالح العام في النهاية[١٧].

ويظل الوعد الذي يقطعه القائم بالاتصال على نفسه بعدم الكشف عن هوية المصدر يشكل مبدءاً أخلاقيا مهماً في العمل الصحفي[١٨].

وعلى القائم بالاتصال أن يحترم رغبة المصدر الذي يدلي بالمعلومات ويطلب عدم نشرها أو نشرها مع عدم ذكر المصدر وأحياناً يحافظ القائم بالاتصال على سرية المصدر لأسباب تتعلق بارتباط المعلومة المقدمة بحقوق والتزامات، كما هو الحال مع وكالات الأنباء، التي تبث رسائلها الإخبارية لقاء اتفاق أو اشتراك مسبق مع الوسيلة، تترتب عليه التزامات مادية، وفي ذلك مخالفة كبيرة لأخلاقيات العمل الصحفي، وقد يراد للمعلومة أن تمرر عمدا إلى جهة ما وهو ما يعرف بـ(التسريب) [١٩]. ويقوم القائم بالاتصال بتقييم هذه المعلومة بناءاً على مصداقية المصدر، ويجب أن يتأكد من دقة المعلومة والهدف من تسريبها.

ج ــ حق الرد والتصحيح :

يعرف حق الرد بأنه "حق الشخص في توضيح أو مواجهة ما قد ينشر في الصحف ويكون ماسا به سواء بصورة صريحة أو ضمنية [٢٠].

وقد يكون الخبر المنشور مفتقرا كله أو بعضه إلى الصحة فيوصف الرد في هذه الحالة بأنه تصحيح، وينشأ حق التصحيح نتيجة لاعتبارات عديدة تتعلق بعدم تحري القائم بالاتصال الدقة في جمع المعلومات، أو حجب المعلومات من جانب السلطات أو تقديم معلومات منقوصة أو خاطئة، أو التجاوز في ممارسة حرية الرأي والتعبير، وقد تقتصر ممارسة حق التصحيح على التعليق أو التوضيح أو تمتد إلى الدعوى الجنائية والمدنية[٢١].

وفي حالة توجيه أي نقد لأي شخص فان السلوك المهني الصحيح يتطلب إفساح المجال له لنشر وجهة نظره، بشرط أن يُعَدّ ذلك دليلاً على حسن النية من قبل القائم بالاتصال ودفاعاً مقبولاً في قضايا السب والقذف[٢٢].

ولحق الرد والتصحيح خصائص هي[٢٣]:

١. إنه حق عام مقرر لكل الأفراد بلا تمييز.
٢. إن هذا الحق مقرر لصاحب الشأن وحده وهو حق مطلق.
٣. إن هذا الحق مقرر لأصحاب الشأن سواء شكل ما تم نشره بشأنهم جريمة أم لا.

وإذا كان حق الرد والتصحيح التزام أخلاقي يجب أن يتمسك به القائم بالاتصال ففي الوقت نفسه يجب أن لا يتضمن الرد أو التصحيح مساس بكرامة القائم بالاتصال أو بشعوره أو مكانته الصحفية.

د ــ الموضوعية :

الموضوعية تعني " حالة ذهنية للقائم بالاتصال تتضمن جهدا واعيا بعدم إصدار حكم على ما يرى وعدم التأثر بأحكامه الشخصية السابقة أو تحيزاته الفكرية أو الدينية أو العرقية القبلية، وإسناد المعلومة لمصادرها، وبذل الجهد لعرض كل الآراء والأفكار بتوازن لا تحيز فيه"[٢٤].

تنقسم الآراء حول الموضوعية على اتجاهين[٢٥]:

- الاتجاه الأول: الذي يرى أن الموضوعية مجرد خرافة، لان القائم بالاتصال يعمل وفقا لمعايير ذاتية حتى في عملية اختياره الأحداث وتفاصيلها وكذلك أثناء عملية الصياغة واختيار العناوين يتم بعيدا عن الموضوعية.
- الاتجاه الثاني: الذي يرى أن الموضوعية هدف أو رغبة يمكن أن تتحقق من جانب القائم بالاتصال، ويؤكد خبراء الاتصال أن الموضوعية قابلة للتحقيق عن طريق فصل الحقائق عن الآراء واستبعاد التأثير العاطفي من جانب القائم بالاتصال من اختيار الأخبار وصياغتها[٢٦].

وتفرض الموضوعية على القائم بالاتصال أن يبتعد عن التحيز الذي قد يأخذ شكل العمل الدعائي والذي يظهر في شكلين[٢٧]:

١. السيطرة الانتقائية: على المعلومات لمساندة وجهة نظر معينة عن طريق الحذف بمعنى إعطاء جزء من المعلومات بدلا من المعلومات كلها.
٢. التحريف المتعمد للمعلومات لخلق انطباع مخالف لما جاء في مضمون المعلومات الأصلية.

وحفاظا على الموضوعية في الممارسة الإعلامية للقائم بالاتصال تضمنت الكثير من مواثيق الشرف مبادئ عديدة منها[٢٨]:

١. يلتزم القائم بالاتصال بحرية الصحافة واستقلاليتها، عبر منح الجمهور الخدمة المهنية والنشر الدقيق المنصف والمسؤول.
٢. على القائم بالاتصال التحلي بالشجاعة والاستقامة والنزاهة فيما يتعلق بالضغوطات السياسية أو الاجتماعية أو الاقتصادية.
٣. على القائم بالاتصال الامتناع عن تغليب اعتبارات أو ارتباطات أو ولاءات أو مصالح على اعتبارات صحفية مهنية.
٤. على القائم بالاتصال عدم إهمال أو عدم نشر المعلومات التي لا تكون مقبولة لدى شريحة من الجمهور.
٥. على القائم بالاتصال الامتناع عن القيام بأية مهمة جديدة تتعارض مع أخلاقيات المهنة وقناعاته الشخصية.

والتزام القائم بالاتصال بالموضوعية قد يكون صعباً في ظل الأوضاع السائدة التي تؤثر على العمل الإعلامي لأنه مع وجود أباطرة وسائل الإعلام المتحكمين في صناعة الأخبار، ومع سيطرة ظروف الحروب النفسية التي يشنها صناع الأكاذيب لتوجيه الرأي العام أصبحت مهنة التلاعب بعقول وقلوب الجماهير هي السائدة على حساب الموضوعية.

هـ ـ الدقة :

تعرف الدقة بأنها "سرد الخبر أو الرواية كما جرت دون تشويه بالحذف أو الإضافة أو التحريف"[٢٩].

والدقة مكملة للصحة أو الصدق فقد يكون الخبر صحيحا ولكن لا تراعى الدقة في تحريره أو تقديمه مما يفقد من قيمته[٣٠]، وبذلك فان الدقة تعني أن يكون الخبر متضمنا جوهر الحقيقة في الحدث مع التحديد من دون تهويل أو مبالغة حتى لا يكون الخبر عرضة للتأويلات أو التفسيرات الخاطئة[٣١].

كما أن الدقة تعني ضرورة أن يذكر الخبر الحقيقة الكاملة للحدث أو الواقعة دون حذف يخل بسياقها ويعطيها معنى أو تأثيراً مخالفا للحقيقة أو عكس ما كان يعطيه لو كان قد نشر كاملا أي دقيقا.

وعدم الدقة قد تأتي نتيجة السرعة أو الإهمال في الحصول على الخبر وكتابته والتعجيل بنشره دون تحري الدقة الواجبة، فالخبر غير الدقيق هو الخبر الناقص سواء جاء عن عمد أو نتيجة الإهمال والسرعة[٣٢].

وتتطلب الدقة في القائم بالاتصال أن يحيل المعلومات التي لم يحصل عليها بشكل مباشر إلى مصدرها، وعدم إخفاء هوية المتحدثين الرسميين إذا كان واجبهم تقديم المعلومات للصحافة، وأن يرفض البيانات الصحفية أو الشهادات المكتوبة إلا إذا كانت تحمل اسم الجهة أو المسؤول الإعلامي المعني، والحذر من بث الإشاعات والمعلومات غير المؤكدة على أنها حقائق والحرص على عدم نشر الاتهامات المسيئة التي تتعمد الضرر بالآخرين[٣٣].

و ــ المصداقية :

تعرف المصداقية بأنها نوع من المعالجة المهنية والثقافية والأخلاقية للمادة الصحفية، بحيث يتوافر فيها أبعاد الموضوع كله، بطريقة متوازنة ودقيقة في عرض الموضوعات وفصلها عن الآراء الشخصية، التي ينبغي أن تعرض بوضوح وصراحة، وتتجرد من الأهواء والمصالح الخاصة بحيث تتسق مع الآراء الأخرى التي تطرحها الجريدة أو يطرحها القائم بالاتصال في وقت آخر أو موضع آخر في إطار من التعمق والشمولية[٣٤].

وتشمل مصداقية القائم بالاتصال ما يأتي[٣٥]:

١. عدم التسرع في نشر الحقيقة.
٢. العمل لصالح الحقيقة، وليس لصالح الحكومة أو الجريدة.
٣. نشر الحقائق بطريقة مباشرة، وليس بالإشارة أو التلميح.
٤. مراعاة العرف والتقاليد في نشر الحقائق.
٥. عدم المساس بالحياة الشخصية للآخرين.
٦. البعد عن الأخبار الكاذبة والملفقة.

