

القيم الخيرية في الصحافة الجزائرية الخاصة

دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر والشروق اليومي
جانفي - ديسمبر 2007
أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال

لجنة المناقشة:

رئيساً	أ.د/ عزة عجان
مقرراً	أ.د/ محمد لعقاب
عضوا	أ.د/ عبد الله بوجلال
عضوا	د/ أحمد عظيمي
عضوا	د/ علي قسايسية
عضوا	د/ عبد العالي رزاقى

إشراف الأستاذ الدكتور:
محمد لعقاب

إعداد الطالبة:
فوزية علك

السنة الجامعية 2011-2012

كلمة شكر وتقدير

أصدق الشكر والتقدير والاحترام

إلى من مد لي يد العون والمساعدة في كل حين؛

إلى من أفادني بمعلوماته القيّمة؛

وزودني بنصائحه الوجيهة؛

ووجهني بتعليماته المفيدة؛

إلى المشرف الأستاذ الدكتور: محمد لعقاب

فوزية

الإهداء

إلى.....

وطنبي الغالي
روح أبي الطاهرة
أمي العزيزة
إلى كل أفراد عائلتي
أهدي ثمرة جهدي

فوزية

الخطة

مقدمة

الإطار المنهجي

- الإثكالية.
- تساؤلات الدراسة.
- أسباب اختيار الموضوع.
- أهمية الدراسة.
- أهداف الدراسة.
- نوع الدراسة.
- منهج الدراسة.
- الدراسات السابقة.

القسم النظري

الفصل الأول: تعريف الخبر في مختلف الأنظمة الإعلامية.

- المبحث الأول: نظريات الإعلام.
- المبحث الثاني: الخبر في النظرية الليبرالية.
- المبحث الثالث: الخبر في النظرية الماركسية.
- المبحث الرابع: الخبر في الأنظمة المختلطة.

الفصل الثاني: القيم الخبرية وعناصرها في مختلف الأنظمة الإعلامية.

- المبحث الأول: مفهوم القيم الخبرية.
- المبحث الثاني: القيم الخبرية في الأنظمة الليبرالية والاشتراكية.
- المبحث الثالث: القيم الخبرية في الأنظمة المختلطة.
- المبحث الرابع: عناصر القيم الخبرية.

الفصل الثالث: القائم بالاتصال والضغط التي يتعرض لها.

- المبحث الأول: تعريف القائم بالاتصال.
- المبحث الثاني: النماذج التفسيرية للقائم بالاتصال.
- المبحث الثالث: الضغوط الداخلية التي يتعرض لها القائم بالاتصال.
- المبحث الرابع: الضغوط الخارجية التي يتعرض لها القائم بالاتصال.

القسم التطبيقي.

الفصل الأول: القيم الخبرية في جريدتي الخبر والشروق اليومي.

- المبحث الأول: تشخيص صحف الدراسة.
- المبحث الثاني: التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل في جريدتي الخبر والشروق اليومي.
- المبحث الثالث: التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون في جريدتي الخبر والشروق اليومي.
- المبحث الرابع: التحليل الكمي والكيفي لفئات القيم الخبرية في جريدتي الخبر والشروق اليومي.

نتائج الدراسة التحليلية.

الفصل الثاني: القائم بالاتصال في جريدتي الخبر والشروق اليومي.

- المبحث الأول: الخصائص الأساسية للقائمين بالاتصال في صحف الدراسة.
- المبحث الثاني: التوجهات المهنية للقائمين بالاتصال، وتصوراتهم لمفاهيم الخبر والقيم الخبرية ولمعايير النشر.
- المبحث الثالث: العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في صحف الدراسة.
- المبحث الرابع: مدى تأثر صحف الدراسة بمناخ التعددية الإعلامية في الجزائر.

نتائج الدراسة الميدانية.

خاتمة.

قائمة المراجع.

قائمة الملاحق.

الفهرس.

مقدمة:

تُجمع مختلف القوانين والديساتير على أن الأخبار تعد حقا طبيعيا من حقوق الإنسان، ومن واجب الدولة إخبار الناس بما يجري حولهم، ولا يمكن بأي حال من الأحوال أن نتصور الإنسان معزولا عن المجتمع أو العالم الذي يعيش فيه، وعلى وسائل الإعلام بمختلف أنواعها واتجاهاتها وانتماءاتها أن تسهم في أداء هذه المهمة.

تنتقى الصحف كما هائلا من الأخبار اليومية المتدفقة من مختلف أنحاء العالم، وتقوم بنشر قدر كبير من الأخبار التي تتلقاها إلا أن الأحداث والمعلومات لكي تصير أخبارا قابلة للنشر تخضع لعدة معايير، منها ما هو عالمي، ومنها ما هو خاص بكل وسيلة إعلامية، حيث يرتبط النوع الأول بالأحداث ومدلولاتها، بينما يتعلق النوع الثاني بإيديولوجية الوسيلة الإعلامية، واهتمامات جمهورها.

وتختلف معايير انتقاء الأخبار من مجتمع إلى آخر، حسب طبيعة النظام الإعلامي وحسب الاتجاهات السياسية والاقتصادية والثقافية السائدة، مع وجود قيم خبرية متشابهة تسود في المجتمعات المتجانسة.

لقد حدد منظرو الإعلام عدة معايير وتقنيات تحكم صياغة المادة الخبرية، وفي المقابل نجد أن إمكانية التحكم الدقيق في هذه التقنيات يرتبط أساسا بالمجتمع الذي توجه إليه المادة الخبرية من جهة، ويخضع للنظام السياسي في المجتمع وطبيعة ملكية الصحف من جهة أخرى، ذلك أن السياسة العامة للدولة، وتنوع أساليب السيطرة والتمويل، واتجاهات القائمين بالاتصال وقناعتهم، ورغبات الجمهور واحتياجاته، تعد عوامل مؤثرة إلى حد كبير في تحديد قيم الأخبار في المجتمعات المختلفة والتي على أساسها يتم الانتقاء والاختيار والنشر.

وعلى هذا، فإن السؤال الذي يبقى مطروحا يكمن في صعوبة انتقاء الأحداث المتدفقة يوميا على مختلف وسائل الإعلام، فكيف يُختار الخبر الصحفي بين العديد من الأحداث، وما هي القواعد التي يأخذ بها الصحفي ويسترشد بها ويستخدمها في عملية الاختيار هذه.

يعد الانتقاء والاختيار أو ما يسمى بعملية إنتاج الأخبار وصياغة الخبر محور اختلاف وتضارب، فلقد تعددت التعريفات المقدمة للخبر حسب خلفيات وقناعة كل مفكر، وحسب انطلاقاته الإيديولوجية، وحسب طبيعة المجتمع الذي توجه إليه المادة الخبرية، فضلا عن عوامل أخرى تتحكم في المادة الإعلامية، التي أصبحت تراهن عليها وسائل الإعلام اليوم بدرجة كبيرة.

إن المحاولات العديدة المقدمة من طرف الأكاديميين الإعلاميين أو الممارسين للعمل الصحفي بشأن تقديم تعريف علمي للخبر، اقترنت ببعض المعايير والقيم التي يجب أن تتوفر في الخبر الصحفي، حتى يأخذ شكله النهائي الذي يسمح ببثه أو نشره من جهة، ويجعله مقبولا لدى القارئ أو المشاهد أو المستمع من جهة أخرى.

تعد القيم الخبرية المقياس الذي يعطي معنى للخبر ومن ثم يحدد قيمته الخبرية، لذلك فإن تطبيق القواعد الخاصة بهذه القيم يمكن الصحفي من رصد الخبر، ومن ثم صياغته وفق معايير ومقاييس معينة، تعطي بعدا علميا ومنطقيا للمادة الإعلامية، لكن ثمة علاقة وثيقة بين تعريف الخبر بمفهوم معين وتقييم هذا الخبر، بل يمكن أن نعتبر تقييم الخبر نوعا من الالتزام بتعريف معين له.

الإشكالية:

تعد عملية تحليل الأخبار في الصحافة والكشف عن القيم الخبرية فيها وتحديد مستويات اهتمام كل صحيفة بهذه القيم محاولة لمعرفة الأداء الإعلامي للصحافة فضلا عن تحديد طبيعة القيم السائدة فيها حسب درجات الاهتمام بها عبر كل مراحل العمل الصحفي، من جمع للأخبار وتحريرها وتوزيعها على الصفحات وتوقيت نشرها وطرق إبرازها .

كما تمثل عملية انتقاء واختيار ومعالجة الأخبار الداخلية أهمية كبيرة في تحديد درجة الاهتمام الذي توليه الصحافة للأحداث والموضوعات من جهة، ويمكن هذا النوع من الدراسة من تحديد اتجاه الاهتمام بالجمهور العام من جهة أخرى، فضلا عن كيفية التوجه لهذا الجمهور في ضوء مجموعة من القيم الخبرية التي إذا توفرت في أحد الأحداث زادت فرصته في الارتقاء إلى مستوى الأخبار المرشحة للنشر والظهور.

تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن القيم الخبرية التي تتضمنها صحيفة الخبر ويومية الشروق، اللتين ظهرتتا نتيجة التحول السياسي والاقتصادي والاجتماعي في الساحة الجزائرية مطلع التسعينيات، والذي نجم عنه انفتاحا إعلاميا وظهور العديد من العناوين الصحفية الخاصة، مما أدى إلى تغير المضامين الخبرية التي هي في الأساس نتاج اجتماعي تتدخل فيه عدة أطراف (النظام السياسي، قوانين الإعلام، مصادر الأخبار، المؤسسة الإعلامية بمتطلباتها المهنية والتنظيمية، القائمون بالاتصال، الجمهور، الخ...) ولكل واحد من هذه الأطراف نصيب في تحديد محتوى الأخبار وشكلها.

من هذا المنطلق، تأتي إشكالية الدراسة على النحو الآتي:

ما هي مصفوفة القيم الخبرية التي يضعها القائمون بالاتصال في صحيفتي
الخبر والشروق اليومي في الحسبان في عملية انتقاء ونشر الأخبار الداخلية وما هي
العوامل المؤثرة في صياغتها وتشكيلها؟

تساؤلات الدراسة:

لتحليل الإشكالية ودراستها، تمت الاستعانة بالتساؤلات التالية:

- 1- ما نوعية الأخبار الداخلية المنشورة في صحف الدراسة؟
- 2- ما هي طريقة عرض الأخبار الداخلية في صحف الدراسة؟
- 3- ما هي أبرز المصادر التي تعتمد عليها صحف الدراسة في تغطية الأخبار
الداخلية المنشورة على صفحاتها؟
- 4- ما نوع التغطية الإخبارية المعتمدة في صحف الدراسة؟
- 5- ما هي القيم الخبرية الأكثر تواجدا وانتشارا في الأخبار الداخلية المنشورة
بصحف الدراسة؟
- 6- ما هو الاتجاه العام للقيم الخبرية في صحف الدراسة؟
- 7- ما تصور القائم بالاتصال في صحف الدراسة لماهية الخبر، وللعناصر
الخبرية التي يقوم عليها؟
- 8- ما هي المعايير الغالبة في انتقاء أو استبعاد الأخبار الداخلية؟
- 9- ما طبيعة الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال في صحف الدراسة
وتؤثر على كفاءة تغطيته الإخبارية للأحداث؟

أسباب اختيار الموضوع:

تم اختيار هذا الموضوع للأسباب التالية:

1. اهتمت الكثير من الأبحاث والدراسات الإعلامية الغربية بموضوع القيم
الخبرية لما له من أهمية بالغة في معرفة توجهات وسائل الإعلام، لكن رغم ذلك
لم يُحظ هذا الموضوع باهتمام كبير في حقل الدراسات الإعلامية في الجزائر، إذ

تحاول هذه الدراسة فهم الظروف والمتغيرات التي توجه عملية انتقاء أو رفض نشر الأخبار الداخلية في صحف الدراسة.

2. في الوقت الذي ركزت فيه العديد من الدراسات الإعلامية على تأثير المادة الصحفية على المتلقي من خلال تحليل مضمونها، فإنه لم تجر إلا دراسات قليلة جدا على القائمين بإنتاج الرسالة الإعلامية في الجزائر، وهو ما يسمح باختبار بعض القضايا النظرية المتعلقة بمعايير اختيار ونشر الأخبار، وأدوار القائمين بالاتصال بالمؤسسات الصحفية والخلفية الاجتماعية والاقتصادية والانتماء السياسي والمصادر والجمهور.. الخ، وعلاقة كل ذلك بنوعية المضمون، وبتوجهات القائمين بالاتصال في إنتاجهم للمادة الإعلامية.

أهمية الدراسة:

تكتسي الدراسة أهميتها مما يلي:

1- تعتبر هذه الدراسة الأولى من نوعها من حيث أنها تتعرض للقيم الخبرية المتبناة في الصحافة الجزائرية الخاصة الناطقة باللغة العربية من خلال جريدتي الخبر ويومية الشروق، إذ لم يسبق تناول هذا الموضوع من قبل، فقد اكتفت الدراسات الجزائرية في هذا المجال بمحاولة الكشف عن القيم الخبرية في صحافة القطاع العام بما فيها التلفزيون.

2- الحاجة الماسة إلى إجراء دراسات وبحوث لتحليل المضمون الإعلامي، فضلا عن القيام بدراسات ميدانية على القائمين بالاتصال على مستوى المؤسسات الإعلامية الجزائرية، بهدف تقييم أداء وسائل الإعلام ووضع تصورات واقعية بعيدا عن التحليلات النظرية حول منظومة القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة.

3- تتعرض الدراسة لقضايا إعلامية مازالت محل نقاش ولم يُفصل فيها بعد، مثل مفهوم الخبر والقيمة الخبرية والعوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في اختياره وانتقائه للأخبار.

4- تتناول هذه الدراسة بالتحليل المادة الخبرية التي تعد من أهم المضامين الإعلامية إذ على أساسها تُبنى باقي الأنواع الصحفية، والتي تؤثر بدورها في تحديد مجالات ومناطق اهتمام وسائل الإعلام، ومن ثم التأثير في صياغة أولويات الجمهور.

5- الكشف عن طرق تشكيل المضامين الإعلامية داخل المؤسسات الصحفية من خلال عدة مستويات تحليلية، فهي تربط بين تحليل مضمون الرسالة الإعلامية ومنتجها والعوامل المؤثرة في صياغتها وتشكيلها.

أهداف الدراسة:

نسعى من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1- الكشف عن مصفوفة القيم الخبرية التي يضعها القائمون بالاتصال في الحسبان في عملية انتقاء ونشر الأخبار الداخلية.

2- التعرف على السمات والخصائص العامة التي تميز القائمين بالاتصال في صحف الدراسة من حيث خصائصهم الاجتماعية والمهنية وتوجهاتهم الإيديولوجية.

3- التعرف على تصور القائمين بالاتصال لنوعية المعايير التي يستخدمونها في انتقاء ونشر الأخبار الداخلية.

4- التعرف على تصور القائمين بالاتصال لدور الصحافة، وتصورهم لمهامهم وأدوارهم الإخبارية والصحفية وللأخلاقيات المهنية المتبعة في المعالجة الإخبارية.

- 5- تحديد العوامل المؤثرة في تشكيل القيم الخبرية في الأخبار الداخلية.
- 6- رصد العوامل المؤثرة على أداء القائمين بالاتصال لعملهم، ولنوعية العلاقات القائمة بين القائم بالاتصال- المصدر، القائم بالاتصال- السلطة، القائم بالاتصال- الجمهور، القائم بالاتصال- الرؤساء.

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية " التي لا تقف عند حد جمع البيانات وإنما تمتد إلى تصنيف البيانات والحقائق التي تم تجميعها وتسجيلها وتفسيرها وتحليلها تحليلاً شاملاً واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها " (1)، بهدف تقديم منظومة القيم الخبرية المتبناة والمعتمدة في انتقاء الأخبار في صحف الدراسة، فضلاً عن رصد مختلف الضغوط التي تؤثر على القائم بالاتصال في اختياره لأحداث معينة ودفن أخرى.

منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي، وقد تم استخدام هذا المنهج على المستويين (المضمون - القائم بالاتصال).

على مستوى المضمون:

استخدم في تحليل مضمون الأخبار الداخلية في صحف الدراسة، بهدف التعرف على القيم الخبرية المعتمدة في صحيفتي الخبر والشروق اليومي والتي على أساسها يتم ترشيح أخباراً للنشر وحجب أخرى، ومن ثم محاولة وضع مصفوفة بالقيم الخبرية.

(1)- سمير محمد حسين: بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ (القاهرة: عالم الكتب، 1996 م) ص127.

على مستوى القائم بالاتصال:

تم استخدام منهج المسح في جمع البيانات والمعلومات عن الظاهرة المدروسة خاصة وأن المنهج يتناسب وأهداف الدراسة ويعطي نتائج ممثلة لمجتمع البحث.

أدوات جمع البيانات:

تعرف الأداة على أنها "الوسيلة المستخدمة في جمع البيانات وتصنيفها وجدولتها، وهناك كثير من الوسائل والأدوات التي تستخدم في الحصول على البيانات ويمكن استخدام عدد من هذه الوسائل معا في البحث الواحد لتجنب عيوب إحداها ولدراسة الظاهرة من كافة الجوانب"⁽¹⁾.

وللحصول على بيانات علمية، اعتمدت الدراسة على أداتين في إطار المنهج المستخدم:

1- تحليل المضمون:

يعتبر تحليل المضمون من أبرز الأدوات التي تستخدم في البحوث الإعلامية بهدف كشف مضمون وسائل الاتصال وما تطرحه هذه الوسائل من قيم وأفكار واتجاهات ومعلومات تؤثر في سلوك الأفراد واتجاهاتهم. وتحليل المحتوى هو " مجموعة القواعد المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني من خلال البحث الكمي الموضوعي والمنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى"⁽²⁾.

2- الاستبيان:

يعد الاستبيان من أكثر وسائل أو أدوات جمع البيانات شيوعا واستخداما في منهج المسح، وذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين، من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد"⁽³⁾.

(1) محمد شفيق: البحث العلمي، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 1996 م) ص112.

(2) محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام (جدة: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2009م) ص55.

(3) محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، الطبعة الأولى (القاهرة: عالم الكتب، 2004 م) ص353.

عينة الدراسة:

يتناول هذا البحث القيم الخبرية في الأخبار الداخلية المنشورة في الصحافة الجزائرية الخاصة الناطقة باللغة العربية من خلال تحليل الأخبار الداخلية المنشورة في يوميتي الخبر والشروق اليومي ابتداء من جانفي 2007 إلى غاية ديسمبر 2007.

تم اختيار الفترة الزمنية من جانفي 2007 إلى شهر ديسمبر 2007، ويأتي تبرير هذا الاختيار، نظرا لأن الصحافة الجزائرية بمختلف أنواعها وانتماءاتها عرفت نوعا من الاستقرار بعد العهدة الثانية للرئيس عبد العزيز بوتفليقة، كما تم استبعاد السنة الأولى والثانية بعد فوز الرئيس بوتفليقة بالعهدة الثانية نظرا لأن الصحف الوطنية ستركز على التفسير والتحليل والتعليق على برنامج الرئيس وعلى العهدة الثانية، وتم استبعاد سنة 2008 من التحليل لأنها كانت بداية تحضير الانتخابات الرئاسية لعام 2009.

ولصعوبة الحصر الكلي الشامل لمجتمع البحث المكون من مئات الأخبار تم اختيار العينة العشوائية المنتظمة باستخدام أسلوب الدورة، حيث تم اختيار المفردة الأولى عشوائيا يوم السبت من الأسبوع الأول من شهر جانفي من سنة 2007 (6 جانفي 2007، المصادف للعدد 4903 في جريدة الخبر، والعدد 1883 في جريدة الشروق اليومي)، والمفردة الثانية يوم الأحد من الأسبوع الثاني من شهر جانفي، والمفردة الثالثة يوم الاثنين من الأسبوع الثالث من شهر جانفي،... وهكذا.

وقد تم اعتماد هذه الطريقة حتى لا يكون هناك تحيزا في الشكل أو اتجاه المحتوى حتى لا يؤثر على صدق النتائج.

ويرى محمد عبد الحميد أن أسلوب الدورة يحقق العديد من المزايا منها أنه يعطي فرصة متساوية لجميع أيام الصدور في تمثيل العينة، كما يتمكن الباحث باستخدام هذا الأسلوب من بناء الفترات الصناعية المنتظمة لأغراض التحليل،

مع ضمان نفس البعد الزمني بين كل الأيام وبعضها بدلا من اقترابها أو تباعدها في الاختيار العشوائي لبناء هذه الفترات، مع ضمان تمثيل أيام الفترات الصناعية في العينة بنفس المستوى⁽¹⁾.

وقد شمل البحث دراسة الأخبار الداخلية المنشورة في الصفحة الأولى أو المشار إليها في الصفحة الأولى والمتممة في الصفحات الداخلية أو في الصفحة الأخيرة في كل صحيفة، حيث يمثل نشر الخبر في الصفحة الأولى أعلى مستويات الاهتمام بالقيم الخبرية، انطلاقا من أن موضوع الدراسة يتعلق بتحليل الأخبار الداخلية.

ويمكن إيجاز الحجم النهائي لعينة تحليل المضمون بالأرقام التالية:

- عدد صحف الدراسة: (2) - (جريدا الخبر والشروق اليومي).
- طول الفترة الزمنية: سنة واحدة (12 شهرا).
- عدد الأخبار التي خضعت للتحليل: 338 خبرا في جريدة الخبر، و292 خبرا في جريدة الشروق اليومي، وهي الأخبار التي تمت الإشارة إليها في الصفحة الأولى.

أسلوب تقدير القيم:

تم تقدير القيم الخبرية في المادة الخبرية المنشورة في صحف الدراسة، عن طريق قراءة الخبر الذي اختير وحدة للتحليل، ثم تحديد العبارات التي تكشف أو تتضمن قيما، ثم تحديد ماهية القيم وفقا للتعريفات الإجرائية المقدمة لها، ثم إعطاء وزن تقديري لكل قيمة، أي تحديد عدد الوحدات القيمية في الخبر ثم اختيار أهم هذه القيم.

(1) محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص 146-147.

وحدات وفئات التحليل:

صنفت استمارة تحليل المحتوى إلى فئات للشكل وأخرى للمضمون، وتركزت فئات الشكل في موقع المادة الخبرية، القوالب الفنية المستخدمة والأشكال الفنية، واستخدمت الدراسة فيما يتعلق بفئات المضمون، وحدة الموضوع لتحليل المادة الخبرية، بحيث تم اعتبار الخبر وحدة واحدة، تدور حول موضوع رئيسي واحد، ومنه صنفت الموضوعات إلى سياسي، اقتصادي، اجتماعي... الخ، و تضمنت فئات المضمون أيضا فئات القيم الخبرية، بالإضافة إلى أنه تم تحديد مؤشرات داخل كل فئة، مثل قيمة الصراع تم تصنيفها، إلى المؤشرات التالية: مظاهرات/ إضراب، نزاع أو منافسة، إرهاب، وفئة التوقيت التي صنفت إلى المؤشرات التالية: الأفراد، التوقيت كمحدد للحدث، ينبئ عن حدث أو القرار، الإعلان عن جديد في حدث جار، ردًا على ما نشر... الخ.

اختبار الصدق والثبات:

تم إعداد صحيفة التحليل، التي عدلت عدة مرات بحذف بعض الفئات، وإضافة البعض الآخر، أو تغيير بعض الفئات من فئات للمضمون إلى فئات للشكل مثل فئة القوالب الفنية في صياغة الأخبار، أو بإعادة صياغة بعض التعريفات الإجرائية لتحديدها، بصورة أكثر دقة، وتم عرض الصحيفة والتعريفات على مجموعة من المحكمين⁽¹⁾ لتحديد مدى صلاحيتها لأهداف البحث. ويكمن الغرض من وراء هذه الخطوة كذلك في التأكد من صحة وصدق أسلوب القياس المستخدم و مدى ملاعته للدراسة.

(1) - الأساتذة المحكمين:

* د. سمير لعرج، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام و الاتصال.

* د. يوسف تمار، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام و الاتصال.

* د. عظيمي أحمد، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام و الاتصال.

* أ.د. محمود علم الدين، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.

* أ.د. نجوى كامل، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.

أدوات جمع وتحليل البيانات الميدانية:

اعتمدت الدراسة التي قمنا بها على عدة أدوات منها:

الاستبيان:

يعد أداة القياس الرئيسية في أي مسح اجتماعي، ويحتوي على مجموعة من الأسئلة موجهة إلى المبحوثين، حول موضوع أو موضوعات الدراسة.

يكمن الهدف من هذه الخطوة المنهجية في التعرف على السمات العامة للصحفيين وعلى تصورات القائم بالاتصال في صحف الدراسة للخبر وللقيم الخبرية ولمعايير الانتقاء والاختيار والنشر المتبعة في صحفهم، بالإضافة إلى حصر العوامل التي تؤثر على أدائهم لعملهم. وقد عرضت استمارة الاستبيان على مجموعة من الأساتذة المحكمين⁽¹⁾.

شملت استمارة الاستبيان نوعين من الأسئلة:

الأسئلة المغلقة:

تعتبر أكثر الأنواع شيوعاً، وتعتمد هذه الأسئلة على مجموعة من الإجابات المحددة مسبقاً، التي تعتبر البدائل أو الخيارات التي يختار منها المبحوث ما يتفق مع ما يرمي إليه أو يستهدفه بالإجابة.

(1) - الأساتذة المحكمين:

- د. بومعيزة السعيد، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال.
- د. تمار يوسف، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال.
- د. سمير لعرج، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال.
- أ.د. محمود علم الدين، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
- أ.د. نجوى كامل، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.

الأسئلة المفتوحة:

وهي التي يترك للباحث حرية الإجابة عليها بالطريقة أو الأسلوب الذي يراه، دون إجباره على اختيار إجابة محددة مسبقاً، أو بديل من بين الإجابات المحددة مسبقاً.

وقد لجأنا إلى هذا النوع من الأسئلة لأنه يعد مناسباً للتعبير عن الآراء والاتجاهات، كما أنه يفسح المجال للتعبير الصادق عما يعنيه المبحوث، بالإضافة إلى التعرف على مدى معرفة المبحوث للمعاني التي قد يكتنفها بعض الغموض، مثل هل يمكن أن تصف أهم ملامح السياسة التحريرية لصحيفتك؟

اختبار الصدق والثبات:

يقصد بالصدق والثبات مدى صلاحية الأداة لقياس ما وضعت لقياسه من ظواهر مختلفة موضع التحليل، ومدى قدرتها على توفير المعلومات اللازمة لذلك، ويرتبط الصدق بالإجراءات المتبعة في التحليل مثل اختيار العينة وبناء الفئات وتحديدها بالإضافة إلى درجة الثبات في التحليل.

وتم عرض استمارة التحليل على مجموعة من المتخصصين في مجال الإعلام، وذلك للحكم على صلاحية الاستمارة وتحقيقها لأهداف الدراسة. وبعد إجراء التعديلات المطلوبة على ضوء آراء ومقترحات المحكمين، تم إخضاع استمارة تحليل المضمون لاختبار قبلي على عينة من الصحف شملت 10 أعداد (5 أعداد من جريدة الخبر، و5 أعداد من جريدة الشروق اليومي)، ولقد تبين أن الاستمارة صالحة لقياس متغيرات الدراسة التحليلية ودقتها.

إجراء اختبار الثبات:

لاختبار الثبات تم تطبيق معادلة الثبات (هولستي) التي وضعها عام 1969

$$\frac{2M}{N_1 + N_2}$$

وهي:

حيث أن (M) تعني إجمالي عدد المرات التي اتفق المرمزان فيها، و (N₁ + N₂) تعني إجمالي عدد المرات التي قام المرمزان بترميزها. وقد قامت الباحثة بتطبيق اختبار الثبات وفقا لهذه المعادلة وقد بلغ معامل الثبات في التحليل بين باحث وآخر (0.92).

الدراسات السابقة:

تعد مرحلة الإطلاع على الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة الحالية من المراحل الهامة، لأنها تلقي الضوء على أهم الأفكار التي كتبت وأهم النتائج التي توصل إليها الباحثون من قبل، ولأن الدراسات السابقة تعد منطلقا هاما لما يليها من أبحاث مستقبلية، فقد قسمت الباحثة هذه الدراسات إلى:

المحور الأول: الدراسات السابقة باللغة العربية.

المحور الثاني: الدراسات السابقة باللغة الأجنبية.

أولا: الدراسات باللغة العربية:

1- دراسة سمير لعرج (1995م) بعنوان: القيم الإخبارية في الصحافة

الجزائرية العمومية المكتوبة باللغة العربية: دراسة تحليلية للأخبار الداخلية (1).

قام الباحث في إطار هذه الدراسة بتحليل مضمون الصحف العمومية من

1 أكتوبر 1991 إلى آخر فيفري 1992، وطبقت الدراسة على عينة من جرائد

وطنية تمثلت في يوميي المساء - التي ما زالت تصدر لحد الآن - وجريدة السلام-

(1) سمير لعرج، القيم الإخبارية في الصحافة الوطنية العمومية المكتوبة باللغة العربية: دراسة تحليلية للأخبار الداخلية، رسالة ماجستير غير منشورة

(جامعة الجزائر - كلية العلوم السياسية و الإعلام) الجزائر، 1995 م.

التي انقطعت عن الصدور- بالإضافة إلى جريدتين جهويتين تمثلت في النصر والجمهورية.

استخدم الباحث عدة مناهج في شكل متكامل، المنهج الوصفي التحليلي، المنهج المقارن، ومنهج المسح الإعلامي.

حاول الباحث من خلال هذه الدراسة معرفة نوع الأخبار الداخلية في صحف الدراسة، وكذلك رصد القيم الخبرية التي ركزت عليها الصحافة العمومية، وهل هناك تمايز في نوع القيم الخبرية من شهر إلى شهر، وهل أثمرت الأحداث العريضة على اتجاه قيم الأخبار.

كما قام الباحث بتحليل عينة من الصحف العمومية متمثلة في الأخبار الداخلية المنشورة بالجرائد في فترة الدراسة. أما عينة العمل الميداني، فتكونت من 16 صحفياً من القسم الداخلي الذين يعملون بصحف الدراسة.

وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج منها تركيز الجرائد العمومية على قيمة السلبية، كما اتضح من الدراسة أن هناك علاقة مشتركة بين قيم (الصراع، المصلحة، والاستقرار)، ويرجع بروز هذه القيم الخبرية إلى الظروف السياسية والاجتماعية التي شهدتها فترة الدراسة، كالحملات الانتخابية، والصراعات الحزبية، والظروف الأمنية.

وتوصل الباحث إلى أن قيم الأخبار كبنية أيديولوجية، وذهنية لها علاقة بما يجري في الواقع، كما لها علاقة بالقيم الاجتماعية، فضلاً عن أن تغير القيم، يخضع لمعطيات واقعية، وسياسية، وحتى زمنية.

ومما توصلت إليه الدراسة وجود تقارب كبير بين نتائج تحليل مضمون الجريدتين الجهويتين، ونتائج تحليل مضمون الجريدتين الوطنيتين، ويعكس هذا كون الجرائد العمومية ذات سياسة تحريرية واحدة.

2- دراسة وريده علي ملياني (1999م). بعنوان: عوامل تشكيل القيم الإخبارية في التلفزيون الجزائري: دراسة حالة النشرة الرئيسية للمدة الزمنية 1998/01/15 - 1998/03/15 (1).

استهدفت الدراسة الوصول إلى وضع مصفوفة بالقيم الخبرية التي يضعها صحفيو النشرة الرئيسية في الحسابان في عملية انتقاء الأخبار، وتحديد العوامل المحددة للقيم الخبرية، انطلاقاً من أن المنتج الإخباري في التلفزيون الجزائري لا يمكن أن يخرج عن نطاق الضغوط الخارجية المتمثلة أساساً في علاقة المؤسسة الإعلامية بالدولة والقوانين التي تضبط العمل الصحفي فيها، كما تؤثر الممارسات المتصلة بتنظيم العمل وتقسيمه داخل قاعة التحرير، والعلاقات بين الصحفي والمسؤول تأثيراً كبيراً في انتقاء الأخبار.

وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، يتمثل أبرزها في أن القائمين على أخبار الثامنة في التلفزيون الجزائري يمثلون مجتمعاً غير متجانس نتيجة تقسيم العمل داخل قاعة التحرير وطرق الاستفادة من الامتيازات (مهمات إلى الخارج، الترقية،...) ما أدى إلى جعل العلاقات فيما بينهم تتميز أحياناً بالصراع، فضلاً عن أن القائمين على الأخبار يركزون في تحديد ما هو صالح للنشر على ثلاثة عناصر أهمها توجيهات السلطة السياسية ثم المحددات القانونية وتليها الالتزامات تجاه مؤسسة التلفزيون في حين لا يؤخذ الجمهور في الحسابان في أكثر الأحيان.

3- دراسة نهى عاطف عدلي العبد (2006 م) بعنوان: دور النشرات الإخبارية في القنوات الفضائية العربية في ترتيب أولويات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية والعربية والدولية (2).

(1) وريده علي ملياني، عوامل تشكيل القيم الإخبارية في التلفزيون الجزائري: دراسة حالة النشرة الرئيسية للمدة الزمنية 1998/01/15 - 1998/03/15، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة بغداد - كلية الأدب - قسم الإعلام) بغداد 1999م.

