استبيان قراءة الصحف لـ (Ims) لا يُصلح للنشر - (الحلقة الأولى)

نقابة الصحفيين العراقيين تشخرُ على وسادة منظمة Ims الدنماركية !!

العراق اليوم/ خاص

كلما حدثت أزمة بين صحيفتنا وإحدى المؤسسات الحكومية، شارعَ نقابة الصحفيين العراقيين، للاستفسار عن سرّ الأزمة، لكنها لاتسألُ تلك المؤسسة الحكومية عمّا في جعبتها من مبررات.. على اعتبار أنّ البينةَ على من ادعى، ونقفُ نحنُ في منصة الاتهام. نحنُ في الصحيفة، نتمنى دائماً، لو كان هذا الاهتمامُ النقابي، منصباً على حاجات المؤسسات الصحفية في هذا الوضع المالي المتأزم الذي يهددُ معظمها بالاغلاق، وبالتالي ستتحول النقابة الى مَلِكةٍ بدون عرش !! اذا وافقتنا النقابة بأنّ رصيدها الفعلي يعتمدُ على الصُحف الورقية!! النقابةُ تعرفُ أيضاً، الوضع المعقد للصحافة العراقية اليومية ومشاربها العديدة، وربّما كان نقيبُها الحلي موفقاً، بأنّ بوبَ كل الصُحف الموجودة في العراق تحت يافطة " الصُحف اليومية الوطنية"، للخلاص من وجع الرأس في بلدٍ مثل العراق، يعيشُ مرحلةً انتقالية.. لا رأس فيه ولاقدمين. الأهم بأنّ النقابة وافقتنا في وقتٍ سابق، عندما شخصنا لممثل الأمين العام للأمم المتحدة- يان كوبيش، عيباً مزمناً في طريقة دعم المنظمات الأممية، لصحافة البلاد في العالم الثالث، بأنّها تلجأ الى الوسطاء، ولاتقومُ حتى ولو بعلاقات تعارف مع المؤسسات الصحفية التي يقعُ على عاتقها، القيام بأهم واجبات تلك المنظمات الأممية- الدعوة الى تطبيق حقوق الإنسان، التنوير و... ألخ. موافقةُ النقابة على ماذهبنا إليه كان بابتسامةٍ من النقيب.. والذي بدوره بيّن أكثر من مرة وعبر لقاءاتٍ متلفزة له مع بعض القنوات الفضائية، بأنّ المنظمات التي لها علاقة بالصحافة، جرّبت أن تدعم من لهم علاقة بتطوير العمل الصحفي- خاصّة المستقل منه، إلّا أنهم كان يصطدمون كلّ مرّة، بأنّ تلك الأموال تطيرُ بعيداً عن الصحافة المستقلة وشجونها!! لتفاجأ اليوم، بأنّ إحدى المنظمات التي تعنى بشؤون الصحافة المستقلة تحديداً.. منظمة (ims) الدنماركية، قامت باستبيان، لمعرفة أكثر الصحف قراءة في بغداد حصراً، توصلت الى نتائج ما أنزل اللهُ بها من سلطان، وافتقدت أبسط الأمور العلمية. بل الاسوأ إنّها قامت بتوجيه الرأي العام، وما (نستطيعُ اعتباره تشهيراً) بحقّ الصحف التي غابت عن الاستبيان رغم إنّ صورها كانت موجودة !! ولعمري فإنّ ذلك من العجائب التي ننتظرُ من المنظمة توضيحها، والعجيبةُ الثانية إنّهُ عند اتصالنا مع الباحث(اتصالٌ هاتفي قارب الـ ٤٥ دقيقة) الذي قام بالاستبيان، زعم بأنّ المنظمة لاعلاقة لها بلستبيانه !؟ ونسألكم ونسألُ أنفسنا : كيف إذاً وافقت المنظمة على أن تعتبر هذا الأمر، رصيداً لها ؟ إمّا العجيبةُ الثالثة، فإنّ هنالك صحيفة يومية، صدرت بعد خمسة أيّام من بدء الاستبيان الذي قامت بهِ المنظمة، والرابعة لا الأخيرة، بأنّها تحدثت عن صحيفة تصدرُ كلّ شهرين !!

ملاحظات على استبيان قراءةُ الصحف في بغداد

نظراً لأهمية أن يتعرف القارىء الكريم على معلوماتٍ صحيحة، وللأمانة العلمية، فأننا سنؤشّرُ لهُ العديد من الأمور الغير صحيحة في هذا الاستبيان، بعد أن قمنا بقراءةٍ متمعنة للاستبيان وتسجيل الملاحظات التالية:

عنوان الاستبيان

أولاً- جاء العنوان الرئيسي " استبيان قراءة الصحف في بغداد"، دون تحديد الفترة الزمنية لمجتمع البحث، المتمثل بالصحف التي توزّع في بغداد.. في جانبي الكرخ والرصافة. وهذا لا يجوز، إذ ينبغي ان يُحدد مجتمع البحث بمكانٍ وفترة زمنية.

ثانياً- جاء العنوان في سياقات البحث بأكثر من صياغة، وعلى سبيل المثال، ذكر الباحث في مقدمته " وضع خطط استراتيجية جديدة لتطوير مبيعات الصحف المستقلة"، إمّا في أسباب الدراسة، فيقول " مبيعات الصحف اليومية ". هنا لا بدّ أن نشير الى نقطةٍ هامّة، وهي التأكيد على أن يبرز عنوان الدراسة بصيغةٍ واحدة، لأنّ يأتي ذكرهُ بأكثر من صيغة، فهذا إن دلّ على شيء، فهو إنّ الباحث نفسهُ غير مستوعب للاستبيان الذي يقومُ بهِ- هذا اذا اردنا أن نعتبر النيّة حسنة، رغم أننا وكما سنطرحُ عليكم في حلقاتٍ أخرى، بأنّ هذهِ النيّة الحسنة غير متوفرة !!

المهم أننا نقترحُ أن يتم دمج العناوين الوارده في عنوانٍ واحد وهو :" الصحف اليومية المستقلة".