وهناك أجماع بين ممارسي الاتصال ودارسيه ومتخذي القرار الاتصالي والسياسي على أن مصداقية الاتصال بصفة عامة والجماهير بصفة خاصة هي مكون أساس لنجاح عملية الاتصال، وأنها إحدى المعايير المهمة المميزة بين وسيلة اتصال وأخرى، ومعرفتها وتبيين أبعادها ومكوناتها وأساليب قياسها لازم لكل أطراف عملية الاتصال ولاسيما للقائمين بالاتصال[٣٦].

وفي مواجهة قضية المصداقية نجد أن القائم بالاتصال لديه اهتمامان أساسيان[٣٧]:

١. أن يكون على وعي بمصداقية مصدر المعلومات، فالمحرر الإخباري مثلا عليه أن يفهم معرفة وموثوقية المتحدث إليه.
٢. أن يكون على وعي بمصداقية المعلومات للجماهير، فعلى القائم بالاتصال اختيار وعرض الوسائل التي سوف تكون مصدقة ومفيدة للجمهور كما ينبغي عليه صياغة الرسائل بمهارة واتساق لكي يبني الثقة الجماهيرية في مصداقية المعلومات المقدمة.

ولكي تتحقق هذه المصداقية ينبغي أن يكون القائم بالاتصال خبيرا متخصصا في المجال الذي يتكلم فيه، كما أن ثقة القائم بالاتصال في نفسه فضلا عن مركزه الاجتماعي ومهاراته في مجال الاتصال والإقناع تتيح له التأثير على الجمهور الذي يصبح مستعدا لتصديق ما يقول .

ز ــ الفصل بين الخبر والرأي

يجب أن يدرك القائم بالاتصال الفرق بين الخبر والرأي، فالخبر يتطلب ذكر الحقيقة ولا يتحمل أكثر من هذا، أما الرأي فهو الحكم أو التعليق الذي يعبر عن رأي صاحبه في بعض الأمور المعروفة وغير المعروفة للقارئ وله أن يقتنع بهذا الرأي أو يرفضه[٣٨].

وتحرص بعض الصحف على الفصل بين الخبر والرأي عن طريق تخصيص صفحة أو باب للـــرأي أو نشر الرأي تحت الخبر نفسه مطبوعاً ببنط مختلف وتحت عنوان ظاهر ينبه القارئ ويستثنى من هذه القاعدة الرأي الذي ينقل من مصدر المعلومات فتصبح الجريدة مجرد ناقل لهذا الرأي(٣٩).

إن العمل الصحفي أحياناً يتطلب أن يتضمن الخبر الرأي الذي يأتي على شكل تفسير وتحليل لبعض الأخبار التي تبدو غير واضحة للجمهور وغير ذات دلالة ما لم تقدم لها خلفيات تاريخية أو شرح لبعض المصطلحات وتفسيرها، فعلى الرغم من أهمية الحقائق كأساس للأخبار إلا أنها بحاجة إلى تفسير ويأتي هذا ضمن الوظيفة التفسيرية التي تعد متممة للوظيفة الإخبارية(٤٠).

و الخلط بين الخبر والرأي صار قاعدة في العديد من وسائل الإعلام، وانه من الصعوبة في بعض الأحيان فصل الخبر عن الرأي وان كان خلط الاثنين يتم بأسلوب يتسم بالمناورة الإخبارية والدهاء المهني(٤١).

ح ــ الفصل بين المادة التحريرية والمادة الإعلانية :

يؤكد الباحثون وخبراء الإعلام ضرورة أن يميز الإعلان عند نشره عن غيره من المـــواد التحريريـــة بعلامة واضحة، لاسيما فيما يتعلق بالإعلانات التي تتخذ صورة إعلانات تحريرية، والتي قد يـــؤدي نشـــرها بغير إشارة إلى طبيعتها كإعلان إلى اعتقاد القارئ بان الإعلان يعبر عن رأي الجريدة، وإغفال الجريدة لهذه الإشارة يمكن أن يكون لها أثر في تقرير مسؤوليتها كما انه يعد خرقا لما تفرضه آداب مهنة الإعلان (٤٢).

ويقول خبير الصحافة الأمريكية "جون هوهنبرغ" عن تغلغل الإعلان إلى المادة التحريرية التي تنشرها الصحف انه "إذا تحولت مؤسسة إخبارية إلى مؤسسة إعلانية فإنها سرعان ما تسمح لنفسها بأن تســـتغلها للأغراض الخاصة فتخون الأمانة وترى نفسها وقد أصبحت ضعيفة ولا تستحق الثقة بها"(٤٣).

إلا أن البعض يحبذ الإعلانات التحريرية إذ أن قضية خلط المادة الإعلانية بالمادة الخبريـــة كانـــت ولا تزال محل خلاف مهني بين أنصار الممارسة الإخبارية النقية وخبراء الإعلان والدعاية ممن لا يرون في هذا الخلط أي مساس بالأداء المهني للصحافة.

ثالثا:الإطار العملي للبحث.

اعتمد الباحثان في الإطار العملي على معطيات الاستبانة المعدة للقائم بالاتصال في الصحافة العراقيـــة بعد تغيير النظام السياسي في عام ٢٠٠٣م، ولقياس معدل كل ما يتعلق بالالتزام بأخلاقيات القائم بالاتصـــال ومدى رصانة سلوكه الصحفي في أنشطته الإعلامية السلبية والإيجابية وما يؤثر عليهما في هذا المضـــمار، كما سيبن الإطار العملي الخصائص الذاتية والمهنية للقائم بالاتصال، كجنســـه الصـــحفي وعمـــره وحجـــم التخصص العلمي ونسبته إلى التخصصات الأكاديمية الأخرى,

سيتناول البحث أيضاً أسباب اختيار القائم بالاتصال في الصحافة العراقية لمهنة الصحافة عن غيرهـــا ونظام عمله ورغبته في العمل الصحفي التخصصي أو الشامل ومدى ارتباطه بأعمـــال أخـــرى غيـــر عمـــل الصحافة,

نظمت جميع مضامين ما ورد سلفاً بجداول منظمة ومرتبة للإجابة عليها في الإطار العملـــي، وفيمـــا يأتي تفسير للجداول التي ضمنتها الاستبانة:

أولاً: جنس القائم بالاتصال.

جاءت فئة القائم بالاتصال من الذكور في كلتي الجريدتين أكثر من فئة الإناث وبنسبة كبيرة جدا وحازت على المرتبة الأولى عند التحليل كما سيأتي ذلك موضحا في الجدول رقم (١).

الجدول رقم (١)

يوضح (جنس القائم بالاتصال في الصحافة العراقية)

الجنس	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	٪	م	ت	٪	م	ت	٪	م
ذكر	٤٣	٧٨.٢	١	١٨	٩٠	١	٦١	٨١.٣	١
أنثى	١٢	٢١.٨	٢	٢	١٠	٢	١٤	١٨.٧	٢
الكلي	٥٥	١٠٠	–	٢٠	١٠٠	–	٧٥	١٠٠	–

عند النظر إلى الجدول رقم (١) يتبين لنا أن فئة الذكور في جريدة الصباح جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٧٨.٢٪) وبتكرار (٤٣) أما فئة الإناث التي جاءت بالمرتبة الثانية بنسبة (٢١.٨٪) وبتكرار (١٢) من مجموع (٥٥). أما جريدة التآخي فمن مجموع (٢٠) جاءت فئة الذكور بالمرتبة الأولى أيضاً بنسبة (٩٠٪) بتكرار (١٨) وفئة الإناث بالمرتبة الثانية بنسبة (١٠٪) وبتكرارين (٢).

وعند قراءة معطيات الجدول نفسه لمجموع القائمين بالاتصال لكلتي الجريدتين البالغ (٧٥) تأتي فئة الذكور في المرتبة الأولى بنسبة (٨١.٣٪) وبتكرار (٦١) وفئة الإناث (١٨.٧٪) وبتكرار (١٤).

ولاحظ الباحثان إن هذا التفاوت سائد جدا في المؤسسات الإعلامية حصرا نظرا لما اطلعنا عليه في بحوث الدراسات الإعلامية.

ثانيا: أعمار القائمين بالاتصال.

توزعت أعمار القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية على عقود عدة من الزمن وتفاوتت أعمارهم كما هي موضحة في الجدول رقم (٢).

الجدول (٢)

يوضح (أعمار القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية)

العمر	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	٪	م	ت	٪	م	ت	٪	م
٢١– ٣٠	٩	١٦.٤	٣	٩	٤٥	١	١٨	٢٤	٣
٣١– ٤٠	٢٢	٤٠	١	٢	١٠	٤	٢٤	٣٢	١
٤١– ٥٠	١٨	٣٢.٧	٢	٣	١٥	٣	٢١	٢٨	٢
٥١– ٦٠	٣	٥.٥	٤	٤	٢٠	٢	٧	٩.٣	٤
٦١– ٧٠	٣	٥.٥	٤	٢	١٠	٤	٥	٦.٧	٥
الكلي	٥٥	١٠٠	–	٢٠	١٠٠	–	٧٥	١٠٠	–

يوضح الجدول رقم (٢) أعمار القائمين بالاتصال لكلتي الجريدتين تمتد على خمسة عقود من الزمن وأن مراتب تسلسل فئاتها العمرية كما يأتي:

-المرتبة الأولى في جريدة الصباح للفئة العمرية من (٣١- ٤٠) بنسبة (٤٠٪) وبتكرار (٢٢) وفي جريدة التآخي للفئة العمرية من (٢١- ٣٠) بنسبة (٤٥٪) وبتكرار (٩).