(2) نهى عاطف عدلي العبد، دور النشرات الإخبارية في القنوات الفضائية العربية في ترتيب أولويات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية والعربية والدولية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الإعلام) القاهرة، 2006 م.

تهدف الدراسة إلى التعرف على درجة الاهتمام التي تمنحها القنوات الفضائية العربية من خلال نشراتها الإخبارية لبعض القضايا سواء المصرية أو العربية أو الدولية، فضلا عن دراسة مدى تأثير ترتيب أجندة هذه القنوات لتلك القضايا في ترتيب أجندة الجمهور لهذه القضايا.

اعتمدت الدراسة على منهج المسح من خلال استمارة تحليلية طبقت على عينة قوامها 122 نشرة أخبار من قناتي MBC والجزيرة، كما أجرت دراسة ميدانية باستخدام صحيفة استقصاء طبقت على عينة عمدية قوامها 420 مفردة من أفراد الجمهور المصري الذين يتابعون نشرات الأخبار في قناتي MBC والجزيرة بوجه خاص.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج عديدة نذكر من أهمها: أن أهم المصادر الإخبارية التي تستقي عينة الدراسة منها معلومات حول القضايا المصرية والعربية والدولية، مرتبة طبقا لما أحرزته من تكرارات: القنوات الفضائية العربية، التلفزيون المصري، الإذاعات العربية، الصحف العربية، الإذاعات الأجنبية، الصحف الأجنبية، وتمثلت أهم القيم الخبرية الواردة في أخبار النشرات بقناتي MBC والجزيرة عينة الدراسة بالترتيب في: الجدة، الصراع، القرب، الايجابية، الشهرة، الحياد، والغرابة.

4- دراسة سهام محمد عبد الخالق (2005 م) بعنوان: معايير تكوين أجندة الأخبار الخارجية في نشرة الأخبار بالتلفزيون المصري وتأثيرها على اتجاهات الجمهور نحو النشرة والدول مصدر الأحداث⁽¹⁾.

تناولت الدراسة المعايير التي تتحكم في بناء أجندة الأخبار الخارجية في التلفزيون المصري من خلال تطبيق نظرية أجندة وسائل الإعلام، وقد شملت

(1) سهام محمد عبد الخالق، معايير تكوين أجندة الأخبار الخارجية في نشرة الأخبار بالتلفزيون المصري و تأثيرها على اتجاهات الجمهور نحو النشرة والدول مصدر الأحداث، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الإعلام) القاهرة، 2005 م.

الدراسة تحليل مضمون كافة الأخبار الواردة من المصادر الخارجية التي يعتمد عليها القائم بالاتصال بشكل أساسي للحصول على الأخبار الخارجية بالإضافة إلى تتبع المواد المصورة وذلك بهدف التعرف على كافة الأخبار المتاحة للقائم بالاتصال، كذلك شملت الدراسة تحليل مضمون الأخبار الخارجية المذاعة في النشرات الإخبارية للتعرف على الأخبار التي تم اختيارها وتلك التي تم إهمالها ومنه الوصول إلى تحديد معايير اختيار الأخبار في نشرات التلفزيون المصري. وقد شمل تحليل الأخبار الواردة والمذاعة على ثلاث قضايا وهي: القضية الفلسطينية، قضية الحرب في أفغانستان والقضية الكشميرية بين الهند وباكستان. كما هدفت الدراسة إلى قياس اتجاهات المبحوثين نحو الدول مصدر الأحداث ونحو النشرات الإخبارية المقدمة.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج عديدة، من أهمها: وجود تشابه بين موضوعات الأخبار التي تسيطر على أجندة المصادر الإخبارية وأجندة النشرات المذاعة بالنسبة للدول محل الدراسة، حيث يمكن القول بأن الجزء الأكبر من الموضوعات التي تمحور اهتمام الأجندين حولها، يتمركز في ثلاث فئات رئيسية تتمثل في موضوعات الأخبار السياسية، العسكرية والأمنية.

كما اتضح من النتائج أنه ليست هناك أي فروق دالة إحصائية بين نسبة ودور الأخبار ذات الاتجاه الإيجابي والسلبي والمحايد في الأخبار الخام والأخبار المذاعة، فضلا عن اهتمام أفراد العينة بمتابعة الأخبار التي تتسم بالسلبية بشكل كبير، يليها أخبار الصراعات بين الدول.

5- دراسة وليد العشري إبراهيم علي (2005م) بعنوان: القيم الإخبارية في الصحافة الإلكترونية المصرية: دراسة تطبيقية مقارنة⁽¹⁾.

(1) وليد العشري إبراهيم علي، القيم الإخبارية في الصحافة الإلكترونية المصرية: دراسة تطبيقية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة طنطا - كلية التربية النوعية - قسم الإعلام التربوي) مصر، 2005 م.

استهدفت الدراسة وصف وتحليل وتقويم القيم الخبرية في الصحافة المصرية الإلكترونية في ضوء الإمكانيات التي تتيحها شبكة الانترنت في صحيفتي الأهرام والوفد، إلى جانب التعرف على نوعية القيم التي تحملها المواد الإخبارية بالصحف الإلكترونية وترتيبها، ودرجة الاتفاق أو الاختلاف بين صحيفتي الأهرام والوفد.

استخدمت الدراسة منهج تحليل المضمون، وذلك بتحليل مضمون صحيفتي الأهرام والوفد لسنة 2004 والكشف عن القيم الخبرية التي تعكسها صحف الدراسة، كما استعان الباحث بأداة المقابلة حيث قام بإجراء عدد من المقابلات مع رؤساء التحرير، رؤساء أقسام الأخبار وعدد من المحررين ومصممي المواقع.

وتوصلت الدراسة إلى أن الترتيب العام لألويات القيم الخبرية التي حملتها الأخبار في موقع الصحيفتين ليس ثابتاً، فضلاً عن أن تلك القيم هي نفسها التي تحملها الأخبار الورقية، ويأتي ذلك كنتيجة طبيعية لواقع الصحف المتاحة على شبكة الانترنت والتي تعد في الأساس مرآة للصحيفة الورقية، كما تتشكل معايير انتقاء المادة الإخبارية المعروضة في مواقع الصحف المصرية في ضوء عدة اعتبارات منها السياسة التحريرية، طبيعة المضمون، وأهمية الخبر بالنسبة للجمهور.

وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود استقلالية على مستوى النشر بالنسبة للأخبار الواردة على الصفحة الرئيسية انطلاقاً من اعتبارات افتراضية ومنها أن النشر يتوقف على طبيعة الأحداث التي تشغل بال الرأي العام، بالإضافة إلى عدم رضا القارئ بالاتصال عن عملهم في الصحف الإلكترونية وذلك بسبب انتقاء المحتوى المنقول أصلاً من النسخة الورقية.

6- دراسة عماد الدين علي أحمد جابر (2005 م) بعنوان: القيم الإخبارية في الصحافة المصرية من منظور الصحفيين والجمهور⁽¹⁾.

استهدفت الدراسة الكشف عن القيم الخبرية في الصحافة المصرية من منظور الصحفيين والجمهور، وأوجه الشبه والاختلاف بينهما.

استخدمت الدراسة المنهج المسحي على عينة قوامها 400 مفردة، منها 200 مفردة للصحفيين من الصحافة القومية (الأهرام، الأنباء، وجريدة الجمهورية)، والصحف الحزبية (الأحرار، الوفد، وصحيفة العربي)، والصحف الخاصة (النبا، الأسبوع، وصوت الأمة)، و200 مفردة للجمهور، موزعة بواقع 100 مفردة لمحافظة القاهرة ومثلهم لمحافظة المنيا.

وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج التي أشارت إلى تبني الصحفيين المصريين للقيم الخبرية الغربية في مجملها، وإلى وجود درجة كبيرة من الاتفاق والتشابه بين الصحفيين في ترتيبهم لأهمية هذه القيم وأهمية هذه القيم من منظور الصحف التي يعملون بها، حيث اتفقت نسبة كبيرة على أهمية قيمة السبق الصحفي ثم الأهمية، الحالية، الإثارة، التشويق، الطرافة والغرابية، التسلية، والصفوة.

أما فيما يتعلق بالقيم الخبرية وترتيبها من منظور الصحفيين أنفسهم، فقد تصدر الترتيب قيمة السبق الصحفي، الأهمية، الحالية، الإثارة والتشويق، الطرافة والغرابية، الاهتمامات الإنسانية، الصفوة والمشاهير، الإيجابية، والسلبية. وبالنسبة للنتائج الخاصة بالجمهور، فقد أشارت إلى وجود معدلات تعرض مرتفعة من الجمهور على قراءة الصحف المصرية بمختلف أنواعها سواء الصحف القومية أو الحزبية أو الخاصة، وظهرت معدلات ذلك في الاعتماد عليها كمصدر

(1) عماد الدين علي أحمد جابر، القيم الإخبارية في الصحف المصرية من منظور الصحفيين والجمهور، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة المنيا - كلية الآداب - قسم الإعلام) مصر، 2005 م.

للمعلومات عن الشؤون الداخلية والعربية والدولية، فضلا عن أن نتائج الدراسة كشفت عن وجود اختلافات جوهرية وذات دلالات بين رؤية الجمهور للقيم الخبرية التي يريد أن تكون الأساس لاختيار هذه الأخبار في الصحف المصرية، سواء في الصحف القومية أو الحزبية أو الخاصة.

7- دراسة رحيم مزيد (2002 م) بعنوان: قناة الجزيرة وصراع الفضائيات⁽¹⁾.

تناول الكاتب القيم الخبرية في قناة الجزيرة، وتوصل إلى أن القيم الخبرية التي تسيطر على مضامين الأخبار في قناة الجزيرة متنوعة وغير مصنفة ضمن إطار محدد تحكمه عوامل سياسية واقتصادية واجتماعية ومهنية واحدة، فهي متغيرة ومرتبطة بظروفها الأمنية مما يجعلها تختلف عن القيم الخبرية السائدة في إعلام الدولة النامية، فضلا عن أنها لا تتطابق تماما مع ما يسود من قيم خبرية في إعلام الدول المتقدمة.

وتبين من خلال الجدول الذي أعده الباحث والذي يظهر عدد تكرارات القيم الخبرية في نشرات الأخبار لقناة الجزيرة أن قيمة الشخصيات البارزة تصدرت العناصر الخبرية بنسبة 16,7% متبوعة بقيمة الصراع، الاهتمامات الإنسانية، السلبية، الوحدة الوطنية، الأهمية والكوارث (بنفس النسبة 6,9%) الفورية، القرب المكاني، الاستمرارية، الإثارة والفائدة (بنفس النسبة 2,2%) الضخامة، المسؤولية الاجتماعية، والمفاجأة، والإمكانية التقنية، الترفيه، بينما لم تشكل باقي القيم كالإلهام، التأثير الشخصي، التنمية، التنقيف أي أهمية تذكر.

(1) رحيم مزيد: قناة الجزيرة و صراع الفضائيات : الطبعة الأولى (القاهرة: الدار الدولية للاستثمارات الثقافية) مصر، 2002 م.

8- دراسة سامي أحمد محمد المهنا (1999 م) بعنوان: القيم الإخبارية في الصحافة العربية: دراسة تحليلية مقارنة لصحف الرياض والشرق الأوسط السعوديتين والأهرام المصرية (1).

استهدفت الدراسة التعرف على القيم الخبرية الخاصة بمعايير الحكم على صلاحية الخبر للنشر في الصحافة العربية، واستخدمت الدراسة منهج المسح من خلال تحليل مضمون الأخبار المنشورة في الصحف عينة الدراسة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج تأتي في مقدمتها أن صحف الدراسة اهتمت بقيمتي الحداثة والأهمية بشكل أساسي، كما تقترب نسبة التقارب الأسري داخل صحف الدراسة نظراً لطبيعة المجتمع العربي الذي يعد الترابط الأسري من أهم خصوصياته، فضلاً عن تركيز القيم الخبرية مثل الأهمية، الحجم والسخامة، المصلحة الوطنية، المسؤولية الاجتماعية، الالتزام بالشرعية الإسلامية، والأمن النفسي والسياسي داخل الصحف عينة الدراسة بالإضافة إلى قيم السلبية والطرافة والغرابة.

9- دراسة السيد بخيث محمد درويش (1996م) بعنوان: قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية: دراسة تطبيقية في الصحافة القومية والحزبية خلال 1987-1990 (2).

تناولت الدراسة القيم الخبرية في الصحافة المصرية في إطار عملية التنمية، اعتباراً من أن منظومة القيم الخبرية التي تتبناها وسائل الإعلام قد تكون جسراً إلى التنمية، وقد تكون عقبة، كما تتبوأ الصحافة مكانة متميزة في التأثير

(1) سامي أحمد محمد المهنا، القيم الإخبارية في الصحافة العربية: دراسة تحليلية مقارنة لصحف الرياض و الشرق الأوسط السعوديتين و الأهرام المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة المنيا - كلية الآداب - قسم الإعلام) مصر، 1999 م.

(2) السيد بخيث محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية: دراسة تطبيقية في الصحافة القومية والحزبية خلال 1987-1990، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الإعلام) القاهرة، 1996 م.

على عقول الناس وقيمهم، وتشكيل أولويات اهتماماتهم، وبلورة رأي عام تجاه القضايا التي تطرحها.

وركزت الدراسة على تحليل المادة الإخبارية، باعتبارها تحدد مجالات اهتمامات وسائل الإعلام، وسعت إلى الكشف عن نوعية القيم الخبرية السائدة في الصحافة المصرية في إطار السياسات التتموية، وتقييم الممارسات الصحفية الإخبارية، وتصورات الصحفيين لهذه المعايير، والعوامل التي تؤثر في صياغة وتشكيل القيم الخبرية في الصحافة المصرية.

واستعانت الدراسة بعدة أدوات منهجية منها الاستمارة مع المندوبين، إذ تم تطبيقها على 125 مفردة، بواقع 65 مفردة من الصحف القومية و60 مفردة من الصحف الحزبية، باستخدام أسلوب العينة العمدية، حيث تم تطبيقها على مندوبي الأخبار في الصحافة المصرية، باعتبارهم أكثر العناصر التي تنطبق عليهم المراحل المختلفة التي يمر بها الخبر من جمعه أو الحصول عليه أو تحريره أو كتابته ونشره، ومن ثم يمكن اختبار تأثير منظومة العوامل التي يتصور أنها تؤثر في عملهم وإنتاجهم، باعتبارهم أكثر الممارسين لهذه المراحل. كما تم تطبيق أربع استمارات استبيان منفصلة، لكل من مندوبي أخبار الزراعة، والاقتصاد، والصحة، والتعليم في الصحف القومية والحزبية، فضلا عن تطبيق استبيان تضمن بعض نماذج الأخبار التي نشرت فعلا في الصحف المصرية، بهدف قياس القيمة الخبرية لدى المندوبين في الصحافة المصرية بشكل غير مباشر، حيث تم طرح هذه النماذج الإخبارية على 96 مندوبا صحفيا من الصحف القومية والحزبية كما تم تطبيق استمارة الاستبيان مع 20 من القيادات التنفيذية في الصحافة المصرية، لتفسير بعض الظواهر المرتبطة بالقيم الخبرية.

وبناء على قراءة المضمون الإخباري، ونتائج الدراسة، عرض الباحث منظومة القيم الخبرية التي يرى أنها سائدة في الصحافة المصرية، حيث تم تقسيم

هذه القيم إلى نوعين وهي القيم المستديمة أو الملهمة، والقيم الوقتية أو الآنية المرتبطة بموضوعات معينة.

وتحدد القيم المستديمة في المركزية الوظيفية، وقيمة النخبوية والتشخيص والتدين والتعادلية أو الوسطية والعروبة والتحيز الوطني والبطولة والضبط الاجتماعي والتقاليد والأعراف والوحدة الوطنية.

10- دراسة هاشم حسن التميمي (1996 م) بعنوان: القيم الإخبارية في الصحافة العراقية من 1869 - 1988⁽¹⁾.

انطلق الباحث من إشكالية عدم الاهتمام بالقيم الخبرية في الصحافة العراقية، وسعت الدراسة إلى متابعة تاريخ الاهتمام بالقيم الخبرية في الصحافة العراقية، كما هدفت إلى الإجابة عن التساؤلات التالية: ما التوزيع الرتبي للقيم الخبرية في الصحافة العراقية؟ هل يتساوى مستوى الاهتمام بالقيم الخبرية في الصحافة العراقية عبر مراحلها التاريخية المختلفة؟ هل تتشابه أو تتباين الصحف العراقية ذات الشخصية المعنوية المختلفة في مستوى الاهتمام بالقيم الخبرية الأساسية، ما التصنيف المناسب للقيم الخبرية في الصحافة العراقية، و هل يمكن اعتماده في دراسة لاحقة؟.

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لغرض الوصول إلى هدف البحث واستخلاص تعميمات ذات مغزى لها علاقة بطبيعة تساؤلات البحث.

وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج نذكر منها أن الصحافة العراقية عبرت عبر كل مراحلها عن مستوى متباين من الاهتمام بالقيم الخبرية وتجسد ذلك من خلال حجم مساحات الأخبار ومواقع نشرها، ولم تعبر تكرارات عدد الأخبار عن المستوى الحقيقي للاهتمام إلا في حالات نادرة ومع بعض القيم

(1) هاشم حسن التميمي، القيم الإخبارية في الصحافة العراقية من 1869-1988، رسالة دكتوراه منشورة، (جامعة بغداد، كلية الآداب)، بغداد، 1996 م.

وليست جميعها، بالإضافة إلى الانخفاض النسبي لمستوى الاهتمام بالقيم الخبرية الأساسية مثل: الفورية، الإثارة، والشهرة في الصحف العراقية الصادرة في أغلب الحقب التاريخية. كما استطاع الباحث بعد إخضاع أكثر من 25 ألف خبر للتحليل الوصفي والإحصائي أن يحدد القيم الخبرية السائدة في كل مرحلة من المراحل، و يحدد مقدار التباين والتشابه في المحتوى الإخباري بين الصحف الصادرة في مراحل مختلفة أو في ذات المرحلة.

11- دراسة عبد النبي عبد الفتاح (1989م). بعنوان: سوسيولوجيا

الخبر الصحفي: دراسة في انتقاء و نشر الأخبار (1).

تم تطبيق الدراسة على جرائد الأهرام والأخبار والجمهورية، باعتبارها الصحف الأكثر رواجاً وانتشاراً في المجتمع المصري ولصفتها القومية، ووظيفتها الإخبارية، كما استبعدت الصحف الحزبية، بمبرر أنها صحافة رأي لا صحافة خبر، وطبقت الدراسة على مدى ثلاثة شهور من عام 1988، وعلى عدد غير محدد من الصحفيين بالصحف القومية.

اعتمد الباحث في دراسته على مستويين، تمثل المستوى الأول في تحليل المضمون كإجراء منهجي سعى من خلاله إلى الكشف عن نوعية الأخبار المنشورة بالصحف المصرية محل الدراسة، وخصائصها العامة وأهم مصادرها وما تتضمنه من قيم وعناصر خبرية، وأبرز وظائفها وتوجهاتها العامة، وقدرتها على تلبية احتياجات الأفراد من المعرفة حول جوهر ما يجري من أحداث في القطاعات المختلفة بالمجتمع. وفي المستوى الثاني من العمل الميداني، اعتمد الباحث بصفة أساسية على المقابلة بأنواعها والملاحظة معاً، إذ سعى للتعرف على تصور القائمين بالاتصال في الصحف المصرية لماهية الخبر الصحفي

(1) عبد الفتاح عبد النبي: سوسيولوجيا الخبر الصحفي: دراسة في انتقاء و نشر الأخبار (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع) القاهرة، 1989 م.

وللعناصر الخبرية التي يقوم عليها، والمعايير التي يتم على ضوءها انتقاء ورفض الأخبار، وطبيعة الضغوط التي يتعرضون لها، وعلاقتهم بالمصادر الصحفية والمؤسسات الصحفية التي يعملون بها والجمهور الذي يكتبون له.

خلصت الدراسة إلى تدني أداء صحف الدراسة لوظيفتها الإخبارية، وأن المصادر المسؤولة ساهمت في إنتاج وتشكيل المادة الخبرية المنشورة، وأن غالبية الأخبار من النوع التقريري، وكشفت عن وجود ضعف في المعارف المقدمة في نوعية الأخبار التي ركزت عليها. وفيما يتعلق بالصحفيين، خلصت إلى أنه ليس لديهم فهم واضح عن ماهية الخبر، وليس لديهم معايير محددة لانتقاء ونشر الأخبار، وأن جانب من الأخبار يحدده توجهات وميول المسؤولين بكل جريدة، وأن الصحفيين يواجهون العديد من المعوقات، لكنها لم تتحدد عند المنوبين الذين خضعوا للدراسة، واكتفى الباحث برئيس القسم ومن تواجد من المنوبين يوم المقابلة.

ثانيا : الدراسات باللغة الأجنبية :

1- دراسة العنزي خالد (2000 م) بعنوان: العوامل المؤثرة على رؤساء التحرير في اختيارهم للأخبار في تلفزيون وراديو الكويت (1).
استهدفت الدراسة تحليل المفاهيم الإدراكية التي يتبناها رؤساء التحرير والتي تؤثر في عملية اختيارهم وانتقائهم للأخبار التي تبث في النشرات الإخبارية في تلفزيون وراديو دولة الكويت.

وركزت هذه الدراسة بصورة خاصة على التأثير الواضح للقيم الشخصية والمعتقدات والقيم الخبرية (القيم الخبرية العامة والعربية) التي يتبناها رؤساء التحرير، وعلى السياسة التنظيمية لراديو وتلفزيون الكويت وكذلك تأثير الحكومة

(1) Al- Anzi Khaled, *Factors Influencing Chief Editors News Selection in Kuwait Television and Kuwait Radio*, Southern- Illinois-University-at-Carbondale, 2000; Volume 61- 08A in Dissertation Abstracts 2001- 2004.

الكويتية فيما يتعلق باختيار الأخبار. وبحثت الدراسة عملية الإعداد اليومي الذي يقوم به رؤساء التحرير لنشرات الأخبار الرئيسية والعلاقة المتبادلة فيما بينهم وعملية التفاعل مع فريق العمل فيما يتعلق بانتقاء الأخبار، فضلا عن البحث في الأسباب التي تقف وراء اختيارهم أو رفضهم للأخبار.

أجريت الدراسة داخل غرف الأخبار في كل من راديو وتلفزيون الكويت ومع 32 رئيس تحرير، وقد تم التعامل مع البيانات الخاصة بهذه الدراسة من خلال:

(1) استمارة الاستبيان التي استخدمت لدراسة المفاهيم التي يتبناها رؤساء التحرير فيما يتعلق بتأثيرها على اختيار الأخبار التي يقدمونها.

(2) استخدام أداة الملاحظة من أجل متابعة عملية الإعداد اليومي التي يقوم بها رؤساء التحرير وذلك لفهم وإدراك طبيعة اختيارهم للأخبار.

وقد كشفت الدراسة أن رؤساء التحرير يتجنبون نتيجة لتأثير سياسة الوسيلة اختيار موضوعات الأخبار التي تدرج تحت أحد الأنماط التالية:

- 1- موضوعات الأخبار التي تتعارض مع مصلحة دولة الكويت.
- 2- موضوعات الأخبار التي تتعارض مع مصلحة الدول العربية.
- 3- موضوعات الأخبار التي تتعارض مع مصلحة الدول الصديقة.
- 4- موضوعات الأخبار غير المقبولة من الناحية الدينية والأخلاقية.
- 5- موضوعات الأخبار التي لا تستحق النشر (الخالية من القيم الخبرية).
- 6- موضوعات الأخبار التي لا تستند إلى مصادر (الأفلام والنصوص).
- 7- موضوعات الأخبار التي كانت تمثل دعاية بالنسبة لدولة العراق.
- 8- موضوعات الأخبار التي تمثل دعاية لإسرائيل.

وقد خلص الباحث إل ضرورة توجيه الاهتمام إلى العوامل التي تقع خارج نطاق المؤسسة الإعلامية وخاصة الحكومة بدلا من التركيز على العوامل الموجودة داخل المنظمة أو المؤسسة.

2- دراسة فرانك إيسار (1998م). بعنوان: القيم الخبرية في غرف الأخبار في الصحف الألمانية والانجليزية (1).

تطرقت الدراسة إلى القيم الخبرية في غرف الأخبار في الصحف الألمانية والإنجليزية، مع إجراء دراسة مقارنة بين النموذجين، مع الأخذ بعين الاعتبار القيم الصحفية والهيكل التحريري والتنظيمي لهذه الصحف والقوانين الإعلامية التي تحكم الصحفيين، وشروط العمل والاتحادات الصحفية والتدريب.

أجريت الدراسة على صحيفتين إنجليزيتين برمنجهام إيفنج ميل، و لفر هامبتون إكسبرس أند ستار، وصحيفة ألمانية واحدة وهي توبلنز تسايونج، واستخدم الباحث أداة الملاحظة من خلال تواجده لمدة 15 يوما في الصحيفتين الإنجليزيتين، و 7 أيام في الصحيفة الألمانية.

وتوصلت الدراسة إلى أن غرف الأخبار في الصحف الانجليزية أكبر نسبيا من مثيلاتها الألمانية في جمع الأخبار، كما يبذل جهدا واضحا في جمع الأخبار وتنقيتها وإعادة نشرها في الصحف الإنجليزية عنها في الصحيفة الألمانية، فضلا عن أن الصحف الإنجليزية تتميز بالعمل والمجهود الذي يبذل، أما الصحيفة الألمانية فيميزها النظام الواضح جدا.

ومن بين النتائج المتوصل إليها أيضا أنه يمكن توصيف العمل الإعلامي ووضعه في شكل نموذج، ويؤثر في هذا النموذج درجة الحرية التي يتمتع بها

(1) Frank Essar, *Editorial Structures and Work Principals in British and German Newsroom*, European Journal of Communication, vol.13, 1998, pp.375- 399.

الصحفيون، وروتين العمل اليومي في الصحيفة، وطبيعة العمل المنشور لاسيما الوارد إلى الصحيفة من جهات خارجية.

3- دراسة دنس كريغان (1994م). بعنوان: كود القيم الخبرية المتفق عليها بين الصحفيين (1).

استهدفت الدراسة التعرف على كود القيم الخبرية المتفق عليها بين الصحفيين، حيث قام الباحث بتحليل مضمون 900 قصة خبرية نشرت في جريدتين، واحدة محلية والأخرى توزع على مستوى الولايات المتحدة الأمريكية، وذلك بغرض رصد المعايير التي تتحكم في اختيار وانتقاء الأخبار.

وتوصلت الدراسة إلى إمكانية تصنيف الأخبار باستخدام قيم مثل الصراع والشهرة، ووجد الباحث أن القيم التي يستخدمها الصحفيون والتي يتم النشر بناء عليها غالبا ما تكون القيم الخبرية الآتية: التوقيت، الشهرة، وكثيرا ما يتم التركيز على الصراع والأخبار السلبية، وتوصلت الدراسة إلى وجود نظام كودي من القيم الخبرية متفق عليه بين الصحفيين، كما أن استخدام تلك القيم واضحا من خلال قرارات المحررين في اختيار أخبار معينة وتركيز الأضواء عليها لأنها من وجهة نظر الصحفيين أكثر قيمة.

4- دراسة فيليب كوفري (1990م). بعنوان: التوازن كجزء من القيم الخبرية من خلال تحليل المواد والأخبار السياسية (2).

تناولت هذه الدراسة مفهوم التوازن كجزء من القيم الخبرية من خلال تحليل المواد والأخبار السياسية، بهدف التوصل إلى طرح مقياس لقياس درجة التحيز في نشر الأخبار السياسية، ولأجل ذلك اعتمد الباحث في عملية القياس على الشكل الذي قدمت به الأخبار، ثم المكان الذي نشرت فيه، والمكان المحيط بهذه

(1) Dennis Corrigan, *Value Coding Consensus in Front Pages News*, Journalism Quarterly, vol.67,N°4, 1994, pp.622-653.

(2) Philippe Coffery, *A Qualitative Measure of Bias in Reporting Political News*, Journalism Quarterly, vol. 52, N° 3, 1990,p. 551.

المادة، وطول الشكل الإخباري، وعرض العنوان والبنط المستخدم في المواد الإخبارية محل الدراسة.

أجرى الباحث دراسته التطبيقية على 8 صحف في ولاية كلورا دو الأمريكية وذلك لمدة ثلاثة أشهر من أكتوبر إلى ديسمبر 1974.

توصلت الدراسة إلى أن عدم إعطاء القصة الإخبارية أو التقارير الإخبارية مساحة متساوية من شأنه أن يخل بالقيم الخبرية القائمة على التوازن، فضلا عن أن صحف الجمهوريين كانت متحيزة لصالح الحزب الجمهوري على حساب الحزب الديمقراطي، لأنها أعطت مساحة أكبر للمادة المتحيزة لصالح الحزب الجمهوري على حساب الحزب الديمقراطي، من خلال منح مساحة أكبر للمادة الإخبارية للمرشحين الجمهوريين على حساب المرشحين من الحزب الديمقراطي.

5- دراسة جورج سيلفي (1989م). بعنوان: أثر القيم الخبرية، نوع

المصدر، والمنافسة على تغطية أحداث الشغب (1).

تبحث هذه الدراسة أثر القيم الخبرية، نوع المصدر، والمنافسة على تغطية أحداث الشغب التي حدثت في منطقة شريفبورت Shreveport بولاية لويزيانا الأمريكية عام 1988، حيث تم تحليل الطبقات النهائية من صحيفة التايمز التي غطت الأحداث، بالإضافة إلى صحيفة شريفبورت جورنال Shreveport Journal التي ظهرت خلال فترة الشغب، وتم تصنيف المحتوى المتعلق بكل موضوع، وقد أظهرت النتائج ما يلي:

1- استخدمت كلا الصحيفتين مصادر مجهولة أكثر من المصادر المعروفة.

(1) Sylvie- George, Study of Riot: *The Effect of News Values and Competition on Coverage by two Competing Daily Newspaper*, Paper Presented at the Annual Meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, 1989, in The Eric Database 2004-2009.

- 2- استخدمت صحيفة التايمز الأكثر توزيعاً وبدرجة كبيرة مجموعة متنوعة من المصادر مقارنة مع صحيفة شريفبورت جورنال الأقل توزيعاً.
- 3- ركزت التغطية الصحفية على إظهار حالة عدم الرضا والغضب أكثر من تحليلها لأسباب الاحتجاج.
- 4- كانت التغطية تميل إلى أن يكون لها المزيد من التوجه المتعلق بالسلطة المنظمة أكثر من التوجه نحو القضية ذاتها.
- 5- خصصت الصحيفة الأكثر توزيعاً تغطية أكبر للقضايا المتعلقة بتحقيق النظام من الصحيفة الأقل توزيعاً.
- 6- لم يكن هناك فارق كبير في قوة التغطية. وتظهر نتائج الدراسة أن القيم الخبرية المتعلقة بالصراع والنظام، بالإضافة إلى العوامل التنافسية تمارس تأثيراً في هذا الصدد، فضلاً عن أن مثل هذه التأثيرات تتجلى في تحقيق أهدافها بغض النظر عن الاستخدام السائد لنمط واحد من مصدر الخبر.
- 6- دراسة ستروكان، دلسي مردوك (1987م) بعنوان: القيم الخبرية وتأثيرها على اهتمامات القارئ في أخبار دول العالم الثالث⁽¹⁾. تبحث هذه الدراسة فيما إذا كان توفر قيم خبرية معينة - خاصة تلك التي يحددها الصحفيون الغربيون على أنها هامة - تؤثر على اهتمام القارئ بالموضوع الإخباري. وكانت القيم الخبرية الأربع: التوقيت، البروز والشهرة، القرب الثقافي والصراع بمثابة متغيرات مستقلة في هذه الدراسة. لقد تم قياس المتغير التابع، اهتمام القارئ عن طريق القيمة المسجلة لعناصر الأخبار التي يتم صياغتها.

(1) Straughan, -Dulcie -Murdock, *A study of News and their Effect on Reader in Third World News*, Paper Presented at the Annual Meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication , 1987, In The Eric Database 1982-1991.

لقد تم إنشاء 40 نمطا من عناصر الأخبار، يتألف كل نمط من عنصر تجريبي الذي تضمن قيمة خبرية أو أكثر بالإضافة إلى عنصر مصاحب بدون قيمة خبرية.

أجريت الدراسة مع 240 طالبا في ثلاثة فصول دراسية يحضرون برنامجا دراسيا حول الإعلام الجماهيري في إحدى جامعات جنوب الولايات المتحدة الأمريكية حيث تم تقسيمهم إلى مجموعة تجريبية (التي تقرأ الأخبار المتضمنة لقيم خبرية)، ومجموعة ضابطة (التي تقرأ الأخبار غير المتضمنة للقيم الخبرية).

بعد ذلك، قام الطلاب بملاء استمارات منفصلة حول اهتمام القارئ، وأظهرت النتائج أن موضوعات الأخبار التي تحتوي على قضايا الصراع، القرب الثقافي، والقيم الخبرية قد سجلت نقاطا أعلى بشكل واضح من حيث اهتمام القارئ وبدرجة أكبر من الموضوعات التي لم تكن تحتوي على قيم خبرية، كما أظهرت النتائج وجود علاقة واضحة بين معدل تكرار مشاهدة الأخبار التلفزيونية وقراءة الصحف وبين الاهتمام بالأخبار الأجنبية، وقد أظهر كبار رجال الصحافة والأشخاص الذين قاموا بزيارة الدول الأجنبية اهتماما أكبر بأخبار الدول الأجنبية.