ثالثاً - إذا ما سلمنا إن هذا ما يود البحث الإشارة إليه، وهذا الكلام ليس من عندنا، وإنّما من خلال الفقرات الواردة في البحث، فقد لاحظنا، إن الباحث شمل في عينة الدراسة، مجموعة من الصُحف غير المستقلة " الحزبية، الدينية "، كما إنّهُ أشار في دراسته الى صحفٍ ليست يومية، ومنها ما تصدر كلّ شهرين!!

خلاصة الحلقة الأولى

عدم وضوح ماهية الصُحف التي ركّز عليه الاستبيان، وانتقالها من" مُستقلة" الى " يومية" الى صُحف تصدرُ كلّ شهرين، كذلك خلو الاستبيان من أيّة أشارة الى "لجنة المحكمين- أساتذة مختصين".. والذين يقعُ على عاتقهم تقييم استمارة الاستبيان، وبأنّ الدراسة أعدت خصيصاً لكلّ الأغراض إلا الغرض العلمي !!

استبيان قراءة الصحف لـ (Ims) لا يُصلح للنشر - (الحلقة الثانية)

ياباحث Ims الدنماركية .. الصحافة ليست منتجات وإنّما أشكال وقوالب عمل !!

العراق اليوم/ خاص

عزيزنا القارىء، قبل أن نقحمك فيما التقطناه من عيوبٍ جديدة في هذا الاستبيان، ربّما يجبُ علينا أن ننقل لك صورة ولو بسيطة عمّا يُعرف بـ "بورصة الصحف"، هذا المكان الذي لو شاهدتهُ بأمّ عينيك، لاستغربت كيف إنّهُ مسؤولٌ عن توفير الصحيفة الورقية لـ ٣٠ مليون إنسان عراقي. مكانٌ يعتبرُ نائياً عن البشر، رغم إنّهُ في العاصمة بغداد!! يبدو إنّ هنالك من اراد أن يكون هذا المكان مختبئاً وبعيداً عن الأنظار. بورصة الصحف التي نتحدث عنها اتخذت من "جملون" لها في إحدى الكازينوهات (نطاق جُغرافية شارع فلسطين) مقراً لها، فلا يستطيعُ الوصول إليها، سوى أنفارٍ معدودة من بائعيّ الصحف !! لانعرفُ ماهو السرّ الذي جعل المعنيين اليوم عن صحافة العراق، لايقومون مثلاً، بمناشدة المسؤولين بتخصيص مكان قريبٍ لها، كأن يقع في ساحة التحرير.. ونراهنُ اولئك المعنيين الذين يتباكون على مصير الصحافة الورقية، بأنّ نسب التوزيع سترتفعُ كالصاروخ. طبعاً المكان ليس فيه أيّ ملمح يدلُ على الرُقي، أرضية اسمنتية، تضمنُ لكَ تذوق البرد الشديد والحر القائظ وحتى أبسط المستلزمات لعرض الصُحف بطريقةٍ مناسبة.. ولانقولُ جيّدة.. ضربٌ من الخيال والأحلام. نتيجة كلّ ماتقدم فإن هنالك مجموعة جداً صغيرة من الموزّعين الرئيسيين الذين يتولون مهام بيع وإيصال معظم الصُحف العراقية، الأهم إنّ غياب كلّ المستلزمات الضرورية لأبسط درجات الكرامة للصحيفة الورقية، حوّل الصحيفة الى سلعةٍ غير قادرةٍ على المنافسة !! فالموزعُ الرئيسي بعدَ كلّ ماتقدّم، إنسانٌ يبذلُ عرقهُ وجهدهُ لكي يحصل على مردودٍ مادي، ولن يكون لهُ الوقت لفرز صحيفةٍ عن أخرى، أو القيام بواجباته على أتمّ وجهٍ من أجل ترويج وضمان انتشار كلّ الصُحف التي يعهدته، مما يدفعهُ الى اللعب بالورقة المضمونة.. الصُحف التي تحملُ خطاباً كتلوياً.. يمثلُ فئة أو شريحة دون أخرى.. وأنت أيها القارىء تعرفُ إنّ الصحافة اليوم مشاربُها شتّى، تلك طبعاً حسن، ولكن شريطة أن يُسمح للقارىء بالوصول الى كلّ الصُحف.. لا بعضها دون الآخر، ولانُخفي عليك أيها القارىء، بأنّ هنالك ايادٍ ما، تُفضّل أن تكون الصُحف العراقية، بمعزلٍ عن المواطن، كي لاتصيبهُ بالعدوى والجدل، وكي يستمر الإيمان بأنّ الصحافة صفراء فاقعٌ لونها.. لا من الصحة لكن من السموم الفكرية.. ولعمرنا فإن هذا هُراء، إذ إننا بذلك نعتبر إنّ دِماغ المواطن ليس لهُ القدرة على التفكير!! نجدُ إنّ نقابة الصحفيين العراقيين، هي المسؤولة الأولى عن توفير مكان يليقُ بأن يكون " بورصة الصُحف"، ونقاط توزيع ثابتة، تضمنُ انتشار الصُحف العراقية (طبعاً هذهِ الفكرة للسيد حسن يوسف- مسؤول توزيع صحيفة المدى)، وغيرها الكثير من الأمور التي لا بُدّ أن يلتفت إليها المعنيون، إمّا فيما يخصُّ حلقتنا لهذا اليوم.