-وتأتي المرتبة الثانية لجريدة الصباح الفئة العمرية من (٤١- ٥٠) بنسبة (٣٢.٧٪) وبتكرار (١٨)، أما جريدة التآخي فتأتي الفئة العمرية من (٥١- ٦٠) بنسبة (٢٠٪) وبتكرار (٤).

-أما المرتبة الثالثة فتأتي الفئة العمرية من (٢١- ٣٠) لجريدة الصباح بنسبة (١٦.٤٪) وبتكرار (٩) ولجريدة التآخي الفئة العمرية من (٢١- ٣٠) بنسبة (١٥٪) وبتكرار (٣).

-المرتبة الرابعة في جريدة الصباح جاءت للفئات العمرية من (٥١- ٦٠) ومن (٦١- ٧٠) وبنسبة (٥.٥٪) وبتكرار (٣) لكلتي الفئتين، ولجريدة التآخي تأتي الفئات العمرية من (٣١- ٤٠) ومن (٦١- ٧٠) بنسبة (١٠٪) وبتكرار (٢).

أما مجموع القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية فتوزعت أعمارهم على خمس فئات، كانت الأولى للفئة العمرية من (٣١- ٤٠) بنسبة (٣٢٪) وبتكرار (٢٤) والثانية للفئة العمرية من (٤١- ٥٠) بنسبة (٢٨٪) وبتكرار (٢١)، أما الثالثة فهي من (٢١- ٣٠) بنسبة ٢٤٪ وبتكرار (١٨) وتأتي المرتبة الرابعة للفئة العمرية من (٥١- ٦٠) بنسبة (٩.٣٪) وبتكرار (٧) وهناك مرتبة خامسة للفئة العمرية من (٦١- ٧٠) بنسبة (٦.٧٪) وبتكرار (٥).

ويتضح من ذلك أن أعمار القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية تمتد على خمس عقود من الزمن مما يمكن القائمين بالاتصال الإفادة من خبرات بعضهم البعض ومقارنتها تاريخيا واستثمار فوارقها كما انه من جانب آخر فإن الفئة العمرية للشباب القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية تأتي بالمرتبة الثالثة مما يستدعي زيادة أعداد هذه الفئة العمرية في الصحافة العراقية لما تتمتع به من النشاط والقدرة والحيوية في التحرك والنشاط الميداني في العمل الصحفي.

<u>ثالثاً: التخصص العلمي للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية</u>

أفرزت الاستبانة بتنوع التخصصات العلمية للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية ينحو منحى التشتت وطبيعة العمل الصحفي، فكانت هناك تخصصات عديدة تعمل في الصحافة العراقية لا علاقة لها بالمهنة الصحفية وأخرى لا تخصص لها وكانت بمستوى الإعدادية والمتوسطة وسيأتي تفصيل ذلك في الجدول رقم(٣).

الجدول (٣)

يوضح (التخصص العلمي للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية)*

التخصص العلمي	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	٪	م	ت	٪	م	ت	٪	م
الإعلام	١٤	٢٥.٥	١	٤	٢٠	١	١٨	٢٤	١
اللغة الانكليزية	٣	٥.٥	٥	١	٥	٤	٤	٥.٣	٦
فنون جميلة	٤	٧.٣	٤	٤	٢٠	١	٨	١٠.٧	٣
علوم سياسية	٣	٥.٥	٥	–	–	–	٣	٤	٧
اجتماع	٣	٥.٥	٥	–	–	–	٣	٤	٧
اللغة العربية	٥	٩.١	٣	٢	١٠	٣	٧	٩.٣	٤
حاسبات	٣	٥.٥	٥	١	٥	٤	٤	٥.٣	٦
رياضة	١	١.٨	٧	–	–	–	١	١.٣	٩
ادارة	٤	٧.٣	٤	٢	١٠	٣	٦	٨	٥
احصاء	١	١.٨	٧	–	–	–	١	١.٣	٩
رياضيات	١	١.٨	٧	–	–	–	١	١.٣	٩
جغرافية	١	١.٨	٧	–	–	–	١	١.٣	٩
تاريخ	٢	٣.٦	٦	–	–	–	٢	٢.٧	٨
كيمياء	١	١.٨	٧	–	–	–	١	١.٣	٩
بلا تخصص	٩	١٦.٤	٢	٣	١٥	٢	١٢	١٦	٢
قانون	–	–	–	١	٥	٤	١	١.٣	٩
فلسفة	–	–	–	١	٥	٤	١	١.٣	٩
التربية	–	–	–	١	٥	٤	١	١.٣	٩
الكلي	٥٥	١٠٠	–	٢٠	١٠٠	–	٧٥	١٠٠	–

تبين من تحليل الاستبانة في جانب التخصص العلمي للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية أنهم يتوزعون على (سبعة عشر) تخصصا علميا فضلا عن فئة منهم (بلا تخصص) علمي بلغت نسبتها المرتبة الثانية، فيما يأتي توصيفها حسب مراتبها.

- المرتبة الأولى كانت لتخصص الإعلام (البكالوريوس) بنسبة (٢٥.٥٪) وبتكرار (١٤) لجريدة الصباح، وبنسبة (٢٠٪) بتكرار (٤) لجريدة التآخي، وبنسبة (٢٤٪) بتكرار (١٨) لعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية.

- المرتبة الثانية للعاملين (بلا تخصص) أي من خريجي الدراسة المتوسطة والإعدادية وفي كلتي الجريدتين فبلغت نسبتها (١٦.٤٪) بتكرار (٩) في جريدة الصباح ونسبة (١٥٪) بتكرار (٣) في جريدة التآخي، وكانت بنسبة (١٦٪) بتكرار (١٢) لعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية.
- المرتبة الثالثة كانت في جريدة الصباح لتخصص اللغة العربية بنسبة (٩.١٪) بتكرار (٥) وفي جريدة التآخي كانت لتخصصي (اللغة العربية والإدارة) بنسبة (١٠٪) وبتكرار (٢) لكل منهما. أما فيما يتعلق بعموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية لتخصص (الفنون الجميلة) بنسبة (١٠.٧٪) بتكرار (٨).
- المرتبة الرابعة كانت في جريدة الصباح لتخصص (الإدارة) بنسبة (٧.٣٪) بتكرار (٤)، ولتخصصات (اللغة الانكليزية، والحاسبات، والقانون، والفلسفة، والتربية) بنسبة (٥٪) وتكرار (١) لكل منهما، أما فيما يتعلق بعموم القائم بالاتصال فكانت لتخصص (اللغة العربية) بنسبة (٩.٣٪) بتكرار (٧).
- المرتبة الخامسة كانت بالنسبة لجريدة الصباح فقط للتخصصات (اللغة الانكليزية، وعلوم الحاسبات، والاجتماع، والحاسبات) بنسبة (٥.٥٪) بتكرار (٣) لكل منهم. أما بالنسبة لعموم القائم بالاتصال فكانت لتخصص (الإدارة) بنسبة (٨٪) وتكرار (٦).
- المرتبة السادسة كانت لتخصص (التاريخ) واقتصرت على جريدة الصباح بنسبة (٣.٦٪) بتكرار (٢). وكانت لعموم القائم بالاتصال لتخصصي (اللغة الانكليزية والحاسبات) بنسبة (٥.٣٪) بتكرار (٤).
- المرتبة السابعة كانت لتخصصات (الإحصاء، والرياضيات، والجغرافية، والكيمياء) لجريدة الصباح فقط بنسبة (١.٨٪) وبتكرار (١) لكل منها أما بالنسبة لعموم القائمين بالاتصال فكانت لتخصصي (العلوم السياسية والاجتماع) بنسبة (٤٪) وتكرار (٣).
- المرتبة الثامنة كانت فقط لعموم القائمين بالاتصال لتخصص (التاريخ) بنسبة (٢.٧٪) وتكرار (٢).
- المرتبة التاسعة كانت فقط لعموم القائمين الاتصال للتخصصات (الرياضة، والإحصاء، والرياضيات، والجغرافية، والكيمياء، والقانون، والفلسفة، والتربية) بنسبة (١.٣٪) وتكرار (١).

لاحظ الباحثان من هذا التوزيع للتخصصات العلمية للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية أن هناك تخصصات كثيرة لا علاقة لها بالعملية الإعلامية والتخصص الصحفي فضلا عن وجود شهادات دنيا لا تؤهلها بأية حال للعمل في الصحافة، وعلى الرغم من أن تخصص الإعلام (البكالوريوس) جاء في المرتبة الأولى من مجموع التخصصات للقائمين بالاتصال لكنه تحدد بنسبة (٢٤٪) من المجموع وهي نسبة ضئيلة جدا لو قورنت بباقي التخصصات المساهمة في مهنة الصحافة والتي تصل نسبتها إلى (٧٦٪) وهذه النسبة هي السائدة في العمل في المؤسسات الصحفية. ويدل هذا على أن هناك تضخما كبيرا يعمل بصفة قائم بالاتصال في الصحافة العراقية من الذين ليس لهم علاقة بها.

