



ISSN: 1817-6798 (Print)

Journal of Tikrit University for Humanities

available online at: <http://www.jtuh.tu.edu.iq>
JTUH
 مجلة جامعة تكريت للعلوم الإنسانية
 Journal of Tikrit University for Humanities

Yaseen Alwan Elttayef Al-Jubouri

Prof. Dr. Wisam Fadhil Radhi

University of Baghdad, College of Media

* Corresponding author: E-mail :

yaseen.a@tu.edu.iq

Keywords:

Media Neutrality
Satellite Channels
Disinformation
balance

ARTICLE INFO

Article history:

Received 13 Feb. 2022

Accepted 15 Feb 2022

Available online 30 July 2022

E-mail

journal.of.tikrit.university.of.humanities@tu.edu.iq

E-mail : adxxxx@tu.edu.iq

Journal of Tikrit University for Humanities

Media's Neutrality in Satellite Channels: A Theoretical Study

A B S T R A C T

The study seeks to know importance of media neutrality as well as to know the criteria and foundations on which the contact is based to achieve this particular aim. This research is descriptive in a sense that it highlights information related to the media neutrality. One of the most important findings of the study is that one which describes, objectively, the transmission of news and events without any kind of fabrication, and thus get the confidence of the public. According to this context, media neutrality is based on objectivity, balance, accuracy and justice.

© 2022 JTUH, College of Education for Human Sciences, Tikrit University

DOI: <http://dx.doi.org/10.25130/jtuh.29.7.2.2022.15>

الحياد الإعلامي في القنوات الفضائية-دراسة نظرية

م. ياسين علوان الطيف / جامعة بغداد-كلية الإعلام

أ.د. وسام فاضل راضي / جامعة بغداد-كلية الإعلام

الخلاصة:

يسعى البحث الموسوم (الحياد الإعلامي في القنوات الفضائية-دراسة نظرية) إلى معرفة مفهوم وأهمية الحياد الإعلامي وكذلك معرفة المعايير والمرتكزات التي يعتمد عليها القائم بالاتصال لتحقيق الحياد الإعلامي، ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تبحث في وصف الظاهرة العلمية، واستعمل الباحث منهج المسح في البحث عن المعلومات التي تخص الظاهرة الإعلامية (الحياد الإعلامي). ومن أهم النتائج التي توصل إليها الباحث أن مفهوم الحياد الإعلامي هو وصف الحقيقة كاملة في نقل الآراء الأخبار والأحداث بدون زيادة أو نقص، وتكمن أهمية الحياد في وسائل الإعلام الحصول على ثقة

الجمهور، وبدونه تخلق فجوة عميقة بينه وبين الجمهور، وأن الحياد الإعلامي يرتكز على الموضوعية والتوازن والدقة والعدالة لكشف وعرض الحقائق للجمهور، إن الحياد في الرسائل الإعلامية ليس مستحيلاً إذا التزم القائمين في الاتصال بالمعايير المهنية.

المقدمة

في ظل تعدد وسائل الإعلام في العراق والتأثير التي تمارسه على اتجاهات الرأي العام إزاء الموضوعات والأحداث والقضايا السياسية، أصبح الانقسام واضحاً لدى الرأي العام تجاه تلك الأحداث، وهذا ما نلاحظه في عسر ولادة أية حكومة برلمانية منذ عام 2003 ولحد الان، بسبب تعدد الأحزاب السياسية التي تمتلك القنوات الفضائية ما أدى إلى تشظية الرأي العام العراقي وفق اتجاهات الاحزاب، والتي نتج عنها كتل برلمانية متعددة الاتجاهات يصعب اتفاقها لتشكيل الحكومة في وقت مبكر، وبهذا برزت ثمة تساؤلات عن كيفية تناول ومعالجة الفضائيات العراقية لتلك الأحداث والموضوعات من حيث الالتزام بمعايير ومرتكزات الحياد الإعلامي، والتي تدعي كل منها بالتزامها التام بتلك المعايير.

إن العلاقة الحميمة بين الإعلام والسياسة التي نشأت من مصلحتهما في التعاون من أجل ديمومة عملهما والتأثير على الرأي العام وكسب ثقته، ما جعل الإعلام يخضع إلى حد كبير إلى تلبية رغبات السياسيين لاستمرار تلك العلاقة، وأن التأثير القوي للفضائيات على اتجاهات الجمهور، دفع أيضاً بعض السياسيين العراقيين إلى امتلاك قنوات فضائية بقصد الترويج لسياساتهم وتحقيق أهدافهم، هذا أدى إلى تشتت وجهات نظر الجمهور الذي أدى بدوره إلى تعدد وجهات النظر في مفهوم الحيادية، إذ أخذ الناس يفسرون الحيادية وفق مصالحهم وأهوائهم وميولهم، وأن جمهور كل وسيلة يرى أن وسيلته هي من تلتزم بالحيادية، ومن هنا تبرز أهمية هذا البحث في محاولته تفسير معنى الحياد الإعلامي، وأهم مرتكزاته ومعاييره التي تحدد للجمهور وللقائمين على الاتصال على حد سواء مفهوم الحياد الإعلامي في البرامج السياسية التي تقدمها للجمهور، وصولاً إلى النتائج وتقديم بعض التوصيات التي يمكن أن ينتفع منها القائمون على الاتصال في تلك القنوات الفضائية.

المبحث الأول: الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث

تكمّن مشكلة البحث في الضبابية المصاحبة لمفهوم وتطبيق الحيادية مع قلة اهتمام الباحثين في إيجاد معايير دقيقة للمفهوم ومركزات واضحة يستند إليها الحياد الإعلامي، مما جعل كثير من وسائل الإعلام تدعي ممارس الحيادية في عملها، وهذا جعل أيضاً اختلاف وتناقض في آراء الجمهور في فهمها وتقييمها لمفهوم الحياد الاعلامي.

ثانياً: تساؤلات البحث

يهدف البحث إلى الإجابة عن التساؤلات الآتية:

- 1- ما مفهوم الحياد الإعلامي؟
- 2- ما أهمية الحياد الإعلامي؟
- 3- ما المرتكزات الاساسية للحياد الإعلامي في القنوات الفضائية؟
- 4- ما معايير الحياد الإعلامي في القنوات الفضائية؟

ثالثاً: أهداف البحث

يهدف البحث إلى الآتي:

- 1- توضيح مفهوم الحياد الإعلامي الذي تعددت معانيه لدى القنوات الفضائية وجمهورها.
- 2- التعرف على أهمية الحياد الإعلامي في تطوير المجتمعات.
- 3- تشخيص المرتكزات الأساسية التي يقوم عليها الحياد الإعلامي في القنوات الفضائية وأهميتها في المحافظة على مهنة الإعلام الإنسانية وعدم تحويله إلى دعاية.
- 4- الوصول إلى معايير الحياد الإعلامي التي تنظم عمل القائم في الاتصال وتحافظ على مهنيته في القنوات الفضائية.

رابعاً: منهج البحث

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية الذي يقوم بوصف مفهوم الحياد الإعلامي وأهميته والأسس التي يرتكز عليها والمعايير التي تحدده.