العراق اليوم/ خاص

عينة الدراسة

أولاً - جاء العنوانُ عائماً، فالباحث تناول الصُحف تارة، والبائعين تارة أخرى، وكُتّاب المقال، وأسباب العزوف عن القراءة، ونرى إنّ كلّ ما تمّ ذكرهُ، يحتاج الى دراسة منفردة ولا يمكنُ جمعُها في استبيانٍ واحد، فالباحث اعتمد على الموزّعين في بياناته، وهذا لا يجوز، سيّما وإنّ البائعين أو الموزّعين، حسبما جاء في نتائج البحث من غير الحاصلين على شهاداتٍ جامعية، إلّا بنسبة "٢%" فقط، بمعنى إنّ الخبرة الإكاديمية غير موجودة، للاستفادة من خبرتها في هذا المجال، كما إنّ البائعين والموزّعين ومن خلال الصور المُرفقة بالبحث، يقومون بالتسويق بطرق بدائية جداً.. مثلاً : " وضع العرض للبيع على لافتة صغيرة، كما إنهم يلجأون الى بيع الصحف بطرقٍ تكاد تكون مُهينة للعمل الصحفي من خلال عرض بيع أكثر من صحيفة بـ " نصف سعر الصحيفة الواحدة"، وعليه فأننا نجدُ إنّ ما سينصحُ به الموزّع، سيكون في صميم تحقيق إيراداتٍ شخصية، وليس بما يمكن أن يُسهم في زيادة مبيعات أو مدخولات الصحيفة نفسها، بل يمكن أن تكون بعض الطرق تعمل على ابتزاز الصحف وقبولها بأقلّ سعر، يمكن أن يفرضهُ الموزّع.. وحسب رغباته.

أهداف الدراسة

جاء في الفقرة "١" من أهداف الدراسة، جملة " تطوير المنتجات الصحفية"، وهذا ليس صحيحاً، فليس في مجال العمل الصحفي، مفردة " منتجات "، وإنّما " أشكال وقوالب العمل الصحفي، كالخبر والتقرير والمقال والتحقيق، وتمّ تكرار مفردة "منتجات" في الفقرة "٢" (الحفاظ على استقلالية الإعلام من حيث الإحاطة بكلّ ما يرغب بهِ الجمهور من منتجات)، وفي هذه الفقرة "٢"، لا نعلم ما هي العلاقة بين استقلالية الصحف ورغبات الجمهور !؟ فكما هو معلوم، إنّ استقلالية الصُحف، تأتي من تمويل الصحيفة عن طريق تأمين مورد مالي للصحيفة، بشكلٍ مستقل عن أيّة ضغوطات أو أي دعمٍ من جهةٍ داخلية أو خارجية، وهذا يتمّ عن طريقتين. الأولى : الإعلانات، والثانية هي : إشتراكات بيع الصُحف في الدوائر الحكومية الرسمية وغير الرسمية، بالإضافة الى بيع الصحيفة، والحصول على إيرادات بيع الصحيفة، وهذهِ كما يعلمُ الجميع، لا تشكلُ إلّا نسبة " ١٠% "، مما يتمُ صرفه على إعداد وطبع الصحيفة. إمّا الحرص على نشر ما يرغب به الجمهور، فيأتي عن طريق نشر الأشكال الصحفية والمواضيع المميزة التي تهمُ شريحة مُعيّنة من الجمهور، وهذا قد لا يتحققُ في الكثير من الصُحف، وذلك لقلة مواردها، أو لألتزامها بسياسة صحفية، قد تختلف مع رغبات الجمهور، مثل بعض الصُحف الحزبية أو الدينية التي ترفضُ نشر بعض الصور أو المواضيع الجريئة التي تهمُ شريحة واسعة من الشباب.

خلاصة الحلقة الثانية

مانستطيع أن نستنتجه، بأن كلّ موزّع رئيسي لعدد من الصُحف، يُعلي من قيمتها على حساب الصُحف المنافسة، ولديه شبكة خاصّة من " بائعيّ المفرد". هذهِ العلاقات " الشللية"، هي بسبب إنّ الموزّع الرئيسي غيرُ معني بالقيمة المعنوية، اضافةً الى إنّهُ المتحكم الأول بانتشار الصحيفة، يستطيع أن يرفعها الى القمر أو يُنزلُها الى سابع أرض، وهذا يعني إنّ باحث المنظمة وفي أحسن الأحوال، استعان ببعض الموزّعين الرئيسيين لبعض الصُحف في استبيانهِ هذا !! ومما يدلُ بطريقةٍ غير مباشرة، بأنّ المجاملة وأغراض شخصية، تحكمت بالباحث !! مثلاً هل من المعقول عندما تسألُ باحثاً، حول سبب استبعاد صحيفة، يُجيبك: لقد اتصلتُ بمصادري الخاصّة، وقالوا أنّكَ صحيفة مستقلة وموجودة، لكن صحيفتك تُباع بـ (٢٥٠) ديناراً فقط، لتضحك أنت وتجيبه: هل تعرف سرّ بيع الصحيفة التي قيمتُها السوقية (٥٠٠) دينار بنصف السعر؟ يصمت.. وأخرُ العجائب إنّ صورة صحيفتك موجودة في الاستبيان!!

استبيان قراءة الصحف لـ (Ims) لا يُصلح للنشر - (الحلقة الثالثة)

باحث المنظمة: صحيفة الزمان تطبعُ ألف نسخة يومياً فقط لاغير !!