وبصورة عامة، أظهرت الدراسة مزيدا من الاهتمام بالأخبار التي تهتم الولايات المتحدة الأمريكية أو الدول ذات الثقافة المتقاربة أكثر من اهتمامها بالأخبار المتعلقة بالدول الأجنبية.

7- دراسة لويس ألسينو داكوستا (1980) بعنوان: معايير اختيار الأخبار في الدول الإفريقية (1).

أجرى الباحث الدراسة مع فريق من الباحثين على وسائل الإعلام في 17 دولة إفريقية وهي: السنغال، كوت ديفوار، مالي، الطوغو، موريتانيا، غينيا، بنين، تونس، الجزائر، النيجر، فولتا العليا، الكونغو، غانا، الغابون، نيجيريا، الكامرون، إفريقيا الوسطى.

وتوصلت الدراسة إلى استنتاج أربعة معايير أساسية تتحكم في اختيار الأخبار الدولية التي تقدمها الدول الإفريقية وهي: معيار الأمن النفسي- السياسي، معيار مجتمع المصالح، معيار ضروريات السياسة القومية، وأخيرا معيار انتقاء الأخبار التي تحارب العنصرية والتعصب للأجناس مع الإشارة إلى أن الأخبار المتعلقة بهذا النوع لا يتم اختيارها والتركيز عليها إلا إذا توافقت مع المواقف المعلنة للحكومة.

8- دراسة جالتونج وروج (1965م.) بعنوان: بناء وانتقاء الأخبار (2).

استهدفت الدراسة تحديد القيم الخبرية التي تحكم انتقاء الصحفي للأخبار وتؤثر في إدراكه لها، وانطلقت من اعتبار أن صناعة الأخبار تقوم على مجموعة من المعايير التي توجه اختيار الصحفي لمادة إعلامية على حساب أخرى.

وقد وجدت هذه الدراسة أن تكنولوجيا الاتصال والبت الإخباري جعلت العاملين بالصحافة مضغوطين بسبب عنصر الوقت، إذ يتلقى هؤلاء عددا هائلا من الموضوعات، وأمام هذا الكم الغزير من التدفق الإخباري، يضطر الصحفيون إلى تحليل هذه المواد وترشيح أحداث للاختيار وإخفاء أخرى وفقا

(1)- Da Costa, Alcino Louis , *New Criteria for the Selection of News in African Countries*, In UNESCO, News Values and Principals of Cross Cultural Communication N° 85, Paris, 1980.

(2)- Paul Brighton and Dennis Foy: *News Values* (London: Sage publications, 2007) PP. 6 - 17.

لعناصر محددة لخصها الباحثان في: التردد، الحجم أو الحد، الوضوح وقلّة الغموض، التوقيت، التوافق، الارتباط الثقافي (التقارب)، عدم التوقع أو الغرابة، الاستمرارية، التركيب، التجسيد أو التشخيص، القيم الاجتماعية والثقافية السائدة، الأفراد البارزون (الصفوة).

الاستفادة من الدراسات السابقة:

- تمثل الدراسات السابقة مصدرا هاما لما يلي من أبحاث كما أنها تعد الأسس العلمية للدراسة الحالية، و ذلك من خلال الاستفادة من النتائج التي توصلت إليها:
- 1- مكنتنا هذه الدراسات من التعرف على المنهج والأدوات العلمية لدراسة القيم الخبرية في مختلف الأنظمة الإعلامية، ومن ثم الاستفادة من الخطوات المنهجية للوصول إلى تقديم توصيف لمصفوفة القيم الخبرية في صحف الدراسة.
 - 2- حصر المراجع العربية منها والأجنبية المتعلقة بدراسة القيم الخبرية والقائم بالاتصال.
 - 3- لوحظ من خلال مراجعة الدراسات السابقة المذكورة، أنها تناولت القيم الخبرية من خلال رصد مضامين الأخبار وتحليلها مع رصد بعض الضغوط التي تتحكم في أولويات هذه القيم، خصوصا ما يتعلق منها بالقائم بالاتصال.
 - 4- أن الأخبار تصنف وفقا للقيمة الإخبارية للمضمون، فوفقا للظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي تعمل في إطارها المؤسسة الإعلامية بالإضافة إلى أهداف المؤسسة، فضلا عن أن القائم بالاتصال يجد أن بعض المضامين لها قيمة إخبارية أكثر من غيرها، أي أن ثمة موضوعات إخبارية معينة ذات جدارة أكثر من غيرها تستحق النشر.
 - 5- هناك اختلاف بين الباحثين في تقديم مصفوفة القيم الخبرية وفقا للأنظمة الإعلامية المختلفة ويمتد هذا الاختلاف إلى المؤسسات المنتمية لنفس النظام

الإعلامي، بل إلى تباين القيم الخبرية بين الصحفيين التابعين لنفس المؤسسة الإعلامية.

6- لا يمكن دراسة القيم الخبرية بالاعتماد فقط على تحليل مضمون الأخبار الصحفية، ذلك أن هناك عوامل أخرى تساهم في تحديد هذه القيم وتلعب دوراً أساسياً في تقرير نشر بعض الأخبار ودفن أخرى.

7- إن دراسة المنتج الإعلامي يجب أن ينظر إليه كعملية متكاملة، أي في إطار علاقة المؤسسة الإعلامية بمختلف هياكل ومؤسسات المجتمع، فمؤسسات الإعلام لا تعمل في فراغ كما أن المضمون الإعلامي يتأثر بما يفرزه الواقع الاجتماعي.

8- أن العديد من الدراسات التي تناولت القيم الخبرية تعرضت لدراسة القائم بالاتصال والعوامل التي تؤثر في أدائه المهني والوظيفي والضغط التي يتعرض لها من المؤسسة الصحفية أو من رؤساء العمل أو الزملاء والقيود التنظيمية والروتينية وبيروقراطية العمل وانعكاس كل ذلك على أدائه المهني.

9- تعبر بعض هذه الدراسات على واقع مغاير للمجتمع الجزائري، وبعضها خلط بين دراسة القيم الخبرية والقيم الأخلاقية المهنية الواجب توافرها أثناء العمل الصحفي كالحيدة والموضوعية والتوازن في عرض الأخبار.

ولأجل الوصول إلى معرفة وتحديد المعايير والمقاييس التي على أساسها تصاغ الأخبار الصحفية في جريدتي الخبر والشروق اليومي لفهم عملية صياغة الأخبار والعوامل المتحكمة في ذلك في هاتين الصحيفتين، اعتمدنا في ذلك على الخطة التالية:

الإطار المنهجي: تناولنا فيه الإشكالية، تساؤلات الدراسة، أهمية الدراسة، أهداف الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، نوع الدراسة، منهج الدراسة والدراسات السابقة.

القسم النظري: تم تقسيمه إلى ثلاثة فصول:

الفصل الأول:

نتناول في هذا الفصل تعريفات الخبر في مختلف الأنظمة الإعلامية، ونتطرق في المبحث الأول لنظريات الإعلام، انطلاقاً من أن فهم طبيعة ودور الصحافة في المجتمع، يفرض علينا فهم وتحديد طبيعة النظام الإعلامي لهذا المجتمع، من خلال رسم العلاقة بين السلطة ووسائل الإعلام، هذا المعطى الذي يقف وراء اختلاف النظم الإعلامية في تحديد المنطلقات الأساسية لوظيفة الإعلام والهدف منها، بما في ذلك الجدل القائم حول تقديم تعريف موحد للخبر. ونستعرض في المبحث الثاني تعريف الخبر في النظرية الليبرالية، على أن نشرح في المبحث الثالث تعريف الخبر في العالم الثاني النابع من الإيديولوجية الماركسية، وسنعالج في المبحث الرابع تعريف الخبر في النظم المختلطة فضلاً عن طرح المساهمات العربية لتقديم تعريف للخبر، بما يتلاءم وخصوصية المجتمعات العربية.

الفصل الثاني:

نستعرض في هذا الفصل تعريف القيم الخبرية، حيث نسلط الضوء في المبحث الأول على تعريف القيم الخبرية، ومدخل دراستها، وخصائصها، ونتناول في المبحث الثاني القيم الخبرية في الأنظمة الليبرالية والتي يتم على أساسها تقييم الأحداث والمفاضلة بينها في النشر، فضلاً عن تعريف القيم الخبرية في العالم الثاني والتي تتحدد انطلاقاً من اعتبارات الإيديولوجية الماركسية، التي

ترى أن الخبر هو الإيديولوجية، في حين خصصنا المبحث الثالث لتعريف القيم الخبرية وتصنيفاتها في الأنظمة المختلطة مع التطرق لمحاولات بعض الباحثين في رصد القيم الخبرية في هذه الأنظمة، انطلاقاً من أن حراس البوابة في هذه الأنظمة يستخدمون مقاييس مختلفة لقياس واختيار الأخبار طبقاً لمرجعيتهم الثقافية والإيديولوجية، ونبتاول في المبحث الرابع عناصر القيم الخبرية بنوع من التحليل، حيث سنسرد عدداً من القيم الخبرية التي تتفق عليها جميع وسائل الإعلام بغض النظر عن الاختلافات في درجة أهمية كل واحدة منها وتسلسلها ضمن سلم الأولويات بالنسبة لكل وسيلة.

الفصل الثالث:

يهتم الفصل الثالث بالقائم بالاتصال وبالضغوط التي يتعرض لها، وسوف نتناول ذلك في أربعة مباحث، نطرح في المبحث الأول مختلف تعريفات الباحثين الذين اهتموا بالقائم بالاتصال، باعتباره أحد الأطراف الأساسية في العملية الاتصالية، ونعرض في المبحث الثاني النماذج التفسيرية للقائم بالاتصال، أي تحديد دور القائم بالاتصال في المجتمع، ونتطرق في المبحث الثالث إلى الضغوط الداخلية التي يتعرض لها القائم بالاتصال، ونطرق في المبحث الرابع الضغوط الخارجية التي تؤثر على اختيارات القائم بالاتصال وتوجهاته.

القسم التطبيقي: تم تقسيمه إلى قسمين:

الفصل الأول:

نتناول فيه نتائج تحليل مضمون صحف الدراسة من خلال تحليل المادة الخبرية المنشورة، باعتبارها تحدد مجال اهتمام صحيفتي الخبر ويومية الشروق، ويشمل هذا الفصل أربعة مباحث، خُصص المبحث الأول لتشخيص جريدتي الخبر والشروق اليومي، ونقوم في المبحث الثاني بتحليل فئات الشكل التي تضم فئة موقع المادة الخبرية على صفحات صحف الدراسة، وفئة الشكل الفني للخبر،

بالإضافة إلى قالب صياغة الخبر، في المبحث الثالث نتطرق إلى تحليل فئات المضمون التي تحتوي على الفئات التالية: الموضوع، طريقة عرض الخبر، مصادر الصحفي، مصادر الصحيفة

ومستوى التغطية الإخبارية. ونسلط الضوء في المبحث الرابع على تحليل القيم الخبرية من خلال الفئات التي رُصدت لهذا الغرض والمتمثلة في: الشهرة، الضخامة أو الحجم، الصراع، الاهتمامات الإنسانية، الأهمية، القرب، التوقيت، السلبية، الإيجابية، الغرابة والطرافة، الإثارة، التنمية، السيادة الوطنية والمصالحة الوطنية.

الفصل الثاني:

قسم الفصل الثاني والمتعلق بنتائج الدراسة الميدانية إلى أربعة مباحث، جاء في المبحث الأول الخصائص الأساسية للقائمين بالاتصال في صحف الدراسة، والمتمثلة أساسا في الخصائص الاجتماعية والثقافية والاقتصادية انطلاقا من تأثيرها على الاختيارات المهنية للقائمين بالاتصال، وعلى تصوراتهم لمختلف القضايا المجتمعية، وأوردنا في المبحث الثاني التوجهات المهنية للقائمين بالاتصال، وتصوراتهم لمفاهيم الخبر والقيم الخبرية، ولمعايير النشر، وركزنا في المبحث الثالث على مختلف العوامل المؤثرة على القائمين بالاتصال، ومن ثم رصد العوامل التي تقف وراء انتقائهم للأخبار وترشيح البعض منها للنشر وحجب أخرى، الأمر الذي سينعكس على نوعية الحقائق والوقائع التي يبقى من حق الجمهور الإطلاع عليها ومعرفتها، وعالجنا في المبحث الرابع مدى تأثير صحف الدراسة بمناخ التعددية الإعلامية في الجزائر.

الفصل الأول:

الخبر في مختلف الأنظمة الإعلامية

- المبحث الأول: نظريات الإعلام.
- المبحث الثاني: الخبر في النظرية الليبرالية.
- المبحث الثالث: الخبر في النظرية الماركسية.
- المبحث الرابع: الخبر في الأنظمة المختلفة.

المبحث الأول: نظريات الإعلام.

تهديد:

تحدد النظم السياسية والاجتماعية والإعلامية التي يعمل في إطارها الإعلام دور الصحافة، كما يرتبط - هذا الدور - ارتباطاً وثيقاً بالفلسفة السياسية والإعلامية للمجتمع. إن فهم طبيعة ودور الصحافة في أي مجتمع، يفرض علينا تحديد النظام الإعلامي لهذا المجتمع.

لقد تعددت تصنيفات نظريات الإعلام^(*)، ومن أبرزها التصنيف الذي قام بوضعه فرد سيبرت F.Sibert و شيوودور بيترسون S.Peterson وولبر شرام عام 1956، الذي تضمن النظريات الأربع: السلطة، الليبرالية، الشيوعية والمسؤولية الاجتماعية⁽¹⁾.

وعلى الرغم من الانتقادات الموجهة لهذا التصنيف، إلا أنه لا يزال أكثر التصنيفات صلاحية لتحديد ماهية الأنظمة الإعلامية، بالإضافة إلى أن المبادئ والأسس التي تقوم عليها النظريات الأربع نجد صداها في أغلب النظريات التي سعت لتصنيف النظم الإعلامية فيما بعد.

(*) في 1970 وضع رالف لاونشتين R.Lowenstein تصنيفاً جديداً اعتمد فيه على ملكية الصحافة، فلسفتها، وتضمن هذا التصنيف خمس نظريات وهي: النظرية السلطوية- النظرية السلطوية الاجتماعية- النظرية الليبرالية- النظرية الليبرالية الاجتماعية- النظرية المركزية الاجتماعية.

في الثمانينيات ظهرت تصنيفات جديدة منها تصنيف "التشول Altshull" الذي تضمن ثلاث نظريات (الماركسية - السوق - التقديمية).

كما قدم أمري مايكل هابت A.M.Habte تصنيفاً جديداً، أهم ما جاء فيه أنه ركز على الأنظمة الإعلامية السائدة في دول العالم الثالث، وهي في تصوره ثلاثة نظم: نظام إعلامي يقع تحت سيطرة الدولة - نظام إعلامي موجه من الدولة - نظام إعلامي مستقل. لكن كل هذه التصنيفات لم تخرج عن إطار ثنائية السلطوية والليبرالية وأن اختلفت المسميات.

للمزيد من التفصيل انظر محمد سعد إبراهيم: الصحافة والتنمية السياسية (القاهرة: دار الكتب للنشر والتوزيع، 1999م)، ص 170-172، محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، المجلد السابع (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003 م)، ص 2520-2526.

(1) F.Sibert, S. Peterson and w. Schramm: Four Theories of the Press (Urbana: University of Illinois Press, 1956). PP. 2-10.

لذلك نستعرض في هذا المبحث نظريات الإعلام انطلاقاً من أن أي محاولة لتقديم تعريف للخبر أو تحديده لن تخرج عن الخلفية الفلسفية لأي نظام إعلامي، ومنه ينظر إلى الصحافة طبقاً لهذه المبادئ والمفاهيم.

ويشمل هذا المبحث العناصر التالية:

1- نظرية السلطة، وذلك بإلقاء نظرة عن الخلفية الفلسفية التي استمدت منها هذه النظرية أسسها وقواعدها، بالإضافة إلى تحديد علاقة السلطة بالإعلام، من خلال سرد بعض القيود التي فرضت على الصحافة آنذاك، فضلاً عن التعريف بدور الإعلام في ظل هذه النظرية.

2- نظرية الحرية، وذلك بطرح المبادئ والأفكار الفلسفية التي قامت على أساسها هذه النظرية، فضلاً عن التطرق إلى خصائص الإعلام في ظل هذه النظرية.

3- نظرية المسؤولية الاجتماعية، التي ظهرت على أنقاض نظرية الحرية والتي تغيرت معها النظرة إلى دور وسائل الإعلام مقارنة مع ما طرح من مفاهيم في نظرية الحرية.

4- النظرية السوفيتية، الاشتراكية، الشمولية، باعتبارها تجسد إيديولوجية العالم الثاني، من خلال التركيز على خصائص الإعلام في ظل هذه النظرية.

5- النظم المختلطة أو نظم العالم الثالث، التي تنطلق من خلفية فلسفية تختلف عن منطلقات العالم الأول الليبرالي والثاني الاشتراكي، وذلك بما يتماشى وخصوصية هذه المجتمعات، بالإضافة إلى تحديد دور ووظيفة الإعلام في دول العالم الثالث.

أولاً - نظرية السلطة:

نشأت هذه النظرية في انكلترا في القرنين 16-17، وقد ساهم العديد من الفلاسفة والكتاب في إرساء قواعد وركائز النظرية من أمثال ميكافلي الذي دعا إلى إخضاع كل شيء لأمن الدولة، وانطلاقاً من فكرة الغاية تبرر الوسيلة، رأى ميكافلي أن الرقابة على الحوار والمناقشة وعلى نشر المعلومات في المجتمع لها ما يبررها مادامت تخدم مصالح الدولة.

كما ساهم كل من توماس هوبز، هيجل ونييتشه في إرساء أسس هذه النظرية، وعلى الرغم من مرور فترة زمنية ليست بالقصيرة على طرح هذه النظرية لذاتها في الواقع العملي، وعلى الرغم من انحصار تطبيق هذه النظرية حالياً بسبب غياب الحكم الديكتاتوري التسلطي، إلا أن مفاهيمها وأطروحاتها تبقى صالحة ومعبرة ولا زالت تسيطر على العديد من المجتمعات التي تسود فيها فلسفات اجتماعية سياسية سلطوية، وتزداد فيها سيطرة الدولة للدفاع عن مصالح الطبقة الحاكمة والهيمنة على مقدرات الشعب وحرية وإمكاناته انطلاقاً من فكرة أن تنمية الفرد تتوقف على الدولة⁽¹⁾.

تستند نظرية السلطة على ركائز ودعائم لتبرير شرعيتها وحققها في السلطة، ولعل السند القوي الذي كان وراء إحكام سيطرتها ونفوذها قائم على فكرة أن الملك أو السلطان يتسم بسمه الألوهية، أو ما يسمى بالحق الإلهي، الذي اعتمد عليه الملوك في الحكم وتوارثه النبلاء والذي مكنهم من الاحتفاظ بمراكزهم، ومن ثم يعتبر الشعب نفسه عبداً للحاكم، وأن هذا الأخير يعتبر نفسه صاحب الحق في نوع الحقائق أو المعلومات التي تصل إلى أذهان الشعب.

(1) السيد بخت محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية: دراسة تطبيقية في الصحافة القومية والحزبية خلال 1987 - 1990، مرجع سابق، ص103، عبد الله بدران: الخبر الصحفي في منهج الإعلام الإسلامي، الطبعة الأولى (سوريا: دار المكتبي، 2002 م) ص 49.

وتتمثل الركيزة الثانية التي اُحتمى بها في الكنيسة الرومانية التي كان لها في القرون الوسطى سلطات واسعة وهيمنة كبيرة شملت الملوك، حتى أنها عزلت بعضهم وحرمت آخرين من الجنة حسب أوهامهم التي ابتدعوها، وسبب هذه الهيمنة هو إدعاء رجال الكنيسة السلطة الإلهية انطلاقاً من فكرة اللاهوت⁽¹⁾.

ينظر إلى الفرد في ظل هذه النظرية على أنه مسلوب الحرية والتفكير، مغيب الحقوق والإرادة، يتصرف في أموره وشؤون حاكم مطلق أو قادة يتسلطون وفق ما يرونه - هم فقط - مصلحة له وحفاظاً عليه وحماية للأمة وحرصاً على بقائها⁽²⁾، فالفرد بلا حكومة وبلا مجتمع لا حول له ولا قوة. وبرغم ذلك يؤمن أنصار هذه النظرية بالفروق بين الأفراد من حيث قدراتهم الجسمية والعقلية، ولكنهم يبنون على هذه الفروق حكماً يتلخص في أن ذوي المعرفة من العلماء والحكماء وذوي التجربة أو الإطلاع هم وحدهم أصحاب الحق في السيطرة الحقيقية على غيرهم من أفراد المجتمع في ظل الحاكم ووفق مشيئته ورضاه⁽³⁾.

وطبقاً للمبادئ والمفاهيم التي ظهرت على أساسها هذه النظرية، فإنه ينظر إلى الإعلام على أنه أمر من الأمور التي لا ينبغي أن يتصرف فيها إلا الحاكم أو الجهة التي تتولى هذه المهمة.

ولتحقيق هذه السيطرة وإحكامها فرضت السلطة على وسائل الإعلام قيوداً

تمثلت فيما يلي:

(1) عبد الله بدران، مرجع سابق، ص50.

(2) المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

(3) عبد اللطيف حمزة: الإعلام له تاريخه ومذاهبه، الطبعة الأولى (القاهرة: دار الفكر العربي، 1965 م) ص93-99.

قيود الترخيص:

تجمع هذه النظرية بين الملكية العامة والخاصة إلا أن الحاكم هو صاحب الحق المطلق في السماح بظهور وسائل الإعلام انطلاقاً من أنه صاحب الحق في منح الترخيص لها لممارسة عملها. وتُمنح هذه الرخصة إلى المخلصين للسلطة المطلقة وإلى من تطمئن السلطة إلى ولائه " ومن ثم فإن العلاقة بين الصحافة والسلطة السياسية تدور في إطار الولاء للحاكم"⁽¹⁾.

قيود الرقابة:

يعد هذا النوع إطاراً آخر لفرض ضغوط على الصحافة في هذه الفترة، فالى جانب التراخيص التي ظهرت في القرن 16، ظهر قيد الرقابة كنوع جديد لإحكام سيطرة السلطة على الإعلام، حيث يتم تعيين رقيب يقوم بمراجعة ما تكتبه الصحف في أمور السياسة والدين مراجعة دقيقة ومن ثم خضعت وسائل الإعلام إلى قيود رقابية صارمة سابقة على النشر ولاحقة عليه.

قيود العقوبات:

في القرن 17، ازدادت المطبوعات مما جعل الرقابة عليها شبه مستحيلة، ثم جددت عوامل أخرى أدت إلى فشل نظام الرقابة حينذاك ومن أهمها ظهور الأحزاب السياسية وممارستها العمل الإعلامي المتمثل في إصدار الصحف والمنشورات⁽²⁾، هذا ما أدى بالسلطة الحاكمة إلى إيجاد نوع آخر يدعم قيد الرقابة، تمثل في فرض العقوبات، إذ أن أي مخالفة للقوانين الإعلامية ولضوابط النشر تعرض صاحبها لعقوبات شديدة وصارمة.

(1) محمد سعد إبراهيم، مرجع سابق، ص 174.

(2) عبد الله بدران، مرجع سابق، ص 52.

قيد المحاكمات:

لجأت السلطة الحاكمة من أجل بسط وفرض سيطرتها الكاملة على وسائل الإعلام إلى قيد المحاكمات المتمثل في تهمة الخيانة العظمى التي كانت توجه للصحفيين إذا لم يرض عنهم الحاكم.

منح الأموال السرية:

نظراً لفشل هذه الإجراءات في إحكام السيطرة على الصحافة، لجأت السلطة إلى طريقة جديدة لتستولي بها على الإعلام، ومن ثم التحكم في الرأي العام حتى يبقى خاضعاً لها، إلى منح الأموال السرية لأصحاب الصحف ومن ثم شراء ذممهم وضمائرهم.

فرض الضرائب:

لم تدخر الأنظمة التسلطية أي جهد في البحث عن الإجراءات والقوانين التي من شأنها تقويض حرية الإعلام، فلقد قامت بالإضافة إلى ما سبق ذكره بسن تشريع يقضي بفرض ضرائب على الصحف والنشرات بهدف إرهاقها مالياً أو تخفيف نقد الإعلام لها.

دور الإعلام في نظرية السلطة:

من خلال ما تقدم، يمكن أن نوجز دور الإعلام في ظل نظرية السلطة فيما يلي:

1- إن الوظيفة الأساسية للإعلام هي تأييد سياسة الحكومة، وتجنب أي إساءة إلى الأغلبية أو الطبقة المسيطرة، أو القيم السياسية والأخلاقية السائدة، وكل

هجوم عليها يعتبر فعلاً جنائياً، ويجب ألا يُنشر، ويجوز فرض الرقابة لتحقيق مبادئ السلطة⁽¹⁾.

2- ينبغي على وسائل الإعلام أن تعمل في إطار دعم السلطة الحاكمة، وتقديم الرعاية الضرورية والغطاء اللازم لتبرير أفعالها وقراراتها، والدفاع عن أعمالها، وعدم التقليل من هيمنتها أو إضعاف سلطتها، وعدم الانحراف عن السياسة الرسمية.

3- يحظر توجيه أي نوع من النقد إلى الحاكم أو سياسته أو سلوكه الشخصي أو نقد الجهاز السياسي، بصفة عامة عدم نقد الدولة.

4- في ظل نظرية السلطة، تعد الصحافة أداة من أدوات السيطرة السياسية، فالمعلومات تنتقل في اتجاه واحد من الحاكم إلى المحكوم، بهدف تكريس الأوضاع القائمة، ومحاولة إضفاء الشرعية على ممارسات السلطة السياسية⁽²⁾.

5- جعلت هذه الأنظمة من نفسها المصدر الوحيد للحقائق والمعلومات ومن ثم لا يحق لوسائل الإعلام أن تنشر شيئاً لا يكون مصدره النظام وأجهزته الرسمية، أو دون موافقتها على النشر إن كانت هذه الوسائل قد حصلت على المعلومات من مصدر آخر⁽³⁾.

6- تكافأ السلطة الصحف التي أثبتت ولاءها والتزامها بالخط الرسمي، وذلك من خلال تقديم مساعدات مالية لها، تعيينها على الاستمرار في الصدور.

7- وكنتيجة لكل هذه المعطيات، لا يتمتع الصحفيون في ظل نظرية السلطة بالاستقلال، إذ ينحصر دورهم في نشر ما تريده السلطة وما ترغب فيه ولا يحق لهم المشاركة في تحديد مسؤولية السلطة وأهدافها والتي تبقى من صلاحيات

(1) السيد بخت محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية، دراسة تطبيقية في الصحافة القومية

والجزئية خلال 1987-1990، مرجع سابق، ص 104.

(2) محمد سعد إبراهيم، مرجع سابق، ص 174.

(3) عبد الله بدران، مرجع سابق، ص 174.

السلطة التي تعي مصالح الأفراد وتعمل على الحفاظ على السلام والأمن والاستقرار، ولكي تتمكن من ذلك على وسائل الإعلام الالتزام التام بالخط الرسمي وعدم المجازفة في نشر الآراء والأخبار التي لا تتماشى وأهداف السلطة أو تهدد النظام.

ورغم أن النظام السلطوي للصحافة، لم يعد يتمتع اليوم بأي قدر من الاحترام عند شعوب الأرض كافة، إلا أننا يمكن أن نجد نماذج له (بصور معدلة) في الوقت الحاضر في العديد من دول العالم الثالث في آسيا وإفريقيا وأمريكا اللاتينية.

ثانيا - نظرية الحرية :

استندت نظرية الحرية إلى مبادئ وأفكار فلسفية قامت على أساسها حيث كان لأراء عدد من الفلاسفة الغربيين في السياسة والاقتصاد دور كبير في بناء هذه النظرية وإرساء أسسها منهم آدم سميث، جون لوك، جون ملتون، ديكارت وغيرهم.

وركز منظرو هذه الفلسفة على الجانب الاقتصادي في حياة المجتمع فاقد دعا آدم سميث إلى انتهاج قوانين الاقتصاد الكلاسيكية التي تدعو إلى عدم تدخل الحكومة في السوق نظرا لأنه سينظم نفسه، وأوضح هذا الاقتصادي أن الحكومة المثلى هي التي تحكم أقل.

كما كانت فلسفة جون لوك في القرن التاسع عشر في الحرية تركز على أن الشعب مصدر السلطات، وأن السلطة ما هي إلا هيئة اختارها الشعب وفوضها في أمره، ومن حق الشعب أن يسحب منها هذا التفويض متى أحس بأنها لا تعمل لصالحه.

وفي القرن نفسه، كانت فلسفة جون ملتون في الحرية تتمثل في أن الوصول إلى الصواب في مسألة من المسائل يكون بالاستماع إلى الآراء المخالفة وأن الحقيقة لا يُكتب لها البقاء إلا إذا أُتيحت لها الفرصة بأن تُقابل وجهًا لوجه مع غيرها من الحقائق في صراحة كاملة وحرية تامة. فالطريقة الوحيدة لمعرفة الحقيقة تكون بترك الآراء تتصارع وتتنافس بحرية في ميدان أو سوق حرة مما يتيح للأفراد الفرصة لمقارنة الآراء المختلفة واختيار الرأي الأصوب الذي يسود في النهاية.

وفي القرن الثامن عشر، كان جون رسكين يرى أنه من حق أي إنسان يسعى لتتوير الآخرين نشر كل ما يدور بعقله.

وفي القرن التاسع عشر، شكلت فلسفة جون ستيوارت ميل دعامة لنظرية الحرية فيكفينا أن ننقل عنه، "إذا أسكت رأياً فقد أسكت حقيقة"، أو قوله "الرأي الخاطئ قد يحوي بذوراً للحقيقة، ومن الجائز أن يؤدي إلى الحقيقة برمتها" أو قوله "الآراء الصائبة ما لم تتعارض مع الآخرين بين حين وآخر فقدت حيويتها وتأثيرها على المواطنين وسلوكهم" أو قوله "إذا اعتنق البشر جميعاً رأياً واحداً، وجاء فرد واحد برأياً جديداً يخالفه، ثم حاول البشر جميعاً إسكات هذا الرأي كان خطؤهم في ذلك لا يقل عن خطأ الفرد الواحد حين تصبح له سلطة تامة وحاول إسقاط الرأي الذي اجتمع عليه البشر جميعاً"⁽¹⁾.

خصائص الإعلام في ظل هذه النظرية:

1- إن من أبرز ما يميز هذه النظرية التركيز على الإنسان ومنحه أكبر قدر من الحرية، وإطلاق العنان لأفكاره وإبداعاته وتصوراتهِ وإمكانياته، ورفض القيود المفروضة من الحكومات على الأنشطة الاقتصادية والثقافية والاجتماعية، وبروز الجانب الاقتصادي بشكل

(1) محمد السيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام، الطبعة الأولى (الرياض: دار الرفاعي، 1983 م.) ص 217 - 219.

لافت للنظر، مع الحرص على تحقيق الأرباح المادية من خلال العمل الحر في هذا المجال⁽¹⁾.

2- تتمتع الصحافة بقاعدة كبيرة من الحرية لمساعدة الناس في بحثهم عن الحقيقة انطلاقاً من فكرة أن الإنسان يجد الحقيقة بعقله وهو بغير حاجة إلى وصاية أو إلى من يقوده إليها، فالحقيقة عند الفلاسفة الليبراليين لا تستمد من السلطة، ولا يمكن تحقيق ذلك دون أن تتاح للفرد الحرية الكاملة، فالحقيقة تجد لها سبيلاً من خلال التفاعل الحر بين المعلومات والأفكار.

3- يؤكد النظام الليبرالي للصحافة على حق أي فرد (أو أي جماعة) في أن يصدر ما يشاء من الصحف مادام قادراً على ذلك، ودونما حاجة إلى ربط هذا الحق بتصريح من السلطة الحاكمة⁽²⁾.

4- وضعت الفلسفة الإعلامية الليبرالية لهذه النظرية معايير مهنية تحكم عملها وتضبطه، وتحدد الأسس العريضة التي ينبغي على الإعلاميين إتباعها والاهتداء بها⁽³⁾.

5- تحمل حرية التعبير في طبيعتها عوامل تصحيحها.

6- تعد الرقابة قبل النشر انتهاكاً للحق الطبيعي للإنسان في حرية التعبير والقول، بالإضافة إلى أنها تمكن من هم في السلطة الاستمرار في الحكم، وتجعل من الدولة عدواً للحرية بدلاً من أن تكون حامية لها فالرقابة عائق للحرية. إذن لم تكن المواد الإعلامية تخضع لرقابة مسبقة من قبل الجهات الرسمية⁽⁴⁾.

7- إن أي تجاوز تقع فيه الصحيفة أو الصحف هو شأن القضاء وحده⁽⁵⁾.

(1) عبد الله بدران، مرجع سابق، ص 58.

(2) فاروق أبو زيد: مدخل إلى علم الصحافة (القاهرة: عالم الكتب، 1986 م) ص 92.

(3) عبد الله بدران، مرجع سابق، ص 60.

(4) المرجع نفسه، ص 59 - 60.