رابعاً: الدراسات السابقة

أطلع الباحث على عدد من الدراسات السابقة التي تناولت الحيادية ومن أهم تلك الدراسات:

اولاً: دراسات عربية:

- 1-دراسة (هاشم، 2016):

هدفت الدراسة (الحيادية في الإعلام - دراسة نظرية تحليلية للإعلام المرئي) إلى التعرف بمفهوم الحياد وأهميته، وما الفرق بينه وبين الموضوعية، وما مرادف الحياد في الشريعة الإسلامية، وكذلك معرفة متى تكون القناة الإعلامية محايدة، وما مدى تأثير سياسة القناة على صياغة ونقل الخبر، والتعرف على إمكانية الجمع بين الحيادية وبين قنوات رجل الإعلام وخلفيته الفكرية، وأيضاً التعرف على العوامل التي تتحكم في الحياد سلباً وإيجاباً، وما الوسيلة الإعلامية الأكثر حيادية من غيرها، و
وتوصل البحث إلى النتائج الآتية:

- نشأ مصطلح الحياد في السياسة ومنها تسرب إلى المجالات الأخرى وصار لصيقاً بالإعلام.
- الحياد بمفهومه المطلق مستحيل، ولكن هناك مستويات يمكن من خلالها التقييم بأن الوسيلة الإعلامية أكثر حيادية أم لا.
- الحياد يعني اتخاذ مسافة واحدة من جميع الأطراف.
- الحياد ليس دائماً مرغوباً بل يكون أحياناً مذموماً عندما يكون بين حق وباطل واضحين.
- الحياد والموضوعية متفقان من جهة المعنى ومختلفان من جهة ما يتعلقان به.
- يجب أن تفهم الحيادية والموضوعية في إطار الواقع السياسي والاجتماعي السائد في المجتمع.
- يتأثر الحياد بدرجة كبيرة بسياسة المؤسسة الإعلامية.
- توجد علاقة عكسية بين الحياد في الوسيلة الإعلامية والمراحل التي تمر بها المادة الإعلامية قبل عرضها.

- تؤثر القنوات والخلفية الفكرية لرجل الإعلام على التزامه بالحيادية.

ثانياً: دراسات اجنبية:

1-دراسة (Aji, Prahastiwi, Andre, & Rahmanto, 2020)

هدفت الدراسة (الإعلام السياسي: ديناميكية استقلال وحيادية إعلامي في تعزيز المجتمع المرن) إلى وصف كيف أن الاهتمام السياسي لمالك الإعلام يؤثر على حياد الإعلام واستقلاله، وكيف من شأن هذا الوضع أن يضر بعملية بناء المجتمع للتكيف، وكيف يمكن حماية المجتمع من المعلومات "المضللة"، التي لا تعطي سوى ميزة لمالك وسائل الإعلام. يساعد هذا البحث المجتمع على اختيار المعلومات التي تم التحقق منها لمواجهة التحدي في عصر العولمة.
وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- إن التأكيد على صور وخصائص بعض القضايا في وسائل الإعلام سيعطي مفهوم بناء الجمهور بشكل كبير، بما في ذلك المرشح في السياسة، إنه يبنى القضايا حول ما يجب أن يفكر فيه الناس ويتحدثون

- عنه في الأماكن العامة. واحدة من الطرق هي مشاركة الصورة الإيجابية للمرشح المختار، ليس فقط من خلال الأخبار ولكن أيضا من خلال البرامج التلفزيونية، مثل البرنامج الحوارية.
 - إن تأثير وسائل الإعلام ليس خطياً يمكن أن يظهر التأثير بشكل مستقيم، بل هو محفوظ في ذاكرة الناس ويظهر في آرائهم ومواقفهم، إذ لا يزال يُعتقد أن التلفزيون هو وسيلة إعلام لديها القدرة على التأثير في الرأي العام.
 - بعد أن يكون المالك متورطاً في قضية معينة، يؤثر ذلك على الصحفي في إنتاج الأخبار، إذ تميل الأخبار إلى خدمة مصالح المالك.
 - إن دور منتج الأخبار مهم جداً في صياغة جدول الأعمال واستيعاب أصحاب وسائل الإعلام. وبعبارة أخرى، يمكن لجدول أعمال وسائل الإعلام توجيه رأي مشاهدي التلفزيون إلى فهم محتوى الأيديولوجية والمصالح الإعلامية نفسها.
 - إن اختيار زاوية الأخبار، وتحديد الاتجاه، وجدول الأعمال، وأخبار المحتوى يعكس قرار حارس البوابة الذي يستوعب مالك الوسائل.
 - إن حرية الصحفي لا تُطرح إلا بسبب مصالح مالك الوسيلة الإعلامية. وهذا الشرط ضار بعملية تكامل وتفاعل المجتمع، وينبغي حماية المجتمع من المعلومات المتحيزة التي تفيد أصحاب وسائل الإعلام فقط.
- 2-دراسة (Ojala & Matikainen, 2020):

تسعى هذه الدراسة (هل عصر الصحافة المحايدة انتهى؟ مبدأ الحياد وعدم ثقة الجمهور في الأخبار السائدة) إلى المساهمة في الأدبيات الحديثة للإعلام، عبر معالجة مسألة الحياد الصحفي وعلاقتها المعقدة مع تصورات الجمهور لموثوقية وسائل الإعلام، في السياق الحالي لبيئات المعرفة المسيسة للغاية، كان الحياد أحد المثل العليا الرئيسية للصحافة المهنية، وغالباً ما يرتبط بالموضوعية باعتبارها طوقسها الاستراتيجية، ومع ذلك فإن هذا الحياد المزعوم، وما يرتبط به من شعور بعدم الأصالة وعدم الشفافية، هو الذي قد يدفع شرائح متزايدة من الجماهير بعيداً عن الصحافة السائدة ومن أجل التدقيق في هذه الفرضية، تقدم هذه الدراسة تحليلاً متعمقاً للتصورات الشعبية لموثوقية وسائل الإعلام في فنلندا.

تستند هذه الدراسة إلى دراسة استقصائية أجريت عام 2019 بشأن استخدام الفنلنديين لوسائل الإعلام المختلفة للوصول إلى الأخبار والتصورات حول جدارة تلك الوسائط بالثقة، باستخدام أساليب تستند إلى أخذ العينات العشوائية، وكانت العينة ممثلة لمستخدمي الإنترنت الفنلنديين، وفي تحليل النتائج، تم التركيز على مؤشرات عدم الثقة في وسائل الإعلام الرئيسية، وكذلك على آراء المجيبين بشأن جوانب معينة من الأداء الصحفي ودور وسائل الإعلام في المجتمع.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- إن الثقة في الصحافة الإخبارية الوطنية لا تزال على مستوى عال نسبياً في فنلندا.
- أما إلتاليهتي وإلتا-سانومات، وهما أبرز صحيفتين مسائيتين شعبيتين في فنلندا، فقد اعتبرهما المجيبون غير موثوق بهما.
- وتشير هذه النتائج إلى أن الجمهور الفنلندي انتقائي للغاية في تصورات له موثوقية وسائل الإعلام، ويفصل بوضوح ما يسمى بوسائل الإعلام الجيدة عن الصحف الشعبية.
- إن أهم عامل يحدد مستوى الثقة في مصدر الأخبار هو السمعة المهنية المتصورة، والجودة والأخلاق للمؤسسة الإعلامية التي تنتج الأخبار.