العراق اليوم خاص

عزيزنا القارىء قبل أن نقحمك في تفاصيل الحلقة الثالثة، نحبُ تذكيرك، بنتائج دراسةٍ تخصُ كمية مايُطبع من مطبوعاتٍ ورقية (صُحف، مجلات و... ألخ)، حيثُ توصلت هذهِ الدراسة الى إن الكمية الكلية لمايُطبع لاتتجاوزُ (١٥٠,٠٠٠) مئة وخمسون ألف نسخة.. أي إنّ كل ٢٠٠ مواطن تقريباً يقرأون صحيفة واحدة في العراق!! هذهِ الدراسة أيها القارىء، ربّما قد مضي على عمرها، أكثرُ من ستة أعوام، وبالتالي فإنّ لها دلالات لاتعد ولاتحصر. السيد حسن يوسف- مسؤول توزيع صحيفة المدى، وبسبب خبرتهِ الطويلة، كان قد أشّر لنا، بأنّ من أهم الأسباب التي تسبب عدم استهلاك القارىء العراقي للصحيفة، هو بأنّ أغلب الصُحف العراقية لاتخصصُ لها نقاط بيع ثابتة - "أكشاك" صغيرة الحجم، تتوزعُ في مختلف مناطق العاصمة بغداد مثلاً (موقع استبيان منظمة imsأ والمفارقة الأبرز في كلام يوسف، بأنّ أمانة بغداد المسؤولة عن مثل هكذا أمور، تتذرعُ بعدم وجود أماكن، تستطيعُ توفيرها لهذا الغرض. طبعاً النتائج التي توصلَ لها باحث المنظمة، تطرقت الى هذا الأمر، رغم إنّهُ أعطى للبائع المتجول، السهم الأعلى في زيادة مبيعات الصُحف !! ربّماكنا سنوافقُ الباحث، لو كان معروفاً عن بلادنا إنّها تتمتعُ بمناخ أوروبي.. ملقصدة تحديداً، إنّهُ لا يميلُ الى درجات حرارة منخفضة. جميعُنا يعلم، بأنّ بلدنا مشهورٌ بالبرد الشديد والحر القلق الذي لايرحم، والذي يسببُ لمن يحتك بشحمهِ ولحمه بهذا الطقس، كلّ ملعرفة من تشقق الجلد والتعب والإنهاك و... ألخ. المفارقة الأخرى التي لم يستطع باحث المنظمة لتقاطها، بأنّهُ وبسبب ضعف تسويق الصحيفة الورقية، فإنّ مدخولاتها الإعلانية- جزء منها، أصبح يتحكمُ بها البائع المتجول أو أصحاب النقاط الثابتة، رغم أنهم غير مُرخصين للقيام بذلك، ومما يدفعُهم بالتالي.. وبسبب مدخولات هذهِ الإعلانات الى أن يقوموا بترويج الصُحف التي تعطيهم سعراً تفضيلياً. نحنُ ذكرنا ذلك في حلقةٍ سابقة، إلّا أننا نعيدهُ اليوم، للإشارة الى إنّ الباحث ونتيجة عدم إلمامهِ بالموضوع، يخلطُ بين الأمور، إمّا الطرفة التي ستنتهي فيها مُقدمة الحلقة الثالثة، بأنّ الباحث، وضع زميلتنا المشهورة عراقياً وعربياً وعالمياً- صحيفة الزمان، ضمن الصُحف الستة الأولى الأكثر قراءة في بغداد، رغم زعمهِ (اتصال هتفي بيننا وبينه، استمر قرابة الـ ٤٥ دقيقة) بأنّها لاتطبعُ سوى ألف نسخة يومياً !!

الفقرة (3)

التي أشار فيها البحث الى رصد الأسباب التي تقفُ حائلاً أمام عدم قراءة الصُحف من قبل القرّاء.. من حيث عدم وجود (المنتجات) الصحفية المطلوبة أو ضعف المحتوى. الباحث هنا وضع الهدف واجاب عنه في الوقت ذاته، عندما شخّص تلك الأسباب، وذكرها في نهاية النقطة، وكان من المفروض أن يكون الشق الثاني من هذه النقطة وارداً في الإستنتاجات وليس هنا.

الفقرة "٨"

التي ذكر فيها البحث "تشخيص مناطق القوة والضعف لدى البائعين من حيث تسويق الصحف" .. في حين أنهُ تمّت الإشارة الى هذه النقطة في المقدمة بشكلٍ آخر هو : " تهدف المنظمة من خلال البحث المقدّم الى الوصول لنقاط القوة والضعف في مبيعات الصُحف، ونكرر هنا، لماذا لا يُركز الباحث على توحيد مفرداته الواردة في البحث، علماً إنّ الجملة الوارده في أهداف الدراسة، أصح من الواردة في المقدمة.

الفقرة "١١"

التي قال فيها الباحث " التعرف على أسباب عزوف القرّاء عن قراءة الصحف". هذا الهدف يحتاج الى دراسةٍ منفردة، لأن هذا الهدف، سيكونُ الاستبيانُ فيه موجّهاً للقرّاء وليس لبائعيّ الصُحف، فالعينة هنا ستكون من الجمهور القارىء وليس موزعيّ الصُحف.

آلية الدراسة أولاً - جاء البحث على ذكر بعض المفردات العاميّة مثل "بسطية، كشك" دون وضع هامش أو نجمة لبيان معنى هذه الكلمات، وهذا غير جائز. ثانياً - أمّا في قسم البائع المتجول، فقد تمّت الإشارة الى جملة " وسط الزحامات الطويلة "ولم نفهم معنى ذلك، بمعنى كيف تسهم الزحامات الطويلة في ترويج وبيع الصحف، لم يُكلف الباحث نفسه في سبب تأكيده على ذكر هذه الجملة التي نرى أن ذكرها ليس لهُ داع.

أهم النتائج

يذكرُ البحثُ هنا، أهم النتائج.. في حين كتب في نهاية البحث الاستنتاجات !! وهنا نكرر، إمّا أن يُقال استنتاجات أو نتائج.. وهذا هو الأصح، لأن البحث اعتمد على الاستبيان والمقابلة، بمعنى إنّ الباحث لم يستنتج معلوماته من خلال التحليل، وإنّما بناءاً على ما ورد في استمارة الاستبيان والمقابلات التي تمّ اجرائُها مع البائعين، علماً إنّ بعض الفقرات الوارده في النتائج، لم تتم الإشارة إليها في الاستنتاجات مثل " أعلى نسبة مبيعات والنظرة التشائمية للبائعين .. ألخ".

خلاصة الفقرة الثالثة

باحث المنظمة، استحضر بدون أن يشعر ماوصلت إليه الصحافة الورقية في العالم من أساليب محترفة في التسويق والترويج لنفسها، مُتناسياً بأنّ ثقافة القراءة في العالم الأول مختلفة تماماً عن العالم الثالث !!

بالنتيجة فإنّ كلّ ماتوصل إليه تعلق بتفصيل صحافة العراق الورقية على مقاس صحافة العالم الأول.. من حيث الملامح التي يجب أن تمتلكها في التسويق والترويج و... ألخ، رغم إنّهُ وكما قرأنا في السطور أعلاه، بأنّ الصُحف العراقية، تفتقدُ الى أبسط الخدمات التي يجبُ توفيرها من قبل مؤسسات الدولة، لضمان انتشار الصُحف الورقية.