رابعاً: أسباب التحاق القائم بالاتصال في مهنة الصحافة

إن معطيات الجدول رقم (٤) عند إجابة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية عن أسباب التحاقه بمهنة الصحافة أوضحت تفاوتا كبيرا في الأسباب سنوضحها فيما يأتي في الجدول رقم (٤).

الجدول رقم (٤)

يوضح (أسباب التحاق القائم بالاتصال في مهنة الصحافة).

الأسباب	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	٪	م	ت	٪	م	ت	٪	م
دراسة الإعلام	١٤	٢٥.٥	٢	٤	٢٠	٢	١٨	٢٤	٢
الهواية والرغبة	٣٣	٦٠	١	١٠	٥٠	١	٤٣	٥٧.٣	١
الصدفة	٤	٧.٣	٣	٢	١٠	٣	٦	٨	٤
الحصول على فرصة عمل	٤	٧.٣	٣	٤	٢٠	٢	٨	١٠.٧	٣
الكلي	٥٥	١٠٠	–	٢٠	١٠٠	–	٧٥	١٠٠	–

توضح مراتب إجابات المبحوثين عن أسباب الالتحاق بمهنة الصحافة كما يأتي:

- المرتبة الأولى تحدد السبب الأول هو (الهواية والرغبة) في العمل الصحفي فكانت في جريدة الصباح بنسبة (٦٠٪) وتكرار (٣٣) وفي جريدة التآخي بنسبة (٥٠٪) بتكرار (١٠) وعند عموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (٥٧.٣٪) بتكرار (٤٣).
- المرتبة الثانية: تحدد سبب (دراسة الإعلام) والتخصص العلمي للقائم بالاتصال دفعته للعمل الصحفي وكانت في جريدة الصباح بنسبة (٢٥.٥٪) بتكرار (١٤)، وفي جريدة التآخي كانت بسبب (دراسة الإعلام) و(الحصول على فرصة عمل) بنسبة (٢٪) وتكرار (٤) لكليهما. أما لعموم القائمين بالاتصال فكانت بنسبة (٢٤٪) وتكرار (١٨).
- المرتبة الثالثة كانت بسبب (الصدفة) و(الحصول على فرصة عمل) بنسبة (٧.٣٪) وتكرار (٤) لكل منهما. وبسبب (الصدفة) في جريدة التآخي بنسبة (١٠٪) وتكرار (٢)، وكانت عند عموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بسبب (الحصول على فرصة عمل) بنسبة (١٠.٧٪) بتكرار (٨).
- المرتبة الرابعة تأتي بسبب (الصدفة) لعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (٨٪) وتكرار (٦).

وعند تفحص مراتب أسباب التحاق القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بمهنة الصحافة يلاحظ أن هناك تفاوتا كبيرا في الأسباب جاء في (٧٦٪) هو (الرغبة بالحصول على عمل) و(الصدفة) و(الرغبة والهواية) أما سبب (التخصص العلمي أي دراسة الإعلام) فقد مثلت مرتبة (٢٤٪) من الأسباب، والذي ينظر إلى الجدول (٣) يجد ترابطا في المتغيرات فقد وجدنا هذه النسبة جاءت بسبب التخصص العلمي الأكاديمي في مجال الإعلام والتي جاءت أيضاً بنسبة (٢٤٪) من مجموع التحصيل العلمي للقائمين بالاتصال.

إن نسبة (٢٤٪) مؤشر كبير على نحو توصيف الخصائص المهنية للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بحيث يدل على أن ما يقرب من ربع العاملين في الصحافة من المتخصصين أكاديميا في مهنة الإعلام.

خامساً: نظام عمل القائم بالاتصال في الجريدة.

لنظام عمل القائم بالاتصال أنواع عدة تحدد العلاقة فيما بينه وبين الجريدة التي يعمل فيها سنبينها في الجدول رقم (٥) فيما يأتي:

الجدول رقم (٥)

يوضح (نظام عمل القائم بالاتصال في الجريدة).

نظام العمل المهني	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	٪	م	ت	٪	م	ت	٪	م
ملاك دائم	٣٤	٦١.٨	١	١١	٥٥	١	٤٥	٦٠	١
عقد	١٩	٣٤.٦	٢	٧	٣٥	٢	٢٦	٣٤.٧	٢
مكافآت ثابتة	١	١.٨	٣	٢	١٠	٣	٣	٤	٣
نظام القطعة	١	١.٨	٣	–	–	–	١	١.٣	٤
الكلي	٥٥	١٠٠	–	٢٠	١٠٠	–	٧٥	١٠٠	–

لقد تحددت أشكال نظام عمل القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بأربعة مراتب هي:

- المرتبة الأولى عمل القائم بالاتصال على (الملاك الدائم) في الجريدة بنسبة (٦١.٨٪) وتكرار (٣٤) لجريدة الصباح وبنسبة (٥٥٪) وتكرار (١١) لجريدة التآخي ولعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (٦٠٪) وتكرار (٤٥).
- المرتبة الثانية للعمل على نظام (العقد) مع الجرائد وجاء بنسبة (٣٤.٦٪) وتكرار (١٩) لجريدة الصباح ونسبة (٣٥٪) لجريدة التآخي وتكرار (٧)، ويأتي نظام العقد لعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (٣٤.٧٪) وتكرار (٢٦).
- المرتبة الثالثة كانت لنظامي (المكافأة الثابتة) و(نظام القطعة) لجريدة الصباح بنسبة (١.٨٪) وتكرار (١) لكليهما، ولنظام (المكافئة الثابتة) فقط لجريدة التآخي بنسبة (١٠٪) وتكرار (٢)، وتأتي هذه المرتبة لعموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (٤٪) وتكرار (٣).
- وجاء (نظام القطعة) في المرتبة الرابعة لعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (١.٣٪) وتكرار (١).

ويلاحظ من قراءة هذا الجدول أن (٤٠٪) من القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية لا يعملون على نظام (الملاك الدائم) ولربما يكون العدد الكبير الفاعل في الصحافة العراقية من هؤلاء إذا ما أخذنا بعين الاعتبار أن عدداً لا يستهان به من القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية قد يعمل بأعمال إدارية أو مفرغ لأعمال إدارية أو غير صحفية في جرائدهم من الذين يعملون على (الملاك الدائم).

سادسا: رغبة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بان يكون صحفيا متخصصا أو شاملا

ترجحت كفة رغبة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية لصالح أن يكون صحفيا متخصصا عنه صحفيا شاملا نسبة قليلة جدا وكما هو موضح في الجدول رقم (٦)

الجدول رقم (٦)

يوضح (رغبة القائم بالاتصال بان يكون صحفيا متخصصا أو شاملا).

الجريدة	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	٪	م	ت	٪	م	ت	٪	م
متخصص	٣١	٥٦.٤	١	١٣	٦٥	١	٤٤	٥٨.٧	١
شامل	٢٤	٤٣.٦	٢	٧	٣٥	٢	٣١	٤١.٣	٢
الكلي	٥٥	١٠٠	–	٢٠	١٠٠	–	٧٥	١٠٠	–

توزعت مراتب هذا الجدول على:

- **المرتبة الأولى: كانت لرغبة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بان يكون صحفيا (متخصصا) بنسبة (٥٨.٧٪) وتكرار (٤٤).**
- **المرتبة الثانية: كانت لرغبة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بان يكون صحفيا (شاملا) بنسبة (٤١.٣٪) وتكرار (٣١).**

وقد خصص سؤالان عن أسباب رغبة القائم بالاتصال بان يكون صحفيا متخصصا أو شاملا سيأتي بيان معطيات أجوبتهما عن طريق الاستبانة في الجدولين الفرعيين (٦-أ) و (٦-ب).

سابعا: أسباب رغبة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية ان يكون صحفيا متخصصا

تأتي الإجابة عن أسباب رغبة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية في ان يكون صحفيا متخصصا في الجدول (٦-أ) وهو جدول فرعي للجدول (٦) وكانت النسب تأتي مقسمة على (٤٤) هو عدد الذين أجابوا بالتخصص.

الجدول (٦-أ)

يوضح (أسباب رغبة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية في ان يكون صحفيا متخصصاً).

