Converted by Tiff Combine - (no stamps are applied by registered version)

للدكتور أحمد ماهر مرتبه من واقع أذونات ماليه كانت ترفق بالإعلانات القضائية ، وقيمة كل منها عشرون قرشاً ، فكان يجمع هذه الأذونات ويقدمها إلى الرجل السياسي الفقير ، ليحصلها من إدارة البريد .. بل ما زلت أذكر كيف كان المحررون يواجهون فى أول كل شهر صعوبات فى صرف مرتباتهم أو الحصول على أجزاء منها .

ولكن لأننا نشتغل بالمجان فلم تكن مشكلة مرتب أول الشهر هى التى تشغل بالنا ، إنما كانت هناك احتمالات « التدخل » فى وقف نشاط صحفى يلتزم فى عمله المهنى بالصواب وخدمة الشعب ، وكيف نعد أنفسنا لمواجهة هذا النوع من السيطرة ليست بالضرورة فى الحاضر وإنما فى المستقبل ، وقد كانت المواجهة الديمقراطية مع الدكتور أحمد ماهر باشا فى الموضوع الإنسانى التى نشرته « كوكب الشرق » قد أثمرت ثمرتها فى توضيح الوسائل التى نضعف بها أى تدخل . الالتزام بالحقيقة وطرح كل وجهات النظر بلا تحيز أو انفعال .

وكذلك بدأنا ندرك تدريجيا أن هناك أكثر من عامل يمكن أن يؤثر فى إستقلالية الصحيفة ومنها سيطرة الإعلان وسلطة الموزع للصحيفة .

فالإعلان – فى ذلك الوقت – لم يكن تجارياً فى أساسه ، أى أنه لم يكن متعلقا بسلعة يسعى منتجها إلى ترويجها لدى المستهلك وذلك عن طريق الإعلان عنها فى الصحف ، .. كان هذا النوع من الإعلان ما زال مجهولاً للكثيرين ولم تكن صحفنا عامة قد أفسحت له مجالاً فى جهازها الإدارى ، وإنما كان الإعلان المفضل والسهل هو الإعلانات الحكومية ومنها الإعلانات القضائية والتى كانت تتخذها الحكومات الحاكمة سلاحاً للتدخل فتغرق بها الصحف الموالية لها أو التى لا تغضبها ، وتحرم منها الصحف التى تناوئها أو لا تعترف باتجاهاتها السياسية بل تنقد ما ترى أنه جدير بالنقد .

ولهذا كانت الإعلانات القضائية – وهى إعلانات قصيرة تتضمن أحكاماً تصدرها المحاكم – موردا أساسيا من موارد الصحف الحزبية ، تنعم بها الحكومة على الصحف التى تنطق باسمها وتمنعها عن المعارضة لها ، فإذا تغيرت الحكومة تغير مسار هذه الإعلانات .

ومع أن العناية بالإعلان الصحفى دخلت بعد ذلك فى مرحلة التطور الكبير ، إلا أن فكرة محاولة إستغلال الإعلان فى تسيير سياسة الصحف ، قد جذبت إهتمامنا فى دراسة جادة سعياً إلى وسائل ندرسها للتأكد من أنها لن تكون عقبة فى طريقنا إذا نحن وصلنا إلى مرحلة الإنفراد بإصدار الصحف ، وإطلاقها على خط الإستقلال الذى لا ينحرف يميناً أو يساراً وأن يكون هدفها أن تصل إلى محطة الشعب لتقدم له الحقيقة المجردة .

ولقد بدأت هذه الدراسة فى فترة لم تكن الصحافة قد وصلت فيها إلى مرحلة إنتقال من الأساليب الطباعية القديمة إلى الأخرى الحديثة والتى حولتها إلى صناعة ضخمة .. صناعة تضاعف عدد العاملين فيها إدارياً وفنياً وإعلانياً وتوزيعياً بحيث كان كل عنصر من هذه العناصر مؤثرا فى وضع الصحيفة تأثيراً بالغ الأهمية والخطر ، ولكن معايشتنا لهذه الفترة الإنتقالية الهامة قد أتاحت لنا الفهم الجيد للعوامل الجديدة التى دخلت على مهنة الصحافة