وبالتالي أن يتعامل معها القارىء كطبق فكري، لا بُدّ لهُ من تناولهِ يومياً، فليس كلّ القرّاء مثل الخبير القانوني المشهور طارق حرب، يأتون يومياً الى " بورصة الصُحف" - الساعة الخامسة فجراً تقريباً، ليقوم بقراءة معظم مايصدر منها، ويعترف بأن جُلّ ثقافته تأتي مما يقرأهُ فيها!

استبيان قراءة الصحف لـ (Ims) الدنماركية لا يُصلح للنشر - (الحلقة الرابعة)

نتمنى للباحث امتلاك ثقافة صينية وعدم تقليد يونس شلبي!!

العراق اليوم / خاص

إحدى المرات، اتصلنا بالسفارة الصينية في بغداد- الملحق السياسي تحديداً، وكان قد جذب اهتمامهُ نشرنا لعدّة مواضيع، تخصُ جمهورية الصين الشعبية، حتى إنّ السفارة وقتها، وجّهت لنا كتاب شكر.

المهم إنّ الملحق السياسي، سألنا اسئلة تخصُ صحيفتنا تحديداً، فاجأنا بمضمونها، إذ تطرق فيها الى مسائل الاستقلالية وإن كانت منتمية الى جهةٍ دينية، حتى إنّهُ فاجأني باستغرابهِ، عندما قلتُ له بأننا صحيفة علمانية مستقلة. ما أودُ الوصول إليه، هو إنّ شخصاً من خارج البلاد استطاع أن يعرف معلوماتٍ دقيقة، لأنّهُ مهتم بأن ينقل لبلادهِ صورة قريبة من الواقعية عمّا يجري في البلاد التي تستضيفهُ !! وهنا نودُ أن نُعلم (ب ا ح ث) المنظمة والقرّاء، ببعضٍ مما لدينا من معلومات. هل تعرفون بأنّ هنالك الكثير من منظمات المجتمع المدني، مُسجّلة بأسم ابناء وبنات نوّاب في البرلمان !! لنتذكر مرغمين.. ماذا فعل المسؤولون الحاليون بميزانية العراق طيلة السنين الماضية، ولنتخيل بعدها مصير المنح التي تخصصُ مثلاً لدعم الصحافة في العراق !! أو إنّ هنالك معنيين بشؤون الصحافة، يستلمون المنح ويتاجرون بدماء الصحفيين- طبعاً نحنُ ذكرنا هذا التفصيل في حلقة سابقة، لكن ماستضيفهُ اليوم، هو إنّ هؤلاء وهؤلاء عبارة عن شبكة مافيا كبيرة، يعاونهم في ذلك، إنّ هنالك منظمات مجتمع مدني مُسجّلة بأسمهم، ويقومون بتأسيس وسائل إعلامية- غالباً ماتكون وكالات خبرية، كي يضمنون شفط القسم الأكبر من مُخصصات دعم الصُحف والصحافة. المفارقة الأبرز، إنّ (ال ب ا ح ث)، أفصح بأنّهُ يود عمل مشروع لدعم الصحف العراقية.. يشتري منها ٢٠ أو ٥٠ نسخة !! ماهذا الكرم يارجل ؟ لكن الذي لم يقله ونعرفهُ، بأنّ هنالك شركات عالمية تحب التسويق والترويج لنفسها في الوسائل الإعلامية، وهي تشتغلُ بطريقة الخدمات الصحفية، لأنها أقلُ تكلفة من الإعلان، فهي مثلاً تبحثُ عن استئجار صفحة أو مساحة مُعيّنة في الصحيفة وبشكلٍ مستمر- (تتحدثُ بهذهِ اللغة من أجل توضيح الفكرة بأقلّ عددٍ ممكن من الكلمات).

الآن نتركُ لك عزيزنا القارىء الاطلاع على ماسجّلناه من عيوبٍ خطيرة في هذا الاستبيان الذي يشبهُ نكتة سمجة.

النتائج

أمّا فيما يخصُ النتائج الواردة في البحث فسنتناولها وفق المحاور التي تناولها الباحث، وحسب المحاور التي تضمنتها استمارة الاستبيان، ولكن بعد أن ننتهي من تناول الجداول الواردة في البحث والتعليق عليها:

-الفقرة ٢ من الجدول(٣-١٨) والتي تُبيّن نسب المتغيرات الخاصّة ببائعيّ الصُحف، حيثُ أشار الباحث الى إن البائع المتجول يكون أقل عمراً من البائع الثابت، ولهذا يكون البائع المتجول أكثر حركة ونشاط وأكثر مبيعاً، وهذا يُناقض ما جاء في نتائج البحث، وتحديداً المحور الخامس: طرق البيع والمقترحات ومستقبل الصُحف حسب رأي العينة، حيثُ جاءت أعلى نسبة لطرق البيع (وضع الصحف فقط والاعتماد على المارة)، أي البيع في "كشك، أو بسطية أو على الأرصفة

س ١ / هل عملت لقاء مع إحدى الوسائل الإعلامية حول عملك سابقاً ؟

جاءت النتيجة، نسبة ٥% من مجموع بائعيّ الصُحف في بغداد، كان لديه لقاء مع إحدى وسائل الإعلام بخصوص عمله كبائع، وهذا مؤشر يدل على عدم متابعة وسائل الإعلام للبائعين، وهنا أغفل الباحث إن الوسائل الإعلامية، قد لا تكترث بمستوى مبيعات الصحف، أو الإشارة الى "بورصة" بيع الصحف، أو الموزّعين، لإنها وسائل إعلامية مُنافسة، وهذهِ النتيجة بطبيعة الحال طبيعية جداً، ولا نجدُ لها مبرراً في البحث، كون الباحث أشار إلى هذه المنافسة في أسباب الدراسة، حيثُ أشار بالقول : ولمّا كانت الصحافة الورقية العراقية، كمثيلاتها في العالم، تواجهُ منافسة شديدة من قبل وسائل إعلامية كثيرة، أهمُها القنوات الفضائية والانترنت. كما إنّ هذا السؤال جاء بطريقةٍ خاطئة ومُعيبة، فليس البائع هو من يقوم بعمل لقاء مع إحدى الوسائل الإعلامية، وإنما وسائل الإعلام هي من تقوم بهذا الأمر!!