3-دراسة (Bajomir, 2017) :

- هدفت الدراسة (الصحافة السياسية في المجر: بين الحياد والانحياز) إلى التعرف على سبب انقطاع الطابع المهني في الصحافة المجرية، وكذلك التعرف على معايير وممارسات معظم وسائل الإعلام المجرية في تقديم روايات عن الأحداث والقضايا السياسية الساعية إلى الحياد، وأيضاً التعرف على العوامل التي تشكل ممارسات الصحافة ومن خلال وضع المجر على خريطة أنظمة الإعلام.
- وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها ما يأتي:
- إن انقطاع مهنية الصحافة في المجر قد يكون له تفسيرات مماثلة، بما في ذلك وجهات نظر المجتمع الاستبدادية المهيمنة على وسائل الإعلام، وضعف أسواق الصحافة، وتأخر التقدم للثورة الصناعية، وضعف الطبقات الوسطى، والاحتلال الأجنبي، وضعف دور الصحفيين في الحفاظ على الثقافة الوطنية.
 - قد تشكل احتياجات الجمهور أيضاً ممارسات الصحافة، أن الناس بحاجة إلى تأكيد المعلومات، وكلما كانت إحدى القنوات الإخبارية أكثر انخراطاً، كلما كانت تلبي الحاجة، وكلما كان المجتمع أكثر انعداماً للأمن كلما كانت هناك حاجة أكثر إلى مشاركة وسائل الإعلام في تقديم المعلومات.
 - قد يصعب إثبات العلاقة السببية بين القيم الأيديولوجية المتغيرة بسرعة والحاجة المتزايدة إلى الصحافة المنحازة التي توفر التأكيد للجمهور، ومع ذلك يمكن القول إنها قد تكون عاملاً آخر يفسر استمرار الصحافة المنحازة في العديد من الجامعات الشبابية في وسط وشرق أوروبا، بما في ذلك المجر.

المبحث الثاني: الإطار النظري

أولاً: مفهوم الحياد الإعلامي:

إن مصطلح الحياد الإعلامي يعني التجرد من أي موقف أو إبداء رأي أو تدخل في كل حدث عند تناوله أو نقله، سواء أكان هذا الحدث متوافقاً مع الايدولوجية الذي تحملها الوسيلة الإعلامية أم غير متوافق، ونقل كل معلومة تصل إلى وسيلة الإعلام عن الحدث بأمانة دون اجتزاء أو زيادة أو توقع لقدام (شبكة الناقد الاعلامي، 2012)، والحياد الإعلامي لا يجعل ولاء الإعلامي لأي موقف سياسي أو عقائدي، فالإعلاميون المحايدون يرفضون خدمة أية مصالح سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية لأية جهة كانت أو دعمها (Michael & Les, 2009, p. 4).

والحياد الإعلامي هو "أن تنتقل وسائل الإعلام الأحداث والوقائع والأخبار وجهات النظر في القضايا المتنازع عليها بين الناس أو الشعوب دون تدخل من هذه الوسائل" (الخيون، 2009)، وهذا ما يعززه قول عالم السياسة هارولد لاسويل: إن وسائل الإعلام المفترضة كقناة معلومات محايدة تربط المرسل والمتلقي للرسالة فقط، ويجري ذلك دون صناعة الأخبار، بناءً على البيانات والظواهر التي تحصل في العالم، دون أي رأي من القائم بالاتصال، فإن الحياد في وسائل الإعلام يعني أنها قنوات لنشر المعلومات، ويجب أن تكون الأخبار خالية من التشويه وتعطي وصفاً عادلاً للواقع (Aji, Prahasitiwi, Andre, & Rahmanto, 2020, p. 196).

وبهذا تكون الحيادية في وسائل الإعلام مثل المرأة التي تعكس الحقيقة المجردة والحقائق القاسية للحياة (Association for Democratic Reforms)، ويعرف الحياد الإعلامي أيضاً بأنه "احترام عقل المتلقي وعرض الأفكار والمواقف المختلفة بنفس الدرجة من الاحترام والصدق والنزاهة" (كريم ، 2014)، ويعد الحياد أحد المثل العليا للرئيسة للمهنية الإعلامية، وغالباً ما يرتبط بالموضوعية بوصفها بؤرة الاستراتيجية المركزية له، ومع ذلك فإن هذا الحياد المزعوم، وما يرتبط به من شعور الناس بعدم شفافية وسائل الإعلام في تناولها للآراء والمعلومات، هو الذي قد يدفع شرائح متزايدة من الجماهير بعيداً عن متابعة الإعلام التقليدي (Ojala & Matikainen, 2020, p. 2).

ويتبنى بعض الأكاديميين وخبراء الإعلام رأياً يفيد بعدم وجود ما يسمى بالحياد الإعلامي، وأنه خيال ووهم ولا وجود له في الممارسات الإعلامية، فالوسائل الإعلامية لها أجندات ومصالح وأهداف تسعى لتحقيقها، والإعلامي بشر له وجهة نظر وله رؤية تجاه أي حدث أو قضية، وهذا يعني أنه لا يوجد إعلام محايد حتى مع أكثر الوسائل الإعلامية ادعاء بالحيادية، فإنك ستجد بعض معالجاتها الإعلامية يتسم بالانحياز مع أنها وبشكل محترف

مغلقة بالحيادية التي تعنى عدم الانحياز إلى جهة على حساب جهة أخرى، ووقوفها على مسافة متساوية من جميع الآراء والتوجهات نحو الموضوعات المثارة عن قضية أو حدث حتى لا يؤثر على المعالجة الإعلامية لها، والتي ينبغي أن يتجرد الإعلاميون من الآراء والميول والتوجهات والمواقف الشخصية (المرسي، 2017).

ويبدو مما تقدم أن الحياد الإعلامي بهذا المفهوم يصعب تطبيقه بصورته الحقيقية في الوسائل الإعلامية، لأن معظمها أنشئ لأهداف معينة، وهذه الأهداف غالباً ما تتعارض مع متطلبات الحيادية، ولكن تبقى تلك الوسائل تدعي بأنها تعمل بموجب متطلبات الحيادية التي تخدم مصالحها، وذلك لكسب ثقة جمهورها الذي أيضاً لديه فهم بأن الحيادية هو ما يتطابق مع رغباته وتحقيق غاياته، وبهذا فإن الحيادية في الإعلام يصعب تحقيقها، لأنها تتطلب وصف الحقيقة كاملة في نقل الآراء والأخبار والأحداث بدون زيادة أو نقص، في الوقت الذي يتطلب وصف الحقيقة كاملة زوايا نظر متعددة، لتتمكن من وصف الحقيقة من كل الاتجاهات، إذ لكل زاوية نظر معينة توثيق جانب من الحقيقة التي تراها عين الوسيلة الإعلامية، وبهذا لا يمكن أن تكون وسيلة بعينها قادرة على نقل الحقيقة الكاملة.