الرغبة في العمل الصحفي المتخصص	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	٪	م	ت	٪	م	ت	٪	م
التخصص يتلاءم مع مؤهلاتي العلمية والمهنية	١٤	٤٥.٢	١	٤	٣٠.٨	١	١٨	٤٠.٩	١
التركيز وعدم التشتت في أكثر من مجال	٧	٢٢.٣	٢	٣	٢٣.١	٢	١٠	٢٢.٧	٢
الإحاطة بجوانب العمل المتخصص جميعها	٤	١٢.٩	٣	٣	٢٣.١	٢	٧	١٥.٩	٣
يحقق دقة التغطية	٣	٩.٧	٤	٢	١٥.٤	٣	٥	١١.٤	٤
يحقق الإبداع في العمل	٣	٩.٧	٤	١	٧.٧	٤	٤	٩.١	٥
الكلي	٣١	١٠٠	–	١٣	١٠٠	–	٤٤	١٠٠	–

جاءت الرغبة في أن يكون القائم بالاتصال صحفيا متخصصا مقسمة على خمسة أسباب وبخمسة مراتب لمجموع (٤٤) منهم (٣١) في جريدة الصباح و(١٣) في جريدة التآخي وهي كما يأتي:

- المرتبة الأولى كانت بسبب أن (التخصص يتلاءم مع مؤهلات القائم بالاتصال العلمية والمهنية) في جريدة الصباح بنسبة (٤٥.٢٪) وتكرار (١٤) وفي جريدة التآخي بنسبة (٣٠.٨٪) وتكرار (٤)، أما عند عموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية فكانت بنسبة (٤٠.٩٪) وتكرار (١٨).
- المرتبة الثانية: كانت بسبب (التركيز وعدم التشتت في أكثر من مجال) لجريدة الصباح بنسبة (٢٢.٣٪) وتكرار (٧) وكانت لجريدة التآخي لسببي (التركيز وعدم التشتت في أكثر من مجال) و(الإحاطة بجميع جوانب العمل المتخصص) بنسبة (٢٣.١) وتكرار (٣) لكل منهما. أما عند عموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية فكانت بنسبة (٢٢.٧٪) وتكرار (١٠).
- المرتبة الثالثة: تأتي بسبب (الإحاطة بجوانب العمل المتخصص جميعها) في جريدة الصباح بنسبة (١٢.٩٪) وتكرار (٤). وبسبب (تحقيق الدقة في التغطية) لجريدة التآخي بنسبة (١٥.٤٪) وتكرار (٢) وكانت لعموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بسبب (الإحاطة في جوانب العمل المتخصص جميعها) بنسبة (١٥.٩٪) وتكرار (٧).
- المرتبة الرابعة: كانت بسبب (تحقيق دقة التغطية) و(تحقيق الإبداع في العمل) لجريدة الصباح بنسبة (٩.٧٪) وتكرار (٣) لكليهما، أما في جريدة التآخي فكانت بسبب (تحقيق الإبداع في العمل) بنسبة (٧.٧٪) وتكرار (١) وتأتي بسبب (تحقيق دقة التغطية) لعموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (١١.٤٪) وتكرار (٥).
- المرتبة الخامسة: كانت فقط لعموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بسب (تحقيق الإبداع في العمل) بنسبة (٩.١٪) وتكرار (٤).

ثامنا: أسباب رغبة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية ان يكون صحفيا شاملا

يبين الجدول الفرعي رقم (٦-ب) أسباب رغبة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية في أن يكون صحفيا شاملا، وتأتي النتائج مقسمة على (٣١) وهو عدد الذين يرغبون (بالشمولية) في العمل الصحفي.

الجدول رقم (٦-ب)

يوضح (أسباب رغبة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية ان يكون صحفيا شاملا).

المواضيع	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	٪	م	ت	٪	م	ت	٪	م
القدرة وإتاحة العمل في الكتابة في المواضيع جميعها	١٧	٧٠.٨	١	٤	٥٧.١	١	٢٢	٧١	١
الاتصال الواسع بالجمهور	٤	١٦.٧	٢	٢	٢٨.٦	٢	٥	١٦.١	٢
إتاحة العمل في أقسام الجريدة جميعها	٣	١٢.٥	٣	١	١٤.٣	٣	٤	١٢.٩	٣
الكلي	٢٤	١٠٠	–	–	١٠٠	–	٣١	١٠٠	–

جاءت الرغبة في أن يكون القائم بالاتصال في الصحافة العراقية صحفيا شاملا مقسمة على ثلاثة أسباب وبخمسة مراتب من مجموع (٣١) منهم (٢٤) في جريدة الصباح و(١١) في جريدة التآخي وهي كما يأتي:

- المرتبة الأولى: كانت بسبب (القدرة وإتاحة العمل في الكتابة في المواضيع جميعها) لجريدة الصباح بنسبة (٧٠.٨٪) وتكرار (١٧) ولجريدة التآخي بنسبة (٥٧.١٪) وتكرار (٤). ولعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (٧١٪) وتكرار (٢٢).
- المرتبة الثانية كانت بسبب (الاتصال الواسع بالجمهور) بنسبة (١٦.٧٪) وتكرار (٤) في جريدة الصباح ونسبة (٢٨.٦٪) وتكرار (٢) في جريدة التآخي وبنسبة (١٦.١٪) وتكرار (٥) لعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية.
- المرتبة الثالثة: كانت لسبب (إتاحة العمل في جميع أقسام الجريدة) لجريدة الصباح بنسبة (١٢.٥٪) وتكرار (٣) ولجريدة التآخي بنسبة (١٤.٣٪) بتكرار (١)، ولعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (١٢.٩٪) وتكرار (٤).

ومن ذلك نستدل على أن القائمين بالاتصال الذين يرغبون بالعمل الصحفي الشامل يشعرون بأنهم قادرون على الكتابة في كل مجال من جهة، وإتاحة الفرصة لهم للعمل في أقسام الجريدة كلها من جهة أخرى.

تاسعا: ارتباط القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بعمل اخر غير العمل في الجريدة التي يعمل بها

يبين الجدول رقم (٧) ارتباط القائم بالاتصال في الصحافة العراقية لعمل أخر غير العمل الذي يعمل فيه أم لا وكما هو موضح فيما يأتي:

الجدول رقم (٧)

يوضح (ارتباط القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بعمل آخر غير العمل في الجريدة التي يعمل فيها).

هل يوجد عمل آخر	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	٪	م	ت	٪	م	ت	٪	م
نعم	٤	٧.٣	٢	٨	٤٠	٢	١٢	١٦	٢
لا	٥١	٩٢.٧	١	١٢	٦٠	١	٦٣	٨٤	١
الكلي	٥٥	١٠٠	–	٢٠	١٠٠	–	٧٥	١٠٠	–

- جاءت المرتبة الأولى للقائمين بالاتصال الذين لا يعملون في مجال آخر غير العمل في جريدتهم بنسبة (٩٢.٧٪) وتكرار (٥١) لجريدة الصباح ونسبة (٦٠٪) وتكرار (١٢) لجريدة التآخي، ولعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية جاءت بنسبة (٨٤٪) وتكرار (٦٣).
- المرتبة الثانية للقائمين بالاتصال الذين يملكون عملا آخراً وكانت بنسبة (٧.٣٪) وتكرار (٤) لجريدة الصباح و(٤٠٪) بتكرار (٨) لجريدة التآخي ولعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (١٦٪) وتكرار (١٢).

وتدل النتائج على أن هناك نسبة ضئيلة جدا من الذين يعملون عملا آخراً غير عملهم الصحفي، وهذا يؤشر حالة ايجابية تشير إلى تفرغ الصحفي التام لعمله المهني مما يزيد من درجة الإنتاج والإتقان.

عاشراً: نوع التزام القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بأخلاقيات المهنة الصحفية

يؤكد الجدول رقم (٨) نوع التزام القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بأخلاقيات العمل المهني الصحفي سلبا أم إيجابا كما يأتي:

الجدول رقم (٨)

يوضح (موقف القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية من الالتزام بأخلاق المهنة الصحفية).

نوع الالتزام بأخلاق المهنة الصحفية	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	٪	م	ت	٪	م	ت	٪	م
ايجابي	٣٩	٧٠.٩	١	١٦	٨٠	١	٥٥	٧٣.٣	١
سلبي	١٦	٢٩.١	٢	٤	٢٠	٢	٢٠	٢٦.٧	٢
الكلي	٥٥	١٠٠	–	٢٠	١٠٠	–	٧٥	١٠٠	–

- تأتي المرتبة الأولى: للموقف الايجابي بالتزام القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بأخلاقيات العمل الصحفي لجريدة الصباح بنسبة (٧٠.١٪) وتكرار (٣٩) والجريدة التآخي بنسبة (٨٠٪) وتكرار (١٦)، ولعموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (٧٣.٣٪) وتكرار (٥٥).

- أما المرتبة الثانية فكانت للموقف السلبي بالالتزام بأخلاقيات العمل الصحفي المهني لجريدة الصباح بنسبة (٢٩.١٪) وتكرار (١٦) ولجريدة التآخي بنسبة (٢٠٪) وتكرار (٤) ولعموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (٢٦.٧٪) وتكرار (٢٠).

تدلل هذه النسب على أن القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية يشخصون نسبة مهمة جدا للموقف السلبي من الالتزام بأخلاقيات المهنة الصحفية.

إحدى عشر: أوجه إساءة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية إلى أخلاقيات المهنة الصحفية

أجاب القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية عن أجه الإساءة إلى أخلاقيات المهنة الصحفية في الجدول رقم (٩) بما يأتي:

الجدول رقم (٩)

يوضح (أوجه إساءة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية إلى أخلاقيات المهنة الصحفية).