س ٢ /من هي الصحف الأكثر مبيعاً في مكان عملك وبالتسلسل؟

جاءمن ضمن نتائج البحث، إن الصُحف الرياضية، وحسب رأي البائعين جيّدة جداً من حيث المبيعات، وخصوصاً صحيفة الملاعب، ولم يُدرج الباحث جدولاً خاصّاً بهذهِ النتيجة، وكذا الحال بالنسبة لمتوسط انتشار الصُحف الأخرى، وهي (طريق الشعب، جورنال، المستقبل، العالم، بغداد الإخبارية، البرلمان، الزوراء، التآخي، الحقيقة، العدالة، المراقب العراقي، كلّ الأخبار). متوسط المبيعات للصحف الأبرز في بغداد والمُثبتة في الجدول رقم (١٨ - ٥) هي ٢٥ صحيفة، ولم يأتِ الجدول الموجود في البحث إلّا بذكر ستة صُحف فقط، وهنا كان لا بدّ لمن زعم إنّهُ باحث.. أن يقوم بنشر تسلسل الصُحف كاملاً، وأن لا يكتفي بذكر الصُحف الستة الأولى الواردة في الجدول، فهذا خللٌ كبير في البحث، وأمرٌ يبعث على الريبة والشك، فلماذا يشير البحث الى معلومة في جدول، وعندما مراجعته، نجدُ إنّ ما تمت الإشارة إليه غير موجود أصلاً !؟

س ٥ / الرجاء الإجابة عن الاسئلة التالية بـ (نعم) أو (لا)

لانعلم ماذا يمكن أن نُسمّي هذا المحور بالبحث، فهو تارة يسألُ فيه عن كُتّاب، وتارة عن شركاتٍ، وتارة أخرى يوجّهُ أسئلة تتعلق بعينة البحث، وهم البائعين، وكان من المفترض ممن زعم إنّهُ باحث أن يُدرج جميع فئاته وهم " الكُتّاب، الشركات .. ألخ " تحت مسمى واحد، وهو مفردة "زبون"، كما إنّ بعض الأسئلة، جاءت مناقضة لبعضها البعض، ومنها على سبيل المثال : هل تقوم بكسب زبائن جُدد منتظمين لشراء الصُحف بين فترة واخرى ؟، وكانت النتيجة بنسبة ١٠٠ %، والسؤال الآخر :

هل خسرت زبائناً كانوا منتظمين، ويقومون بشراء الصُحف بشكلٍ يومي أو اسبوعي؟، كانت النتيجة بنسبة ١٠٠ % أيضاً !! وفي شرح هذا التفصيل، قال (ا ل ب ا ح ث)" وجود زبائن جُدد بين فترة وأخرى، يقوم البائع بكسبهم، شيء جيّد، مقارنة بالزبائن الذين يتناقصون بسبب عوامل عديدة، وهذا مؤشرٌ جيّد على بقاء المبيعات نحو الثبات، ومؤشرٌ غيرُ جيّد، بسبب عدم وجود زيادة ملحوظة في الزبائن". علماً إن الباحث أكّد في أوّل فقرة له بتعليقه على هذا الجدول :

(100 %)، تأكيد على تأييد انخفاض الطلب على الشراء.

فأي تناقض نحصل عليه أكبر من تلك النتائج التي يعرضُها الباحث، وأيّة سذاجة أكبر من الحصول على نسبة ١٠٠ % على كلّ ما يتمُ طرحهُ!

خلاصة الحلقة الرابعة

تذكر أيها القارىء يونس شلبي في مسرحية "مدرسة المشاغبين".. ارجوك أن تتذكر لتتأكد بأنّ يونس شلبي الأصلي معذورٌ لأنّهُ فنان، ولكن لايمكن أن يكون هنالك بحثٌ علمي يجريه احد بأسلوب يونس شلبي .

استبيان قراءة الصحف لـ (Ims) الدنماركية لا يُصلح للنشر - (الحلقة الخامسة)

(ب ا ح ث) المنظمة.. ريتشارد نيكسون !!