ثانياً: أهمية الحياد الإعلامي:

يعد الالتزام بالحيادية ضروري لصحة المعلومات واكتمالها، وأن معالجة وسائل الإعلام للمعلومات عن الأحداث عبر تركيزها على مجال معين أو اغفالها لمجالات أخرى يسهم في تحديد درجة أهميتها بالنسبة لصانعي القرار، وهذا ما يجعل اهتمام الرأي العام بهذه المجالات أكثر من غيرها، ومن ثم القيام بممارسة الضغط على متخذي تلك القرارات، فالحياد ضروري لما له من انعكاس إيجابي على واقع المجتمعات، (هاشم، 2016، صفحة 88).

ولا شك أن من أهم مسؤوليات وسائل الإعلام وواجباتها هي الحصول على ثقة الجمهور، ودون الحياد فإن العمل الإعلامي عموماً يخلق فجوة عميقة بينه وبين الجمهور، وأن الحصول على ثقة الجمهور هو أساس الإعلام الجيد، ويجب بذل الجهود لضمان أن يكون المحتوى الإعلامي دقيقاً وخالياً من أي انحياز لطرف معين على حساب الآخر، وأن يغطي المحتوى جميع جوانب الموضوع المتناول وتنشره بعدالة (جون، 1981، صفحة 61).

ومن مميزات وسائل الإعلام قدرتها على توجيه آراء الناس وسلوكهم، لذلك فإن الجمهور لا يستجيب للواقع أو الحقيقة، بل يستجيب لما يفكرون فيه، إذ تؤدي وسائل الإعلام دوراً في تكوين الواقع الذي يفكر فيه المجتمع، ويمكن لوسائل الإعلام اختيار بعض الموضوعات التي تحدث في المجتمع لتكوين رأي عام حولها، وأن هذا الاختيار ربما يعد منافياً لمبادئ الحيادية التي لا تسمح باختيار موضوعات على حساب أخرى (Aji, Prahastiwi, Andre, & Rahmanto, 2020, p. 195).

وبما أن وسائل الإعلام هي الوسائل العامة للحصول على المعلومات، فيجب أن تقدم معلومات دقيقة ومتوازنة وموضوعية وعادلة، ويمكن تحقيق هذا المبدأ إذا لم تتأثر وسائل الإعلام بأشخاص معينين أو بحالات معينة، وفي تحقيق الموضوعية يمكن الوصول إلى الحيادية إذا كانت وسائل الإعلام مستقلة، ويرتبط استقلالها بالإنصاف والحياد والواقعية وغير الحزبية، ومن الصعب على وسائل الإعلام، كمؤسسة تجارية، ألا تتأثر بالاقتصاد والسياسة، وأن تحقق الربح وتبقى على قيد الحياة دون انحياز، إن تأثير مالك الإعلام على حياد الوسيلة الإعلامية واستقلالها من شأنه أن يضر بعملية بناء المجتمع للتكيف مع متطلبات التطور والتحول الديمقراطي، ويجب حماية المجتمع من المعلومات المضللة التي تمارسها مثل تلك الوسائل التي لا تخدم سوى مالكيها، وينبغي أن تخضع الأخبار والمعلومات لشروط تضمن صحة توفير المعرفة للجمهور (Aji, Prahastiwi, Andre, & Rahmanto, 2020, p. 195).

ويكون اسناد الحيادية للخبر أحد شروط تحقيق الأخبار لاكتساب تأثيرات المعرفة للجمهور، وجوهرياً يتطلب هذا الشرط بعض الثقة ليتسم مصدر الأخبار بالأهمية، إذ إن الحيادية تتعلق بما يُدرك من عدل ونقص في التحيز وحسن النية، ويحظى التلفزيون باهتمام عامة الجمهور أكثر من بقية الوسائل، إذ إن عرض الصور المصاحبة للمادة الخبرية تكون أكثر موثوقية من الكلمات، وفي هذا يؤدي التلفزيون دوراً في هذا الشأن، فإن حيادية التلفزيون الخاضعة للتنظيم تعد أيضاً سبباً لثقة عامة الجمهور به (دينس، 2010، صفحة 756).

ويتضح مما تقدم أن للحيادية في وسائل الإعلام أهمية في زيادة ثقة الجمهور بما تقدمه تلك الوسائل، ويعتمد قبول المعرفة التي تسعى تلك الوسائل إلى تسويقها للجمهور بمدى تمسكها بمعايير الحياد الإعلامي، علماً أن وسائل الإعلام هي إحدى المؤسسات الاجتماعية التي تتبنى تقديم المعلومات العامة للجمهور بقصد زيادة إدراكه بما يحيط به، والارتقاء بمستواه الفكري والثقافي بما يحقق التطور المستمر للمجتمع.

ثالثاً: المراكز الأساسية للحياد الإعلامي:

إن الموضوعية والتوازن والدقة والعدالة يسير معاً لكشف الحقائق وعرضها وتمييزها عن الآراء، وهذه المتطلبات في بناء القصة الخبرية يركز عليها القائم بالاتصال في وقوفه على الحيادية، بمعنى أن هذه المتطلبات هي التي تحدد نسبة الحياد في أخبار الوسيلة الإعلامية (Charlotte , 2006, p. 9).

وكلما ازداد ميل النظام الإخباري نحو تطبيق هذه المرتكزات لتفعيل الموقف الحيادي النشط ازداد اهتمام قيام الإعلاميين بالإسهام في دعم ثقة الجمهور تجاه الموضوعات السياسية، وأيضاً تجاه القيم العليا للأداء الرسمي الحكومي (باتروس، 2004، صفحة 53)، ولأهمية هذه المرتكزات في الحياد الإعلامي نوضحها كما يأتي:

(1) الموضوعية:

هناك كثير من الارتباك حول المصطلحات، إذ يستعمل الحياد والموضوعية مرادفين، على الرغم من أنهما يختلفان في المعنى، فالموضوعية "تهج منضبط لعزل الأدلة والحقائق واستبعاد الحكم الذاتي عليها"، أما الحياد فهو "إزالة التحيز من تبني الآراء والأفكار والوقوف مع الحقائق المؤكدة" (Richard , 2012, p. 5).

الموضوعية هي وصف لطريقة محددة في التفكير، أي الإحالة هنا إلى منهج البحث، فيما الحياد هو موقف أو نتيجة لتفكير في موضوع معين، فعندما نصف موقف فلان بأنه موضوعي، فإننا نقصد أن هذا الموقف جرى الوصول له بطريقة موضوعية بغض النظر عن طبيعة هذا الموقف، بمعنى أننا نستطيع أن نصف موقف فلان من قضية معينة بأنه موضوعي بغض النظر عن تأييده أو رفضه. النتيجة هنا غير مهمة المهم هو المنهج الذي استعمل للوصول إلى النتيجة، الموضوعية هنا تشير إلى الإجراء أو المنطق الذي جرى التفكير عبره، في المقابل حينما نصف فلاناً بالحياد في قضية معينة، فإننا لا نتحدث عن الطريقة التي وصل عبرها إلى الموقف، بقدر ما نتحدث عن النتيجة التي توصل إليها (المطيري، 2015).