أوجه الإساءة للمهنة الصحفية	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	٪	م	ت	٪	م	ت	٪	م
استغلال المهنة لمصالح شخصية	١٩	٤٨.٧	١	٦	٣٧.٥	١	٢٥	٤٥.٥	١
ضعف الأداء الصحفي	١٢	٣٠.٨	٢	٦	٣٧.٥	١	١٨	٣٢.٧	٢
عدم نقل المعلومات بشكل أمين	٦	١٥.٤	٣	٢	١٢.٥	٢	٨	١٤.٥	٣
سوء السلوك وعدم اللياقة	٢	٥.١	٤	٢	١٢.٥	٢	٤	٧.٣	٤
الكلي	٣٩	١٠٠	–	١٦	١٠٠	–	٥٥	١٠٠	–

لقد حدد هذا الجدول أربعة أسباب تدعو للإساءة إلى أخلاقيات المهنة الصحفية بحسب وجهة نظر القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية، بأربعة مراتب هي :

- المرتبة الأولى حددت سبب (استغلال المهنة للمصالح الشخصية) لجريدة الصباح بنسبة (٤٨.٧٪) وتكرار (١٩)، ولجريدة التآخي (٣٧.٥٪) وتكرار (٦) وقد جاء معها بالمرتبة نفسها السبب (ضعف الأداء المهني) بالنسبة نفسها والتكرار. اما لعموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية فكانت المرتبة لسبب (استغلال المهنة لمصالح شخصية) بنسبة (٤٥.٥٪) وتكرار (٢٥).

- المرتبة الثانية كانت لسبب (ضعف الأداء الصحفي) لجريدة الصباح بنسبة (٣٠.٨) وتكرار (١٢)، اما بالنسبة لجريدة التآخي فكانت المرتبة الثانية لسببي (عدم نقل المعلومات بشكل امين) و(سوء السلوك وعدم اللياقة) بنسبة (١٢.٥٪) وتكرار (٢) لكليهما، اما لعموم القائمين بالاتصال فكانت بنسبة (٣٢.٧٪) وتكرار (١٨).

- المرتبة الثالثة: كانت لسبب (عدم نقل المعلومات بشكل امين) في جريدة الصباح فقط بنسبة (١٥.٤٪) وتكرار (٦)، اما عند عموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية فكانت بنسبة (١٤.٦٪) وتكرار (٨).
- المرتبة الرابعة: كانت لسبب (سوء السلوك وعدم اللياقة) لجريدة الصباح فقط بنسبة (٥.١٪) وتكرار (٢) وعند عموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (٧.٣٪) وتكرار (٤).

وعند تدقيق هذه النسب وجد أن نسبة (٥٢.٨٪) من القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية كانت أوجه إساءتهم من نسبة (٢٦.٧٪) الواردة في الجدول رقم (٩) تتعلق (بالموضوعية والكفاءة المهنية) أما نسبة (٤٧.٢٪) لنسبة الجدول رقم (٩) نفسها كانت تتعلق بـ(سوء السلوك الشخصي) للقائم بالاتصال. وهذا يدلل على أن نسبة سوء السلوك هي قليلة جدا.

أثنا عشر: الأسباب التي أثرت سلباً في الأداء الصحفي للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية.

الجدول رقم (١٠)

يوضح (الأسباب التي أثرت سلبا في الأداء الصحفي للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية).

الأسباب التي أثرت سلبا في الأداء الصحفي	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	٪	م	ت	٪	م	ت	٪	م
تسلل عدد من الدخلاء على مهنة الصحفيون الذين يفتقرون إلى التخصص العلمي	١٨	٣٢.٧	١	١٠	٥٠	١	٢٨	٣٧.٣	١
قلة الدورات الإعلامية	١٢	٢١.٨	٢	٤	٢٠	٢	١٦	٢٣.٣	٢
العلاقات الشخصية في العمل الصحفي	١٠	١٨.٢	٣	٤	٢٠	٢	١٤	١٨.٧	٣
عدم اهتمام الجريدة بالمضمون	٨	١٤.٦	٤	–	–	–	٨	١٠.٧	٤
عدم وجود روح المنافسة	٦	١٠.٩	٥	٢	١٠	٣	٨	١٠.٧	٤
التناقض بين القائمين بالاتصال	١	١.٨	٦	–	–	–	١	١.٣	٥
الكلي	٥٥	١٠٠	–	٢٠	١٠٠	–	٧٥	١٠٠	–

تحدد الأسباب التي أثرت سلبا في الأداء الصحفي للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بخمسة مراتب هي:

- المرتبة الأولى كانت لسبب (تسلل عدد من الدخلاء على مهنة الصحافة الذين يفتقرون إلى التخصص العلمي) لجريدة الصباح بنسبة (٣٢.٧٪) وتكرار (١٨)، اما لجريدة التآخي فكانت بنسبة (٥٠٪) وتكرار (١٠) وعند عموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (٣٧.٣٪) وتكرار (٢٨).

- المرتبة الثانية كانت في جريدة الصباح لسبب (قلة الدورات الإعلامية) بنسبة (٢١.٨٪) وتكرار (١٢) اما لجريدة التآخي فكانت لسببي (قلة الدورات الإعلامية) و(العلاقات الشخصية في العمل الصحفي) بنسبة (٢٠٪) وتكرار (٤) لكليهما. اما عند عموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية فكانت لسبب (قلة الدورات الإعلامية) بنسبة (٢١.٣٪) وتكرار (١٦).

- المرتبة الثالثة كانت بسبب (العلاقات الشخصية في العمل الصحفي) لجريدة الصباح بنسبة (١٨.٢٪) وتكرار (١٠) ولجريدة التآخي كانت بسبب (عدم وجود روح المنافسة) بنسبة (١٠٪) وتكرار (٢). وكانت عند عموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية لسبب (العلاقات الشخصية في العمل الصحفي) بنسبة (١٨.٧٪) وتكرار (١٤).

- المرتبة الرابعة كانت في جريدة الصباح فقط لسبب (عدم اهتمام الجريدة بالمضمون) بنسبة (١٤.٦٪) وتكرار (٨) ولعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (١٠.٧٪) وتكرار (٨) ولسبب عدم وجود روح المنافسة) بالنسبة والتكرار نفسهما.

- المرتبة الخامسة كانت لسبب (عدم وجود روح المنافسة) في جريدة الصباح فقط بنسبة (١٠.٩٪) وتكرار (٦) ولعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بسبب (التناقض بين القائمين بالاتصال) بنسبة (١.٣٪) وتكرار (١).
- المرتبة السادسة كانت في جريدة الصباح فقط لسبب (التناقض بين القائمين بالاتصال) بنسبة (١.٨٪) وتكرار (١).

ثلاثة عشر: نوع تأثير الموقع في الجريدة التي يعمل فيها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية.

الجدول رقم (١١)

يوضح (نوع تأثير الموقع في الجريدة التي يعمل فيها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية).

تأثير الموقع في الجريدة	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	٪	م	ت	٪	م	ت	٪	م
ايجابي	٤٨	٨٧.٣	١	٢٠	١٠٠	١	٦٨	٩٠.٧	١
سلبي	٧	١٢.٧	٢	–	–	–	٧	٩.٣	٢
الكلي	٥٥	١٠٠	–	٢٠	١٠٠	–	٧٥	١٠٠	–

لقد جاء في الجدول (التأثير الايجابي) على القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (٩.٧٪) وتكرار (٦٨)، وكانت نسبة (٨٧.٣٪) وتكرار (٤٨) لجريدة الصباح، ونسبة (١٠٠٪) وتكرار (٢٠) لجريدة التآخي.

اما (التأثير السلبي) فكان (٩.٣٪) وتكرار (٧) في الصحافة العراقية وكان لجريدة الصباح فقط وبنسبة (١٢.٧٪) وتكرار (٧).

أربعة عشر: أسباب التأثير الايجابي للموقع في الجريدة التي يعمل فيها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية

افرز الجدول رقم (١١) ان نسبة (٩٠.٧٪) من القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية يؤثر الموقع في الجريدة إيجابا على عملهم المهني الصحفي وفي الجدول الآتي رقم (١٢) سنتبين أسباب هذا التأثير وهي:

الجدول رقم (١٢)

يوضح (أسباب التأثير الايجابي للموقع في الجريدة التي يعمل فيها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية)

أسباب التأثر الايجابي للموقع	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	٪	م	ت	٪	م	ت	٪	م
يطور قدرات القائم بالاتصال ويحقق رغباته المهنية	١٨	٣٧.٥	١	٨	٤٠	١	٢٦	٣٨.٢	١
يسهل مواكبة الأحداث بشكل يومي مما يعزز المعرفة والإدراك لدى القائمين بالاتصال	١٢	٢٥	٢	٥	٢٥	٢	١٧	٢٥	٢
يحقق دوام الاتصال بالجمهور ويزيد من العلاقات الاجتماعية	٩	١٨.٨	٣	٤	٢٠	٣	١٣	١٩.١	٣
الحصول على المعلومات من مصادرها بسهولة	٥	١٠.٤	٤	٢	١٠	٤	٧	١٠.٣	٤
قدرة الموقع على توفير المستلزمات المهنية وتحقيق فرص التغطية	٢	٤.٢	٥	–	–	–	٢	٢.٩	٥
الإفادة من معلومات وخبرات الزملاء	٢	٤.٢	٥	–	–	–	٢	٢.٩	٥
الاحتكاك بالمصادر القانونية الرسمية	–		–	١	٥	٥	١	١.٥	٦
الكلي	٤٨	١٠٠		٢٠	١٠٠	–	٦٨	١٠٠	–

حدد القائمون بالاتصال بالإجابة عن أسباب التأثير الايجابي على القائم بالاتصال في الصحافة العراقية للموقع الذي يعملون فيه في الجريدة إلى سبعة أسباب كانت في ستة مراتب وهي كما يأتي:

- المرتبة الأولى كانت بسبب ان الموقع (يطور قدرات القائم بالاتصال ويحقق رغباته المهنية لجريدة الصباح بنسبة (٣٧.٥٪) وتكرار (١٨) ولجريدة التآخي بنسبة (٤٠٪) وتكرار (٨) اما لعموم القائمين بالاتصال فكانت بنسبة (٣٨.٢٪) وتكرار (٢٦).