(5) فاروق أبو زيد: مدخل إلى علم الصحافة، مرجع سابق، ص 92.

8- لا يحق للحكومة دخول ميدان الإعلام، سواء عن طريق الملكية أو تقديم معونات للصحف، انطلاقاً من أن ذلك يعتبر شكلاً من أشكال "تدعيم الحزب الحاكم للبقاء في السلطة، بغض النظر عن تشجيع التبادل الحر للأفكار والمعلومات، أما فيما يتعلق بمسألة مساعدة الصحف مالياً فإن ذلك من شأنه تهديد استقلاليتها، كما من شأنه أن يضع وسائل الإعلام المنافسة في كفة غير متكافئة، حيث أن وسائل الإعلام الحكومية لا تهدف إلى تحقيق الأرباح لضمان بقائها"⁽¹⁾، فلم يكن للحكومات الحق في إصدار الصحف، أو امتلاكها، أو المساهمة في ملكيتها وتمويلها ومساعدتها على تخطي مشكلاتها المادية⁽²⁾.

9- لم تعد وسائل الإعلام ملزمة بنشر أي مادة إخبارية تصل إليها من الحكومات، وبذلك لا تكون الحكومة أو السلطة مصدر الحقيقة أو الرأي بأي حال من الأحوال⁽³⁾.

لكن في الوقت الذي أدت فيه ملكية الحكومة لوسائل الإعلام إلى سلب حرية الصحف واستقلالها، بعد أن تدخلت في وضع سياستها التحريرية، وفي مضامينها الإعلامية، وبواسطة جميع أشكال الرقابة، فإن الصحف في ظل الملكية الخاصة، لم تكن في منأى عن الضغوط التي تستهدف النيل من حرية العمل الصحفي، فقد تعرضت الصحافة إلى هيمنة الشركات الممولة، ونتج عن ذلك تحول الصحافة إلى واجهة للترويج لسياسات وأجندة الشركات. وفي كلا الحالتين لم تعد الصحافة، مرآة نقية كما يريد قراءها تتقل الحقيقة، وإنما مرآة مشوهة عكست لجمهورها شيئاً آخر غير الحقيقة⁽⁴⁾.

(1) محمد السيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام، مرجع سابق، ص 222.

(2) عبد الله بدران، مرجع سابق، ص 61.

(3) المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

(4) خليل إبراهيم فاخر الضمداوي، بيئة العمل الصحفي في العراق، دراسة تحليلية لتأثير العامل السياسي في القائم بالاتصال، رسالة

ماجستير غير منشورة (جامعة بغداد - كلية الإعلام) بغداد 2008 م، ص 29.

ثالثاً - نظرية المسؤولية الاجتماعية:

تعرضت نظرية الحرية لانتقادات شتى، ابتداء من النصف الثاني من القرن العشرين بسبب مفهوم الحرية الواسع الذي تبنته، مع عدم وجود ضوابط تحد من انفلاتها وسلبياتها، أو حدود تضعها في إطار واضح المعالم والأبعاد، بعد أن شهدت بلدان العالم الرأسمالي الغنية المتقدمة ظاهرة اقتصادية تمثلت في تكتل رؤوس الأموال الخاصة في وحدات كبيرة تهدف إلى التوسع الضخم في الإنتاج وخفض تكلفته، وتجنب الخسائر الناجمة عن التنافس بالسيطرة على الأسواق. وبهذا المنطق وهو القضاء على التنافس تناقضت التكتلات مع منطق الفكر الليبرالي المستند إلى التنافس كوسيلة لتحقيق الانسجام المستمر في المجتمع.

وظهرت التكتلات الإعلامية في الولايات المتحدة الأمريكية وفي بريطانيا وغيرها من بلدان العالم الرأسمالي الغنية، وتمثلت في تجمع عدد من الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون ودور نشر الكتب وشركات التوزيع في يد شخص واحد أو عدة أشخاص أو شركة مساهمة تملك عدداً كبيراً من الصحف، وأصبحت منافسة هذه الاحتكارات الإعلامية مستحيلة سواء في الاستمرار أو في الصدور الجديد، لأن ما تملكه من وسائل السيطرة في مجالات الإشهار والنفوذ السياسي والسيطرة الإعلامية يفوق قدرة أي مشروع إعلامي جديد.

وعلى إثر ذلك نادى عدد من المفكرين إلى ضرورة وضع مفهوم جديد للحرية يضمن توجيهها نحو خدمة المجتمع، وتأمين مصالح أفرادها الأساسية، بحيث تصبح هذه الحرية جزءاً لا يتجزأ من التركيب الاجتماعي المعقد الذي يستلزم المسؤولية والحرية جنباً إلى جنب.

واعتبرت هذه النظرية التي نشأت في الولايات المتحدة الأمريكية وغرب أوروبا أن الحرية لا بد وأن تقابلها مسؤولية، وبالتالي فإن من يتمتع بالحرية عليه التزامات معينة قبل المجتمع، وأن الحرية هي حق وواجب ونظام ومسؤولية في

وقت واحد. وهي نظرية ترفض الفردية المطلقة في ليبرالية القرن التاسع عشر⁽¹⁾.

بصفة عامة تدعو هذه النظرية إلي تدخل الدولة لتحقيق مجموعة من التشريعات تستهدف تقديم بعض التنازلات لصالح الطبقات العاملة والفقراء.

خصائص الإعلام في ظل نظرية المسؤولية الاجتماعية:

1- تركز نظرية المسؤولية الاجتماعية على ثلاثة أبعاد أساسية يتصل البعد الأول بالوظائف التي ينبغي أن يؤديها الإعلام، ويتصل البعد الثاني بمعايير الأداء الإعلامي، ويتصل البعد الثالث بالقيم المهنية والسلوكيات التي ينبغي مراعاتها في العمل، أو بمعنى آخر منظومة القيم المهنية التي تحكم سلوكيات القائمين بالاتصال في أداء وظائفهم مثل القيم الخاصة بجمع وتحديد الأخبار كاحترام حق الفرد في الخصوصية، وعدم إصدار الأحكام قبل أن يفصل القضاء فيها، وعدم نشر المواد والمضامين الجنسية، واحترام القيم الدينية وغيرها⁽²⁾.

2- تستمد هذه النظرية مبادئها الأساسية من نظرية الحرية.

3- إن وسائل الإعلام ليست ذاتية بقدر ما هي موضوعية، وليست ملكا للأفراد بقدر ما هي ملك للصالح العام، وعليها التزامات معينة تجاه المجتمع.

4- تعددية وسائل الإعلام بحيث تعكس تنوع الآراء والأفكار في المجتمع عبر إتاحة الفرصة للآراء المختلفة لأن تعرض فيها، مع إعطائها حق الرد.

(1) محمد السيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام، مرجع سابق، ص 223، كريم شلبي: الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، الطبعة الأولى (القاهرة: د. دار نشر، 1984م) ص 37، فاروق أبو زيد: مدخل إلى علم الصحافة، مرجع سابق، ص 39-94.

(2) محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية: دراسة مقارنة للمضمون والقائم بالاتصال في الصحف القومية والحزبية من 1991-1994، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة- كلية الإعلام) القاهرة 1996م، ص 81.

- 5- الالتزام بمجموعة من المواثيق الأخلاقية التي تسعى إلي إيجاد توازن بين حرية الفرد ومصالح المجتمع⁽¹⁾، وقد كان من ثمرات هذا المفهوم إنشاء ما يسمى بمجالس الصحافة في كثير من المجتمعات الأوروبية⁽²⁾.
- 6- تجنب كل ما من شأنه أن يساعد على حدوث الجرائم والعنف والفوضى، أو يسيء إلى الأقليات العرقية.
- 7- التنديد بالأعمال الصحفية المنحرفة واستدعاء الصحفيين الذين تبدر منهم هذه الأعمال، وتوجيه اللوم لهم إذا اقتضى الحال.
- 8- الحفاظ على النظام السياسي القائم من خلال تزويد الناس بالمعلومات الصحيحة التي تساعد على تكوين رأي عام مستنير، بناء على مناقشة للأمور العامة التي تهم المجتمع.
- 9- مسؤولية رجال الإعلام أمام المجتمع إضافة إلى مسؤولياتهم أمام من يعملون لديهم⁽³⁾.
- 10- للصحافة وظيفة اجتماعية هي تقديم البيانات عن الأحداث الجارية بصرف النظر عن نوعية التأثير الذي قد تحدثه هذه البيانات على القراء، فمن ناحية لا يجب حجب البيانات والمعلومات على القراء بحجة حمايتهم من الأفكار المعارضة للسلطة القائمة في المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة، ومن ناحية أخرى، لا يجب حجب المعلومة بحجة أنها لا تثير انتباه القراء أو اهتمامهم، وفي الواقع العملي فإن هذا المفهوم قد أضعف من سيطرة السلطة السياسية في تحديد نوعية المعلومات التي تقدم للقراء، كذلك فلقد لعب هذا المفهوم دوراً كبيراً في

(1) عبد الله بدران، مرجع سابق، ص 76.

(2) فاروق أبو زيد: مدخل إلى علم الصحافة، مرجع سابق، ص 96.

(3) عبد الله بدران، مرجع سابق، ص 76.

القضاء على الصحافة الصفراء التي انتشرت في كثير من المجتمعات الأوروبية وفي الولايات المتحدة الأمريكية في فترة ما بين الحربين⁽¹⁾.

11- خدمة النشاط الاقتصادي وزيادة مساهمته في الناتج الوطني الإجمالي عن طريق الإعلانات التي تهتم التجار والزبائن.

12- تقديم برامج وألوان التسلية والترفيه⁽²⁾.

رابعاً - النظرية السوفيتية، الاشتراكية، الشمولية؛

يعد ماركس فيلسوف هذه النظرية وأكبر منظريها، وتستند فلسفته إلى ما يعرف بالفلسفة المادية، أو الجدلية المادية، التي تطورت فيها بعد إلي الجدلية المادية التاريخية، بالإضافة إلى الآراء الفلسفية لعدد من المنظرين والفلاسفة الذين شكلوا المصدر الأساسي لهذه النظرية أمثال لينين الذي تأثر بأفكار ماركس وتبناها.

تقوم هذه النظرية على ثلاثة مبادئ أساسية:

1- الجدلية المادية.

2- الجدلية المادية التاريخية.

3- سيادة الطبقة العاملة.

خصائص الإعلام في ظل هذه النظرية؛

1- يرى أنصار هذه النظرية أن وسائل الإعلام، وفقاً لنظرتهم، تتمتع بالحرية الكاملة⁽³⁾. ينتقد لينين حرية الصحافة في النظام الرأسمالي، ويقدم تعريفاً لها، فيرى أن الرأسماليات تعرف حرية الصحافة بأنها وضع "تُلغى فيه الرقابة، وتنتشر كل الأحزاب بحرية كل أنواع الصحف. وفي الحقيقة، هذه ليست حرية

(1) فاروق أبو زيد: مدخل إلى علم الصحافة، مرجع سابق، ص 96.

(2) عبد الله بدران، مرجع سابق، ص 76.

(3) المرجع نفسه، ص 87.

الصحافة، ولكنها حرية أن يخدع الأغنياء والبورجوازيون الجماهير المقهورة المستغلة"⁽¹⁾.

2- إن حرية الصحافة مفوضة أولاً للحزب الذي في السلطة (الحزب الشيوعي) بافتراض أنه يمثل الشعب. وتعد حرية الصحافة حقاً جماعياً بدلاً من كونها حقاً للفرد. ثانياً، حرية الصحافة في البلاد الشيوعية ملك للدولة بما أن دور وسائل الإعلام هو دور توجيهي، والتوجيه هو مسؤولية الحكومة.

3- تركز دعامة الملكية في هذه النظرية على أساس أن وسائل الإعلام لا بد وأن تكون في نطاق الملكية العامة حتى تكون تعبيراً عن مصلحة المجتمع وأهدافه وبعيداً عن نزوات الأفراد وأنانيتهم، وأن الملكية العامة لهذه الوسائل تؤدي إلى إتاحة حرية التعبير على نطاق شعبي عريض، وإلى تأمين وسائل الإعلام وبخاصة الصحافة من أخطار الإشهار، وإلى رفع مستوى المادة الإعلامية بعدم الجري وراء القراء والمستمعين والمشاهدين بالفضائح والأخبار التافهة المثيرة. إن الحكومة تمتلك وسائل الإعلام ملكية تامة، وتسيطر عليها، وبهذا يعتبر النظام الإعلامي في الدولة جزءاً لا يتجزأ من النظام الحكومي ذاته. إن امتلاك الدولة لوسائل الإعلام يضمن ما يسمى "بالنقاء الأيديولوجي"⁽²⁾.

4- يتميز الإعلام في ظل هذه النظرية بالولاء الكامل والدائم لنظام الحكم وعلى وسائل الإعلام تسجيل الواقع بالصورة التي ترضي السلطة وذلك في ظل غياب المعارضة الحقيقية⁽³⁾.

5- تخضع وسائل الإعلام في ظل هذه النظرية إلى رقابة كلية، فقد تمتد هذه الرقابة إلى ماركس ولينين عندما تتوافق كتابتهما مع الحقيقة الواقعة، وعلى سبيل

(1) ل. جون مارتن، أنجو جروفنر شودري: نظم الإعلام المقارنة، ترجمة علي درويش، الطبعة الأولى (مصر: المدار الدولية للنشر والتوزيع، 1991م) ص 52 - 53.

(2) المرجع نفسه، ص 162.

(3) محمد السيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام، مرجع سابق، ص 229.

المثال لا يرى المرء أبداً آراء كتلك التي طرحها ماركس عندما قال "الصحافة التي تخضع للرقابة تظل سيئة حتى عندما تنتج أشياء طيبة" أو "الصحافة الخاضعة للرقابة لها تأثير سلبي على الأخلاق"⁽¹⁾.

6- يُمنع ويُحظر على الصحافة توجيه أي نقد إلى الحكومة أو إلى الحزب، ولا يُسمح لها إلا بانتقاد البرامج التنفيذية، وهي تتطلق في ذلك من أن الحقيقة السياسية الوحيدة هي الحقيقة التي تخدم الشعب، وتصون مصالحه، ومن هنا لا يُسمح بالنقد في الأصول والجذور، وإنما يُسمح فقط بالنقد التكتيكي في التفاصيل، دون النقد الاستراتيجي للمبدأ أو العقيدة.

7- يتم التحكم في الصحافة من خلال الإصدار والموارد المالية ومصدر المعلومات، فضلاً عن القوانين والتشريعات التي تصاغ وتفسر بالشكل الذي يخدم أهداف الدولة والحزب⁽²⁾.

8- تصمم وسائل الإعلام في ظل هذه النظرية لضمان عرض الأيديولوجية الماركسية اللينينية بالإضافة إلى عرض فحوى إنجازات النظم الشيوعية. كما تعد وسائل الإعلام أيضاً أداة في الصراع الأيديولوجي بين الشيوعية والماركسية.

9- تدعم الأنظمة وسائل الإعلام بصورة مكثفة، ولا تعتبر إيرادات التوزيع أو الإعلانات ذات مغزى مالي هام، لأنه لا ينتظر من وسائل الإعلام تحقيق ربح مادي معين، وإنما تكمن أهمية وسائل الإعلام في مساندة الحزب.

10- تتمثل المبادئ الأساسية للصحافة السوفيتية والتي تعرف باسم مبادئ لينين التي دعا من خلالها إلى نوع جديد من الصحافة، وهذه المبادئ قابلة للتطبيق على كل وسائل الإعلام السوفيتية، كما أن الدول الشيوعية تتبناها بصفة عامة

(1) ل. جون مارتن، أنجو جروف شودري، مرجع سابق، ص 172.

(2) السيد بخت محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية، دراسة تطبيقية في الصحافة القومية والحزبية خلال 1987 - 1990، مرجع سابق، ص 106.

في: النزعة الحزبية، المحتوى الرفيع من الفكر الإيديولوجي، الصدق، الشخصية القومية/الشعبية، الشخصية الجماهيرية، النقد والنقد الذاتي في الصحافة⁽¹⁾.

11- ينتقد لينين موضوعية الصحف الغربية التي تتباهى بأنها تقدم الطرح الموضوعي المعتمد على الحقائق، كما أنه يرفض هذا النوع من الموضوعية ويصفها بأنها سخيفة، فاضحة، ضارة⁽²⁾.

أخذ على هذه النظرية أنها تحرم المواطن حقه في معرفة حقيقة الأحداث، حتى يتمكن من الحكم الصائب على الأمور، وتحديد وجهة نظره على أسس سليمة، واتخاذ القرار الصحيح، وليس مجرد قرارات تتخذها الحكومة أو الحزب، وتكمن قيمتها في نقد الأوضاع الصحفية في العالم الغربي، وتحليلها لهذه الأوضاع وفق منهج جدلي نقدي، ساهم في كشف مساوئها، لكن البديل الذي قدمته كان مُرا، فلا يعدو كونه عملية استبدال الاحتكار الرأسمالي، باحتكار الدولة، وكلا منهما يؤدي إلى غياب التعددية والتنوع وحرية الرأي.

لكن الإعلام في ظل هذه النظرية عرف تحولا كبيرا في فترة السبعينيات من القرن العشرين بعد الإصلاحات التي دعا إليها الرئيس السوفياتي ميخائيل جورباتشوف، وفي ظل المفاهيم والمصطلحات الجديدة التي نادى بها ويأتي على رأسها "البروسترويكا" و"الجلاسنوست"^(*) وقد أضاف جورباتشوف إلى معادلته التي تربط بين "البروسترويكا" و"الجلاسنوست" عنصرا جديداً وهو الإعلام.

وهكذا، فإن صورة النظام الإعلامي القائم الآن في هذه البلدان تختلف عما كانت عليه، فقد استعار الإعلام في هذه المجتمعات الكثير من مقومات وخصائص النظام الإعلامي الليبرالي، ولكن ينبغي أن نسجل تحفظا على قدر

(1) ل. جون مارتن، أنجو جروفنر شودري، مرجع سابق، ص 167.

(2) المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

(*) الجلاسنوست: المصارحة، العلنية، والمكاشفة، أنظر فاروق أبو زيد: أهيأ النظام الإعلامي الدولي، (القاهرة: عالم الكتب، 1991م)، ص 181.

كبير من الأهمية، وهي أن ملكية وسائل الإعلام مازالت ملكية جماعية، كما أن الحريات الممنوحة لوسائل الإعلام لم تترجم حتى الآن في قوانين الإعلام والمطبوعات تحدد واجبات الإعلاميين وحقوقهم، وتحمي هذه الحريات من الإطاحة بها⁽¹⁾.

خامسا - النظم المختلفة :

لقد حاولت بلدان العالم الثالث^(*) تبني نظاما إعلاميا يتفق ويتمشى وخصوصيات هذه المجتمعات التي تتسم في معظمها بأنها حديثة الاستقلال أو أنها مازالت تتن من الاستعمار بأوجهه المختلفة، هذا بالإضافة إلى هشاشة النظام السياسي لهذه الدول، وبصفة عامة، إن عدم الاستقرار والنزاع والشقاق هو الذي يميز بلدان هذا العالم.

وعليه، تسعى بلدان العالم الثالث إلى إيجاد نوع من التوازن بين مصلحة الفرد ومصلحة المجتمع، الأمر الذي دفع بها إلى تبني النظم الرأسمالي والاشتراكي ومحاولة أقلمتهما مع واقع هذه المجتمعات.

يقع العالم الثالث بين العالم الغربي والعالم الشيوعي، وفي أحد أطرافه ينقل بعض بلدانه المفهوم الغربي الليبرالي للصحافة، وفي الطرف الآخر بلدان أخرى

(1) فاروق أبو زيد: اهيار النظام الإعلامي الدولي، مرجع سابق، ص 181 - 198.

(*) دول العالم الثالث اصطلاح يشير إلى مجموعة الدول التي تشتق طريقاً ثالثاً بين العالم الرأسمالي والعالم الاشتراكي والتي لها ظروف اجتماعية واقتصادية تختلف كثيراً عن دول الكتلتين، تنتشر هذه الدول في آسيا وإفريقيا وأمريكا اللاتينية، أنظر محمد منير حجاب: الإعلام والتنمية الشاملة (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 1998م)، ص 16-17.

ويرى البعض أن مصطلح العالم الثالث يمثل إذعائاً أمام مفهوم السيادة الشعبية الذي يضفي منزلة على الأمم المستقلة بغض النظر عن درجة نموها الاقتصادي، ولقد طرحت مصطلحات مختلفة على هذه الأمم، بدأت في القرن 19 بإطلاق اسم (جمل الرجل الأبيض) على المستعمرات، وبعد ذلك سميت (الأمم المتخلفة)، وبعد عام 1945 راج مصطلح (الأمم الناقصة النمو) بعض الوقت، في آن واحد مع اصطلاح (الأمم الأقل نمواً) وبعد ذلك تم التخلي عنه ليستخدم بدلاً منه مصطلح (الدول النامية) الذي توارى بدوره ليحل محله المصطلح الشائع حالياً، دول العالم الثالث. انظر ل. جون مارتن، أنجو جروفو شودري، مرجع سابق، ص 448.

تصوغ نفسها وفق المفهوم الماركسي الينيني للصحافة. وهناك دول تقع بين النقيضين المتطرفين يحاول معظمها مستميتا تنمية بلدانهم بأسرع ما يمكن⁽¹⁾.

تعطي عموما الدول التي اختارت النموذج الغربي قدراً كبيراً من حرية الصحافة في الظروف العادية، لكن هذا لا يستبعد تقييدها أو فرض الرقابة عليها في حالة ما إذا كانت هذه البلدان مهددة داخلياً أو خارجياً.

أما بالنسبة للدول ذات التوجه الاشتراكي، الشيوعي، فإنها تحرم قيام صحافة حرة ومستقلة، ففي هذه الدول تملك الحكومة أو الحزب جميع أجهزة الإعلام وتسيطر عليها.

أما فيما يتعلق بصحافة التنمية، فيرى محمد سعد إبراهيم في كتابه "الصحافة والتنمية السياسية" أنه من الصعب تحديد هذه النظرية في عبارة واضحة، فهي لا تزال مجموعة من الآراء والتوصيفات الملائمة لمكانة وسائل الإعلام ووظائفها في الدول النامية، ويرى أن تقرير ماكبرايد هو أفضل المصادر التي يمكن الاعتماد عليها في طرح مجموعة من الآراء حول الاستخدام التتموي لوسائل الإعلام⁽²⁾.

ويرى جون مارتن وأنجو جروفنر شودري في كتابهما "نظم الإعلام المقارنة" أنه لا بد من التفرقة بين صحافة التنمية ووسائل الاتصال المساندة للتنمية والتي تصمم لدعم ودفع قضية التنمية الاقتصادية. وفي الدول التي يكون الإعلام فيها تحت السيطرة الحكومية، يحدث تداخل بين المفهومين، ويختلط كل منهما بالآخر في كثير من الأحيان⁽³⁾.

(1) ل. جون مارتن، أنجو جروفنر شودري، مرجع سابق، ص 448.

(2) محمد سعد إبراهيم، مرجع سابق، ص 178.

(3) جون مارتن، أنجو جروفنر شودري، مرجع سابق، ص 82-83.

إن صحافة التنمية تتطلب من الصحفي كما يقول ناريندر أجاروالا N. Aggarwala أن يتفحص بعين ناقدة، ويقوم، ويكتب عن مدى ارتباط المشروع التنموي بالحاجات المحلية والقومية، ويتفحص الاختلافات بين الخطة وتطبيقها، والاختلاف بين أثرها على الناس في تصريحات المسؤولين وبين أثرها الفعلي⁽¹⁾.

ففي الوقت الذي ترتفع فيه أصوات المسؤولين في دول العالم الثالث بضرورة مساهمة وسائل الإعلام في عملية التنمية وأنه يعول عليها إلى حد كبير في إنجاح خطط التنمية، يرى بعض الباحثين أن ذلك سيؤدي إلى تضيق حرية الصحافة. لقد جاء في خاتمة دراسة عن حرية الصحافة في العالم أعدها الباحثان "تام" و"أوه" في سنة 1973 أنه عندما تُوله التنمية فإنه لا يمكن أن يكون هناك سوى مجال ضئيل لحرية الصحافة التي هي نقيض الطبيعة المخططة لجهود التنمية⁽²⁾، إن الجهود الكبيرة للتنمية التي تبذلها الصفوة الحاكمة في هذه الدول لا تترك مجالاً واسعاً لصحافة حرة ومستقلة كالمفهوم الغربي، كما أنه إذا لم تعط الصحافة دور "المفتش العام" بما يسمح لها بقدر عظيم من حرية العمل فإن برامج التنمية التي تقوم بها الطبقة الحاكمة يمكن أن تنتهي بإثراء عدد قليل نسبياً من الأفراد بسبب الاستعداد الغريزي لدى الإنسان لأن يفسد عندما يكون في أي مركز من مراكز السلطة⁽³⁾.

لقد أدى عدم وضوح الرؤية بالنسبة لدول العالم الثالث إلى إفراز خليط من النظم الإعلامية. ففي الوقت الذي يرى فيه البعض أنه من الصعوبة بمكان تعميم وتجميع جميع الخصائص والمميزات وسحبها على كل مجتمعات العالم الثالث،

(1) Narinder Aggarwala, *What is Development News?* In Journal of Communication 29 (Spring 1979) p. 180.

نقلاً عن محمد سعد إبراهيم، مرجع سابق، ص 179.

(2) ل. جون مارتن، أنجو حروفو شودري، مرجع سابق، ص 432.

(3) المرجع نفسه، ص 431-433.

يرى البعض الآخر أنه ينبغي ألا يتبادر إلى الذهن أن تجارب العالم الثالث من التنافر والتضاد والتشتت بحيث لا يمكن أن يجمعها إطار أو فلسفة أو نسق.

إن العالم الثالث يشترك في فلسفة الحكم وسند الحكم بغض النظر عن الميل شرقاً أو الميل غرباً إذ يرتكز سند الحكم على ثلاث ركائز أساسية:

1- قوة عسكرية من الجيش والشرطة والاعتماد عليها في قمع من يتصدى للنيل من نظام الحكم أو يحاول تغييره.

2- وجود أيديولوجية مقبولة جماهيرياً ولو على الأقل من حيث الشكل.

3- الاعتماد الكبير على الإعلام ومحاولة تقويته في إطار مساندة للسلطة⁽¹⁾.

لكن على الرغم من ذلك، لا يمكن أن نقول بوجود نظرية إعلامية تجمع كل بلدان العالم الثالث، نظراً لطبيعة هذه البلدان والاختلافات الموجودة بينها. إن المتتبع لمسار الإعلام في مختلف بلدان العالم الثالث يكتشف ولو من الناحية الشكلية الاختلاف الموجود بينها، فحتى وإن تشابهت الأنظمة الإعلامية من حيث انتماءاتها واهتماماتها وأهدافها، فإن أغلب مضامين المادة الإعلامية في العالم الثالث تختلف في الرؤية والتركيز والمعالجة.

وبصفة عامة، تتنوع ملكية وسائل الإعلام في دول العالم الثالث تنوعاً كبيراً، هذا التنوع يفسر ظروف العالم الثالث الاقتصادية والثقافية والسياسية والاجتماعية. فمن البديهي أن الصحافة كنظام فرعي يمثل جزءاً من نظام شامل للبلاد كلها فإما تعاني المتاعب أو يزدهر وضعها وذلك وفقاً لأحوال البلاد، وبما أن دول العالم الثالث غير مستقرة سياسياً واقتصادياً فإن الصحافة لا بد وأن تعاني الرقابة المشددة.

إن أغلب حكومات العالم الثالث تستخدم طريقة أو أخرى في السيطرة على مضمون الإعلام، فبعض الحكومات تمارس سيطرتها على المضمون عن طريق

(1) محمد السيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام، مرجع سابق، ص 231.

التحكم السابق في النشر وذلك عن طريق إبلاغ رؤساء التحرير بالموضوعات "الحساسة" التي يجب أن تترك جانباً، وهناك حكومات أخرى تقوم بإصدار قوانين تحدد المعلومات غير الصالحة للنشر أو للإذاعة وكذلك هناك بعض الحكومات التي تلجأ إلى الرقابة الرسمية المباشرة لتوقف أي أخبار "ضارة بالدولة" من أن تُنشر، ولكن هناك أشكال أخرى أكثر أهمية ودقة للتحكم في الأخبار، ففي أغلب الأحيان تقرر الحقائق الأيديولوجية والسياسية والثقافية والاقتصادية والاجتماعية في بلدان العالم الثالث نوع الأخبار التي تقرؤها الأمة وتسمعها وتشاهدها⁽¹⁾.

لقد قامت المنظمة الدولية للصحفيين عام 1989 بإصدار مؤلف يحتوي على عدد من البحوث التي أجريت على حقوق والتزامات القوائم بالاتصال في أنحاء العالم المختلفة تحت إشراف اليونسكو، ونستطيع أن نستخلص بعض النتائج التي أعدتها الدراسة الخاصة بالقوانين والتشريعات المنظمة للعمل الصحفي في البلاد العربية:

- أن التشريعات الصحفية غير مستقرة في البلاد العربية ويرجع ذلك إلى كثرة التغييرات التي تحدث في الدستور أو في القرارات والأحكام القانونية والقضائية.

- نصت الدساتير العربية على مبدأ حرية التعبير وحرية النشر والصحافة مستخدمين الكلمات نفسها المستعارة من الفقرة 19 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان إلا أن هذه الفقرات كلها مقيدة بعبارات مثل "في حدود القانون".

- تتفق معظم البلاد العربية في تقييد حرية إصدار الصحف.

(1) ل. جون مارتن، أنجو جروفو شودري، مرجع سابق، ص 83.

أوضحت الدراسة وجود اختلافات في الحقوق والمسؤوليات الخاصة بالصحفيين في البلاد العربية طبقاً لاختلافات نظمها السياسية والإعلامية التي تحكم المؤسسات الصحفية أو في قانون النشر وفي قانون العمل⁽¹⁾.

قدم ويو (Wiiو) تصنيفاً⁽²⁾ اعتمد فيه على قياس مدى انفتاح النظام الإعلامي، فكلما زاد التبادل زاد انفتاح النظم وصعبت عملية التنبؤ بأوضاعه، وكلما زاد انغلاق النظام زادت القدرة على التنبؤ بحالاته.

إن نظام استقبال مفتوح يعني أن أي شخص يستطيع أن يصبح من الجمهور، وكلما زاد انفتاح نظام الرسائل قلت القيود المفروضة عليها، وانطلاقاً من هذا قدم ويو تصنيفاً اعتمد على بعدي (المتلقي والرسالة)، يضم أربعة نظم إعلامية متغيرة لأي نظام اجتماعي:

الإعلام المقيد: ويعني نظاماً إعلامياً يوجد فيه جمهور منفتح بقدر الإمكان، ولكن نظام الرسالة منغلق نسبياً بسبب وجود قيود على الرسالة - سواء كانت القيود سياسية كالرقابة أو تنتمي إلى نوع آخر من القيود التي تحد من اختيار الرسائل كالدين أو الضغوط التجارية - ويبرز هذا النموذج في الدول الشيوعية وأيضاً في أي نظام سياسي مركزي.

الإعلام المنفتح: هو ذلك النظام حيث الجمهور والقيود على الرسائل يكونان منفتحين بقدر الإمكان، ويقترب هذا النظام من الشكل الغربي التقليدي.

الإعلام الخاص: وهو على النقيض من النظام المنفتح، حيث يكون كل من الجمهور ونظام الرسائل منغلقاً نسبياً، ويبرز هذا النموذج في المجتمعات البدائية

(1) عواطف عبد الرحمن، ليلي عبد المجيد، نجوى كامل، القائم بالاتصال في الصحافة المصرية، سلسلة دراسات صحفية (جامعة

القاهرة - كلية الإعلام - مطابع كلية الإعلام - دون سنة نشر) القاهرة، ص 74-75.

(2) ل. جون مارتن، أنجو جروف شودري، مرجع سابق، ص 132-135.

التي لا تتمتع بنظام إعلامي جماهيري (الأمثلة النموذجية على هذا النظام تتجسد في الخطابات والاتصالات الهاتفية).

الإعلام الموجه: هو نظام إعلامي يكون فيه الجمهور منغلقا، ولكن نظام الرسائل يكون منفتحا، وفيه تكون القيود على اختيار الرسائل محدودة، ولكن ليس من حق أي فرد أن ينضم إلى نظام الرسائل، ومن أمثلة الجمهور، القيود الاقتصادية والعرقية، فمثلا أقلية ذات لغة خاصة بها، ربما لا تعرف اللغة المستخدمة في الوسيلة السائدة، أو أن استخدام وسائل الإعلام يعد شيئا باهظ التكاليف لقطاع كبير من النظام الاجتماعي مثلما يحدث في كثير من الدول النامية.

كما قدم ويو تصنيفا آخر يقوم علي بعدي ملكية الوسيلة والتحكم فيها (السيطرة)، ويكون بعد الملكية عاما أو خاصا والتحكم يكون مركزيا أو لا مركزيا.

النموذج اللامركزي العام (الجماهيري): ويقوم على نظام التحكم اللامركزي، فلا تستطيع أي مجموعة سياسية أو مجموعة صاحبة مصلحة أن تسيطر على الرسائل الإعلامية، وفي حالة ترشيح النظام هيئة حكومية كالبرلمان أو مجلس الوزراء للرقابة على وسائل الاتصال، فإنها لا تتفرد بهذه المهمة، ولكن تشاركها نظم تحكم أخرى في ذات الوقت.