والموضوعية هي الوصول إلى الحقائق الفعلية دون الخضوع لمشاعر الإعلامي وآرائه، وأن يكون الخبر موضوعياً، يعني أن يكون غير ذاتي ومجرد من القصد والتحيز (خزل، 2003، صفحة 43).

ويتطلب تحقيق الموضوعية في أخبار وسائل الإعلام بقدر ما تتحقق الشروط الآتية (Charlotte , 2006, p. 9):

1- يتطلب تأكيدات حقيقية لصحة الخبر.

2- أنها ليست مضللة.

3- أنها شاملة لكل جوانب الخبر.

ولكن هذه الشروط ليست عملية لتحقيق الموضوعية فيما يتعلق بالممارسة الصحفية في تحديد ما إذا كانت التأكيدات صحيحة، وما إذا كان المنتج الصحفي ليس مضللاً، وما إذا كان شاملاً، إذ يجب الحكم على المنتج الإعلامي على أنه غير موضوعي إذا لم يتم استيفاء معيار واحد من المعايير المذكورة أعلاه، (يعقوب، 2008، الصفحات 103-104).

ويعترض على مفهوم الموضوعية في الإعلام اعتماد الإعلاميين على المصادر، التي عادة ما تكون مصادر ثابتة يجري عبرها إعداد تقرير إخباري، والمسألة هنا هي كيف يمكن للمرء أن يحدد دقة ذلك من المصدر، وثمة نقطة أخرى يمكن الاعتراض عليها وهي أن الصحفيين يجمعون ويختارون أو يرشحون الأخبار استناداً إلى أطر معينة محددة اجتماعياً وأيديولوجياً وثقافياً، وبهذا لا ينبغي لنا أن نتعامل مع الإعلام كخطاب وصفي، بل يجري التعامل معه على أنه خطاب أدائي مصمم لإقناع المتلقين بأن ما يصفه حقيقياً، وبذلك ينجح الإعلام في تحويل التفسير إلى حقيقة وإلى واقع يمكن للجمهور أن يتصرف على أساسه، ويقرر أن الإعلام لا يستمد قوته الأدائية من الحقائق، بل من أشكالها وأسلوبها فقط (Margaret , 2017, pp. 23-24).

ومن هذا الفهم لا يمكن تحقيق الإعلام الموضوعي بحقيقته المطلقة، ولا يمكننا أن نغفل تماماً أو نتجاهل البحث عن الموضوعية حتى وإن كان غير مثالي، على الرغم من أن فكرة استحالة التمثيل الموضوعي البحث للواقع مقبولة، شرط ألا تتجاوز الضوابط التي تقيد عمل الإعلام (Margaret , 2017, p. 24). (2) التوازن:

ويؤكد هذا المبدأ على تقديم وجهات النظر المختلفة حيال المادة الإخبارية تقديماً متوازناً، يتيح لها الظهور بشكل متساوٍ دون تمييز وجهة نظر معينة على حساب الأخرى، وأن مجرد قيام الوسيلة الإعلامية بحرمان جمهورها من معرفة الرأي الآخر من الحقيقة، تكون قد أخلت بمبدأ التوازن في العرض الإخباري (خزل، 2003، الصفحات 46-47).

والتوازن تخصيص حيز متساوٍ للآراء المتعارضة، والقصة الخبرية تكون غير متوازنة عندما يكون لها جانب مفضل، أو أحادية الجانب أو حزبية (Charlotte , 2006, p. 9).

ويعرف التوازن بأنه: "منح الفرصة للآراء المختلفة لعرض وجهات النظر في القصة الخبرية بمستوى متساوٍ من حيث المساحة أو الزمن أو التركيز" (يعقوب، 2008، صفحة 66). إن التوازن يهدف إلى الحياد، ويتطلب ذلك من الإعلاميين عرض وجهات نظر المتحدثين الشرعيين من الجانبين المتنازعين في أي نزاع كبير، مع الاهتمام المتساوي بينهم، فإن التقارير المتوازنة هي عنصر من عناصر الإعلام الحديث، وتسمح للصحفيين بالوفاء بمسؤوليات معيارية أخرى، إن تقديم وجهات نظر متعددة لكلا الجانبين المتناظرين يجعل النظر إلى الصحفيين على أنهم لا يفضلون منظوراً واحداً على حساب الآخرين (Chris, Graham, Avery, & Brooke , 2015, p. 462).

(3) الدقة:

الدقة تعني "الحصول على المعلومات المؤكدة بشكل صحيح، مثل الأسماء والأماكن والتواريخ والأرقام وتصريحات الأشخاص والمسؤولين، وتعد الدقة من أهم معايير كتابة القصة الإخبارية، لأنها تزيل الضبابية عن الأخبار التي تؤدي إلى انتشار الإشاعات والأخبار الكاذبة والمبالغ فيها، وتسهم الدقة أيضاً في الفصل بين الخبر والرأي" (حسن، 2016، صفحة 10). وتشير الدقة إلى مدى احترام الوسيلة الإعلامية لحق المتلقي في معرفة الحقيقة كاملة حول حدث معين، وما يتعلق بذلك من التجاهل في التغطية الشاملة للحدث وعدم شمول بعض وقائعه الضرورية والمهمة، سواء كان ذلك عن قصد أو لأسباب أخرى تتعلق بالكفاءة والمهنية، ولذا تتطلب الدقة التحقق والتأكد من مجريات الحدث، وعرض كل الوقائع لفهم ذلك الحدث، حتى وإن كانت تلك الوقائع تتعارض مع معتقدات القائم بالاتصال وأحاسيسه الخاصة (حمزة و فهد، 2016، صفحة 10).

يجب على الوسيلة الإعلامية بذل كل جهد من أجل أن يكون المحتوى الإخباري دقيقاً وخالياً من أي انحياز، وأيضاً يجب أن تتسم التحليلات والتعليقات بمبادئ الدقة نفسها في التعرض للحقائق مثلما تفعل في القصص الإخبارية، وفي حال حدوث أخطاء في تقديم الحقائق فيجب تصحيحها على الفور، وبهذا تعد الدقة الركيزة الأساسية والقاعدة الذهبية في العمل الإعلامي (المشهداني، 2014، صفحة 39). وتتطوي الدقة على ما يأتي (Hippo, 2008) :

أولاً: جمع الحقائق كافة ذات الصلة بالخبر أو الرأي والتركيز عليها، وهذا يعني أنه إذا تجاهل الإعلامي تفاصيل مهمة من قصة معينة فإن القصة الخبرية لن تكون دقيقة.

ثانياً: تتطلب الدقة التحقق في الحقائق باستعمال أكثر من مصدر واحد.