العراق اليوم/ خاص

تسنى للزميل مسار عبد المحسن راضي- رئيس التحرير التنفيذي، وفي إحدى المرّات، اثناء تواجده في بيروت، اللقاء مع السيد فالح عبد الجبار- معهد الدراسات العراقية الإستراتيجية. يذكر الزميل إنّهُ ابلغ السيد عبد الجبار بأن كتاباته تشبهُ ماكس فيبر- احد اشهر علماء الاجتماع. استذكر السيد عبد الجبار ذلك، واوشك أن يُطلق رشقة من الإنتقادات في وجه الزميل الذي عالج المسألة فوراً، بأن وضّح له، بأنّهُ يقصد إنّ لغتهُ شائقة وتُطريّها مفردات أدبية مُقننة، تُناسب روحية البحث العلمي. أيضاً عندما استعرض الاثنان، النتاجات الفكرية العراقية وأبرز شخوصها، جاء ذكر الدكتور سليم مطر، ليُعلّق السيد عبد الجبار، بأنّ الدكتور مطر لديه " إلماعات فكرية"، لكنها لاتعتبر بحسب مقاييس البحث العلمي، بحوثاً ممكن الاستناد عليها- (انتهى دور الزميل). لُغتنا العربية عموماً ولأنّها لُغة القرآن الكريم، تعبرُ حمّالة أوجه، ولذلك يُعاني حتى المحترفون في الكتابة وممتهنوها من اختيار أفضل المفردات التي تُناسب الموضوع الذي يودون تعريته أمام القارىء، كي تعمّ الفائدة. هذهِ المسألة تحتلُ اهمية أكبر، كلما حاول الكاتب أن يتسلل الى مواضيع غير مطروقة، وزعم لنفسه ولنا، بأنّهُ يُراهن إنّهُ كولومبوس الذي تمكن من كشف مجاهيل قارة الموضوع الجديد. (ب ا ح ث) المنظمة، زعم إنّ هذا الاستبيان هو الأول من نوعه، لكن لم يُكلّف نفسه بأن يُخبرنا عمّا استند إليه، هل هي إلماعة فكرية، تشبهُ تفاحة نيوتن !! أي هل سبق وإن كانت لهُ نتاجات فكرية قريبة من هذا الموضوع. ما لم يذكرهُ (ا ل ب ا ح ث)، إنّهُ أخذ الكثير من التفاصيل من السيد حسن يوسف(مسؤول توزيع صحيفة المدى)، واستند عليها في تأسيس تصور عن كيفية اجراء الاستبيان. طبعاً لاعيب عليه في ذلك، ربّما هو قد سمع مقولة اينشتاين (إنّي استطعتُ أن ارى أبعد قليلاً، لأني كنتُ أقفُ على أكتاف عظماء)، وبالتالي كان من الأمانة العلمية أن يذكر السيد حسن يوسف.. على اعتبار إنّ ملاحظاته وما قدّمهُ من معلوماتٍ، تمثلُ عُصارة خبرتهِ وتجاربهِ في هذا المجال. تخيل عزيزنا القارىء بأنّ والد السيد حسن يوسف الراحل- رحِمهُ الله، أوصى اصدقائهُ ومعارفه الذين سيزورون قبره، بأن يرموا عليها بدل الورود صُحفاً!!

(ال ب ا ح ث)، لم يذكر ذلك كلّه، لأنّهُ كان معنياً بـ (الضحِك على ذقون القارىء)، والآن سنخوض في تفاصيل الحلقة الخامسة.

س ٥ - اذا كانت الإجابة بنعم على فقرة ١١

والتي هي : (هل خسرت زبائناً كانوا منتظمين، ويقومون بشراء الصُحف بشكلٍ يومي أو اسبوعي ؟ ، نرجو بيان السبب لكل فقرة من الفقرات التالية وحسب رأيك ؟

الملاحظة الهامة التي نريدُ ذكرها هنا، وهي : كان من المفترض على (ال ب ا ح ث)، أن لا يحدد النسبة من عنده في أعلى الجدول، وإنّما كان ينبغي أن يقول : بدل ٢٥ % بكلمة (قليلة، متوسطة، كبيرة، كبيرة جداً)، وهذهِ مثلبة كبيرة في البحث، فالباحث هو من يستخلص النسب بعد جمع بياناته، ولا يحددها من عنده في الجدول، وهذا إنّ دل على شيء، فإنّما يدلُ على قلة خبرته في كتابة البحوث العلمية- طبعاً إن كان ذو نوايا سليمة، ولكن تلك النوايا بعيدةٌ جداً بعد السماء عن الأرض !! إمّا فيما يخص الفقرات الواردة في الجدول، فاعتذر عن التعليق عنها لإنها من المفترض أن توجّه لجمهور القرّاء وليس للموزّعين، واتمنى على الباحث فقط، أن يجيبني عن سؤالٍ واحد، ما هي النتائج والنسب النهائية لكل فقرة، لأننا لم نطلع على هكذا جدول في البحوث العلمية.

س - ٦ والذي هو (حسب رأيك وخبرتك في مجال البيع، ما هو الأكثر جذباً للزبون، عند شراء الصحيفة؟).

نكرر نفس الملاحظة الواردة في الفقرة السابقة أعلاه وهي لا يجوز تحديد النسبة في أعلى الجدول ومن قبل الباحث، وإنّما وضع كلمات استدلالية، للخروج بنسبٍ يعتمدُ عليها في المستقبل.

س ٧ - أي من الفقرات التالية، تكون الأكثر جذباً للشرائح المذكورة ؟

نسأل هنا: من حدد فقرات الجذب عند القرّاء ؟ ومن قال إن هذه الفقرات صحيحة ؟ وهل يجوز أن يعتمد بحثٌ علمي على تصورات دون وجود نسب منوية تؤكد ذلك؟ ولا نعلم ما هو الشيء الذي استند إليه الباحث في بحثهِ للإجابة عن كم الاسئلة التي ستوجّهُ إليه، ازاء كلّ فقرة من فقرات بحثه، وما هي الوثائق التي سيُقدّمها لمن يطلب منه تأكيداً لكلّ ما كتبه في هذا البحث، واذا كان جوابهُ الاعتماد على عينة الموزّعين، فنكررُ قولنا له، أثبت ذلك بنسبٍ مئوية ولا تمنحنا عموميات من عندك، فهذا ليس من أصول البحث العلمي، سيّما وأنك تزعم، إن دراستك هذهِ من الدراسات القلائل في هذا الموضوع، ونقول له (كان من المفترض أن تكون هذه الفقرة هي وجهة نظر الباحث بالجدول السابق الذي تطرق الى أبرز المواضيع التي تهم القرّاء، وليس وضعها في جدولٍ، والتعليق عليها.. الجداول قوالب تُبيّن نسب الفئات والتكرارات، وليس لوح أو ورقة ملاحظات تدوّن عليه انطباعاتك الشخصية أو انطباعات عينة البحث).