- المرتبة الثانية كانت بسبب انه (يسهل مواكبة الأحداث بشكل يومي مما يعزز المعرفة والإدراك لدى القائمين بالاتصال) بنسبة (٢٥٪) وتكرار (١٢) لجريدة الصباح ونسبة (٢٥٪) وتكرار (٥) لجريدة التآخي ولعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (٢٥٪) وتكرار (١٧).

- المرتبة الثالثة لسبب انه (يحقق دوام الاتصال بالجمهور ويزيد من العلاقات الاجتماعية) بنسبة (١٨.٨٪) وتكرار (٩) لجريدة الصباح ونسبة (٢٠٪) وتكرار (٤) لجريدة التآخي اما لعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (١٩.١٪) وتكرار (١٣).

- المرتبة الرابعة كانت لسبب (الحصول على المعلومات من مصادرها بسهولة) فكان بجريدة الصباح بنسبة (١٠.٤٪) وتكرار (٥) وفي جريدة التآخي بنسبة (١٠٪) وتكرار (٢)، اما لعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية تأتي بنسبة (١٠.٣٪) وتكرار (٧).

- المرتبة الخامسة كانت بالنسبة لعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بسبب (قدرة الموقع على توفير المستلزمات المهنية وتحقيق فرص التغطية) ولسبب (الإفادة من معلومات وخبرات الزملاء) بنسبة (٢.٩٪) وتكرار (٢) كليهما، وفي جريدة الصباح بنسبة (٤.٢٪) وتكرار (٢) لكليهما، اما في جريدة التآخي فجاءت المرتبة الخامسة لسبب (الاحتكاك بالمصادر القانونية الرسمية) بنسبة (٥٪) وتكرار (١).

- المرتبة السادسة كانت لعموم القائمين في الصحافة العراقية لسبب (الاحتكاك بالمصادر القانونية الرسمية بنسبة (١.٥٪) وتكرار (١).

<u>خمسة عشر: أسباب التأثير السلبي للموقع في الجريدة التي يعمل فيها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية:</u>

كانت نسبة التأثير السلبي للموقع في الجريدة التي يعمل فيها القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية حسب الجدول رقم (١١) هي (٩.٣٪) وسيبين الجدول (١٣) هذه الأسباب.

الجدول رقم (١٣)

يوضح (أسباب التأثير السلبي للموقع في الجريدة التي يعمل فيها القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية).

أسباب التأثير السلبي للموقع	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	٪	م	ت	٪	م	ت	٪	م
عدم توافر الفرص للحصول على الأخبار والتقاطها بسبب الوضع المهني في الجريدة	٧	١٠٠	١	–	–	–	٧	١٠٠	١
الكلي	٧	١٠٠	–	–	–	–	٧	١٠٠	–

عند قراءة الجدول رقم (١٣) نجد ان سببا واحدا اثر سلبا على القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية وهو (عدم توافر الفرص للحصول على الاخبار والتقاطها بسبب الوضع المهني في الجريدة) وكانت نسبة (١٠٠٪) وتكرار (٧). والذي جاء بالنسبة والتكرار نفسها في جريدة الصباح، وقد خلت جريدة التآخي من هذا السبب لأن إجابات مبحوثيها بعدم وجود تأثير سلبي للموقع عليهم.

الخاتمة

(الاستنتاجات والتوصيات)

أولا: الاستنتاجات:

من الضروري قيام المؤسسة الصحفية بدورها في خلق بيئة اتصالية أفضل من حيث المهنية والأخلاقية. وذلك من خلال نشر المواثيق الأخلاقية وتوزيعها على العاملين فيها ورفع مستوى الوعي الأخلاقي لديهم من خلال عقد الندوات والمؤتمرات وجلسات العمل والدورات التدريبية التي تعنى بالأمور الأخلاقية للخروج بنتائج تسهم في رفع الأداء المهني للقائم بالاتصال.

أجاب البحث عن الأهداف والتساؤلات جميعها وقد تضمن نتائج عديدة بين طياته نعرض أهم الاستنتاجات التي توصل إليها والتي تجيب عن الأهداف التي رسمت لهذا البحث وهي:

أ. أنّ هناك تفاوتا كبيرا في حجم القائمين بالاتصال بين فئة الصحفيين وفئة الصحفيات في المؤسسات الإعلامية الصحفية في العراق ونرى هذا سائد فيها حصرا ليس في العراق بل في الدول العربية جميعها وحسبما اطلعنا عليه في الدراسات الإعلامية.

ب. تمتد أعمار القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية على مساحة زمنية لخمسة عقود من الزمن يأتي حجم الشباب منها بالمرتبة الثالثة، مما تمكن هذه الظاهرة من الإفادة من التجارب وخبرات بعضهم البعض ومقارنتها تاريخيا واستثمار معطياتها.

ج. لوحظ عن طريق البحث أن هناك تخصصات كثيرة تعمل في الصحافة العراقية لا علاقة لها بالعمل الصحفي فضلا عن أن شهاداتها لا تؤهلها للعمل الصحفي وكان تخصص القائمين بالاتصال في المجال الإعلامي لا يتجاوز ٢٤٪ من مجموع التخصصات العلمية الأخرى والذين هم من فئة الشباب

د. إن جزءا كبيرا من القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية لا يعمل على الملاك الدائم وان قسما منهم من الذين يعملون في مؤسسات أخرى إعلامية أو غير إعلامية مما ينعكس سلبا على أدائهم الإعلامي. وقد كان سبب ذلك قلة المردودات المالية لهم أو أنها كانت غير مجزية.

ه. يرغب القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية الالتزام بأخلاقيات العمل الصحفي بشكل دقيق كما أنهم ينتقدون السلوك المهني للذين لا يلتزمون بها ولاسيما فيما يتعلق بالموضوعية والكفاءة المهنية.

و. إن تسلل عدد من الدخلاء الذين يفتقرون إلى التخصص العلمي على مهنة الصحافة من الأسباب التي أثرت سلبا على الأداء الصحفي للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية في المجالات كلها.

ز. اثر الموقع الذي يعمل فيه القائم بالاتصال في الصحافة العراقية سلبا أو إيجابا على أدائه المهني، وكان التأثير الايجابي هو السائد فيه، وقد جاء التأثير السلبي عن طريق ذوي المواقع الصحفية المفروضة عليهم من قبل إدارة الجريدة مما حرمهم من فرصة التواصل الإعلامي وفرض التغطية الصحفية.

ح. أثرت أخلاقيات المهنة والسياسات الإعلامية على صياغة الرسائل الاتصالية للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية.

التوصيات:

في ضوء جهد الباحثان في التعامل مع مشكلة البحث المتمثلة "أخلاقيات القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية وما يؤثر عليها سلبا أو إيجابا بعد تغيير النظام السياسي في العراق في عام ٢٠٠٣م"، وفي ضوء أهداف البحث وجد الباحثان انه من المناسب أن يقدما بعض التوصيات المهمة لمجمل العملية الاتصالية والإعلامية في العراق وهي:

١. **ترشيق المؤسسات الصحفية من العناصر الفائضة غير المتخصصة والاقتصار على العناصر الفاعلة والمبدعة مهنياً .**
٢. **الاهتمام بموضوع الأخلاقيات المهنية في الصحافة العراقية من قبل المسؤولين في الصحف والابتعاد عن استغلال المهنة للمصالح الشخصية.**
٣. **إقامة الدورات الخاصة بتعليم أخلاقيات المهنة للقائمين بالاتصال في الصحف العراقية.**
٤. **تطوير مراكز ومؤسسات البحث العلمي الإعلامي في داخل المؤسسات الإعلامية وخارجها وحث المؤسسات الإعلامية بالاهتمام في جانب البحث والتطوير والتدريب بالاعتماد على ذوي الاختصاص العلمي والخبرة لتطوير جميع العناصر الإعلامية ولمختلف مواقعها.**
٥. **ضرورة اعتماد المعايير الأخلاقية في ممارسة العمل الصحفي في الصحافة العراقية من قبل إدارة المؤسسة الصحفية.**
٦. **ضرورة التزام العاملين بالمؤسسة الصحفية بالمعايير الأخلاقية والمهنية والابتعاد عن تخديشها بكل ما هو منافي لمواثيق الشرف المهنية.**
٧. **قيام المنظمات الصحفية بإعداد ميثاق شرف صحفي يعزز التزام الصحفيين بأخلاقيات المهنة ويسهم في تحفيزهم على رفع أدائهم المهني.**
٨. **توسيع دائرة تعيين الشباب من خريجي المؤسسات الأكاديمية الإعلامية لما يتمتعون به من قدرة علمية حديثة ونشاط وحيوية وزجها في العمل الصحفي.**
٩. **تحسين مدخولات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية كلها والعمل بنظام المكافآت مع وضع ضوابط عادلة لصرفها فيما بينهم.**

الهوامش

(١) رشيد عبد الحميد، محمود الحياوي، أخلاقيات المهنة، (عمان: دار الفكر للنشر والتوزيع، ط٢، ١٩٨٥)، ص٩.