ثالثاً: وضع الحقائق والآراء ذات الصلة في السياق الصحيح للخبر، وهذا مهم للغاية لقصة خبرية دقيقة، إذ إن تغيير السياق سيعطي قصة غير مكتملة وغير دقيقة وهذا يغير معنى القصة تماماً.

(4) العدالة والإنصاف:

العدالة هي "سعي الإعلامي للوصول إلى الحقيقة بقوة وتعاطف مع توفير المعلومات دون محاباة أو مصلحة ذاتية أو تحامل على جهة معينة، وأن يكون منفتحاً على كل الأطراف، وأن يتجنب البث المتحيز والصور النمطية، والادعاءات غير المدعومة بأدلة"، فإن العدل يعني أيضاً وزن جميع الأطراف بميزان واحد وتقديمها في سياق واحد، والإنصاف هو "محاولة صادقة لتحقيق التوازن بين الآراء بطريقة لا يتم فيها تحريف أي طرف، إما باختيار الإعلامي لكلمات معينة وإما بسبب عدم تضمينها في سياق مناسب" (Retief, 2002, p. 86).

وتعني العدالة أيضاً "الرواية والنقل المنصف للمعلومات والأحداث وما ينقل من قصص إخبارية من المصادر، وينطوي هذا النقل على غربة المعلومات ووزنها وتقييمها بعقلية منفتحة وحكمة وذكاء، وينبغي توفير السياق الملئم وعرض وجهات النظر المتنافسة بصورة تضمن مصداقية الأخبار والنقطة بها" (اليونسكو، 2020، صفحة 25)، وينبغي أن يكون المواطنون متساوين في الحقوق والواجبات وأيضاً متساوين أمام وسائل الإعلام، فمن هذا المنطلق لابد ألا تكون تلك الوسائل تعبيراً عن فئة أو ثقافة أو جهة دون أخرى، وتتطلب العدالة توخي الحكمة في عرض الأخبار والصور وتجنب أساليب التهويل والمبالغة والإثارة الرخيصة (الشمالية، اللحام، الضلاعين، و كافي، 2015، صفحة 32).

وبناءً على ما تقدم تبين أهمية هذه المرتكزات ودورها في فعالية الحياد في القصة الخبرية، فكلما كانت هذه المرتكزات جدية في تحقيق ذاتها السامية كانت حيادية القوائم بالاتصال ترتكز على أسس سليمة وتؤدي مهامها النبيلة في الوقوف بالمنتصف المحايد الذي يرى الأحداث بعين واحدة، لكي تحظى بقبول ثقة الجمهور في تشكيل رأي عام صائب حول الموضوعات المهمة والمصيرية، الذي يكون للرأي العام دور كبير فيها.

يؤدي التلاعب بنسب هذه المرتكزات في حياد الأخبار السياسية إلى تحويل الإعلام إلى دعاية، ويكون من شأنها تضليل الرأي العام باتجاه نوايا مقصودة تخدم مصالح جهة معينة دون خدمة المجتمع ككل، وهذا التلاعب يخرج الإعلام من خدمة المؤسسة الاجتماعية التي هي أساس وجوده إلى خدمة المؤسسة السياسية.

رابعاً: معايير الحيادية في وسائل الإعلام:

الحياد الإعلامي ليس مستحيلاً إذا وجدت النية الحقيقية والصادقة لدى القائم بالاتصال في تبنيه لمضمون رسائله الإعلامية، إذ يوجد هناك عدد من المعايير في حال تطبيقها تصبح تلك الرسائل تتمتع بالحيادية المقبولة والمرجوة من فئات الجمهور المختلفة، ومن هذه المعايير ما يأتي:

1- الاعتماد على تقديم الأدلة والشواهد في المضمون الإعلامي، ويعد ذلك من الأساليب التي تساعد على تعزيز ثقة الجمهور بمصداقية الرسالة الإعلامية، وتثبيت قواعد الحقيقة لها والابتعاد عن التحيز والالتزام بمتطلبات الحياد الإعلامي، ويتوقف تأثير الأدلة على ما إذا كان المتلقون يعدونه صحيحاً أو غير ذلك، إذ إن الأدلة الذي تقدم حقائق غير الأدلة التي تقدم آراء؛ فتأثيرهما مختلف في الجمهور، وتحتاج بعض الموضوعات لأدلة أكثر من غيرها، لا سيما تلك الموضوعات غير المرتبطة بالخبرات السابقة للجمهور المتلقي (مكاوي و السيد، 1998، الصفحات 194-195).

2- عدم تجاوز مسؤولية نقل الخبر، وتبني الشرح والتفسير له، باستعمال التضييل الكلامي بتوليف الصورة مع الكلمة وتشويه معاني الدلالات التي تعكس الواقع (يونان، 2011، صفحة 131)، وفي حالة التغطية التفسيرية للأحداث التي يجمع فيها الصحفي المعلومات المساعدة أو التفسيرية إلى جانب الحقائق الأساسية للأخبار فيجب أن تكون منصفة وغير متحيزة إلى جهة معينة (عبد العظيم، 2019، صفحة 25)، وتكون مهمة الإعلامي الإخبار عن الحقائق دون اقحام رأيه الشخصي أو رأي المؤسسة الإعلامية في تفسيرها وشرحها (سالم، 2019، صفحة 65).

3- عند نقل الخبر أو المعلومات أو المصطلحات من لغات أخرى أو من وكالات أنباء اجنبية، لابد من مراعاة نقل المعنى بدقة ضمن سياق الكلام من مترجمين متخصصين بالترجمة الإعلامية، إذ تتسارع كثير من وسائل الإعلام في استعمال تلك المصطلحات وترجمتها وبثها على جناح السرعة، باستعمال تقنيات التضييل الإعلامي في الاجتذاب والإغواء والإيحاء للسيطرة على الرأي العام، مثل: الشرعية الدولية، والربيع العربي، أو كلمات مثل: طاغية أو دكتاتور أو مستبد، وهذا يتجاوز مسؤولية نقل الخبر إلى تبني موقف، وأيضاً استعمال كلمات شهداء أو فدائيين، وهي كلمات تتبنى موقفاً ولا تنقل الموضوع بحياد، مع أنها قد تحظى بقبول

غالبية المتلقين، (العلي، 2020)، ويجب أن لا تستعمل اللغة والمصطلحات اللغوية من أجل التعبير عن سياسة الوسيلة الإعلامية، إذ إن اللغة القدرة على تغيير الأفكار وأن استعمال هذا الأسلوب في مضمون وسائل الإعلام لا يعبر عن الحقيقة، وإنما يعبر عن توجهاتها والاهداف التي تسعى إلى تحقيقها، فنجد استعمال مصطلحات لها معانٍ تختلف وتتباين من وسيلة لأخرى (سالم، 2019، صفحة 67).