س٩

والذي قدّم فيه (ال ب ا ح ث) جدولاً، يبيّن فيه، بعض أنواع الصحف، ليسأل: نرجو بيان رأيك بنسب المبيعات الخاصّة بكلّ نوع؟ قد لا يعلم (ال ب ا ح ث) إنّ التقسيمات التي أوردها في البحث، تقسيمات من نسج خياله فقط.. ولا علاقة لها بأنواع الصُحف التي يعرفُها المتخصصون والباحثون وهي : " صحافة رسمية، صحافة مستقلة، صحافة أحزاب، صُحف معارضة، صُحف موجّهة "، وهي التي تصدرُ من جهاتٍ خارجية، بهدف التأثير على المتلقي، وغالباً ما تكون دعائية، تروج لقضية، خارج نطاق الدولة التي يعيشُ فيها المتلقي، أو لترويج أفكار جديدة، أو لبث الخوف أو الإشاعة، كنوع من أنواع الحرب النفسية، بالإضافة الى صحافة متخصصة بالطفل أو المرأة أو الثقافة أو الفن، وأخيراً صحافة أجنبية، متمثلة بالصُحف والمجلات الأجنبية، والتي تصدر بلغة غير اللغة البلد الذي تكون فيه، ولكننا ولأوّل مرّة، نرى تقسيمات مثل : صُحف معارضة بشدّة أو صُحف معارضة بمهنية، وصُحف غير مستقلة تنتمي لأحزاب !! وكان يمكن أن نكتفي بالقول صُحف حزبية .. وهنا أوكد إن (ال ب ا ح ث)، لا يفقهُ شيئاً عن تصنيفات الصُحف بتاتاً، وكلّ ما تمّ ذكرهُ هنا " مجرد حشو" وتصنيفات ابتكرها، ولا أعلم كيف اغفل القائمون في منظمة " IMS" عن مثل هذا الأمر !؟ وعلى هذا الأساس، لايمكن الاعتماد على ما ورد في هذا الجدول بتاتاً، لأن أساسهُ خطأ، ثمّ إن الباحث عاد ليذكر الصحافة المتخصصة بالرياضية فقط، ولا أعلم ماذا بشأن الصُحف المتخصصة الأخرى كالتي تتخصص بالفن أو الثقافة أو الطفل أو المرأة .. وهنا نود أن نقول : (إن كل ما تمّ ذكرهُ في هذا البحث، لا يمكن الاعتماد عليه، واعتبار ما جاء فيه، مجرد اجتهادت يمكن وضعها تحت عنوان " الضحك على ذقون القارىء".

خلاصة الحلقة الخامسة

قال الرئيس الأمريكي المثير للجدل - ريتشارد نيكسون لأحد أصحابه، بأنّهُ لا يُصلح لأن يكون سياسياً، لأنّهُ لايعرف كيف يكذب. نحن نُذكر المنظمة الدنماركية، بمقولةٍ أخرى لأشهر رؤساء أمريكا كذباً، عندما سألوه عن سبب المساعدات الخارجية التي تُقدّمها بلادُهم للدول الأخرى، أجابهم بما مفادهُ: (إننا لا نساعدُهم بل نُساعدُ أنفُسنا) !! وبالتالي فإنّ خدمة الصحافة العراقية بشكلٍ حقيقي، تعني فتح بوابات حوار حقيقية، وتعني إن الإنسان لديه فرصة في عالم اللا عدالة الذي يسود الكرة الأرضية، وبذلك فإنّ هذا الاستبيان الكاذب، حقيقة، تكشفُ لنا الديناصورات والمرابين، وتجار الشنطة.. صحفيي المرحلة البائسة التي تعيشُها بلادُنا!!

استبيان قراءة الصحف لـ (Ims) الدنماركية لا يُصلح للنشر - (الحلقة السادسة)

مايعرفهُ باحث المنظمة عن البحث العلمي..صفر

العراق اليوم/ خاص

(ب ا ح ث) المنظمة عرّف الصُحف البارزة بأنّ لاحد أهم خصلئِصها " صياغة جيّدة في كتابة العناوين وكذلك الانتشار، لكنها لاتغطي الأحداث بصورة متكاملة وقليلة الحيادية، " !! وبالتالي فإنّ الصُحف المستقلة، ليس لها تأثير أو فرصة بأن تكون واسعة الانتشار، لأنها تود أن تكون حيادية، وأن تلتقط كلّ فئات الشعب بستّارة صفحاتها !؟ (ب ا ح ث) المنظمة الجهبذ، يعتقدُ بأنّهُ قادرٌ على تمرير المتناقضات واللعب لصالح نفسه ولصالح مجموعاتٍ، عشق معها لغايةٍ في نفس يعقوب، كان لنا الدورُ الأبرز في إماطةِ اللثام عن الكثير منها. طبعاً ما انتقدناهُ، كان في الاستبيان الذي نمتلكُ نسخة منه، والذي كان للسيد أسامة الهباهبة- مسؤول المنظمة في الشرق الأوسط، الفضل بحصولنا على نسخةٍ منه، وقد قمنا بإرسال مُلخص حلقتين مما كتبنا وباللغة الانكليزية الى حضرته، والى مسؤولٍ آخر في المنظمة، ونطلبُ من السيد الهباهبة والمسؤولين الآخرين، أن ينتبهوا الى اللعبة التي بلت تُجيدُها مافيات داخلية وخارجية، تنهبُ الصحافة بأسم الصحافة، وتحاولُ أن تحصل لنفسها بأسم المهنة على منافع، ونحب أن ننوّه، بأننا نُطالب نقابة الصحفيين العراقيين، بأنّ تُعيد قراءة الاستبيان على ضوء ماقدّمناهُ في الحلقات السابقة، وبأننا سنضعُ ألف علامة استفهامٍ إذا لم تقم هي بذلك، اضافة الى أننا سنحتفظُ بحق رفع قضية قذف وتشهير بحقّ الباحث والمنظمة، إن لم تُعلن براءتها من هذا الاستبيان، ومن هذا (ا ل ب ا ح ث) الذي قام بدراسةٍ طويلة عريضة تشبهُ حاصل طرح واحد من واحد، ولايسعنا بعدها إلّا أن نتأسف على حال صحافتنا العراقية التي باتت تحت رحمة كلّ من هبّ ودبّ، وتحت رحمة بعض موزّعي الصحف الذين يتمنون أن تكون صحافةُ العراق حزبية صرف.. فالأحزاب تُعطي النقود والنفوذ، لصالح ترويج أفكارها، بينما الصُحف المستقلة تحاولُ أن تبيع صُحفها لأن بضاعتها ليست بائرة، ولا تعتمدُ على دراسات الكذّبين الذين يرتدون عباءة الباحثين.