النموذج الجماهيري المركزي: هو النموذج الاشتراكي أو الشيوعي المثالي حيث يمتلك المجتمع الإعلام ويتحكم فيه مركزيا الحزب السياسي.

النموذج الخاص اللامركزي: وتكون وسائل الإعلام في هذا النموذج مملوكة ملكية خاصة، ولا يوجد تحكم مركزي.

النموذج الخاص المركزي: بالرغم من ملكية وسائل الإعلام ملكية خاصة في هذا النموذج، إلا أن الحاكم يتحكم فيها مركزيا.

ويخلص ويو من خلال التحليل الذي قدمه لمختلف النظم الإعلامية، إلى أنه لا يوجد شيء اسمه النموذج الغربي لوسائل الإعلام. ولكن كل شيء يتوقف على أي الأبعاد قد اختيرت للتحليل، وأن الفرق بين النموذج الأحادي وبين النموذج التعددي هو أن النموذج الأحادي المركزي لوسائل الإعلام يخدم أغراضا إيديولوجية أما النموذج التعددي (اللامركزي) فله أهداف مختلفة وتفسيرات مختلفة، وفي الوقت الذي يتركز النموذج الأحادي على المرسل، نجد أن النموذج التعددي يتركز حول المستقبل⁽¹⁾.

أما ماكويل فقد أضاف لنظريات الإعلام الأربعة والمعتمدة في كل التصنيفات، نظرية التنمية (الخاصة بدول العالم الثالث، ونظرية المشاركة الديمقراطية، وهكذا يطرح ماكويل ست نظريات في ميدان الإعلام⁽²⁾.

ونظرا للانتقادات التي وجهت لمختلف التصنيفات القديمة من حيث أنها لم تعد قادرة على تفسير الواقع الإعلامي المعاصر وما صاحبه من تطورات وتحولات سياسية وتكنولوجية وإعلامية منذ عقد التسعينيات من القرن الماضي، قدم أوستيني وأنتوني⁽³⁾ نموذجا يشرح أنماط ملكية وسائل الإعلام اعتمادا على تحليل الممارسات الواقعية للمؤسسات الإعلامية في إطار علاقتها بالسلطة السياسية، فضلا عن أن الباحثين اختبروا النموذج عمليا وخلصوا لوجود مجموعتين من العوامل عند تحليل أنماط ملكية وسائل الإعلام داخل مجتمع معين تمثلا في مجموعة العوامل البنوية ومجموعة من العوامل المهنية.

(1) ل. جون مارتن، أنجو جروفنر شودري، مرجع سابق، ص 136-137.

(2) Mcquail D. : *Mass Communication Theory* (London: Sage Publications, 1987) pp. 113- 12.

نقلا عن شيرين سلامة السعيد، صور الدول الفاعلة في النظام الدولي، دراسة تحليلية لعينة من الصحف العربية في الفترة من سبتمبر

2001 وحتى عام 2003، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الإعلام) القاهرة 2008 م، ص 118

(3) المرجع نفسه، ص 119 - 120.

وتتمثل العوامل البنوية في القيود المفروضة على وسائل الإعلام والعاملين فيها، وتقع هذه القيود على مقياس تمثل النقطة الأولى فيه أقصى درجات الديمقراطية وتندرج نقاط التباين عليه بعد ذلك إلى أن تنتهي إلى أقصى نقطة من نقاط السلطوية، وتعرف الديمقراطية في هذا الإطار على أنها درجة الحرية التي تمارس بها وسائل الإعلام الحق في نقد سياسات الدولة دون قيود تحد من ممارسة هذا الحق وإتاحة الفرصة لتدفق الأفكار في السوق الإعلامي بحرية.

أما العوامل المهنية فيمكن فهمها من خلال منظورين أساسيين، أحدهما فردي يتمثل في القيم المهنية التي يتبناها العاملون في حقل الإعلام، ويتم اكتسابها من خلال التعلم والتدريب، والآخر اجتماعي يتمثل في مجموعة القيم والثوابت التي تسود المجتمع والتي يمكنها أن تعكس لوائح المؤسسات التي تضم العاملين في مهنة الإعلام ومواثيق أخلاقيات المهنة، وغير ذلك مما يعكس رؤية السلطة للقيم التي يجب أن تمارس أو تحكم المهنة.

وخلص أوستيني وأنتوني إلى طرح نماذج وسائل الإعلام ممثلة في النموذج الديمقراطي المحافظ حيث يتميز النظام السياسي في إطاره بديمقراطية، وتكون القيم المهنية لأغلب الإعلاميين محافظة إذ يعملون على مساندة مجموعة الثوابت التي يقوم عليها المجتمع وتتمثل في الرأسمالية على المستوى الاقتصادي والديمقراطية على المستوى السياسي، النموذج الديمقراطي الليبرالي وفي إطاره يتبنى كل من النظام السياسي والعاملون في مهنة الإعلام قيم النقد والتعبير الحر دون أي قيود ظاهرة أو خفية، النموذج السلطوي المحافظ وفيه تسيطر السلطة السياسية على المضامين التي تقدمها وسائل الإعلام، وفي الوقت نفسه يساند العاملون في المهنة هذه السيطرة، النموذج السلطوي الليبرالي، وفي إطار هذا النموذج توجد سلطة سياسية ترفض حق النقد والتعبير الحر، ولكن العاملين في وسائل الإعلام يساندون عمليات الإصلاح الاجتماعي فيما يقدمون من مضامين.

خاتمة:

على الرغم من الانتقادات الموجهة للتصنيف الذي وضعه سيبرت وبيترسون وشرام، إلا أنه لا يزال أكثر التصنيفات صلاحية لتحديد ماهية الأنظمة الإعلامية، فضلا عن أن المبادئ والأسس التي تقوم عليها النظريات الأربعة تجد صداها في أغلب النظريات التي سعت لتصنيف النظم الإعلامية فيما بعد، ولم يخرج في تحديد هذه النماذج عن طبيعة العلاقة بين السلطة ووسائل الاتصال كمحدد رئيسي في رسم معالم نظريات الإعلام، ولهذا سوف نعتمد على هذا التصنيف في تحديد مفهوم الخبر والذي لا يخرج هو الآخر عن نطاق الفلسفة الذي وُجد فيها أي المنطلقات الإيديولوجية للأنظمة القائمة وإلى نوع النظرية الإعلامية المتبعة فيها، إن الاختلاف في تعريف الخبر ذو طبيعة فلسفية وليس خلافا مهنيا يقوم على تنوع الأداء أو الرؤية الأسلوبية.

المبحث الثاني: الخبر في النظرية الليبرالية.

نتطرق في هذا المبحث إلى تعريف الخبر في النظرية الليبرالية، انطلاقاً من أن الخبر عرف تطوراً كبيراً في ظل الفلسفة الليبرالية حيث وضعت له معايير واضحة، وضوابط محددة.

ويشمل المبحث الثاني العناصر التالية:

1- حصر أسباب تعدد تعريفات الخبر، حيث ارتأينا الخوض في تعريفات الخبر في الأنظمة الإعلامية المختلفة، قبل سرد العوامل التي تقف وراء صعوبة إيجاد تعريف واحد للخبر.

2- طرح تعريفات بعض الإعلاميين والأكاديميين الغربيين للخبر والتي لا تخرج عن نطاق الفلسفة الليبرالية.

3- تعريف الخبر في ظل نظرية المسؤولية الاجتماعية التي جاءت لوضع حد لتجاوزات الليبرالية، ومنه تغيرت النظرة للخبر الذي بني أساساً على الخلفية الفلسفية لهذه النظرية.

4- تعريف الخبر الصحفي في إطار المدرسة المهنية التي تولي أهمية للمعايير المهنية للخبر، ومدرسة الإثارة التي ترى أن عنصر الإثارة يعد بمثابة العمود الفقري في الخبر الصحفي.

تمهيد:

إن تعريف الخبر أو الأخبار وصيغها يدور حوله جدل كبير، ما جعل إعطاء تحديد دقيق وجامع للخبر مسألة تختلف من باحث إلى آخر، أو من وسيلة إلى أخرى أو من مجتمع إلى آخر، أو من نظام إعلامي إلى آخر، وقد نجد تفسير ذلك في مختلف التعريفات التي قدمت لهذه المادة التي لا بد منها في أي عمل إعلامي أو التي تعد العمود الفقري لباقي الأنواع الصحفية الأخرى كالتعليق، الحديث، العمود... الخ.

أسباب تعدد تعريفات الخبر:

تقف أسباب كثيرة وراء الاختلاف في تقديم تعريف موحد للخبر، إذ يكاد يجمع الباحثون على أنه لا وجود لتعريف واحد لهذه المادة الإعلامية أو سيد فنون الإعلام القديمة والحديثة، ويذهب روشكو إلى اعتبار "أنه من السهل ملاحقة الخبر بدلا من تعريفه، وهي خاصية يشترك فيها مع القيم المجردة مثل الحب والحقيقة"⁽¹⁾.

إن المنتبِع لتطور مفهوم الخبر عبر مختلف الدراسات التي أنجزت في هذا الصدد، يلاحظ وجود تعريفات متعددة ومختلفة، حاول من خلالها الباحثون تقديم تعريف للخبر انطلاقا من زاوية يعتقدون أنها المنطلق الأساسي الذي يُؤخذ به عند تعريف الخبر، ويلاحظ ماكويل أن كثير من الصحفيين ينظرون إلى تعريف الخبر على أنه ميتافيزيقي ومحاولة للمبالغة في التنظير لشيء يُفهم بالبداهة⁽²⁾.

تتطوي محاولة حصر تعريفات الخبر على مهمة شائكة، لا تقل صعوبة عن محاولة تعريف الخبر ذاته، فمن ناحية يوجد كم هائل من التعريفات المطروحة، حيث يصعب سردها، وتزداد الصعوبة لأن عددا كبيرا منها مكرر،

(1) Graham Meikle: *Interpreting News* (London: Palgrave Macmillan, 2009), p. 9.

(2) Ibid. p.10.

أو مقدم بصيغ، أو عبارات متشابهة، بالإضافة إلى عدم وجود معيار محدد، يمكن الاعتماد عليه في تصنيف هذه التعريفات⁽¹⁾، "ويرجع الاختلاف في النظرة إلى مفهوم الخبر ووظيفته في وسائل الإعلام وفي المجتمعات المختلفة إلى تعدد المنطلقات الأيدولوجيا للأنظمة القائمة وإلى نوع النظرية الإعلامية المتبعة فيها. فهو في طبيعته خلاف فلسفي وليس خلافا مهنيا يقوم على تنوع الأداء أو الرؤية الأسلوبية لنوع الزاوية التي يختار فيها الصحفي البدء بروايته الإخبارية"⁽²⁾.

وقد حظيت الأخبار بهذا الاهتمام لأنها "أساس ما ينشر من أنواع صحفية أخرى، فهي الأساس الذي ينطلق منه في كتابة المقال الصحفي بأنواعه المختلفة، حيث ينطلق من الخبر لإبداء رأي في حدث ما أو قضية أو مسألة يطرحها هذا الحدث، أو بمعنى آخر، الخبر هو الأب الشرعي لغيره من الفنون التحريرية وبدونه لا تقوم لها قائمة"⁽³⁾.

إن مفهوم الخبر يختلف من عصر إلى آخر، ذلك أن هناك عوامل كثيرة تساهم في إعطاء تحديد لهذه المادة الإعلامية، فالتعريفات المقدمة للأخبار في القرن التاسع عشر تختلف عن التعريفات المطروحة في القرن العشرين، كما أن معنى الخبر قد اتخذ منحى آخر في القرن الواحد والعشرين.

وسنحاول في هذا الجزء تقديم بعض الأسباب التي تقف وراء صعوبة إيجاد تعريف واحد للخبر الصحفي.

1- إننا نتعامل في هذه الحالة مع مادة تطرح قضايا إنسانية، والتي لا يمكن أن تتوافق في مختلف الأزمنة والأمكنة، إذ أن كل ما يتعلق بالعلوم الإنسانية لا يمكن تحديده تحديدا دقيقا، فالصحفي في هذه الحالة إنسان يقوم بشحن الخبر

(1) إبراهيم عبد النبي عبد الفتاح: سوسيولوجيا الخبر الصحفي، دراسة في اتقاء ونشر الأخبار، مرجع سابق، ص16.

(2) عبد النبي خزعل: فن تحرير الأخبار في الإذاعات الدولية بين التوظيف والموضوعية، الطبعة الثالثة (الأردن: المدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع ودار الثقافة للنشر والتوزيع، 2003 م.) ص 122.

(3) إسماعيل إبراهيم: فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، الطبعة الثالثة (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003 م.) ص9.

بخلفيات سياسية وثقافية ونفسية، فالمعايير المستخدمة لدى الصحفيين عند انتقاء الأخبار تعتمد إلى حد كبير على "الثقافة الإخبارية" في أي دولة، ومدى نظرة الصحفيين للمفاهيم المختلفة مثل حرية الصحافة، ومصداقية المصادر، ومدى السيطرة الحكومية على وسائل الإعلام⁽¹⁾.

من هذا المنطلق، تدخل اعتبارات أخرى في تحديد تعريف الخبر الصحفي، تتعلق بالدرجة الأولى بظروف صناعة المادة الإعلامية في حد ذاتها، هذه الأخيرة التي تعد نتيجة الإدارة الإنسانية والتاريخ والظروف الاجتماعية والمؤسسات والأعراف السائدة في المهنة.

2- يتم التمييز بين مختلف التعريفات التي تناولت الخبر على أساس نوع النظام السياسي والاقتصادي الذي تتبناه المجتمعات، ولهذا فإن معظم الأبحاث التي تناولت الخبر، تخصص في أحد أجزائها محورا خاصا للخبر في الدول الليبرالية، ومحورا لمفهوم الخبر في المجتمعات الاشتراكية، وتحديدًا آخر للخبر في الدول النامية، ويرجع هذا "لاختلاف الاتجاه السياسي والرأي العام من بلد إلى آخر، وكذا طبيعة المجتمع الذي تصدر فيه وسيلة الاتصال ونظرتة إلى الصحافة وإلى المادة الإخبارية وكذا طبيعة فهمه لدور الخبر ووظيفته في المجتمع الأثر البالغ في تحديد نوع المفهوم الذي تتبعه ونوع التعريف"⁽²⁾.

وفي هذا الإطار، تذكر اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الإعلام والمعروفة بلجنة ماكبرايد وقد كان من بين المهام الموكلة لها وضع تعريف لماهية الخبر، أن الأنباء التي يتم نشرها تعكس واقع وقيم المجتمع التي تنتشر فيه، بمعنى أن

(1) سعيد محمد السيد، حسن عماد مكاوي: الأخبار الإذاعية والتلفزيونية (القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1999م)، ص150.

(2) محمود أدهم: فن الخبر، الطبعة الثانية (القاهرة: د. دار نشر، 1987 م.)، ص42.

النظام السياسي والاجتماعي والثقافي يلعب دورا كبيرا في تقرير الأنباء التي تُنشر أو لا تُنشر وطريقة تحريرها وعرضها " (1).

3- ساهم التطور التاريخي لوسائل الاتصال الجماهيري في عدم الاتفاق على تحديد تعريف موحد للخبر، حيث اختلفت التعريفات المقدمة لهذه المادة الإعلامية من زمن إلى آخر، بل لقد عرفت تطورا زمنيا، أدى إلى وجود اختلاف بارز في تعريف الأخبار، "مفهوم الخبر قبل اختراع الطباعة (مرحلة النسخ) يختلف عن مفهومه بعد هذا الاختراع، ومفهوم الخبر في الصحف الأولى التي ظهرت في أوروبا في القرن السابع عشر يختلف عن مفهومه بعد ظهور الصحف الشعبية رخيصة الثمن" (2).

كما كان لظهور وسائل إعلام جديدة أثرا على تعريف الخبر نظرا لخصوصية كل وسيلة إعلامية مما قد يؤثر على طبيعة صياغة المادة الإعلامية، إذ أن التعريف الذي قُدم للخبر قبل ظهور وسائل الإعلام الجديدة يختلف بعد ظهورها، بل إن التعريف المقدم لأب الأنواع الإعلامية يختلف من وسيلة إلى أخرى، فالخبر المطبوع يختلف عن الخبر الإذاعي، كما يختلف الخبر الإذاعي عن الخبر التلفزيوني، ويختلف عن كل هذه التعريفات، عن المعنى المقدم للخبر في الصحافة الإلكترونية، فعلى سبيل المثال لقد "أضاف البث المباشر عبر الأقمار الصناعية بعدا جديدا للخدمة الإخبارية أدى إلى إعادة كتابة تعريف "الخبر" نفسه من شيء حدث إلى شيء يحدث في نفس اللحظة أو حدث تشاهده وهو يقع، إذ تعتبر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات واحدة من أكبر أسباب تغير مفهوم الخبر في فترة التسعينيات، فلكي تحافظ صحف عديدة على بقائها، قامت

(1) سعيد محمد السيد، حسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص 15.

(2) حسنى نصر، سناء عبد الرحمن: الخبر الصحفي، الطبعة الأولى (القاهرة: دار الكتاب الجامعي، 2003 م.) ص 42.

بإنتاج نسخ إلكترونية، يستطيع الناس الوصول إليها عن طريق الكمبيوتر وعن طريق الانترنت⁽¹⁾.

4- ذهب بعض الباحثين إلى أن الاختلاف في تعريف الخبر لا يقف عند هذا الحد، بل يتعداه إلى التنوع داخل كل وسيلة إعلامية، بحيث يجد الدارس نفسه أمام تعريفات متعددة ومختلفة ومن تم سيواجه صعوبة في إيجاد تعريف يجمع بين كل ما كتب في هذا الإطار.

5- إن تباين سياسات الصحف في المجتمع الواحد، تؤدي إلى تباين واختلاف في تحديد ماهية الخبر، فالصحف لا تنشر كل الأحداث والأخبار، بل تنشر ما تنشره، وفقا لاعتبارات مذهبية أو سياسية أو عقائدية أو فكرية، وعلى هذا فما يعتبر خبرا مهما في صحيفة من الصحف، قد لا يُحظى في صحيفة أخرى إلا بأسطر قليلة، وقد لا تعتبره خبرا جديرا بالنشر على الإطلاق، فما تعتقه مثلا صحف حكومية من تعريف للخبر قد يدور حول تأييد النظام، ودعم شرعيته، والدعاية لانجازاته، ونقد معارضييه، فيما قد تعتق صحف المعارضة مفهوما آخر، يدور حول إضعاف شرعية النظام القائم، وإبراز سلبياته ونقد رموزه⁽²⁾.

6- ومن الأسباب التي وقفت عائقا في إيجاد تعريف متفق عليه للخبر، تنوع الجماهير التي تتوجه إليها وسائل الإعلام، مما أدى إلى ضرورة تنويع الأخبار لإرضاء أكبر عدد من القراء والمستمعين والمشاهدين، مع ضرورة احترام الخصائص الديموغرافية لكل فئة، إذ ينتظر من القائم على صياغة المادة الإعلامية أخذ خصائص كل فئة بعين الاعتبار، لأن كل واحدة منها تفرز تعريفا خاصا للخبر، "وقد أدى ذلك كله، إلى ازدياد صعوبة مهمة رئيس التحرير عما

(1) سميرة محمد الدين الشبخاني، أثر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على تطور فنون الكتابة الصحفية، دراسة تطبيقية على الصحافة المصرية والسورية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام)، القاهرة 1999 م. ص 157.

(2) السيد مجيد محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية، دراسة تطبيقية في الصحافة القومية والحزبية 1989-1990، مرجع سابق، ص 146.

كان عليه في الماضي، لأن واجبه يتطلب تقديم أخبار متوازنة ومفهومة ترضي فئات مختلفة من الجمهور، ويعتمد نجاح واستمرار أي وسيلة إعلامية في المقام الأول على كسب ثقة وإرضاء الجمهور، وإلا انصرف عنها إلى وسيلة أخرى⁽¹⁾.

7- يُرجع بعض الباحثين بعض التعريفات المقدمة للخبر، وصعوبة الإجماع حول تعريف واحد لهذه المادة إلى عدم التمييز بين لفظ الخبر من ناحية، والقيمة الخبرية من ناحية أخرى، ويوضح عبد الفتاح عبد النبي هذه النقطة، من خلال التمييز بين مفهوم الخبر على أنه " كل قول أخبرت به مستمعه، ما لم يكن عنده، أو هو استجلاء لبواطن الأمور، مما يوصل إليها بالخبر، أما القيمة الخبرية، فالمقصود بها مدى التنوع في عناصر الخبر، بمعنى آخر الوزن النسبي للمعلومات التي تتضمنها القيمة الخبرية التي يتم نقلها، والخلط يرجع إلى تعريف الخبر من زاوية القيمة الخبرية، حيث يحاول كل صاحب تعريف أن يقرنه بعنصر أو أكثر من عناصر الخبر الصحفي، ولما كانت عناصر الخبر كثيرة ومتعددة ومرنة، وتختلف من مجتمع إلى آخر، بل ومن صحيفة إلى أخرى، داخل المجتمع الواحد، على ضوء السياسة التحريرية لكل صحيفة، فإن أي تعريف يصبح ناقصاً عند النظر إليه، من زاوية أخرى، غير زاوية كاتبه، كما أنه ليس من المنطقي أن يضم تعريف الخبر الذي يفترض منه أن يكون مختصراً ومحدداً جميع العناصر، لكي يكون جامعاً مانعاً، ويُحظى بالقبول من الآخرين"⁽²⁾.

8- يتفاوت تعريف الخبر أيضاً، حسب نظرة كل صحفي لوظيفته أو فهمه لها، وحسب تحديده لدوره داخل المجتمع، لأن معارف الصحفي واهتماماته هي

(1) سعيد محمد السيد، حسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص 15.

(2) إبراهيم عبد النبي عبد الفتاح: سوسيولوجيا الخبر الصحفي: دراسة في انتقاء ونشر الأخبار، مرجع سابق، ص 12-13.

التي تحدد تصوره ومن ثم تنعكس على تعريفه للخبر أو انتقائه واختياره للأخبار من خلال نشر بعض الأحداث والوقائع والإحجام على نشر أخرى، "فالأخبار لا تعكس بالضرورة الواقع، لكن قد تعكس بعض الجوانب التي تهتم الصحفي، كما أن الصحفي يتأثر في تحديده لماهية الأخبار بمجتمعه، وبخلفيته الاجتماعية وتدريبه وتعليمه، ومؤهلاته، وانتمائه الفكري والسياسي، وتصوره لدوره وعلاقاته بالجمهور، فالإعلاميون بلا شك أسرى لنظام قيمهم، ومصالحهم في اختيارهم للحقائق، وفي حكمهم عليها، وبفكرتهم السابقة عن المجتمعات التي يغطون أخبارها، كما تتحكم فيهم رغباتهم في تحقيق توقعات رؤسائهم، وما ينتظره منهم جمهورهم". (1)

إن الاعتبارات السابقة الذكر جعلت من الصعوبة إيجاد تعريف للخبر يناسب جميع وسائل الإعلام وجميع فئات المجتمع، ومن ثم فإنه لا يمكن تقديم تعريف واحد يتفق حوله الجميع، لأنه غالباً ما يؤخذ أحد هذه الاعتبارات كمحدد رئيس في أي محاولة لتعريف هذه المادة الإعلامية ويرى محمود منصور هيئة أن "صعوبة تقديم تعريف جامع، مانع للخبر لا يجب أن يدفعنا إلى تجاهل أهمية تحديد هذا التعريف. فمثل هذا التجاهل قد يوقعنا في الخلط بين مفهوم الخبر وبين العديد من المصطلحات المرتبطة به أو القريبة منه مثل الخلط بين مفهوم الخبر وعناصره من ناحية وبين أسس تقييم الخبر أو شروط نشره من ناحية ثانية" (2).

لكن الحقيقة التي لا يمكن تجاهلها أننا عندما نكتب الخبر، فإننا نتعامل مع وقائع وأحداث ونقوم بنقلها إلى القارئ، وفي هذه المرحلة لا يفكر أغلبية القارئ

(1) السيد بخت محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية، دراسة تطبيقية في الصحافة القومية

والجزئية 1987-1990، مرجع سابق، ص 147-148.

(2) محمود منصور هيئة: الخبر الصحفي وتطبيقاته (الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب، 2004 م.) ص 5.

على هذه العملية إن لم نقل جُلبهم في إعطاء تعريف للخبر ولا في الاختلافات بين التعريفات المختلفة والمتعددة التي قدمت للأخبار.

9- تدفعنا هذه الفكرة إلى طرح اختلاف آخر في تعريف الخبر، والمتعلق أساساً "بالتناقض الموجود بين الواقع الأكاديمي لتعريفات الخبر، وبين الممارسات العملية لمهنة الصحافة، فما تدرسه معاهد وكليات الصحافة، لا ينطبق حرفياً داخل المؤسسات الصحفية، ومن ثم توجد نظرتان في تعريف الخبر، أحدها يطرحها الدارسون الأكاديميون والأخرى يطرحها الممارسون"⁽¹⁾.

إن التعريفات المقدمة لتحديد الخبر لم تساعد على فهمه، لأنها قدمته وكأنه شيء جامع، بدلاً من أن تقدمه على أنه عملية متفاعلة ومعقدة.

• تعريف الخبر في المجتمعات الغربية:

لقد تطور مفهوم الخبر في المجتمعات الغربية عما كان عليه في نظرية السلطة (♦) بشكل كبير، وتحرر الإعلاميون من القيود التي كانت مفروضة عليهم، ومن المساحات الضيقة التي كانوا محاصرين فيها، وأعطيت للأخبار عناية فائقة، ووضعت لها معايير مهنية، شكلت الانطلاقة الأساسية نحو قيام صحافة مهنية متخصصة تلتزم بمعايير واضحة، وضوابط محددة⁽²⁾.

يعرف قاموس الاتصال الخبر بأنه المادة الأولية للصحافة⁽³⁾، ويعرف والتر وليام مؤسس أول مدرسة للصحافة الخبر على أنه كل ما يهم القراء⁽⁴⁾، ويكاد يجمع كل الباحثين في فن الخبر الصحفي أن أقدم تعريف لهذه المادة الإعلامية هو ما قدمه اللورد نور تكليف والذي نشر سنة 1865، على أن "الخبر هو الإثارة

(1) راسم الجمال: الاتصال والإعلام في الوطن العربي (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1991 م.) ص 182.

(♦) كان ينظر للخبر على أنه معلومات عن أحداث تقرر الحكومة نشرها، انطلاقاً من أن ذلك سيساعد على استمرارها وتدعيم سلطتها ونفوذها، وتأييد قراراتها، والدعاية لها.

(2) عبد الله بدران، مرجع سابق، ص 68.

(3) Jean Paul Truxillo, Philip Corso: *Dictionnaire de la communication* (Paris :Ed. Armand Colin, 1991) p.320.

(4) M.S. Bisht : *Journalism Techniques and Practices* (London: Cyber Tech Publications,2007), p.16

والخروج عن المؤلف، فعندما يعرض الكلب رجلا فليس هذا بخبر، ولكن عندما يعرض الرجل كلبا، فهذا هو الخبر"⁽¹⁾، إذ "يعد عنصرا الإثارة والغرابة من المعايير الهامة التي تحكم العمل الإعلامي في وسائل الإعلام الغربي"⁽²⁾.

ويرى حمدي حسن أن كثيرا من المراجع العربية تتسبب هذا التعريف إلى اللورد البريطاني نور تكليف، إلا أن الكثير من المراجع الأجنبية تتسبب إلى جون بوجارت محرر صحيفة نيويورك صن وهي إحدى صحف الإثارة الشعبية الرائدة في تاريخ الصحافة الأمريكية⁽³⁾، في حين ذكرت مراجع أخرى أن صاحب هذا التعريف هو شارلس أ. دانا رئيس تحرير نيويورك صن⁽⁴⁾.

ويرى فاروق أبو زيد أن هذا المفهوم يتمتع بنفوذ قوي على كثير من المؤلفات التي وضعت في تعريف الخبر طوال الربع الأخير من القرن التاسع عشر والنصف الأول من القرن العشرين، وكذلك فقد كان لهذا المفهوم سطوة كبرى على الصحافة الغربية بشكل عام، وظل لفترة طويلة دستورا للصحافة الشعبية في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا الغربية⁽⁵⁾. ومن جهته، يعرف جوزيف بولتزر ناشر نيويورك ورلد New York World الخبر على أنه كل حدث درامي، رومانسي، مثير، فريد، غريب، ظريف، شاذ، ومثير للحديث عنه⁽⁶⁾.

يحدد هذا التعريف الملامح الرئيسية المتبناة في تحديد مفهوم الخبر في ظل نظرية الحرية، ومن هذا المنطلق لا يمكن اعتبار كل حدث خبرا، بل لا بد من أن يكون هذا الحدث مهما، أو غريبا، أو مثيرا للاهتمام أو لافتا للنظر.

(1) Newman- Alec: *Teaching Pratical Journalism* (London: National Council for the Training of Journalists 1977)

نقلا عن فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، الطبعة الثالثة (القاهرة: عالم الكتب، 1998م.) ص 14.

(2) عبد القادر طاش، تأثير القيم الإخبارية والاعتبارات المهنية في تغطية شؤون الإسلام والعرب في وسائل الإعلام الغربية، مجلة

الدراسات الإعلامية (القاهرة- العدد 91- 1998 م.) ص 63.

(3) حمدي حسن: الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام (القاهرة: دار الفكر العربي، 1991 م.) ص 49.

(4) كرم شلبي، مرجع سابق، ص 31.

(5) فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، الطبعة الثالثة، مرجع سابق، ص 14.

(6) M.S. Bisht, op.cit, pp.15-16

وانطلاقاً من هذا، فإن تحديد أو تعريف الخبر في المجتمعات الغربية لا يخرج عن نطاق الفلسفة الليبرالية، حيث تنعكس خصائص هذه المجتمعات وفلسفتها على طبيعة ما يُنشر من أخبار وأسلوب عرضها حيث يتم الحكم عليها وفقاً لاعتبارين، يتمثل الاعتبار الأول في أنه مادامت وسائل الإعلام أداة للإنسان إلى المعرفة، واكتشاف الحقيقة⁽¹⁾، فإن التعامل مع الأخبار لا ينبغي أن يقيد بأي شروط، وهذا الاعتبار مهني بحث ينبغي أن تضعه وسائل الإعلام في مقدمة المسلمات⁽²⁾ غير أن الحكم على الخبر من منطلق مهني يتغير أيضاً لأن المحررين ومديري الأخبار يسعون لاكتشاف ماذا يريد قراءهم ومشاهدوهم أن يعرفوه⁽³⁾، أما الاعتبار الثاني فينطلق من أن الصحف محكومة بعامل اقتصادي، هو تحقيق الربح، الذي يكفل لها الاستمرار والاستقرار، ولن يتأتى ذلك إلا بتوزيع ضخم لإنتاجها، يغري المعلنين بالنشر بها، وهذا ما يجعل بعض الصحف، تحدد وتستتبط ماهية الخبر الصحفي انطلاقاً من تعريف اللورد نورثكليف.

واستناداً إلى هذه الاعتبارات فقد جاء تعريف الخبر في ظل هذه النظرية محددًا في إطار مدرستين هما:

1- المدرسة المهنية:

تولي هذه المدرسة أهمية للمعايير المهنية للخبر انطلاقاً من الوظائف المحددة له، ولطبيعة وظيفة الصحيفة وما تقدمه من مواد.

(1) نائلة عمارة، المادة الإخبارية في كل من إذاعة مونت كارلو وإذاعة الشرق الأوسط، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام)، 1989 م. ص 51-52.

(2) كرم شلبي، مرجع سابق، ص 26-27.

(3) M.L. Stein, Susan, F. Paterno and R. Christopher Burnett :*News Writer's Handbook: An introduction to Journalism*, Second Edition (U.S.A :.Black Well Publishing, 2006) p.3.

تتطلق هذه المدرسة من اعتبار أساسي يتمثل في أن الخبر الصحفي هو المادة الرئيسية للصحيفة التي تتمثل وظيفتها في عملية الإخبار، أي الإعلام، ويقصد من وراء ذلك تقديم المعلومات عن كل ما يجري حول الناس.

ويشترط في الخبر، في ظل هذه المدرسة، الحالية أو الجدة وليس نوعه، أو طبيعته، أو تأثيره، فالخبر في تصور أصحاب هذه المدرسة هو كل الأحداث التي تقع، وتجري حول الإنسان، وكل ما توحى به أو ينجم عنها.

فالخبر هو تقرير عن أحداث، يرى الصحفي أنها صالحة للنشر، وأنه كل شيء لم يكن معروفاً، تم جمعه بدقة أو من مصادر موثوق بصحتها.

2- مدرسة الإثارة:

يعتبر كل من نورتكليف، تشارلز دانا، وبوليتزر، وجيرالد جونسون، ورائد ولف هيرست، وبيار ألبير، وغيرهم من الذين ارتبطت صحافة "الإثارة" أو "الصحف الشعبية" أو "الصحف الصفراء" بأسمائهم من المنظري الأوائل لهذا الاتجاه⁽¹⁾.