(٢) أ.د. ليلى عبد المجيد، التشريعات الإعلامية ،(القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح) ص٢٣٥.

(٣) د. احمد عبد المجيد، أخلاقيات المهنة الصحفية في العراق بعد نيسان ٢٠٠٣، مجلة الباحث الإعلامي، العدد الثاني، (جامعة بغداد: كلية الإعلام، حزيران ٢٠٠٦)، ص٧٠.

(*) للاطلاع على تفاصيل الجوانب انظر: أ.د. ليلى عبد المجيد، ، مصدر سابق، ص٢٣٧- ٢٤٥.

(٤) أ.م.د. كاظم المقدادي، المخاطر المرتبطة بأخلاقيات العمل الإعلامي، مجلة الباحث الإعلامي، العدد الثالث، (جامعة بغداد: كلية الإعلام، ٢٠٠٧)، ص٦١- ٦٢.

(٥) أ.م.د. ثامر كامل محمد، تحديات الإعلام العولمي، مجلة تواصل، السنة الرابعة، العدد الثالث والثلاثون، (بغداد: هيئة الإعلام والاتصالات، ٢٠٠٩)، ص١٧.

(٦) ديفيد راندال، الصحفي العالمي، ترجمة: معين الامام، (المملكة العربية السعودية: مكتبة العبيكان، ٢٠٠٧)، ص٢٢٠- ٢٢١.

(٧) ليونارد راي تيل، رون تيلور، مدخل إلى الصحافة- جولة في قاعة التحرير، ترجمة حمدي عباس، (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٠)، ص١٦٠.

(٨) زيد منير عبوي، فن الادارة بالاتصال، (عمان: دار دجلة، ٢٠٠٨)، ص١٤٩.

(٩) د. محمد الصيرفي، الإعلام، (الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، ٢٠٠٩)، ص٢٣٢- ٢٣٣.

(١٠) د. محمد الصيرفي، مصدر سابق، ص٢٤١- ٢٤٢.

(١١) جمال العطيفي، حرية الصحافة وفق تشريعات الجمهورية العربية المتحدة، (القاهرة: ١٩٧١)، ص١٢٧.

(١٢) حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٢)، ص٢٧٧- ٢٧٨.

(١٣) المصدر نفسه، ص٢٨٦.

(١٤) د. محمد منير حجاب، الإعلام والموضوعية في القرن الحادي والعشرين، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠١٠)، ص٢٦٥- ٢٦٦.

(١٥) د. محمد منير حجاب، الإعلام والموضوعية في القرن الحادي والعشرين، مصدر سابق، ص٢٦٨.

(١٦) سليمان صالح، أزمة حرية الصحافة في النظم الرأسمالية، دراسة تحليلية نقدية للتجربة البريطانية، (القاهرة: دار النشر للجامعات المصرية، ١٩٩٥)، ص٨٧.

(١٧) حسن عماد مكاوي، ، مصدر سابق، ص٢٠٦- ٢٠٧.

(١٨) Holsinger, Ralphl, Media law, (N. Y.; Random house, 1987), PP. 256- 257.

(١٩) د. محمد منير حجاب، الإعلام والموضوعية في القرن الحادي والعشرين، مصدر سابق، ص٢٣٨

(٢٠) جابر جاد نصار، حرية الصحافة- دراسة مقارنة، (القاهرة: دار النهضة العربية، ١٩٩٤)، ص١٧٤- ١٧٥.

(٢١) د. محمد منير حجاب، الإعلام والموضوعية في القرن الحادي والعشرين، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٠)، ص٢٦٧- ٢٦٨.

(٢٢) د. محمد الصيرفي، مصدر سابق، ص٢٧٨- ٢٧٩.

(٢٣) د. ليلى عبد المجيد، التشريعات الإعلامية، مصدر سابق، ص١٨٢.

(٢٤) Reedgtl. Black, Taxonomy of concept in mass communication, (New york: Hastings house Publishens, 1975), P. 535.

نقلا عن محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ١٩٩٦)، ص٣.

(٢٥) حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٨١)، ص٦٠– ٦٢.

(٢٦) حسن عماد مكاوي: المسؤولية الاجتماعية وممارسة العمل الإخباري، مجلة بحوث الاتصال، العدد التاسع، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ١٩٩٣)، ص٢٣٩.

(٢٧) د. جيهان احمد رشتي، الدعاية واستخدام الراديو والتلفزيون في الحرب النفسية، (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٨٥)، ص٥٤.

(٢٨) المصدر نفسه، ص١٠٥.

(٢٩) د.كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، (بيروت: دار الجبل، ط٢، ١٩٩٤)، ص١٣.

(٣٠) د.فلاح كاظم المحنة، البرامج الاذاعية والتلفزيون، (بغداد: دار الحكمة ١٩٨٨)، ص٢٤٤.

(٣١) د. كرم شلبي، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، (جدة: دار الشرق، ط٢، ١٩٨٨)، ص١٤٥.

(٣٢) د. فاروق أبو زيد، د. ليلى عبد المجيد، فن التحرير الصحفي، (القاهرة:٢٠٠٠) ، ص٨١.

(٣٣) د. محمد منير حجاب، مصدر سابق، ص١١٠.

(٣٤) المصدر نفسه ، ص٣٥١.

(٣٥) المصدر نفسه، ص٣٥٢– ٣٥٣.

(٣٦) محمود علم الدين، مصداقية الاتصال، (القاهرة: دار الوازن للطباعة والنشر، ١٩٨٩)، ص٧.

(٣٧) محمود علم الدين، مصدر سابق، ص٣٥.

(٣٨) عبد الفتاح عبد النبي، سوسيولوجيا الخبر الصحفي، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ١٩٨٩) ص١٠٥.

(٣٩) خليل صابات، وسائل الاتصال، نشأتها وتطورها (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ط٥، ١٩٨٧)، ص٣٤٢.

(٤٠) حمدي حسن، الوظيفة الاخبارية لوسائل الإعلام، (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٨١)، ص٧١.

(٤١) د. محمد منير حجاب، ، مصدر سابق، ص٣١٤.

(٤٢) جمال العطيفي، آراء في الشرعية والحرية، (القاهرة: الهيئة العامة للكتاب، ١٩٨٠)، ص١٣٧– ١٣٨.

(٤٣) جون هوهنبرغ، مصدر سابق، ص٢٨.

المصادر

١. د. احمد عبد المجيد، أخلاقيات المهنة الصحفية في العراق بعد نيسان ٢٠٠٣، مجلة الباحث الإعلامي، العدد الثاني، (جامعة بغداد: كلية الإعلام، حزيران ٢٠٠٦).
٢. أ.م.د. ثامر كامل محمد، تحديات الإعلام العولمي، مجلة تواصل، السنة الرابعة، العدد الثالث والثلاثون، (بغداد: هيئة الإعلام والاتصالات، ٢٠٠٩).
٣. جابر جاد نصار، حرية الصحافة- دراسة مقارنة، (القاهرة: دار النهضة العربية، ١٩٩٤).
٤. جمال العطيفي، حرية الصحافة وفق تشريعات الجمهورية العربية المتحدة، (القاهرة: ١٩٧١) .
٥. جمال العطيفي، آراء في الشرعية والحرية، (القاهرة: الهيئة العامة للكتاب، ١٩٨٠).
٦. حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٢).
٧. حسن عماد مكاوي: المسؤولية الاجتماعية وممارسة العمل الاخباري، مجلة بحوث الاتصال، العدد التاسع، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ١٩٩٣).
٨. حمدي حسن، الوظيفة الاخبارية لوسائل الإعلام، (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٨١).
٩. خليل صابات، وسائل الاتصال، نشاتها وتطورها (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ط٥، ١٩٨٧).
١٠. رشيد عبد الحميد، محمود الحياوي، أخلاقيات المهنة، (عمان: دار الفكر للنشر والتوزيع، ط٢، ١٩٨٥).
١١. سليمان صالح، أزمة حرية الصحافة في النظم الرأسمالية، دراسة تحليلية نقدية للتجربة البريطانية، (القاهرة: دار النشر للجامعات المصرية، ١٩٩٥).
١٢. عبد الفتاح عبد النبي،، سوسيولوجيا الخبر الصحفي، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ١٩٨٩).
١٣. د. فاروق أبو زيد، د. ليلى عبد المجيد، فن التحرير الصحفي،(القاهرة:٢٠٠٠) .
١٤. أ.م.د. كاظم المقدادي، المخاطر المرتبطة بأخلاقيات العمل الإعلامي، مجلة الباحث الإعلامي، العدد الثالث، (جامعة بغداد: كلية الإعلام، ٢٠٠٧).
١٥. د.كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، (بيروت: دار الجبل، ط٢، ١٩٩٤).
١٦. أ.د. ليلى عبد المجيد، التشريعات الإعلامية ،(القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح،٢٠٠١).
١٧. د. محمد الصيرفي، الإعلام، (الإسكندرية: دار الفكر الجامعي٢٠٠٩).
١٨. محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ١٩٩٦).
١٩. د. محمد منير حجاب،، الإعلام والموضوعية في القرن الحادي والعشرين، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٠).
20. Holsinger, Ralphl, Media law, (N. Y.; Random house, 1987),
21. Reedgtl. Black, Taxonomy of concept in mass communication, (New york: Hastings house Publishens, 1975), P. 535