4- فصل الرأي عن الوقائع، بمعنى تجنب الذاتية في نقل الوقائع وتوخي الدقة في نقل المعلومات والوقائع لا التحليلات والآراء الشخصية أو الشائعات والأقوال، ولا شك في أن تتعد المهمة في الازمات والحروب، وعلى المراسل الحربي أو المراسل بشكل عام أن ينسب المعلومات والآراء إلى مصدرها وعدم تبنيها (كريم، 2014)، وإن خلط الخبر برأي الإعلامي أو الوسيلة الإعلامية يغير الحقائق والأحداث لخدمة هدف أو سياسة معينة، وإن حذف بعض الوقائع من الخبر بقصد إخفاء بعض الحقائق منه يؤدي إلى تشويه متعمد لها مما يؤدي إلى تضليل المتلقين بتفاصيل مجريات الخبر (الضبع، 2011، الصفحات 164-165).

5- إعطاء فرص متساوية لكل الشخصيات، فلا بد أن يشعر الضيف بأنه أعطى فرصة معقولة للتعبير عن رأيه وللإجابة بحرية على ما طرح عليه من أسئلة، ولكن هذا لا يعني أن تترك له المساحة للترويج والدعاية، وخاصة إذا كان ضيوفه من الساسة والمسؤولين، ومن المهم أن يتعامل مع كل الضيوف بالقدر نفسه من الاحترام، وأن تواجه حججهم بالدرجة نفسها من الاختبار والتمحيص (بي بي سي، 2010)، ويتطلب تحقيق الحياد إدراك المعنيين في اعداد البرامج خلفيات الأحداث التي يعالجونها، وإعطاء جميع الأطراف المتحاوره الفرص المتكافئة للتعبير عن آرائهم مع مراعاة تطلعات الجمهور (الشجيري، 2019، صفحة 287).

6- الالتزام بتعدد مصادر الأخبار وتنوع الآراء، وكذلك الالتزام بحق الرد والتنوع في تقديم المضمون الإعلامي بما يتيح فرصة الاختيار الأنسب، لتجعل الشخص قادراً على تكوين آرائه ليتمكن من اتخاذ قراراته بناءً على معلومات تتصف بالحيادية مقدمة من وجهات نظر مختلفة (دينس، 2010، صفحة 749)، ويجب أن تحرص وسائل الإعلام على تعدد المصادر وتوازنها في حالة تناقض الروايات أو اختلاف الآراء والمواقف تجاه الأحداث التي تقدمها للمتلقين (معيوف، 2014، صفحة 178)، وأن يكون التعامل مع المصادر ببذل جهود كبيرة للتحقق من صحة المعلومات ودقتها وتحريها من مصادرها الاصلية، وتجنب الاعتماد على مصدر واحد للمعلومات (الشجيري، 2019، صفحة 288).

7- أهمية الالتزام بالحياد إزاء أطراف الصراع، وعدم تبني وجهة نظر خاصة (معيوف، 2014، صفحة 177)، إذ يترتب على وسائل الإعلام واجب اجتماعي يتمثل في تقديم الأحداث الجارية وتفسيرها، ولديها التزامات تجاه المجتمع لكي تكسب ثقة الجمهور لتحصل على اعتبارها في المجتمع، وذلك عبر تحري الدقة والمصداقية والموضوعية والتوازن وعدم تبني وجهة نظر طرف دون الآخر، فضلاً عن الالتزام بحدود حرية الرأي في ضوء مجموعة من المحددات المهنية والأخلاقية والاجتماعية والقوانين والتشريعات والضوابط الدينية، وذلك من أجل تحقيق المصلحة العامة (عبدالعال، 2018، صفحة 8).

8- عدّ وسائل الإعلام منبراً حراً لآراء الجماهير بكل طوائفه وانتماءاته السياسية والاجتماعية والدينية، وتوفير المساحة اللازمة من الحرية التي تحتاجها هذه المنابر، وتكون تلك الوسائل مستعدة للاستماع للرأي الآخر ونقده (قيراط، 2003، صفحة 113)، إن مسؤولية الإعلامي بممارسة الحرية الممنوحة له في الحدود المسموح بها يجب ألا تتعدى على حرية الآخرين، وأن يتوخى الدقة والصدق ويجعلها من بديهيات عمله التي تزيده احتراماً لدى المتلقين، وكذلك عليه احترام الرأي الآخر في المناقشة وهو في الغالب رأي المعارضة أو الأقلية، وعليه ضمان تعددية الآراء لإيجاد سوق حر للأفكار (شرف، 2014، الصفحات 52-54).

ويتحقق العدل في وسائل الإعلام عندما يعامل كل فرد دون تمييز على أساس عرقه أو جنسه أو مكان إقامته، ويجب على الإعلامي وفقاً لهذا المبدأ معاملة المشاركين في البرامج السياسية على قدم المساواة فلا يخفي أسماء المشاهير المتورطين في حادثة ما وينشر أسماء الآخرين، ويتضمن هذا المبدأ كذلك عدم المجاملة في النشر وعدم تسريب معلومات مهمة لأشخاص معينين دون الآخرين (نصر، 2010، صفحة 272).

المبحث الثالث:

أولاً: استنتاجات البحث

توصل الباحث إلى الاستنتاجات الآتية:

1- إن مفهوم الحياد الإعلامي يصعب تطبيقه بصورته الحقيقية في الوسائل الإعلامية، لأن معظمها أنشئ لأهداف معينة، وهذه الأهداف غالباً ما تتعارض مع متطلبات الحيادية، التي تتطلب وصف الحقيقة كاملة في نقل الآراء الأخبار والأحداث بدون زيادة أو نقص.

- 2- تكمن أهمية الحياد في وسائل الإعلام الحصول على ثقة الجمهور، ودون الحياد فإن العمل الإعلامي عموماً يخلق فجوة عميقة بينه وبين الجمهور، ويعتمد قبول المعرفة التي تسعى تلك الوسائل إلى تسويقها للجمهور بمدى تمسكها بمعايير الحياد الإعلامي.
- 3- إن الموضوعية والتوازن والدقة والعدالة يتركز عليها القائم بالاتصال في وقوفه على الحيادية لكشف وعرض الحقائق وتمييزها عن الآراء، وهذه المرتكزات هي التي تحدد نسبة الحياد في القصص الخبرية للوسيلة الإعلامية ومدى تبنيها للمنطق الدعائي من عدمه.
- 4- إذا وجدت النية الحقيقية والصادقة والتزام القائم بالاتصال بمعايير معينة فإن الحياد الإعلامي ليس مستحيلاً في رسائله الإعلامية، وفي حال تطبيقها تصبح تلك الرسائل تتمتع بالحيادية المقبولة والمرجوة من فئات الجمهور المختلفة.
- 5- يتأثر الحياد الإعلامي كثيراً بسياسة وأهداف المؤسسة الإعلامية.

ثانياً: التوصيات

من النتائج التي توصل اليها البحث يوصي الباحث بالآتي:

- 1- أن يقوم الباحثون بدراسات تطبيقية لمضامين القنوات الفضائية لمعرفة مدى حياديتها وفق المرتكزات والمعايير التي تناولها البحث.
- 2- أن تلتزم القنوات الفضائية بأقصى ما يمكن من الحيادية لكسب ثقة الجمهور ومساعدته في تكوين رأي عام صائب لاتخاذ قرارات مبنية على الحقائق لتطوير المجتمع.
- 3- أن تقوم الجهات التشريعية بتضمين الحياد الإعلامي في نصوص التشريعات والقوانين التي تنظم عمل وسائل الإعلام.
- 4- عمل دورات تدريبية للعاملين في مجال الإعلام لإكسابهم مهارات الالتزام بالحياد في أداء عملهم.