يشكل عنصر الإثارة حسب هذه المدرسة العمود الفقري في الخبر الصحفي، ويعرف منظرو هذه المدرسة الخبر بأنه " تلك المعلومة الجديدة التي تثير اهتمام أكبر عدد من القراء"⁽²⁾، وتجب الإشارة إلى أن أهم الصفات التي تثير القراء في الأخبار في المجتمعات الغربية هي الغرابة، الجنس، والشهرة.

لقد طغت عناصر الخبر مثل القرب والأهمية والفورية والإثارة على كل التعريفات التي قدمت لهذه المادة الإخبارية، وإن اختلفت تعريفات الباحثين من خلال تركيز البعض منهم على عناصر معينة قد تظهر كلها أو قد يظهر البعض منها في تعريف الخبر وقد يكتفي البعض الآخر بذكر عنصر واحد، بالإضافة

(1) كرم شابي، مرجع سابق، ص37.

(2) فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، الطبعة الثانية (جدة: دار الشروق، 1984 م.) ص30.

إلى عدم الاهتمام بالعوامل التي تسبب الأحداث، إذ نادرا ما يربط الإعلامي الأحداث بخلفيتها التاريخية أو الأحداث المرتبطة بها، وتعد هذه النقطة من بين الانتقادات الموجهة لتعريف الخبر في المجتمعات الغربية، حيث يهتم الخبر بالأحداث المنفصلة ولا يهتم بالظواهر الكلية - التي تحاول التعريفات المقدمة للخبر في دول العالم الثالث استدراكها - وتؤكد هذه التعريفات على حالة التغيير كعنصر جوهري من عناصر الخبر مما يعكس منطلقات النظرية الليبرالية.

وتركز وسائل الإعلام الغربية على الأخبار السلبية، ويبررون ذلك بأن الغرب يتوقع الازدهار والتقدم والنمو، ولهذا فإن الفشل يعتبر قيمة خبرية، لأنه يعتبر انحرافا وخروجا عن المألوف، بعكس دول العالم الثالث التي تتوقع الفشل وبالتالي يصبح للشئ الإيجابي قيمة خبرية.

لكن يعد عنصر الإثارة أكثر المعايير استخداما في الصحافة الغربية، ويُعزى ذلك إلى السعي الحثيث إلى جذب أكبر عدد من القراء، وإيقائهم متلهفين، مترقبين صدور الصحيفة، وبهذا تتمكن الصحيفة من تأمين الربح المادي المطلوب، والإبقاء على مكان مناسب لها في ظل الصراع المحموم والتنافس الشديد من أجل البقاء، والهروب من شبح الإفلاس⁽¹⁾.

ولو أننا استعرضنا معظم التعريفات الغربية للخبر لوجدنا أن الإثارة تحتل مكانة محورية، أي أنها العنصر الأهم في المفهوم الغربي للخبر، وطبقا لذلك فلكي يمكن اعتبار الخبر خبرا لا بد من أن يكون مثيرا⁽²⁾، والدليل على ذلك أن بعض المحررين يذهبون مباشرة لبيع الإثارة والفضائح والجنس لكسب حفنة من الأموال⁽³⁾، أما أفضل توضيح لذلك فهو الرسم الكاريكاتوري القديم في صحيفة "نيو يوركر" الذي يصور رجلين في قطار، أحدهما يحمل صحيفة يقول عنوانها

(1) عبد الله بدران، مرجع سابق، ص 68.

(2) سليمان صالح: صناعة الأخبار في العالم المعاصر، الطبعة الثانية (القاهرة: دار النشر للجامعات، 1998 م.) ص 20-21.

(3) M.L. Stein, Susan F. Paterno and R. Christopher Burnett, op. cit. pp.3-4.

الرئيس " عليك معرفة العديد من الأمور الهامة"، في حين حملت صحيفة الآخر " إشاعات، فضائح، أمور لا تصدق " أما الدعابة فهي أن الأول لا يستطيع أن يبعد بصره عن صحيفة الثاني⁽¹⁾.

إن المفهوم الغربي يقيس ما يمكن اعتباره خبراً وما لا يمكن اعتباره خبراً بمقاييس تجارية تهدف إلى تحقيق الربح، دون إعطاء أي أهمية لمصالح المجتمع، والمبرر الإيديولوجي الغربي الذي يستند إليه في التراث العلمي الغربي هو إعطاء الجمهور ما يريد بالرغم من أنه من الصعوبة بمكان أن نعرف بالتحديد ماذا يريد الجمهور⁽²⁾، إذ أن في ذهن كل صحفي "جمهور مختلف ومصالحه مختلفة (...). إن ما يجب أن يعرفه الجمهور، من وجهة نظر المؤسسة الإخبارية، هو كل ما تعتقد أنه يريد (...). ويحتاج إلى معرفته ومن الواضح أن هذه الأحكام ذاتية تعتمد على رؤية من يشغلون مواقع السلطة"⁽³⁾.

ومع بداية النصف الثاني من القرن العشرين بدأت نظرية الحرية تتعرض لانتقادات شديدة، "يأتي في مقدمتها اتساع مساحة الحرية التي منحتها لمجتمعاتها، وعدم وجود ضوابط تحد من سلبياتها، أو حدود تضعها في إطار واضح المعالم والأبعاد مما انعكس بشكل كبير على تحرر وسائل الإعلام، إذ أصبح بإمكانها بث ونشر الأخبار والتقارير التي تريدها من دون قيود ولا شروط"⁽⁴⁾، فكانت النتيجة أنه لا بد من إعادة النظر في مفهوم الحرية الذي لم يعد بالإمكان السيطرة عليه في هذه المجتمعات وإلى ضرورة وضع مفهوم جديد للحرية يضمن توجيهها نحو خدمة المجتمع، بحيث تصبح هذه الحرية جزءاً لا يتجزأ من التركيب الاجتماعي المعقد الذي يستلزم المسؤولية والحرية جنباً إلى جنب.

(1) ديفيد راندال: الصحفي العالمي، ترجمة معين الإمام، الطبعة الأولى (المملكة العربية السعودية: مكتبة العبيكان، 2007 م.) ص 50.

(2) سليمان صالح، مرجع سابق، ص 21.

(3) كارول دينان لويس: التغطية الإخبارية للتلفزيون، ترجمة محمود شكري العدوي (القاهرة: المكتبة الأكاديمية، 1993 م.) ص 34.

(4) عبد الله بدران، مرجع سابق، ص 59-60.

ومن هنا تغير مفهوم الحرية، من حرية مطلقة، لا حدود، ولا قيود، ولا ضوابط لها، إلى حرية تقابلها مسؤولية، وبالتالي فإن من يتمتع بالحرية عليه التزامات معينة تجاه المجتمع، وأن الحرية هي حق وواجب ونظام ومسؤولية في وقت واحد.

وانبثق عن نظرية المسؤولية الاجتماعية ظهور مفهوم جديد للخبر، مبني أساساً على الخلفية الفلسفية لهذه النظرية التي جاءت لوضع حد لتجاوزات الليبرالية، فلم يعد ينظر للخبر من نفس زاوية الليبرالية، فقد أُضيف للمفهوم الليبرالي بعداً آخرًا يتناسب ومنطلقات هذه النظرية، وهو أن يكون للخبر وظيفة اجتماعية، "فلم يعد الخبر الصحفي ذلك الخبر الذي يثير الغرابة والاهتمام ويخرج عن المؤلف، ويخبر عن الحوادث في كل زمان ومكان"⁽¹⁾، بل أصبح "الجديد الذي يهم الناس، أي يكون مهماً وضرورياً لهم ومن ثم ينبغي إعلامهم به"⁽²⁾.

ويرى فاروق أبو زيد أن أفضل تعريف لمفهوم الخبر على ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية، هو التعريف الذي قدمه ادجار، المستشار في منظمة اليونسكو، الذي يعرف "الأخبار بمدى تأثيرها علينا" فهي أحياناً تلبي رغبتنا في العلم بالشيء... وتذكرنا بالماضي أو تفرض علينا مشكلة أو سرا أو حالة مضطربة وهي تمكننا من معرفة حقيقة مشاعرنا الداخلية نحو أهداف الآخرين وتقترح علينا ما نقوم به وأهم من ذلك كله فإن الأخبار تعطي الفرصة لإعادة حكمنا على المسائل العامة والشخصية وتمدنا بمعلومات عن ماضينا وتتيح لنا فهم العالم الذي نعيش فيه الآن"⁽³⁾.

(1) عبد الله بدران، مرجع سابق، ص76.

(2) كرم شلبي، مرجع سابق، ص39.

(3) Dade Edgar: *How to Read a News Paper* (New York: The Mac Millan Compant, 1980) pp. 102-117.

نقلا عن فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص23.

لقد أصبح مفهوم الخبر "هو كل ما يهم القراء، أو يترك أثرا في علاقاتهم، ونشاطهم وآرائهم، وأخلاقهم، وسلوكهم، كما أنه كل شيء يرغب عدد كاف في قراءته، يشترط ألا يكون خارجا عن الذوق العام، وقوانين السب والشتم"⁽¹⁾.

وقد لاحظ فاروق أبو زيد أن أنصار نظرية المسؤولية الاجتماعية لم يستبعدوا عنصر الإثارة الذي يمثل محور الخبر في نظرية الحرية، وإنما تفاوت النظر إليه، فبعضهم تجاهل هذا العنصر تماما في حين أن البعض اعتبره عنصرا مهما مضافا إليه عناصر أخرى كالجدة والفائدة.

وكان لإعطاء الخبر وظيفة اجتماعية، وهي الصفة أو الخاصية التي انفرد بها أتباع نظرية المسؤولية الاجتماعية، عبر تقديم المعلومات الجديدة عن الأحداث الجارية بغض النظر عن مدى الإثارة في هذه الأحداث دورا كبيرا في القضاء على الصحافة الصفراء ومن ثم إضعاف سيطرة الأخبار المثيرة على الصحافة، مثل أخبار الجنس، الجريمة، المال، الحروب والصراعات التي انتشرت في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا الغربية خاصة عقب نهاية الحرب العالمية الثانية، حيث فُسح المجال للأخبار التي تحتوي على حقائق مفيدة للقارئ.⁽²⁾

(1) عبد اللطيف حمزة: المدخل في فن التحرير الصحفي، الطبعة الأولى (القاهرة: دار الفكر العربي، دون سنة نشر) ص 58.

(2) فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 23.

خلاصة:

من خلال ما تم استعراضه، يمكن أن نستنتج أن تحديد تعريف الخبر في المجتمعات الغربية لا يخرج عن نطاق الفلسفة الليبرالية، حيث تنعكس خصائص المجتمعات الغربية وفلسفتها في التعريف الذي تتبناها المؤسسات الإعلامية الغربية لطبيعة ما يُنشر من أخبار وأسلوب عرضها.

لكن ومع بداية النصف الثاني من القرن العشرين تعرضت نظرية الحرية لانتقادات شديدة أسفرت عن إعادة النظر في مفهوم الحرية وإلى ضرورة وضع مفهوم جديد لها يضمن توجيهها نحو خدمة المجتمع، ومن هنا تغير مفهوم الحرية، من حرية مطلقة إلى حرية تقابلها مسؤولية.

وإذا شكلت الفلسفة الليبرالية المنطلقات الفكرية التي يُستند عليها في تعريف الخبر في المجتمعات الغربية فما هي الخلفية الفلسفية والإيديولوجية التي بُني عليها الخبر في النظرية الماركسية؟.

المبحث الثالث: الخبر الصحفي في النظرية الماركسية.

يدور المبحث الثالث من الفصل الأول حول تعريف الخبر في النظرية الماركسية، أي في البلدان الاشتراكية أو على الأصح في المفهوم الماركسي حيث ورغم انحصار تطبيق هذا النموذج في العالم، إلا أنه مازال موجودا ولو في إطار نماذج معدلة.

ويشمل هذا المبحث العناصر التالية:

1- طرح الخلفية الفلسفية والإيديولوجية التي بُني عليها الخبر في هذه النظرية، فضلا عن رصد إسهامات بعض المفكرين في تعريف هذه المادة الإعلامية.

2- مقومات الخبر الصحفي في النظرية الماركسية.

1- الخلفية الفلسفية والإيديولوجية للخبر:

إن محاولة إعطاء تعريف للخبر في العالم الثاني أو تحديد الخبر في المفهوم الاشتراكي أو على الأصح في المفهوم الماركسي يجب أن يُربط بالمفهوم الماركسي للصحافة، لأنه انطلاقاً من "قوة الصحافة وتأثيرها نجاح لينين في ثورته (.....) وبعد ثلاثة أيام فقط من توليه السلطة حضر لينين صحف المعارضة، وكان منطقاً في ذلك واضحاً وتعبيره عنه صريحاً (.....)، إن أي حكومة من الحكومات يجب ألا تسمح للمعارضة باستعمال الأسلحة الفتاكة..... والأفكار أشد فتكاً وخطورة من المدافع"⁽¹⁾، بالإضافة إلى أنه حدد دور الصحافة "في ثلاثة مهام رئيسية: دعاية جماعية، محرك جماعي ومنظم جماعي"⁽²⁾.

وانطلاقاً من هذا، تمتلك الحكومة وسائل الإعلام ملكية تامة، وتسيطر عليها، وبهذا يعتبر النظام الإعلامي في الدولة جزءاً لا يتجزأ من النظام الحكومي ذاته. أما بالنسبة لدول أوروبا الشرقية التي انتهجت وسارت على نفس الإيديولوجية، والتي شهدت تعدد الأحزاب السياسية، فإن وسائل الإعلام كانت موجهة من طرف الحزب الحاكم الذي يسيطر عليها، ولا يسمح إلا للحزب الشيوعي والحكومة التي يسيطر عليها هذا الحزب بامتلاك وسائل الإعلام، بالإضافة إلى المنظمات العامة الموجهة من طرف الحزب.

ويدافع أنصار هذه النظرية عن ذلك بالقول "إن وسائل الإعلام تصبح بذلك ملكية للشعب"، ومن هنا يحاول أنصار هذه النظرية إيهام المجتمع بأن وسائل

(1) ألبرت ل. هستر، واى لان ج. تو: دليل الصحفي في العالم الثالث، ترجمة كمال عبد الرؤوف (القاهرة: الدارة الدولية للنشر والتوزيع، 1982م)، ص49.

(2) Roland Cayrol: *Les médias : Presse écrite, radio, télévision*, 1^{ère} édition (Paris: Presses Universitaires de France, 1991) p. 414.

الإعلام أصبحت ملكية عامة بدلا من أن تتركز في يد قلة من الأفراد، وهو النقد الموجه لملكية وسائل الإعلام في النظام الليبرالي.

يعتبر الإعلامي في ظل هذه النظرية مسؤولا سياسيا موجهها، له واجب واحد هو مساعدة الحزب الشيوعي على تحقيق الثورة، ويحق للأعضاء الحزبيين فقط حق التعبير عن آرائهم وحق النشر⁽¹⁾، "ولا ريب في أن سيطرة الحزب الحاكم - أو الحكومة - على وسائل الإعلام تفرض على الأخبار أن تتطرق وفق تعاليمها وأهدافها، وأن تحذف منها كل ما يخالف توجهاتها ومبادئها، كما أن رقابتها الصارمة على وسائل الإعلام الخارجية تمنع دخول الأخبار التي ترى أنها تضر بمصالحها الوطنية، وتحدث الفوضى، وتسبب الاضطرابات في المجتمع"⁽²⁾.

2- مقومات الخبر في النظرية الماركسية.

بصفة عامة، يقوم الخبر في ظل هذه النظرية على ثلاثة أسس رئيسية⁽³⁾:

الأول: أن يكون واقعيا. أي ذا أهمية اجتماعية.

الثاني: أن يكون ملتزما. أي يرتبط بقضايا ومشاكل المجتمع وبالنظام السياسي والاجتماعي القائم وبالأيديولوجية السائدة فيه وأن يلعب دورا في التوعية بهذا النظام وبذلك الأيديولوجية.

الثالث: أن يكون جماعيا. بمعنى ألا يركز على الأخبار والنشاطات الخاصة وأن يحرص دائما على كشف العلاقة القائمة بين الحدث والمجتمع.

ومن هنا يجري تعريف الأخبار في العالم الثاني، على أنها تلك الأخبار النابعة من الأيديولوجية الماركسية، حيث يكمن هدفها في تدعيم الحزب الشيوعي

(1) كرم شابي، مرجع سابق، ص 42.

(2) عبد الله بدران، مرجع سابق، ص 89.

(3) فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 25.

على وجه خاص، ومن ثم فإن الأخبار عبارة عن رسائل تنتجها الحكومة، وتوجهها وتسيطر عليها، خدمة لمصالحها، ومن هنا يبتعد مفهوم الخبر في العالم الثاني ويصبح لا شأن له تقريبا بمفاهيم الخبر، حيث يصبح الحزب الشيوعي هو الخبر، بمعنى أن ما يقوله الحزب وما يفعله، وما يفكر فيه الحزب، وما لا يفكر فيه، هو ما يشكل الخبر في العالم الثاني⁽¹⁾.

ويمكن القول، انطلاقا مما سبق، أن الخبر يستخدم في الدعاية الإيديولوجية مما يجعل الأخبار في ظل هذه النظرية ذاتية وغير موضوعية، وبخصوص الموضوعية، يشير جون مارتن وأنجو جروفري، في كتابهما "نظم الإعلام المقارنة"، أنه تم الاعتراف في المجتمعات الغربية التي تدعي الموضوعية في نقلها للأخبار، بأن هذه الصفة مثل أعلى لا يمكن تحقيقه، وذلك لأن الأخبار تكتب من وجهة نظر المخبر الصحفي، ولذلك فإن هذا المفهوم قد حل محله مفهوم الإنصاف والدقة والحياد⁽²⁾.

كما أن العالمين النرويجيين جوهان جالتونج وماري هولمبوى روج تجنبنا تعبير الموضوعية، ومن هنا يمكننا أن نلاحظ المفاهيم الغائبة عن الأنماط الإخبارية في العالم الثاني ومن بينها على سبيل المثال أن الأخبار ليست موضوعية أو مثيرة، وهي لا تتناول أحداثا سلبية كثيرة ولا تغوص في الحياة الخاصة للشخصيات العامة، وهي مفاهيم أساسية تقوم عليها الأنماط الإخبارية في العالم الأول، ولأنها لا تخدم أغراض وأهداف الحزب الشيوعي وإيديولوجيته، فإنها ليست من الأخبار فيه، إذ ترفض هذه النظرية نشر أخبار الجريمة، ونشر الفضائح السياسية والجنسية في الصحف، و"للخبر في هذه النظرية وظيفة لا

(1) ألبرت ل. هستر، واى لان ج. تو، مرجع سابق، ص 47-50.

(2) ل. جون مارتن، أنجو جروفري، مرجع سابق، ص 28.

تتفصل بأي حال عن وظيفة وسائل الإعلام نفسها⁽¹⁾.

ومن هنا يمكن تعريف الخبر على أنه كل قرار تشتمل عليه العملية الإخبارية ابتداء من اختيار القصة الخبرية وحتى تقديمها على الصفحات أو الشاشة يتم اتخاذه على أساس اعتبارات إيديولوجية⁽²⁾، ويمكن اعتبار مفهوم الخبر في هذه النظرية مفهوما خاصا ينطلق من رؤية معينة لأهدافه ومراميه، ويتجه إلى خدمة مبادئ الدولة والحزب بغض النظر عن المعايير المهنية له، كما أنه يكون أقرب إلى الرأي منه إلى الخبر بالمعنى العام الذي شاع في بقية النظريات الإعلامية⁽³⁾.

هذا ما يؤكد تعريف المدير العام لوكالة تاس السوفيتية ورئيس كلية الصحافة بجامعة موسكو بلجانوف " أن الأخبار ليست مجرد الاهتمام بتغطية الحقائق والأحداث، يجب على الأخبار أو الإعلام أن يسعى وراء هدف، عليه أن يخدم ويدعم القرارات التي تتصل بالواجبات الأساسية التي تواجه المجتمع السوفيتي، وشعبنا السوفيتي الذي يسير في طريق التحول التدريجي من الاشتراكية إلى الشيوعية. عند اختيار هدف الإعلام يجب على مؤلفي التقرير الإعلامي أن يتخلوا أولا وقبل كل شيء عن فكرة أن أي حقيقة أو أي حدث لا بد أن يغطي في صفحات الجريدة. إن هدف الإعلام هو أن يقدم أحداثا ووقائع منتقاة"⁽⁴⁾.

(1) كرم شلبي، مرجع سابق، ص43.

(2) ألبرت ل. هستر، واى لان ج. تو، مرجع سابق، ص 53

(3) عبد الله بدران، مرجع سابق، ص90.

(4) ل. جون مارتن، أنجو جروفور شودري، مرجع سابق، ص108.

وتذهب جريدة البرافدا إلى أكثر من هذا، إذ جاء في أحد فقراتها "يجب على الصحافة ألا تقدم صورة فوتوغرافية للحقائق والوقائع، مجرد سرد لما حدث، ولكن عليها أن تقدم وصفا للأحداث وللظواهر موجهها وذا هدف"⁽¹⁾.

وعلى هذا فإن كان المفهوم الليبرالي قد أدى إلى المبالغة في نشر الأخبار المثيرة بحجة إعطاء الجمهور ما يريد وزيادة توزيع الصحف، والتركيز بالتالي على الفضائح والجنس والرياضة، فإن المعنى الماركسي أو الشيوعي قد بالغ في تحويل الخبر إلى أداة للدعاية الإيديولوجية الشيوعية، ولتحقيق مصالح المجتمع الملتزم بهذه الإيديولوجية⁽²⁾.

وكانت لدعوتي الكلاسنوست والبروسترويك، التي أطلقها جورباتشيف أثرها في حدوث تغيير في تعريف الخبر، ومعايير نشره، حيث بدت وسائل الإعلام في الاتحاد السوفييتي (سابقا)، أكثر انفتاحا، وحرية وانتقادا، وبهذا عرفت الصحافة السوفيتية تحولات خاصة مع تبني قانون جوان 1990، ودخوله حيز التنفيذ في 1 أوت من نفس السنة، والذي يقضي بإلغاء الرقابة على أجهزة الإعلام السوفيتية⁽³⁾، هذا ما يؤكد قانون الإعلام "الصادر في 1991/12/27، حيث تنص المادة الثالثة على عدم إخضاع وسائل الإعلام والنشر للرقابة"⁽⁴⁾.

(1) ل. جون مارتن، أنجو جروفير شودري، مرجع سابق، ص108.

(2) سليمان صالح، مرجع سابق، ص 22.

(3) Roland Cayrol, op. cit, p.417.

(4) قانون وسائل الإعلام الجديد في روسيا الاتحادية، ترجمة الهيئة العامة للاستعلامات، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة - كلية الإعلام - العدد الثاني-1997) ص209-216.

خلاصة:

يتضح من خلال ما تم استعراضه أن مفهوم الخبر ينبع من الإيديولوجية الماركسية، ويتجه إلى خدمة مبادئ الدولة والحزب بغض النظر عن المعايير المهنية له، ومن ثم تحويل الخبر إلى أداة للدعاية الإيديولوجية الشيوعية. وبعد طرح المنطلقات الفلسفية التي يقوم عليها الخبر في العالمين الأول والثاني، ما هي الخلفية التي يقوم عليها الخبر الصحفي في دول العالم الثالث خاصة مع حاجة هذه البلدان إلى مفهوم جديد للخبر يختلف عن الطرحين السابقين.

المبحث الرابع: الخبر في الأنظمة المختلطة.

يدور موضوع المبحث الرابع حول ماهية الخبر في دول العالم الثالث، وحاجة هذه البلدان إلى مفهوم جديد للخبر يختلف عن طرح المفكرين في العالمين الأول والثاني.

ويشمل هذا المبحث على العناصر التالية:

- 1- الخلفية التي يقوم عليها الخبر الصحفي في الأنظمة المختلطة.
- 2- تعريف الخبر في الأدبيات العربية وذلك من خلال رصد محاولات بعض الباحثين العرب لتقديم تعريف للخبر الصحفي، بما يتلاءم وخصوصيات المجتمعات العربية.
- 3- تعريف الخبر حسب الاتجاهين المهني والوظيفي، بمعنى تعريف الخبر حسب الاتجاهات والضوابط التي تحكم الخبر الصحفي في الاتجاه المهني، من جهة، وتقديم رؤية أنصار الاتجاه الوظيفي للخبر أي تعريف الخبر من منظور الوظيفة الاجتماعية من جهة ثانية.

يرى جون مارتن وأنجو جروفر شودري أن دول العالم الثالث تركز على وظيفة الإخبار وليس على ماهية الأخبار، إن الغرض من الأخبار بالنسبة لهم هو التوجيه والتأثير في الناس، وليس الغرض هو إمتاعهم، وذلك لأنهم لا يحاولون بيع الأخبار، ولكنهم يستخدمونها لغرض معين، فالأخبار في العالم الثالث تستهدف تعليم الجماهير وتساعد على بناء الأمة، كما أن تقديم الأخبار في العالم الثاني وفي العالم الثالث يأخذ غالبا شكل " البيان " الذي يصاغ بطريقة " لقد صدر البيان التالي..... " (1) .

يرى سليمان صالح أن هناك حاجة ملحة لمفهوم جديد للخبر الصحفي يسهم في تحديد صناعة الأخبار والحد من اختلال وانعدام العدالة وعدم التوازن، وهذا المفهوم لا يمكن تبنيه في صحافة تسير على النسق الغربي وتسعى وراء الربح، وتقيس نجاحها برقم التوزيع وتدعي إعطاء الجمهور ما يريد.

كما يرى أن إنتاج هذا المفهوم الجديد يجب أن تضبطه شروط موضوعية، تتبثق أساسا من إيديولوجية وتوجهات وطموحات الشعوب النامية، بمعنى مشروع حضاري تتحدد في ظله مكانة الإنسان ودوره في المجتمع، ومسؤولية المجتمع عنه، ووظائف الأمة، ووظائف الإعلام (2) .

لقد قدم فاروق أبو زيد تعريفا وضعه في إطار ما أطلق عليه " مفهوم الخبر في الدول النامية "، معتبرا أن الخبر " هو تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء وهي تثير اهتمامهم بقدر ما تسهم في تنمية المجتمع وترقيته" (3)، رغم أن الأوروبيين

(1) ل. جون مارتن، أنجو جروفر شودري، مرجع سابق، ص 28-29.

(2) سليمان صالح، مرجع سابق، ص 27.

(3) فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 37.

مازالوا متشككين من هذا المفهوم الذي يعتبرونه جزء من عملية الترويج للأنظمة السياسية السلطوية وشخصها في دول العالم الثالث⁽¹⁾.

لقد استنتج فاروق أبو زيد بعد أن استعرض مختلف التعريفات المقدمة في هذا الإطار، أن هؤلاء اكتفوا بنقل المفاهيم الغربية التي تعكس واقع الصحافة في أوروبا وأمريكا، بحيث لم يأخذ هؤلاء في اعتبارهم الطبيعة الخاصة للصحافة في المجتمعات النامية، بالتزاماتها وواجباتها وانعكاساتها على مفهوم الصحافة والخبر، ذلك أن مفهوم الخبر في المجتمعات المتقدمة لا يمكن أن يؤخذ به كنموذج في البلدان النامية نظرا لطبيعة وخصوصية هذه المجتمعات.

تعريف الخبر في الأدبيات العربية:

من المفاهيم السابقة الذكر، نجد أن هناك اختلافات واضحة في التعريفات الموضوعه لتحديد ماهية الخبر، تعريفات وضعها إعلاميون مارسوا المهنة لسنوات وأكاديميون وباحثون اجتهدوا في هذا المجال وحاولوا تحديد أطر واضحة المعالم للخبر، إلا أن الحقيقة تؤكد على عدم وجود تعريف جامع وشامل للخبر⁽²⁾.

ورغم ذلك سنحاول في هذا الجزء رصد بعض المحاولات العربية لتقديم تعريف للخبر، بما يتلائم وخصوصية المجتمعات العربية.

استعرض عبد اللطيف حمزة العديد من التعريفات الغربية للخبر واستند بصفة كبيرة على المفاهيم الليبرالية للخبر، دون أن يتقدم بتبني مفهوم معين أو إعطاء تعريف جديد يختلف عن التعريفات التي قام باستعراضها، حيث اكتفى بالتأكيد على أهمية الخبر في الصحافة المعاصرة، انطلاقا من أنه اعتبره "مادة

(1) محمد نجيب الصرايرة، التدفق الإخباري الدولي، مشكلة توازن أم اختلاف مفاهيم، مجلة العلوم الاجتماعية (جامعة الكويت - المجلد 17، العدد 1، 1989م.) ص251.

(2) عبد العالي رزاق: الخبر في الصحافة، الإذاعة، التلفزيون والانترنت (الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، 2004 م.) ص8.

من أهم مواد الصحيفة، وأنها تهتم القراء من جانب وتهتم الصحيفة نفسها من جانب آخر وأنها تعتبر موردا من موارد الثروة للصحيفة" (1).

ويرى فاروق أبو زيد أن عنصر الأهمية الذي ركز عليه عبد اللطيف حمزة لاختلاف حوله ولكن الخلاف حول محاولته اعتبارها تعريفا للخبر، ذلك أن تأكيد أهمية الشيء لا يمكن اعتبارها تعريفاً له، بل ولا يغني عن تعريفه (2).

ومن جهته، يعرف محمود أدهم الخبر، بعد أن قدم حوالي 100 تعريف له، أنه وصف موضوعي دقيق تطلع به الصحيفة أو المجلة قراءها في لغة سهلة وواضحة وعبارات قصيرة، على الوقائع والتفاصيل والأسباب والنتائج المتاحة والمتابعة لحدث حالي أو رأي أو موقف جديد أو متجدد، لافلت للنظر أو فكرة أو قضية أو نشاط هام وقعت غالباً أو مستمرة الوقوع أو تأكد أنها ستقع، تتصل - جميعها - بمجتمعهم وأفراده وما فيه أو بالمجتمعات الأخرى، كما تساهم في توعيتهم وتثقيفهم وتسليتهم وتحقيق الربح المادي لها (3).

ويرى عبد العالي رزاقى أنه "تعريف ينسحب على الصحافة المكتوبة دون السمعي - البصري أو إعلام الانترنت، وهو مجهود جدير بالتوثيق، ولكنه يصعب تعميمه إعلامياً" (4).

أما جلال الدين الحمامصي، فيرى في كتابه "المنذوب الصحفي" أن الخبر الصحفي هو كل "خبر يرى رئيس التحرير أو رئيس قسم الأخبار أنه جدير بأن يجمع ويطلع وينشر على الناس، لحكمة أساسية هي أن الخبر في مفهومه يهم (أكبر جمع) من الناس ويرون في مادته إما (فائدة) ذاتية، أو توجيهاً ما لأداء

(1) عبد اللطيف حمزة: المدخل في فن التحرير الصحفي، مرجع سابق، ص 44-46.

(2) فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، الطبعة الثالثة، مرجع سابق، ص 29.

(3) محمود أدهم: فن الخبر، سلسلة فنون التحرير بين النظرية والتطبيق (القاهرة: د.ت.ن) ص 14 - 26.

(4) عبد العالي رزاقى، مرجع سابق، ص 24.

عمل أساسي أو تكليفاً بواجب معين إلى آخر ما يراه الناس واجبا ويتحتم على الصحافة كأداة من أدوات الإعلام أن تؤديه نحوهم"⁽¹⁾.

وترى أمال سعد المتولي أن هذا التعريف قدمه وليار بلاير⁽²⁾، أما فاروق أبو زيد فيرى أن تعريف الحمامصي يكاد يتطابق تماماً مع تعريف كارل وارن على أن الخبر لا بد أن يثير انتباه أو اهتمام أكبر عدد من الناس، كما أن تعريف الحمامصي يجمع بين جوانب من المفهوم الليبرالي للخبر في تركيزه على ضرورة أن يثير الخبر اهتمام أكبر عدد من الناس، وبين جوانب من المفهوم القائم على نظرية المسؤولية الاجتماعية في تركيزه على ضرورة أن يكون الخبر مفيداً⁽³⁾.

أما خليل صابات فيرى أن الخبر يجب "أن يحوي شيئاً خارجاً عن المعتاد والمألوف ليؤثر في الناس وأن يتميز بالفائدة والأهمية والجدة والصدق"⁽⁴⁾.

نلاحظ من خلال هذا التعريف أنه انصب على ذكر العناصر الواجب توافرها في الخبر، وهو الخلاف الموجود حالياً بين مختلف التعريفات المقدمة لهذه المادة الإعلامية والمتمثل في عدم التفرقة بين تعريف الخبر وعناصره.

ويعرفه صلاح الدين قبضايا "بأنه سرد لحادث يؤثر في العلاقات الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية ويغير وضعا قائماً أو يوقع اضطراباً"⁽⁵⁾، يركز هذا التعريف على أن الخبر يحدث تغييراً ما أو يوقع اضطراباً، وهذا ما يتوقع من الخبر في الأنظمة الليبرالية.

وتعرفه إجلال خليفة أنه "الحياة بأبعادها المختلفة فهو يسجل الأنشطة

(1) جلال الدين الحمامصي: المندوب الصحفي (القاهرة: دار المعارف، 1963م)، ص 23.

(2) أمال سعد المتولي، دراسة نقدية لتعريف الخبر في الأدبيات العربية، مجلة البحوث الإعلامية (القاهرة - جامعة الأزهر - العدد 8-1998م)، ص 79.

(3) فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، الطبعة الثالثة، مرجع سابق، ص 30-31.

