

## تاريخ الصحافة

### الفصل الأول (6)

#### الصحافة الصفراء

هي استعمال الأخبار والتحقيقات المثيرة في الصحافة، ونشرها لجذب القراء وزيادة التوزيع والانتشار. ظهر هذا المصطلح أول مرة عام 1890 لوصف الطرق والأساليب المتبعة في الحملة الشرسة بين صحيفتين في نيويورك هما: جريدة العالم والجورنال.

تعد الصحافة الصفراء (Yellow Journalism) شكلاً من أشكال [الصحافة](#)، حيث سعت العديد من النظريات الإعلامية والدراسات المعنية في المجالات الصحفية في توضيح وتحديد مفهوم واضح للصحافة الصفراء، أو ما يسمى بالكتب الصفراء، حيث ظهرت مجموعة من الملاحظات التي تعد ذات صلة بالصحافة الصفراء، والتي تسهم في تشويش المحتويات والمواد الإعلامية والإعلانية بشكل كبير. بحيث تعتمد الصحافة الصفراء على الكلمات التي تحتوي على الذم والقدح، سواء أكان ذلك في الأخبار أم الشخصيات أو المؤسسات الإعلامية المتنوعة، حيث تفتقر هنا الصحافة الصفراء للدقة والمصداقية والموضوعية في تناولها للمحتويات الصحفية، وإعدادها للمواد الإعلامية المتنوعة بشكل كامل، بالإضافة إلى التهويل والمبالغة والاعتماد بشكل كبير على الأخبار الكاذبة أو الأخبار المحرّفة أو الأخبار المتنوعة، كما تعتمد بشكل أساسي على الإشاعات، والتي تسهم في جعل [الجمهور الإعلامي](#) أو القارئ المتلقي غير واثق بهذه الصحافة، ولا يطمئن لأي مادة إعلامية تقدمها. يجب التركيز على أنّ هنالك فرقاً ما بين الصحافة الصفراء و[الصحافة](#) الشعبية، أو ما تسمى بالصحف الرسبية، بحيث تعتمد بصفة أساسية على مدى اقتراب هذه الصحافة من المجتمع أو الشعب بشكل كبير، بالإضافة إلى قدرتها على مخاطبة المجتمع أو الشعب بأساليبهم وبلغتهم. بالإضافة إلى قدرتها على توضيح المفاهيم المرتبطة بالمحتويات الإعلامية، حسب المستويات التي ينتمي إليها كل فئة من الشعب، وهو على عكس الصحافة الصفراء التي لا تنظر إلى المصالح العامة، وإنما تهدف إلى تحقيق مصلحة جذب أعلى عدد ممكن من الجماهير الإعلامية المستهدفة نحو محتوياتها التي تشتمل على الإساءة والذم بشكل كبير.

وعليه فإنّ الصحافة الصفراء قد تتنوع في عملية إصدارها، حيث يوجد منها صحف يتم نشرها للمحتويات بشكل شهري أو دوري أو أسبوعي أو يومي، حيث أصبحت ذات انتشار واسع، وذلك بعد ظهور التطورات التكنولوجية الإعلامية والإنترنت، كما أصبحت ذائعة الصيت بشكل كبير؛ وذلك بسبب الأثر المتحقق من المحتويات و[المواد الإعلامية](#) التي تقدمها، بالإضافة إلى أنّ الصحافة الصفراء تعد من الصحف التي تعاني من ضعف في التوزيع الصحفي في الأسواق الإعلامية، كما أنها تصدر أسماءً وعناوين لصحيفتها لا تمت للحقيقة والواقع بصلة. وعليه أيضاً فإنّ الصحافة الصفراء أصبحت تعتمد على مبدأ ضرورة عدم استعمال الحقيقة والنتائج الحقيقية التي تم التوصل إليها حيال القضايا

الإعلامية، كما أنها أسهمت بنشر القضايا الإعلامية ذات الإثارة، والتي لا تشارك في مخاطبة الإنسان بل مخاطبة الغرائز فيه. كما تهدف الصحافة الصفراء بالدرجة الأولى والأساسية إلى جمع أعلى قدر ممكن من الأرباح، حيث أنها تعتمد على طبيعة التغيير للأخبار، وذلك من خلال الاعتماد على الضجيج الإعلامي الذي تحدته مجموعة من الموضوعات، إلا أنها تشتمل أيضاً على الممارسات والسلوكيات والاتجاهات التي تتمثل في الابتزاز الصحفي، بالإضافة إلى المبالغة السيئة في الكتابة القصصية، بالإضافة إلى قدرتها على اختلاق العديد من [القصص الإخبارية](#) العارية عن الصحة تماماً، وهو ما يساهم في جعل القارئ المتلقي غير راغب في التعرض لمثل هذه القصص. بالإضافة إلى ذلك، فلقد أسهمت العديد من الدول العالمية والمؤسسات الصحفية والإعلامية إلى وضع حد للصحافة الصفراء ومنعها من استخدام المبالغة والتهويل، بالإضافة إلى عدم إدخالها السوق الإعلامي؛ وذلك بسبب تأثيرها في اقتصاديات الإعلام، كما تتعرض الصحافة الصفراء لمجموعة من الانتهاكات الصحفية، خاصة في [الوسائل الإعلامية](#) المرئية والمسموعة.

ظهرت الصحافة الصفراء بشكل كبير في [الولايات المتحدة الأمريكية](#) وروسيا، بالإضافة إلى أنها تعود إلى الصحف التي استعملت الرسم الكاريكاتوري في إظهار موادها الإعلانية والترويجية، كما استعملت الإشارة غير الأخلاقية والتي تؤثر في القيم الاجتماعية. إن أكثر الأسباب التي شاركت في نقل الصحافة الصفراء وأهمها هو احتواء الصحافة الصفراء على بعض السمات والصفات المعيبة ولا سيما الصفات التي تؤثر بشكل كبير في الشخصيات المهمة والسياسية في الدولة، بالإضافة إلى اعتمادها على المناهج التقليدية في الوسائل الإعلامية وقدرتها على تليفق وشن حملات بشكل متوالٍ على الصحف الشعبية الأخرى.