References

- 1- Abd al-Nabi Khazal. (2003). The art of editing news on international radio between recruitment and objectivity. Amman: International Scientific House for Publishing and Distribution and The House of Culture for Publishing and Distribution.
- 2- Abdel Halim Musa Yaacoub.(2008) Objectivity and news values in the media. Sudan: International Publishing and Distribution House.
- 3- Abdul Aziz Sharaf. (2014). Media Ethics. Amman: Jaffa Scientific Publishing and Distribution House.
- 4- Abdul Jabbar Karim. (January 13, 2014). Media and the problem of objectivity and neutrality. towards a new concept of media neutrality. Media and Communication Sciences Club.
- 5- Abdullah al-Mutairi. (September 15, 2015). between objectivity and neutrality. Al-Watan newspaper.
- 6- Arabic BBC News. Recovery date 29 1, 2021 Harith Al-Khyoun. (14 2, 2009). The role of neutrality in the media. Al-Nour Foundation for Culture and Media.
- 7- Arafat is a key to the living. (2014). Standards for news coverage on satellite channels. Balqa Research and Studies, 17 (No. 1), pages 165-189.
- 8- Clark Chris ،Dixon Graham ،Holton Avery ، Weberling Mckeever Brooke . (July, 2015). Including “Evidentiary Balance” in News Media Coverage of Vaccine Risk. Health Communication. doi:DOI: 10.1080/10410236.2013.867006
- 9- Claude Yunnan. (2011). Disinformation and control mechanisms. Beirut: Arab Renaissance House.
- 10- Duha Hassan. (2016). Journalism and creative writing, citizen journalism guide in conflict zones. Beirut: Friedrich Ebert Foundation.
- 11- Hosni Mohamed Nasr. (2010). Media work ethics laws and ethics. Al Ain: University Book House.
- 12- I.e. Thomas Patros. (2004). Political roles of journalists. Author of News and Politics, Doris Grayer, Dennis McQuill, and Pippa Norris (Editors). Cairo: Al Shorouk International Library.
- 13- J Retief. (2002). Media Ethics: An Introduction to Responsible Journalism. Cape Town Oxford University Press Southern Africa.P.86.
- 14- L John Hatling. (1981). Press Ethics. (Kamal Abdel Rauf, Translators) Cairo: Arabic Publishing House.
- 15- Lázár P Bajomir. (2017). Between neutrality and engagement: Political journalism in Hungary. Central European Journal of Communication.
- 16- Lodge Liwonde Hippo. (19 July, 2008). MEDIA ETHICS: A Call to Responsible Journalism. A presentation at the Malawi Electoral Commission “Stringer” Training Course.
- 17- M Ojala ، J Matikainen. (2020). Is the age of impartial journalism over? The neutrality principle and audience distrust in mainstream news Is the age of impartial journalism over? The neutrality principle and audience distrust in mainstream news.

- 18- Maher Odeh Al-Shamila, Mahmoud Ezzat al-Laham, Ali Falah al-Da'adin, and Mustafa Youssef Kafi. (2015). Media ethics. Amman: Dar al-Asy cyclone al-Alami.
- 19- Mayada Abdul Aal Abdel-Al. (2018). Talk shows on Egyptian television and their relationship to freedom and social responsibility - analytical study. Journal of Scientific Research in Literature, Part 1 (Issue 19).
- 20- Media Critic Network. (February 17, 2012). Neutrality in the media.
- 21- Mikewell Dennis. (2010). Mikewell's Theory of Mass Communication (Volume 6). (Ayman Bagnaid, Abir Khaled, Translators) Aspar International Forum.
- 22- Mohammed al-Mursi. (October 16, 2017). Media neutrality. And the fourth impossible! Gate News.
- 23- Mohammed Sharaf Hashem. (January, 2016). Neutrality in the media - an analytical theoretical study of visual media. Research Journal (Issue 7), pages 74-97.
- 24- Muhammad Carat. Freedom of the press in the light of political pluralism in Algeria. Damascus University Journal, Volume 19 (Issue (3+4), pages 105-150.
- 25- Oyindamola Jesuminure Margaret . (2017). Objectivity in Journalism: A Philosophical Perspective. Journal of Philosophy, Culture and Religion(vol 28).
- 26- Please get up. (22 1, 2020). <http://thawra.sy/index.php/pculutre/213021-2020-01-21-23-18-09>. Linguistic misinformation and terminology manipulation, Issue 17174. Revolution Online.
- 27- Raad Jassim Hamza and Mohammed Thabet Fahd. (2016) .The bias in the news reflects public confidence in news sources.
- 28- Recovery Date 26 1, 2021 Hassan Imad Makawi and Laila Hussein Al Sayed. (1998). Communication and contemporary theories (Volume 2). Cairo: Lebanese House.
- 29- Reham Atef Abdul Azim. (2019). Patterns of bias in news processing. Cairo: Arabic Publishing and Distribution.
- 30- Rifaat Aref al-Dabaa. (2011). Cairo: Al-Fajr Publishing and Distribution House.
- 31- Ryan Michael, و Switzer Les. (2009). Propaganda and the subversion of objectivity: Media coverage of the war on terrorism in Iraq. Critical Studies on Terrorism 2(1). doi:DOI: 10.1080/17539150902752721
- 32- S Aji وN Prahastiwi وu Andre وN Rahmanto. (2020). Politics Media : The Dynamic of Independency and Neutrality for Journalist in Strengthening Resilient Society. 510(Icosaps).
- 33- Saad Salman Al-Mashhadani. (2014). Arab and international journalism, concept-characteristics- problems- models - trends. Al Ain: University Book House.
- 34- Sambrook Richard . (2012). Delivering Trust: Impartiality and Objectivity in the Digital Age. REUTER SINSTITUTE for the STUDY of JOURNALISM.
- 35- Siham Hassan al-Shigiri. (2019). Bias in media handling "building an explanatory model of media biases." Cairo: Hamethera Publishing and Translation House.
- 36- Sofia Mohammed Salem. (2019). Bias patterns for news processing on websites in the face of U.S. sanctions on Iran, an analytical study on Russia Today and CNN Arabic for the period from 1/1/2019 to 30/6/2019. Baghdad, Iraq: Master's thesis, Iraqi University, Faculty of Media.
- 37- The BBC. (8 8, 2010). Contemporary media discourse.

- 38- Unesco. (2020). Journalism, fake news and misinformation, teaching manual and journalism training - UNESCO Journalism Teaching Series. Amman: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, Friedrich Naumann Foundation for Freedom (Middle East and North Africa Regional Office).
- 39- Wien Charlotte . (January, 2006). Defining Objectivity within Journalism An Overview. Article in Nordicom .