(4) خليل صابات: الصحافة رسالة واستعداد وفن وعلم، الطبعة الثانية (القاهرة: دار المعارف، 1959م)، ص 23.

(5) صلاح الدين قبضايا: تحرير وإخراج الصحف (القاهرة: المكتب المصري الحديث، 1985م)، ص 37.

الإنسانية على أن تُعطى للقارئ (مجردة) من رأي المحرر، أو أي تدخل من الصحيفة في شكل استحسان أو استنكار لها، كما أنه (يهم أكبر) عدد من الناس لأسباب يتفقون عليها على الرغم من اختلافهم في التكوين الشخصي والثقافي والفكري والمستوى العقلي"⁽¹⁾ حاولت إجلال خليفة من خلال هذا التعريف الابتعاد بالخبر عن الإثارة من جهة، والفصل بين الخبر والرأي من جهة ثانية.

أما تعريف مرعي مذكور للخبر فقد جاء على أنه "عرض دقيق وموضوعي تقدمه الصحيفة عن مجريات الأمور من أحداث وأراء، وأفكار ومشروعات وظواهر ومشكلات وقوانين وابتكارات وبحوث وجرائم وقعت بالفعل أو تأكد وقوعها، تهم القراء وتؤثر فيهم وتساهم في (تنقيفهم) و(توجيههم) بما يتفق و(تنمية) مجتمعاتهم بحيث لا يتعارض ذلك مع (عقيدة) المجتمع وقيمه"⁽²⁾.

ركز هذا التعريف على المواصفات التي يجب أن تتوفر في الخبر (الدقة، الموضوعية) وعلى بعض العناصر الإخبارية مثل (الأهمية، التنمية) مع ضرورة الحفاظ على قيم المجتمع.

ومن جهته، عرف إبراهيم عبد النبي عبد الفتاح الخبر بأنه "العملية التي يتم من خلالها تزويد الأفراد بالمعرفة الحقيقية حول جوهر ما يجري من أحداث في المناحي المختلفة بالمجتمع في فترة زمنية معينة"⁽³⁾.

أما السيد بخيث فيعرفه على " أنه حدث أو عملية ذات صفات وخصائص معينة، تميزه عن غيره، ويتم من خلاله تزويد الأفراد بمعرفة حول ما يجري من وقائع في النواحي المختلفة من الحياة"⁽⁴⁾، وترى أمال سعد المتولي أن تعريف

(1) إجلال خليفة: علم التحرير الصحفي وتطبيقاته العملية في وسائل الاتصال الجماهير، ج1، ط1 (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1980) ص45.

(2) مرعي مذكور: الصحافة الإخبارية، الطبعة الأولى (القاهرة: دار الشروق، 2002م.) ص34.

(3) إبراهيم عبد النبي عبد الفتاح: سوسيولوجيا الخبر الصحفي: دراسة في انتقاء ونشر الأخبار، مرجع سابق، ص24.

(4) السيد بخيث محمد درويش: الصحافة المصرية، قيم الأخبار وتزييف الوعي، ط1 (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1998م.) ص26.

عبد الفتاح عبد النبي والسيد بخيث يتفقان، بل يكاد يكون نص التعريف الذي قدماه واحد⁽¹⁾.

انتقد فاروق أبو زيد كل التعريفات التي قدمت للخبر منذ أقدم تعريف له، وناقش مفاهيم الخبر في النظريات الإعلامية المختلفة، حيث شكلت "الإثارة" أهم عنصر في المدرسة الليبرالية، في حين نجد أن الخبر موجه في المدرسة الاشتراكية، ويركز على الوظيفة والجدوى في المسؤولية الاجتماعية، ويرى أن من تصدوا لتعريف الخبر في المكتبة العربية، سواء من تبنى منهم المفهوم الليبرالي للخبر، أو المفهوم القائم على المسؤولية الاجتماعية أو المفهوم الاشتراكي، قد تجاهلوا تماما واقع الصحافة العربية كجزء من العالم النامي، ولقد اكتفى هؤلاء في -رأيه- بنقل المفاهيم الغربية للخبر والتي هي انعكاس لواقع الصحافة في دول العالم المتقدم⁽²⁾ وتوصل فاروق أبو زيد إلى وضع تعريف للخبر على أنه "تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح عدد أكبر من القراء تثير اهتماماتهم بقدر ما تساهم في تنمية المجتمع وترقيته"⁽³⁾.

ويرى عبد العالي رزاقى أن هذا التعريف لا يضيف جديدا إلى ما جاء به محمود أدهم في تعريفه السابق المتعلق بالصحافة المكتوبة⁽⁴⁾، كما يثير هذا التعريف حسب حمدي حسن العديد من التساؤلات حول مفهوم الموضوعية والدقة والاهتمام في السياق الصحفي في دول العالم الثالث، وأن تعريف فاروق

(1) أمال سعد المتولي، مرجع سابق، ص 82.

(2) المرجع نفسه، ص 82-83.

(3) فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، الطبعة 4 (القاهرة: عالم الكتب، 2000) ص 37.

(4) عبد العالي رزاقى، مرجع سابق، ص 26.

أبو زيد يقترب من المفهوم الآسيوي للأخبار التنموية كما ظهر في بداية السبعينيات (1).

ومن جهتنا، نرى أن فاروق أبو زيد حاول ربط تعريف الخبر بعلمية التنمية، وهو ما يتوقع أن يؤديه الخبر كوظيفة في المجتمعات النامية أو الدول العربية مع ضرورة التفرقة بين صحافة التنمية ووسائل الاتصال المساندة للتنمية والتي تصمم لدعم ودفع قضية التنمية الاقتصادية.

ويخلص عبد العالي رزاقى إلى أن "الخبر هو كل ما يولد ليموت، يبقى مرهونا بالأسئلة المحددة مسبقا، والتي يجب الإجابة عنها في أي خبر كان" (2)، وبهذا التعريف ينساق الباحث وراء أهم عنصر في الخبر في الأنظمة الليبرالية وهو الحالية.

ولم يقدم كل من حمدي حسن مفهوما للخبر بقدر ما قدم مناقشة حول تعريفاته، ومفاهيمه، إذ يرى "أن أي تعريف هو انعكاس للخبرات المتاحة وكذلك يحمل وجهة نظر المجتمع والثقافة السائدة، ومن ثم فلا وجود لأي تعريف خارج الثقافات البشرية المتباينة، أو بعيدا عن المؤثرات الثقافية، ورصد اتجاهين لتقديم مفهوم الخبر، اتجاه تجريدي وآخر واقعي" (3).

أما سليمان صالح فلم يقدم تعريفا للخبر لكنه لمس حقيقة وهي أن الخبر في الصحافة العربية لم يستطع التحرر من المفهوم الغربي الرأسمالي للخبر بالرغم من أن تنظيم أوضاعها الأخرى غير رأسمالي إذ خضعت لفلسفات سلطوية وشيوعية (4).

(1) حمدي حسن، مرجع سابق، ص 52.

(2) عبد العالي رزاقى، مرجع سابق، ص 28.

(3) حمدي حسن، مرجع سابق، ص 44 - 50.

(4) أمال سعد المتولي، مرجع سابق، ص 83.

ويعقب عبد الستار جواد على الجهود التي انصبت على محاولة تعريف الخبر، دون أن يقدم تعريفاً له، فيجد أنها اتجهت إلى الأحداث التي تكونت فيها الأخبار وليس الأخبار ذاتها، وقد جرت محاولات عديدة للوصول إلى تعريف جامع شامل للخبر، إلا أنها - حسب رأيه - تتحدث عن العملية الإخبارية ووصف تغطيتها، أكثر من تحديد تعريف للخبر، أو وصفه بلغة محكمة موجزة تحدد أبعاده وتوضح مفهومه (1).

أما أمال سعد المتولي فبعد أن تعرضت بالنقد والتحليل للعديد من التعريفات التي تقدم بها إعلاميون وأكاديميون وباحثون، خلصت إلى أن تعدد التعريفات لا يعكس تعقد الخبر، كما رفضت الرأي القائل بأن المسألة ليست تقديم تعريف، ولكن تعدد التعريفات يعني تعدد الزوايا التي يمكن منها النظر إلى الخبر أي المكونات والعناصر، وأن هناك زاوية لم يتطرق إليها أحد وهي ما هو الدافع لدى الإنسان لمعرفة الخبر، وتوصلت إلى تقديم تعريف للخبر على أنه استقصاء موضوعي لكشف غموض إحدى الظواهر (الطبيعية - الإنسانية) في اللحظة الآنية بما يشبع رغبة حب الاستطلاع لدى الإنسان (2).

لكن الباحثة لم تتعد كثيراً عن التعريفات السابقة الذكر، إذا ضمنت تعريفها أحد مواصفات الخبر (الموضوعية) وأقرت بوجودها في العمل الصحفي، كما شمل التعريف أحد عناصر الخبر (الآنية أو الحالية)، فضلاً عن أنها شرحت آخر جزء في التعريف - بما يشبع حب الاستطلاع لدى الإنسان - بعدم الاكتفاء بمعرفة الظاهرة أو الحدث ولكن ملابساتها وكل ما يتعلق بها، وفي رأينا أن هذا الجزء من التعريف قد ينطبق على أنواع صحفية أخرى.

(1) عبد الستار جواد: فن كتابه الأخبار، الطبعة الثالثة (الأردن: دار مجد لأوى، 2001م)، ص44.

(2) أمال سعد المتولي، مرجع سابق، ص 85-86.

ويعرف محمد العقاب الخبر على أنه إخبار الناس وإعلامهم بـ "أهم" ما يدور حولهم من أحداث ووقائع، ويركز الباحث على "أهم" انطلاقاً من أنه ليس بالإمكان نقل كل ما يحدث من أخبار ووقائع في العالم لجمهور وسائل الإعلام، ومن ثم فإن عنصر الأهمية يعد أساسياً في تحديد مفهوم الخبر، فما هو غير مهم للرأي العام ليس خبراً، ويشير محمد العقاب إلى أن عنصر "الأهمية" يبقى نسبياً، والصحفي أو الصحيفة ككل هي التي تحدد ما هو مهم وما هو غير مهم تبعاً للخط السياسي والتحريري للجريدة أو لوسيلة الإعلام، أما "ما يدور حولهم" فتتضمن دائرة الاهتمام الإعلامي، ويقدم المؤلف تعريفاً آخر للخبر على أنه كل معلومة لم تنتشر ولم تثبت ولم تدع بعد، أي لم يعرفها الجمهور بعد، حول قضية أو حدث أو واقعة تهم الرأي العام، والخبر أيضاً هو كل معلومة جديدة عن قضية قديمة"⁽¹⁾.

ويرى عبد العالي رزاق، أنه بالرغم من أن التشريع الجزائري، في مجال الإعلام، منذ الأمر رقم 525/68 الصادر في سبتمبر 1968، وضع ضوابط للمهنة الإعلامية، فإن الإعلام في الجزائر مازال امتداداً للمدرسة الفرنسية في معالجته للأخبار⁽²⁾، ويلاحظ أن التشريع الجزائري طالب الصحفيين بضرورة التفريق بين الخبر والتعليق، والتفريق بين الإعلام والرأي، وحث ميثاق أخلاقيات وقواعد المهنة الصحفيين الجزائريين الصادر في 13 أبريل 2000، على ضرورة الفصل بين الخبر والتعليق⁽³⁾.

وفي الأخير فإننا نتفق مع ما توصل إليه الصرايرة من أن المفاهيم المتباينة لمعنى الأخبار، مصدرها الاختلاف في النظرية الفكرية التي تسود كل مجتمع

(1) محمد لعقاب: الصحفي الناجح: دليل عملي للطلبة والصحفيين (الجزائر: دار هومة، 2004 م.) ص 53-54.

(2) عبد العالي رزاق، مرجع سابق، ص 8-9.

(3) المرجع نفسه، ص 9.

من المجتمعات المختلفة، والتي تؤثر بشكل فاعل على المعايير التي تحكم وسائل الإعلام ووظائفها في المجتمع⁽¹⁾.

تعريف الخبر حسب الاتجاه المهني والوظيفي:

الاتجاه المهني:

يستدل من العنوان على الاتجاهات والضوابط التي تحكم الخبر الصحفي في الاتجاه المهني، فأغلبية أنصاره من الممارسين الفعليين للعمل الصحفي، هذا الأخير الذي تحكمه معايير تختلف من فترة لأخرى، وذلك حسب معطيات وظروف كل زمن، بل إن الاختلاف والتباين يكون من صحيفة إلى أخرى في ظل نفس النظام، فلكل صحيفة اتجاهاتها وانتماءاتها الإيديولوجية والسياسية، وإن كانت لا تخرج عن نفس النظام العام للبلاد، حيث تلعب سياسة الصحيفة دورا في هذا الاختلاف والتباين انطلاقا من أن الأخبار هي ما تقرره المؤسسة الإخبارية، مما يصعب على الذين يحاولون إيجاد تعريف جامع للخبر، الوصول إلى ذلك، لأن العملية تبقى نسبية نظرا للعوامل المتحركة في ذلك والتي تختلف بدورها من زمن لآخر، ومن مجتمع لآخر، ومن نظام لآخر،.....الخ.

فعادة ما يربط أصحاب هذا الاتجاه تعريف الخبر بمعادلات حسابية، إذ يُتفق على أنه "ليس هناك تعريفات قاطعة للأخبار وإنما هناك التقاليد والحاجات المتغيرة للسوق الاستهلاكية"⁽²⁾.

ومن هنا تأتي مختلف التعريفات المعتمدة في هذا الاتجاه تعبيراً عما يُنتظر من وسائل الإعلام أن تحققه، فالصحف تُعنى قبل كل شيء ببيع سلعة تسمى "الخبر"⁽³⁾، ومن ثم يصبح الخبر "إيراد لحادث تنشره الجريدة اعتقاداً منها بأن ذلك

(1) محمد نجيب الصرايرة، مرجع سابق، ص 255.

(2) كارولين ديانا لويس، مرجع سابق، ص 34.

(3) جوليان هاريس، ستانلي جونسون: استقاء الأنباء في صحافة الخبر، ترجمة وديع فلسطين (مصر: دار المعارف، 1960 م.) ص 34.

يعود عليها بالربح"⁽¹⁾، وبالتالي يمكننا القول بأن الصحف في ظل هذا الاتجاه تتاجر في سلعة تسمى "الخبر".

يسود هذا الاتجاه في المجتمعات الليبرالية التي تؤكد على حرية الصحافة وتفسح المجال للممارسة الإعلامية الحرة، إذ ينظر إلى هذه المؤسسات على أنها مشاريع تجارية تسعى إلى تحقيق الربح مثلها مثل باقي المؤسسات والمشاريع الاقتصادية الأخرى.

وانطلاقاً من الاعتبارات التي بني عليها هذا الاتجاه، يتم التعامل مع الخبر الصحفي من منظور مهني بحث حيث يقاس العمل الصحفي بمدى نجاحه في زيادة التوزيع وإبراز المهارة المهنية التي تتمثل أساساً في تحقيق الاعتبارات الفاعلة في سوق الاستهلاك كالسبق الصحفي والتركيز على بعض القيم التي تدفع القراء لقراءة محتوى الجرائد، كالإثارة، الغرابة، الجنس، وغيرها من القيم التي يتوقع الصحفيون أنها ستزيد من توزيع الصحف أو ما تحققه من رواج للصحيفة.

يختفي أصحاب هذا الاتجاه وراء اعتبارات عديدة لتبرير هذا التوجه نحو هذا النوع من الأخبار، منها أن الصحف تسعى لتقديم ما يرغب الجمهور في معرفته، رغم أنه من الصعب معرفة ذلك، أو أن وسائل الإعلام تنشر ما يهم الجمهور، رغم أنه ليس هناك أهمية عامة مطلقة لكل الأخبار الصحفية، ولكن أهميتها في الواقع نسبية.

وقد انتقد هذا الاتجاه، بداية بوصفه يمثل الصحافة الصفراء أو ما اصطلح على تسميته بـصحافة الإثارة والفضائح، كما يكشف هذا الاتجاه عن الطابع النفعي أو الانتهازي الذي يحكم أنصاره في ممارسة العمل الصحفي.

(1) جوليان هاريس، ستانلي جونسون، مرجع سابق، ص 34.

الاتجاه الوظيفي:

ينظر أنصار هذا الاتجاه إلى الخبر من منظور الوظيفة الاجتماعية للخبر ومصالح الجمهور والمسؤولية في العمل الإعلامي بصفة عامة.

يظهر هذا الاتجاه واضحا في المجتمعات الاشتراكية التي تنظر إلى الصحافة باعتبارها أحد أجهزة الدولة على حد تعبير خروشوف " الصحافة هي سلاحنا الإيديولوجي الرئيس"، وهذا ما يفرض عليها الدفاع على المبادئ التي رسمها الحزب أو الحكومة.

كما يمكن أن يستدل على وجود هذه الخاصية في التوجه الاشتراكي من خلال تضمين المعايير التي يُنتقى على أساسها الخبر " قيمة المسؤولية الاجتماعية"، كما يتحمس لهذا الاتجاه العديد من الباحثين في دول العالم الثالث حيث عادة ما يتم التأكيد على الوظيفة التتموية للإعلام والالتزام بدعم عمليات التغيير والعمران ومساندة إجراءات النخب الحاكمة...الخ في مواجهة القضايا والمشكلات التي تعوق مسيرة التنمية في المجتمع"⁽¹⁾، فالتتمية تمثل قيمة إخبارية رئيسية في العالم الثالث والخبر هو النمو والتتمية، والخبر هو أيضا السدود والمباني الجديدة والطرق"⁽²⁾. وعلى هذا الأساس يتم تعريف الخبر في هذه المجتمعات بأنه " مسؤولية على الرغم من أن هذه القيمة الإخبارية لها ثقلها في جميع أنحاء العوالم الثلاثة، إن الخبر المسؤول داخل التركيبات الهشة في دول العالم الثالث يعد أمرا ضروريا لا غنى عنه"⁽³⁾.

جاء هذا الاتجاه كرد فعل للمفهوم الليبرالي للخبر الذي يخول للصحفي في ظل نظرية الحرية إمكانية النشر بلا رقابة ولا قيود، " إن حرية النشر وفقا لهذه الرؤية تقابلها مسؤولية، ومن يتمتع بالحرية عليه التزامات معينة قبل المجتمع،

(1) إبراهيم عبد النبي عبد الفتاح: سوسيولوجيا الخبر: دراسة في انتقاء ونشر الأخبار، مرجع سابق، ص20.

(2) ألبرت ل.هستر، واى لان ج. تو، مرجع سابق، ص57.

(3) المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

وإذا تحملت الصحف مسؤولياتها وجعلتها أساس سياستها في العمل فإنها تستحق الحرية الممنوحة لها، وإلا فإن الأمر يتطلب التدخل لتصحيح مسارها وتوجهاتها للقيام بواجباتها الأساسية قبل الأفراد والمجتمع الذي تعمل فيه"⁽¹⁾.

إن الحرية لا بد وأن تقابلها مسؤولية، وبالتالي فمن يتمتع بالحرية عليه التزامات معينة قبل المجتمع، لقد تغير مفهوم الحرية بحيث أصبح يضمن توجيهها نحو خدمة المجتمع.

لم يسلم الاتجاه الوظيفي من الانتقادات العديدة التي وجهت له، بالرغم من أنه حاول تدارك الهفوات ونقاط الخلل الموجودة في الاتجاه المهني، والمتمثلة أساسا في السعي لترويج الخبر، مع وجود اختلافات طفيفة بين الاتجاهين، فبدل التركيز على الجانب المهني التي وضعت له الفلسفة الإعلامية معايير مهنية تحكم العمل الصحفي وتضبطه، وتحدد الأسس العريضة التي ينبغي على الإعلاميين إتباعها والاهتداء بها، بالإضافة إلى التركيز على بعض القيم الإخبارية التي تنصدرها الإثارة في الاتجاه الأول، فإنه يمكن عوضا على ذلك الضرب على وتيرة الاهتمامات والاحتياجات والمصالح العامة في ترويج الخبر لدى الأفراد دون الاهتمام بنوع ومستوى المضامين الخبرية ذاتها، ومدى مطابقتها لما يُنتظر منها في عملية البناء والتنمية بالإضافة إلى ذلك، فإذا كانت القيم الخبرية التي تُنتقى وتُفضل على أساسها الأخبار في المجتمعات الليبرالية تتسم بالنسبية، فإن الأمر لا يختلف بالنسبة للمعايير التي يركز عليها أصحاب الاتجاه الثاني، كالأهمية، الفائدة والمصلحة العامة.

ويرى عبد النبي عبد الفتاح في كتابه "سوسيولوجيا الخبر"، أنه في الوقت الذي نجد فيه وضوح منطق وأهداف أنصار الاتجاه الأول، رغم التحفظ الشديد عليه، فإننا نجد تعريفات أنصار الاتجاه الثاني، وما تقوم عليه من مبادئ ومفاهيم

(1) إبراهيم عبد النبي عبد الفتاح: سوسيولوجيا الخبر: دراسة في انتقاء ونشر الأخبار، مرجع سابق، ص 20-21.

تتسم بالعمومية والغموض الشديد، إلى الحد الذي يترتب عليه صعوبة تطبيق هذه التعريفات في الممارسة العملية⁽¹⁾.

(1) إبراهيم عبد النبي عبد الفتاح: سوسيولوجيا الخبر: دراسة في انتقاء ونشر الأخبار، مرجع سابق، ص22.

خلاصة:

من خلال المفاهيم السابقة الذكر، يتضح أن هناك اختلافات واضحة في التعريفات الموضوعية لتحديد ماهية الخبر في الأنظمة المختلطة، ويرجع ذلك لعدم وضوح الرؤية بالنسبة لهذه الدول ما أفرز خليطاً من النظم الإعلامية، بحيث لا يمكن أن يؤخذ بمفهوم الخبر في المجتمعات المتقدمة أو بمفهومه في المجتمعات الاشتراكية كنموذج في البلدان النامية نظراً لطبيعة وخصوصية هذه المجتمعات.

إن المفاهيم المتباينة لمعنى الأخبار، مصدرها الاختلاف في النظرية الفكرية التي تسود كل مجتمع من المجتمعات المختلفة، والتي تؤثر بشكل فاعل على المعايير التي تحكم وسائل الإعلام ووظائفها في المجتمع بما فيها القيم الخبـرية التي يتم تبنيتها في مختلف الأنظمة الإعلامية لترشيح الأخبار للنشر أو حجبها ودفنها، هذا ما سيتم تناوله في الفصل الموالي.

الفصل الثاني: القيم الخيرية وعناصرها في مختلف الأنظمة الإعلامية.

- المبحث الأول: مفهوم القيم الخيرية.
- المبحث الثاني: القيم الخيرية في الأنظمة الليبرالية والاشتراكية.
- المبحث الثالث: القيم الخيرية في الأنظمة المختلفة.
- المبحث الرابع: عناصر القيم الخيرية.

المبحث الأول: مفهوم القيم الخبرية.

نستعرض في هذا المبحث القيم الخبرية من حيث مفهومها في الدراسات الأجنبية والعربية.

ويشمل هذا المبحث ثلاثة عناصر هي:

1- استعراض بعض مفاهيم القيمة انطلاقاً من وجهات نظر مختلفة، مع طرح بعض الإسهامات التي صبت في الموضوع، بالإضافة إلى عرض تصنيفات القيم وذلك تمهيداً لدراسة القيم الخبرية.

2- عرض مفهوم القيمة الخبرية كما وردت في العديد من الدراسات الأجنبية والعربية رغم أن هذا الموضوع ما زال مطروحاً للنقاش، فضلاً عن التطرق إلى الاختلافات الموجودة بين الباحثين في تعريف القيم الخبرية ومن ثم اختلاف المقياس الذي تتم على أساسه عملية المفاضلة بين الأخبار.

3- التطرق إلى مداخل دراسة القيم الخبرية نظراً لأهميتها في تحقيق ما يسمى بـ"الجدارة الإخبارية"، فضلاً عن عرض خصائص القيم الخبرية.

أولاً - تعريف القيم:

تعني القيمة في اللغة العربية " ثمن الشيء بالتقويم"⁽¹⁾، وتعني القيمة في معجم القرآن الكريم: الطريق الثابت المستقيم الذي لا عوج فيه⁽²⁾.

ويشير قاموس علم الاجتماع أن مفهوم القيم لم ينتشر في العلوم الاجتماعية إلا حديثاً إذ يعد كل من توماس وزنانيكي أول من استخدم هذا المفهوم في كتابهما "الفلاح البولندي في أوروبا وأمريكا"، حيث عرفا القيمة الاجتماعية بأنها تعني أي معنى ينطوي على مضمون واقعي وتقبله جماعة اجتماعية معينة، كما أن لها معنى محددًا حيث تصبح في ضوءه موضوعاً معيناً، أو نشاطاً خاصاً⁽³⁾.

ومن بين التعريفات الهامة للمصطلح أيضاً تعريف كلاهون (C.Klukhohn) "فالقيمة هي تصور، واضح أو مضمّر، يميز الفرد أو الجماعة ويحدد ما هو مرغوب فيه بحيث يسمح لنا بالاختيار من الأساليب المتغيرة للسلوك، والوسائل، والأهداف الخاصة بالفعل"⁽⁴⁾.

ويعرف محمد أحمد بيومي القيمة "على أنها المرغوب فيه، بمعنى أي شيء مرغوب من الفرد أو الجماعة الاجتماعية. وموضوع الرغبة قد يكون موضوعاً مادياً أو علاقة اجتماعية أو أفكار أو بصفة عامة أي شيء يتطلبه ويرغبه المجتمع"⁽⁵⁾.

ويرى عبد العالي رزاق، "أن القيم تختلف من مجتمع لآخر، وأنها تتعدد تعريفاتها داخل المجتمع الواحد، ولكل شعب قيمه، ولكن هناك فرقاً بين القيم المتغيرة والثابتة في المجتمع، فالقيم المتغيرة هو إجماع فئة أو شريحة أو

(1) ابن منظور: لسان العرب، ج5 (القاهرة: دار المعارف، د، ت، ن) ص 3783.

(2) مجمع اللغة العربية، معجم ألفاظ القرآن الكريم، ج1، ط1 (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1990م.) ص 452.

(3) محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1979م.) ص 505.

(4) المرجع نفسه، ص 505 - 506.

(5) محمد أحمد بيومي: علم اجتماع القيم (مصر: دار المعرفة الجامعية، د.ت.ن.) ص 146.

مجموعة على اتخاذ موقف إيجابي أو سلبي إزاء فكرة أو قضية في ظرف معين، أما القيم الثابتة فهي القيم التي يتم دسترتها داخل أي مجتمع، والقيم المتغيرة التي يتم الإجماع حولها قد تصبح من ثوابت المجتمع، إذا صارت عرفاً أو قانوناً، وهي تنتشر في جميع مجالات الحياة، ويتفاوت التعامل معها⁽¹⁾.

ويعد مفهوم القيمة على شيوخ استخدامه واحد من أكثر المفاهيم المستخدمة في العلوم الاجتماعية غموضاً وإثارة للخلاف على الإطلاق إذ يختلط هذا المفهوم بعدد كبير من المفاهيم الأخرى المشابهة، كالاتجاه، والمعتقد، والمعيار، والدافع، والرغبة⁽²⁾.

ويرجع عدم التحكم في ضبط وتحديد مفهوم القيمة إلى التعريفات المختلفة التي تطرقت وتناولت الموضوع والتي حاولت تقديم تعريف لهذا المفهوم، وذلك انطلاقاً من وجهات نظر مختلفة، فإن كل هذه الأسباب والمعطيات "دفعت ببعض الباحثين إلى التشكيك في كلمة (القيمة) ذاتها نتيجة استخداماتها المتباينة والمتناقضة والدعوى إلى استخدام مصطلح جديد بديلاً للكلمة الإنجليزية (Value) مثل مصطلح الاتجاهات المشتركة"⁽³⁾.

وقد ذهب فريق آخر في تحديد مفهوم القيمة بالعودة إلى الإطار الديني الذي يحكمه، ومن ثم جاء تحديد القيمة في المفهوم الإسلامي على أنها "نسق من المعايير الثابتة للسلوك الإنساني التفضيلي تتجسد في ممارسات سلوكية لفظية أو

(1) عبد العالي رزاق، مرجع سابق، ص 107.

(2) عبد الفتاح إبراهيم محمود عبد النبي، دور الصحافة في تغيير القيم الاجتماعية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام)، 1987م، ص 19.

(3) المرجع نفسه، ص 19.

حركية، مباشرة أو غير مباشرة، صريحة أو ضمنية، تهدف إلى تحقيق أمر مرغوب فيه، وتنقل عبر الأجيال عن طريق أجهزة التنشئة الاجتماعية⁽¹⁾.

يشمل هذا التعريف بعض المصطلحات الدالة التي من خلالها يمكن أن نكون فكرة عن مفهوم القيم، حيث يُقصد بالمعايير ما يقبله أفراد المجتمع من قواعد وعادات واتجاهات، وتعتبر هذه المعايير بمثابة أطر أو محددات للفرد، وقد أشار صابر سليمان عسران إلى اعتبار القيم نسق من المعايير الثابتة، كما أنها نوع من السلوك التفضيلي الذي نعني به الانتقاء من بدائل كثيرة لدى الفرد في مختلف المواقف الاجتماعية التي تواجهه والتي تتجسد في ممارسات سلوكية أي أنها تطبق على أرض الواقع لتحقيق أمر مرغوب فيه لا مرغوب عنه، ورغم أن كل الفلسفات تتفق في كون القيم عبارة عن معايير توجه سلوك الفرد والمجتمع، فإن هذه المعايير قد يكون للفرد فيها حرية الاختيار وقد لا يكون له⁽²⁾، إلا أن السيد بخيث يرى أنه ليس هناك اتفاقاً على مدلول محدد لتعريف القيم، فهي متعددة ومتباينة، وإن كان هذا التباين يفيد في بيان الوضعية الحقيقية للقيم ويكشف عن تعدد أبعادها⁽³⁾.

يتفاوت نسق القيم من مجتمع لآخر، وما يضعه مجتمع في قائمة أولوياته، قد لا يراه كذلك مجتمع آخر، وإن كان ذلك لا ينفي وجود بعض القيم العامة المشتركة بين المجتمعات المختلفة، وفي داخل المجتمع الواحد.

كما أن القيم تنتظم في بناء هرمي، بمعنى أن القيم ليست ذات درجة واحدة من الأهمية، ولكن هناك قيماً تحتل مركز الصدارة ولها الأولوية، ثم تليها

(1) صابر سليمان عسران، القيم الإسلامية التي يتضمنها المسلسل العربي في التلفزيون، دراسة تحليلية لعينة من المسلسلات المذاعة على القناة الأولى، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام)، 1987م، ص 23.

(2) منى كشيك: القيم الغائبة في الإعلام (مصر: دار فرحة للنشر والإعلام، 2003م)، ص 61.

(3) السيد بخيث محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية: دراسة تطبيقية في الصحافة القومية و الحزبية خلال 1987-1990، مرجع سابق، ص 69.

قيماً أخرى، وهكذا، بالإضافة إلى أن الحكم على سلبية القيم وإيجابياتها يجب أن يتم من خلال الحكم على أهدافها، أي أنه يجب التركيز في دراسة القيم على أهدافها وغاياتها، بدلاً من التركيز على لفظ القيمة ذاتها⁽¹⁾.

ومهما كانت طبيعة التناقض والغموض الذي يحيط بمفهوم القيمة، وتعدد الأسباب والمسببات وراء هذا التناقض والخلاف بين الباحثين في تحديد مدلولها، فقد حدد عبد النبي عبد الفتاح انطلاقاً من واقع التعريفات المقدمة في هذا الشأن، بعض المؤشرات العامة حول مدلول لفظ القيمة⁽²⁾:

- 1- أن القيم تعمل على توجيه السلوك الإنساني.
- 2- أن ما يرغب فيه الفرد أو الجماعة هو حجر الزاوية في تحديد مدلول القيمة.
- 3- القيم تتطوي على سمة الانتقائية والاختيار، بمعنى أنها حكم يوجه الأفراد في اختيار البدائل في مجالات الحياة المختلفة.
- 4- القيم يتم التعبير عنها صراحة بالكلام أو الكتابة، كما قد تكون ضمنية لا تفصح عن نفسها بطريق مباشر، و لكن قد تستشف من السلوك أحياناً.
- 5- القيم ديناميكية بمعنى إمكانية تغيرها إذا ما تولدت صورة من صور التفاعل بين المرء بمحدداته الشخصية وبعض المثيرات الخارجية، كان من شأنها أن تضع الفرد في مركز جديد من حيز القيم.
- 6- أن القيم تتسم بالثبات النسبي أي المحافظة، إن القيم الرئيسية من وجهات السلوك الكبرى، فلو لم تكن تتصف بالثبات، ولو كانت تتغير من حين لحين،

(1) السيد بخت محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية: دراسة تطبيقية في الصحافة القومية و الحزبية خلال 1987-1990، مرجع سابق، ص 69.

(2) عبد الفتاح إبراهيم محمود عبد النبي، دور الصحافة في تغيير القيم الاجتماعية، مرجع سابق، ص 26-27.

لاختلطت على الناس معاني الخير والشر، والحلال والحرام، والواجب وما ينافيه⁽¹⁾.

ثانياً - تصنيف القيم:

تتطوي عملية تصنيف القيم على صعوبات كثيرة ترجع إلى تعدد التعريفات التي صاغها الباحثون حول مفهوم القيم، ومن ثم تعددت طرق التصنيف ونماذجه، واختلفت المبادئ التي تنهض عليها التصنيفات والزوايا التي تتم من خلالها، ومنها⁽²⁾: بعد المحتوى كالقيم الجمالية والاقتصادية والسياسية والاجتماعية. الخ، وبعد المقصد كقيم وسائلية وهدفية أو غائية، وبعد الشدة كالقيم الملزمة والتفضيلية والمثالية، وبعد العمومية كالقيم المنتشرة في المجتمع والقيم الخاصة بفئات اجتماعية أو مهنية معينة أو عامة أو خاصة، وبعد الوضوح حيث تصنف القيم في هذه الحالة إلى قيم ظاهرة أو صريحة يعبر عنها بالكلام، وأخرى ضمنية يمكن استخلاصها، ويستدل على وجودها بالسلوك والاختبارات وتحليل المضمون، وبعد الدوام حيث تصنف إلى قيم عابرة (مادية) وقيم دائمة (روحية) نسبياً، كما أن هناك من يقسمها طبقاً للنظم الاجتماعية إلى قيم بيئية وإيديولوجية وسياسية وعائلية وتعليمية وتربوية ودينية.

يستدل من خلال ما تقدم تعدد المفاهيم والتعريفات المستخدمة لبيان معنى القيم، حيث تم تناول هذا المفهوم من طرف العديد من الباحثين في مختلف العلوم الاجتماعية، ولعله من الطبيعي أن يرتبط علم الاتصال بنتائج تلك الدراسات وغيرها عند دراسة محتوى الاتصال عامة والقيم الخيرية المختلفة خاصة، إذ أنه

(1) محمد محمد الزلباني: القيم الاجتماعية، مدخلا للدراسات الأنثروبولوجية والاجتماعية (مصر: مطبعة الاستقلال الكبرى، 1973م) ص 26.

(2) أنظر فوزية دياب: القيم والعادات الاجتماعية (مصر: دار الكتاب للطباعة والنشر، د.ت.ن.) ص 73 - 100، عبد الفتاح إبراهيم محمود عبد

الني، دور الصحافة المصرية في تغيير القيم الاجتماعية، مرجع سابق، ص 44-46، صابر سليمان عسران، القيم الإسلامية التي يتضمنها المسلسل

العربي بالتلفزيون المصري، مرجع سابق، ص 37-42، محمد عبد البديع السعيد: أثر القنوات الفضائية على القيم الأسرية، الطبعة الأولى (القاهرة:

العربي للنشر والتوزيع، 2009 م.) ص 89-101، هاشم حسن تميمي: فلسفة الخبر الصحفي، دراسة لمفهوم القيم الخيرية في الصحافة العراقية،

الطبعة الأولى (الأردن: دار ورد الأردنية للنشر والتوزيع، 2008 م.) ص 54، محمد أحمد بيومي: مرجع سابق، ص 163.

لا يمكن دراسة القيم الخبرية بعيداً عن قيم المجتمع، ولا يمكن فهم القيم الخبرية لصحيفة ما إلا في إطار الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية لها والمجتمع الذي تصدر فيه.

ثالثاً - تعريف القيم الخبرية:

تبين لنا بعد استعراض بعض المفاهيم والمعاني لمفهوم القيمة اهتمام مختلف العلوم الاجتماعية بمفهوم القيمة، ابتداء من علم الاقتصاد، والسياسة، والاجتماع، بل إن مفهوم القيمة يجد مكاناً وأهمية له خاصة في الدين، الفن والفلسفة. وقد تأثرت الدراسات في علم الاتصال بالنتائج المحققة في باقي العلوم عند دراسة محتوى الاتصال عامة والقيمة الخبرية لوسائل الاتصال المختلفة خاصة.

نحاول أن نستعرض مفهوم القيم الخبرية كما وردت في العديد من الدراسات الأجنبية والعربية، مع الإشارة إلى أنه يتعذر فهم أو تحديد القيم الخبرية لوسيلة إعلامية، أو لصحيفة ما بعيداً عن قيم المجتمع الذي تصدر فيه.

بالإضافة إلى أن القيم الخبرية تتباين من صحفي إلى آخر، ومن صحيفة لأخرى، ومن مجتمع لآخر، ومن فترة زمنية لأخرى، فالقيم الخبرية التي تحكمت في صياغة المادة الخبرية في عهد الحزب الواحد تختلف وتتباين عن القيم الخبرية في عهد التعددية الإعلامية وإن كان ذلك على مستوى ترتيب هذه القيم من حيث الأهمية فقط، هذا بالرغم من وجود قيم مشتركة وعامة، يتفق عليها المجتمع الصحفي والتي تمثل إطاراً مرجعياً في الاختيار والانتقاء والنشر.

إن موضوع القيم الخبرية مازال مطروحاً للمناقشة ولم يحسم فيه الأمر بعد، لأنه موضع خلاف بين الباحثين، بسبب الاختلاف والتباين بين المجتمعات والمؤسسات ومختلف القطاعات في علاقاتها مع وسائل الإعلام، إذ أن القائم بالاتصال يتعامل ويترجم المادة الإعلامية في إطار ثقافته الخاصة، فعلى سبيل

المثال، شكلت حادثة وفاة الأميرة ديانا في 1997م. أكبر قصة جريمة في الصحافة البريطانية في تلك الفترة، بينما لم ينشر الخبر في أحد الصحف الرئيسية في الفيتنام إلا بعد مرور أسبوعين عن الحادث، تحت عنوان "امرأة جميلة تموت"⁽¹⁾، ومن ثم فإن وسائل الإعلام بمختلف اتجاهاتها وانتماءاتها تساهم في إبراز قيم على أخرى، من خلال وضع بعضها في الصدارة ومن ثم خلق الاهتمام بها والتركيز عليها من خلال تكثيف النشر حولها، في حين أن قيم أخرى تغيب وتتقهقر بسبب عدم الاهتمام بها، أو أنها لا تشكل أهمية مقارنة مع القيم التي يتم التركيز عليها، ومن هذا المنطلق فإن وسائل الإعلام تساهم بشكل كبير في تحديد اتجاه الجمهور، وفي ترتيبه للأحداث أو ما يطلق عليه دور وسائل الإعلام في بناء أجندة الأحداث، إذ أن المواد الخبرية، تقوم على إشباع الفضول لدى الجمهور المتلقي في معرفة ما يحيط بهم من أحداث وتطوراتها وهذا يساعدهم على تكوين وجهات نظر إزاء هذه الأحداث واتخاذ مواقف تجاهها⁽²⁾.

لقد تعددت التعريفات الخاصة بالقيم الخبرية منها أنها "مفتاح صغير لحل سؤال لماذا تعتبر قصة ما جديرة بالإخبار عنها"⁽³⁾ أو "أنها المقياس الذي يتم على أساسه عملية المفاضلة بين خبر وآخر عند النشر، أو أنها المقياس الذي يتم على أساسه تحديد أهمية الأنباء وطريقة بناء المادة الإخبارية وذلك على ضوء محدودية الموارد والوقت والمساحة وغازارة الأخبار المتدفقة يوميًا إلى الوسيلة

(1) Graham Meikle, op.cit, p. 25.

(2) سوزان القليبي، هبه ألسمري: إنتاج البرامج للراديو والتلفزيون، ط 1 (القاهرة: مكتبة الشباب، 1993 م.) ص 97.

(3) John Hartley: *Understanding News* (London and New York: Methuen, 1982) p. 82.

الإعلامية، أو هي تلك العناصر التي إذا توافرت في أحد الأخبار زادت فرصته في النشر"⁽¹⁾.

ويشير هاشم حسن التميمي قبل تقديم مفهومه الخاص للقيم الخبرية أن الدراسات التي اهتمت بهذا المجال، ركزت إما على الحدث أو الخبر أولاً وعلاقة ذلك بالمرسل (القائم بالاتصال) المبلغ ثانياً، وإما على الجمهور (المتلقي)، لينتهي إلى اعتبار القيم الخبرية من الناحية الذاتية الإطار الإدراكي والدلالي - الصريح أو الضمني - الذي يجعل القائم بالاتصال "فرداً أو مجموعة أفراد أو مؤسسة" قادراً على إدراك وانتقاء القيم الخبرية الأكثر أهمية بين عدد كبير من الوقائع أو المعلومات وله القدرة على صياغتها وتشكيل وإنشاء عناصرها في ترتيب إخباري خاص، ومنحها فرص الظهور عبر إحدى وسائل الإعلام بدرجات من البروز تستمد من طبيعة الوسائل وظرفها الخاص والعام.

وتعني القيمة من الناحية الموضوعية مجموعة المكونات الجوهرية التي تتشكل منها الأخبار وتتميز بتميزها وتغيب بغياب أبرزها، ويوجد فيها حراس البوابات والجمهور أنها مثيرة للاهتمام، وتستحق التفضيل والإبراز في وسائل الإعلام في زمان ومكان معينين⁽²⁾. ويرى هاشم حسن التميمي أن القيمة في هذا التعريف ثلاثة مستويات فهي بالنسبة للقائم بالاتصال تعني المقياس أو المعيار الذهني الذي يستدل به على الأخبار، وللخبر هي الخصائص أو المكونات التي تتوفر فيه وتؤهلها للانتقاء والظهور في وسائل الإعلام، والجمهور يجد في القيمة الإطار الإدراكي الذي يساعده على تفسير وفهم الأخبار⁽³⁾.

(1) السيد بختيار محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية: دراسة تطبيقية في الصحافة القومية والحزبية خلال

1987-1990، مرجع سابق، ص 34.

(2) هاشم حسن التميمي: فلسفة الخبر الصحفي، دراسة لمفهوم القيمة الخبرية في الصحافة العراقية، مرجع سابق، ص 66.

(3) المرجع نفسه، ص 67.

كما يعرف نصر الدين العياضي القيم الخبرية على أنها مجموعة المعايير المادية والذهنية التي سيتم على أساسها تحويل الحدث إلى خبر صحفي، فهي الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث والجمهور، وهي تكشف على جوهر الحدث وعن استخدامه الاجتماعي أي تحويله إلى موضوع للإطلاع والمعرفة والفهم⁽¹⁾، ويعني سعيد محمد السيد بالقيمة الخبرية "تلك العناصر التي تحدد أسبقية النشر لخبر ما"⁽²⁾.

والقيم في أبسط تعريفاتها حسب عبد العالي رزاق، "هي خصائص، أو صفات، أو عناصر، أو مقاييس، أو أسس، أو مبادئ، أو مواصفات، أو معايير، أو مفاهيم، أو سمات، تحدد موقع الخبر في المؤسسة الإعلامية ومكانته في نشرات الأخبار"⁽³⁾، أو على أنها مجموعة المعايير المادية والذهنية التي على أساسها يتم تحويل الحدث إلى خبر صحفي، أو هي "تلك (القيم) التي تستخدم في الحكم على صلاحية الأخبار للنشر بواسطة حراس البوابات، كما يتم استخدامها في الحكم على صلاحية تفاصيل معينة في الخبر"⁽⁴⁾.

ويطلق البعض على القيم الخبرية مصطلح الجدارة الإخبارية "أي ذلك القياس الذي يتقرر بموجبه ما يختار وما يهمل من سجل الأحداث اليومية الحافل الذي يصل إلى المحررين"⁽⁵⁾، ولا يوجد اتفاق عام حول عدد عناصر الخبر ولا ماهية هذه العناصر⁽⁶⁾، بالإضافة إلى أن القيم الخبرية، سواء زاد عددها أو

(1) نصر الدين العياضي: مبادئ أساسية في ثقافة الخبر الصحفي (الجزائر: المؤسسة الجزائرية للطباعة، 1994 م.) ص 27.

(2) سعيد محمد السيد، التشابه الإخباري وأثره في بناء الإجماع الاجتماعي، مجلة الدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والتعمير (القاهرة - المركز العربي للدراسات الإعلامية - العدد 25 - 1988 م.) ص 9.

(3) عبد العالي رزاق، مرجع سابق، ص 108.

(4) سليمان صالح، مرجع سابق، ص 69.

(5) ف. فريزر بوند: مدخل إلى الصحافة، ترجمة راجي صهيون (لبنان: مؤسسة بدران وشركاه، د.ت.ن) ص 126.

(6) فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، الطبعة الثالثة، مرجع سابق، ص 61.

نقص، ما هي إلا افتراضات حدسية يعتمدها الصحفيون في اختيار ما يعتقدونه يجذب اهتمام الجمهور⁽¹⁾.

إن الخلاف في تحديد القيم الخبرية يرجع لعوامل أيديولوجية لأن نظرة الكتاب الليبراليين تختلف عن نظرة الكتاب الاشتراكيين⁽²⁾، كذلك يختلف الأمر بين الكتاب الذين ينتمون إلى الدول المتقدمة بين أقرانهم في الدول النامية. فقد أشارت اللجنة الدولية لبحث مشكلات الاتصال، أن الأنباء التي تنتشر تعكس واقع وقيم المجتمع الذي تنتشر فيه وليس واقع المجتمع الذي صدرت عنه⁽³⁾.

إن عملية نشر أو إذاعة أو بث أحداث أو أخبار دون أخرى، وكذلك اختيار أو انتقاء جوانب لحقائق وإغفال أخرى عن كل حدث أو خبر يتم وفق نظام القيم الذي يعتنقه الصحفيون والذي يتوافق مع نظام القيم السائد في مجتمعهم، فكل مجتمع قيمه التي تختلف وتتباين مع قيم المجتمعات الأخرى، ولهذا فإن نظام القيم السائد في مجتمع ما سيؤثر بالضرورة على تصورات القائمين بالإعلام في هذه المجتمعات، "بالإضافة إلى المؤثرات المجتمعية التي يقرها البناء الاجتماعي والسياسي، فالقيم الإخبارية تتكون بفعل عوامل عدة منها علاقات النظام السياسي بالدول الأخرى، توجهات الوسيلة الإعلامية وأهدافها، تطور تقنيات وآليات الاتصال والتبادل الإعلامي وبعضها يتشكل بفعل طبيعة الأحداث والأخبار التي تفرض نفسها لتوافر عناصر كالأهمية أو النخبة أو الضخامة فضلاً عن دور

(1) عبد الستار جواد، مرجع سابق، ص 55.

(2) ليلي عبد المجيد، محمود علم الدين: فن التحرير الصحفي للوسائل المطبوعة والإلكترونية، الطبعة الأولى (القاهرة: دار السحاب للنشر والتوزيع، 2008 م.) ص 119.

(3) السيد بخت محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية، دراسة تطبيقية في الصحافة القومية والحزبية خلال 1987-1990، ص 33.

ضغوط المهنة أو المؤسسة والقوى الفاعلة داخلها، وعلاقات العمل التي يكون القائم بالاتصال طرفاً فيها"⁽¹⁾.

إذن "يعد موضوع القيم الإخبارية خلاصة لنتائج عمل أطراف عدة، فهو إفران لسياسة نظام، وقيم مجتمع، ونشاط مؤسسات، ومؤهلات أفراد، كما أنه موضوع مطروح عالمياً ومحلياً، ويعد محاولة لتقريب الفجوة بين العلم الأكاديمي والممارسة العالمية، واهتمامات المجتمع"⁽²⁾.

تشير بعض التعريفات إلى ضرورة التفرقة بين القيم الخبرية أو كما يسميها بعض الباحثين عناصر الخبر وبين صفات الخبر كالصدق والدقة والموضوعية والحالية التي تعد من المسؤوليات التي يجب أن يتحلى بها المحرر أو الصحفي عند كتابة مادته الخبرية، لأن عدم تضمينها في الخبر يعد إهداراً لهذه المسؤولية تجاه القارئ أو متلقي الرسالة الإعلامية، "كما أن صفات الخبر لا تعد معياراً من معايير النشر وإنما هي شروط أخلاقية ومهنية ينبغي أن تلتزم بها وسائل الإعلام في نشر الأخبار"⁽³⁾، أما القيم الخبرية أو عناصر الخبر "هي خصائص يمكن حصرها تاريخياً من خلال ملاحظة الأخبار التي تنشرها الصحف والتي تذييعها محطات الراديو والتلفزيون، ولا يوجد اتفاق عام حول عدد عناصر الخبر ولا ماهية هذه العناصر"⁽⁴⁾.

لهذا تعددت تصنيفات الكتاب والباحثين لمنظومة القيم الخبرية، حيث قام بعضهم بتصنيفها وفقاً لدول الشمال مقابل دول الجنوب⁽⁵⁾، بينما صنفتها البعض

(1) السيد بخت محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية، دراسة تطبيقية في الصحافة القومية والحزبية خلال 1990-1987، ص 38.

(2) المرجع نفسه، ص 8.

(3) حسن نصر، سناء عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 69.

(4) فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، الطبعة الثالثة، مرجع سابق، ص 61.

(5) السيد بخت محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية، دراسة تطبيقية في الصحافة القومية والحزبية خلال 1990-1987، مرجع سابق، ص 43.

الأخر وفقاً للعوامل، كذلك صنفها بعض الباحثين وفقاً للأنظمة السياسية والأيدولوجية (ليبرالي، اشتراكي، أنظمة مختلطة)، وصنفها البعض الآخر بما يزيل الحواجز بين الأنظمة بحيث يجعل القيم الخبرية قسماً مشتركاً بين كل الأنظمة مع وجود تباينات طبيعية داخل كل مجتمع، وسوف نقوم في هذه الدراسة بتصنيف القيم الخبرية وفقاً للأنظمة السياسية السائدة في العالم وهي تعكس العلاقة التلازمية بين الممارسة الإعلامية بكافة أشكالها والنظام السياسي السائد.

رابعاً - مداخل دراسة القيم:

تعرف القيم الخبرية على أنها مجموعة العناصر أو المعايير التي يجب توافرها كلها أو بعضها في الحدث لكي يرقى إلى مستوى الخبر. فالمحرر الذي يجلب الخبر أو يتلقاه من مصادره المختلفة يقوم بأول عملية تقييم يتعرض لها الخبر حيث يزداد اهتمامه بهذا الخبر أو يقل، وبالتالي يبحث عن مزيد من التفاصيل والحقائق أو يهملها. وعندما يقوم بصياغة وقائع الخبر فإنه قد يهمل أحدها في حين يهتم بأخرى، وقد يبرز عناصر معينة ويضعها في صدر الخبر ويهمل عناصر أخرى فلا يذكرها أو يضعها في نهاية الخبر. ليأتي دور رئيس القسم، فتبدأ عملية التقييم من جديد وقد تنتهي إلى استبعاد أخبار كثيرة وتقديم أخبار بذاتها على أخبار أخرى. ثم يعاد تقييم كل خبر على حده، وتتكرر عملية التقييم من جديد عندما يعاد صياغة تلك الأخبار⁽¹⁾، وفي مرحلة ثالثة، يأتي دور رئيس التحرير أو نائبه لتقرير ما يجب أن يُنشر أو يُستبعد، وما يستحق النشر في الصفحة الأولى أو الأخيرة، وما يوضع في الصفحات الداخلية، دون أن ننسى دور سكرتير التحرير في اختيار المحددات الفنية المتمثلة في مكان نشر الخبر والصورة المرافقة له إلى نوع البنط وعناصر الإبراز.

(1) محرز حسين غالي: إدارة المؤسسات الصحفية واقتصادياتها في العالم المعاصر، الطبعة الأولى (القاهرة: دار العالم العربي، 2009م) ص246.

ولا تتوقف أهمية القيم الخبرية في توجيه عملية جلب وتلقي الصحفيين للأخبار ولكن في قياس أهمية هذه الأخبار والمفاضلة بينها في النشر، أو في تحديد طبيعة هذه الأخبار وتوجهاتها العامة⁽¹⁾.

ونظرا لأهمية العناصر أو القيم الخبرية في ترشيح الأحداث لكي تصبح أخبارا، ومن ثم تحقيق الجدارة الإخبارية بالنسبة للأخبار الصحفية، سعى الباحثون إلى دراستها والكشف عنها، وبيان وتوضيح عناصرها، ورصد تأثيراتها في بناء المادة الإعلامية، حيث تشعبت المداخل التي اهتمت بدراسة القيم الخبرية.

1- المدخل النفسي:

يهدف هذا المدخل إلى الكشف عن القيم الخبرية من خلال البحث عن كل ما من شأنه استهواء النفس البشرية وتلبية الغرائز الإنسانية وتشويق القارئ، ويمكن أن يدرج ضمن هذا المدخل، كل المحاولات التي قُدمت لتصنيف أو وضع مصفوفة بالقيم الخبرية محاولة من خلال ذلك التركيز على عناصر كالشهرة، الغرابة، الغرائز، الصراع، الضخامة، الفائدة، القرب الجغرافي أو النفسي.

بصفة عامة، يركز هذا المدخل على كل الأخبار التي تؤثر تأثيرا مباشرا أو غير مباشر في مشاعر القارئ ونفسيته، فتحمله على الارتياح أو على الأسف. فصناعة الأخبار هنا يمكن أن تؤدي المهمة المتمثلة في خلق الجو العام لتكريس اتجاهات نفسية معينة نحو قضية ما، تأييدا أو رفضا⁽²⁾.

2- المدخل التنموي:

يستدل من عنوان هذا المدخل أنه يحاول الكشف على نوعية خاصة من القيم الخبرية والتي تنطوي تحتها جميع الأخبار المتعلقة بالتنمية، إذ ينطلق القائم

(1) إبراهيم عبد النبي عبد الفتاح: سوسيولوجيا الخبر الصحفي: دراسة في انتقاء و نشر الأخبار، مرجع سابق، ص 40.

(2) عبد النبي خزعل، مرجع سابق، 15.

بالإتصال في بحثه من منظور الوظيفة الاجتماعية والتنمية للخبر، وهنا تتحدد قيم مثل الأهمية المجتمعية، والنفع العام، والتثقيف، والتكامل، والشمول، كقيم خيرية⁽¹⁾.

يركز على هذا المدخل في عملية انتقاء واختيار الأخبار خاصة في دول العالم الثالث، التي تسعى إلى ترسيخ مبدأ تسخير الإعلام لخدمة الأهداف التنموية، ومن هنا يمكن اعتبار التنمية قيمة أساسية، إذ أن كل ما من شأنه توصيل معلومات إلى الجماهير، رغبة في أن تكون لديهم وجهة نظر في الحياة، كما يراد لها أن تعاش، تعد أخباراً.

3- المدخل الإيديولوجي:

يسعى هذا المدخل إلى تحديد القيم الخيرية من منظور مدى الالتزام بسياسة الصحيفة ومبادئ الدولة أو الحزب أو الجماعة التي تملك الصحيفة وتديرها بصرف النظر عن الجوانب النفسية أو التنموية للواقعة، وفي ظل هذا المنحنى، يعد كل ما من شأنه خدمة مصالح هذه الأطراف ومبادئها قيمة خيرية تدعم قابلية الخبر للنشر والمنافسة مع الأخبار الأخرى⁽²⁾، أي أن كل ما يدعم القيم الإيديولوجية السائدة يعد خبراً.

4- المدخل السياسي:

إن الانتماء السياسي لصحيفة ما، يفرض عليها تبني مجموعة من القيم دون سواها، وذلك بما يخدم سياسة الصحيفة، ومن ثم فإن الأحداث التي تصب في هذا الطرح السياسي للصحيفة تعد أخباراً صالحة للنشر، وما يعكس غير ذلك يجب استبعاده أو تجاهله.

(1) إبراهيم عبد النبي عبد الفتاح: سوسيولوجيا الخبر الصحفي، دراسة في انتقاء و نشر الأخبار، مرجع سابق، ص 41.

(2) المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

5- المدخل التنظيمي:

ينطلق هذا المدخل من أن ضغوط الإنتاج، والهيكل التنظيمي للمؤسسة الإعلامية، يفرض معايير معينة للقيم الخيرية، مما ينعكس على تفضيل وترشيح نوعيات معينة من الأخبار دون غيرها، فالتسلسل التنظيمي يفرض أخباراً معينة، وأن مكانة قسم معين في الصحيفة، تؤثر في فرض أخباره عن قسم آخر وأن الاجتماعات ومراجعة الطباعات ومواعيد الطبع... الخ تضيف أو تستبعد أخباراً معينة عن سواها⁽¹⁾.

6- المدخل المؤسسي:

تعمل المؤسسات الصحفية في إطار نظام اجتماعي وسياسي وثقافي واقتصادي. وتعد هذه المؤسسات مكوناً فرعياً من مكونات هذا النظام العام، تتأثر به وتتأثر فيه بما يعني أن دور الصحف تشكل نظاماً مفتوحاً على المجتمع، تأخذ في اعتبارها عند تحديد سياساتها الاتصالية أهداف هذا المجتمع وتوجهاته وضغوط القوى السياسية والفكرية السائدة به⁽²⁾، فعلاقة المؤسسة الإعلامية بباقي مؤسسات وتنظيمات المجتمع يملئ عليها اختيار مصفوفة معينة من القيم وإهمال أخرى، فلهذه المؤسسات تأثيراً في تشكيل منظومة القيم لصحيفة ما أو لوسائل الإعلام بصفة عامة.

(1) السيد محمد بخت درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية: دراسة تطبيقية في الصحافة القومية والحزبية خلال

1987-1990، مرجع سابق، ص 179.

(2) محرز حسين غالي، مرجع سابق، ص 250.

نستنتج مما سبق:

- إن اختلاف الباحثين في تحديد ماهية الخبر الصحفي، نتج عنه اختلاف في تحديد العناصر أو القيم الخبرية، التي تُستقى أو تُنشر على أساسها الأخبار.
- وقد نتج عن ذلك عدم وجود اتفاق حول عدد عناصر القيم، ولا ماهية هذه العناصر، ويرجع ذلك لاختلاف الباحثين في تعريف الخبر الذي يتأثر تحديده بعدة عوامل إيديولوجية، وسياسية، ومهنية.. الخ.
- تتفاوت النظرة إلى معايير تقييم الأخبار باختلاف النظم الإعلامية السائدة في المجتمعات، بل إن الاختلاف يمتد إلى تبني كل وسيلة إعلامية لمصفوفة معينة من العناصر الخبرية داخل نفس النظام، فضلا عن اختلافها من صحفي إلى آخر، على الرغم من أن الصحفيين كثيرا ما يتفقون على عدد من العناصر التي تساهم في صياغة الخبر.
- هذا ما يدعو إلى القول باستحالة تعميم القيم الخبرية وجعلها قواعد ثابتة تحكم عملية الاختيار والانتقاء على مستوى عالمي، وذلك لنسبية هذه القواعد ومرونتها وتغيرها، وقد أكدت الدراسات السابقة هذا الطرح، من خلال النتائج المتوصل إليها، حيث أظهرت تبني كل وسيلة إعلامية لمصفوفة معينة من المعايير، وإن كان ذلك على مستوى ترتيب هذه القيم من حيث الأولوية والأهمية.
- تساهم عدة عوامل في تشكيل المنظومة القيمية المعتمدة في انتقاء واختيار الأخبار، منها عوامل خارجية وداخلية، انطلاقا من أن وسائل الإعلام تتأثر بما يفرزه الواقع الخارجي المحلي، أو الدولي.
- لا يشترط توافر جميع القيم الخبرية في الخبر، بل قد يرشح خبر للنشر بمجرد تضمينه لبعض العناصر، فتقوم أي خبر يتم على أساس قيمة ووزن كل عنصر من العناصر المكونة له.

- لكن هذا لا ينفى سيطرة العناصر الخيرية الغربية على عملية انتقاء واختيار الأخبار على المستوى العالمي، ويرجع ذلك إلى عوامل عديدة منها تحكم هذه الدول في المجال التكنولوجي وتزايد النفوذ الإعلامي الغربي و طرحه لنموذجه.

- لا يمكن فصل دراسة القيم الخيرية عن القيم العامة في المجتمع، فالقيم الخيرية تتكون بنفس العملية التي تتكون بمقتضاها قيم المجتمع، أي أن هناك علاقة ديناميكية جدلية بين القيم الخيرية وقيم المجتمع.

المبحث الثاني: القيم الخيرية في الأنظمة الليبرالية والاشتراكية.

نقف من خلال هذا المبحث عند اجتهادات العديد من الباحثين في الأنظمة الليبرالية والاشتراكية في تحديد العناصر التي يتم على أساسها تقييم أهمية الأحداث والمفاضلة بينها في النشر، وذلك من خلال ما يلي:

1- عرض أولى تصنيفات القيم الخيرية في الدول الليبرالية والتي تمتد إلى القرن السابع عشر من خلال رصد إسهامات بعض الباحثين في هذا المجال كالتصنيف الذي قدمه ايراختن هرتناك وتوبيا بويسر وكاسبير ستيلر.

2- عرض تصنيف القيم الخيرية في البحوث الإعلامية الحديثة بما يسمح بتوضيح أطر تقييم الأخبار الغربية كالتصنيف الذي قام بوضعه ولبر شرام، تصنيف بادو ووارد، تصنيف جالتونج وماري روج، تصنيف فريزر بوند، تصنيف هاركب وأونيل، والتصنيف الذي طرحه هربرت جانز.

لقد اجتهد العديد من الباحثين في الدول الليبرالية في تحديد العناصر التي يتم على أساسها تقييم أهمية الأحداث والمفاضلة بينها في النشر، بالرغم من عدم اتفاق هؤلاء الباحثين على مجموعة محددة من القيم الخبرية التي يتم الاعتماد عليها في وسائل إعلام الدول المتقدمة، فإن التصنيفات التي قدمها العلماء قد تساعد على إعطاء رؤية علمية لطبيعة القيم الخبرية السائدة في هذه المجتمعات.

1- أولى تصنيفات القيم الخبرية في الدول الليبرالية:

إذا كان النقاش حول القيم الخبرية ضمن بحوث الاتصال قد بدأ في الستينيات، فإن له في الواقع تراثا يمتد إلى القرن السابع عشر، " ففي عام 1676 دعا كريستيان وايز (Christian Wise) إلى ضرورة الفصل بين ما هو حقيقي وما هو زائف في عملية الأخبار. كما تصدى لهذه المسألة أيضا إيراختن هارتناك (Erachten Hartnack) عام 1788 مؤكدا على واقعية الحدث في حياة الناس"⁽¹⁾.

كما قدم توبيا بويسر (Tobia Peucer) في 1690 بحثا أكاديميا عن الصحف في ألمانيا ودعا إلى وجود اختيار من بين ما لا يحصى من أحداث، وأن الأشياء التي تستحق الذكر والمعرفة يجب أن يتم اختيارها للنشر. وذكر من بين الأشياء ذات الجدارة الإخبارية الأعمال الرائعة والغريبة والفيضانات والكوارث والعواصف المدمرة والاختراعات والاكتشافات الجديدة إضافة إلى التحولات الكبرى في المجتمعات وعمليات السلام والحروب وتغير الحكومات وأخبار الأسماء الكبيرة والأعمال الجديرة بالتغطية الإخبارية⁽²⁾.

(1) عبد الستار جواد، مرجع سابق، ص 54.

(2) Jeremy Tunstall : *The Media in Britain* (London :Constable, 1983) p. 142

نقلا عن عبد الستار جواد، مرجع سابق، ص 54.

وفي عام 1695 خطا الألماني كاسبير ستيلر Kaspar Stieler بالبحث في القيم الخبرية خطوات متقدمة حيث دعا كتاب الأخبار إلى ضرورة التمييز بين ما هو مهم وما هو تافه، وذكر على وجه التحديد القيم الخبرية التالية⁽¹⁾:

1- الجدة والطرافة.

2- قرب المكان.

3- التأثير

4- الأهمية

5- السلبية.

وفي كتابه المشهور "الرأي العام" الذي صدر عام 1922 طرح ولتر ليبمان مجموعة من القيم الخبرية، تمثلت في وضوح الحدث، الغرابة والدهشة، القرب الجغرافي، التأثير الشخصي، والصراع⁽²⁾.

2- تصنيف القيم الخبرية في البحوث الإعلامية الحديثة:

تمكن، في البحوث الإعلامية والصحفية الحديثة، ولبر شرام Wilbur Schramمدير الاتصالات سابقا في جامعة إلينوى من وضع تقييم للأخبار الغربية يعتمد على ما أسماه "جزاء الاستجابة للخبر" بمعنى أن المتلقي لوسيلة الإعلام يستجيب للأخبار التي تحقق له الجزاء.

ويقسم شرام الجزاء إلى نوعين هو الجزاء العاجل أو الفوري ويشمل الأخبار التي تركز بصورة عامة، على أخبار الجريمة والفساد، والحوادث والنكبات، والرياضة واللهو، والأحداث الاجتماعية وما يتسم بالطابع الإنساني.

(1) Michael Kunczik: Concepts of Journalism, North and South (Bonn: Courir-Durk, 1988) p.148.

نقلا عن عبد الستار حواد، مرجع سابق، ص 54 .

(2) عبد الستار حواد، مرجع سابق، ص54.

أما الجزاء المؤجل، فيمكن أن يتوقع من أخبار الشؤون العامة، والشؤون الاقتصادية، والمشكلات الاجتماعية والعلوم والثقافة والصحة⁽¹⁾.

ويختلف الجزاء الذي يحققه الخبر من فرد لآخر، فالخبر الذي يحقق جزاء عاجلا لفرد قد يحقق جزاء آجلا لفرد آخر، وربما يتحقق مزيج من الجزاء العاجل والجزاء الآجل لفرد ثالث. أي أن شرام اعتمد على تقييم الأخبار وفقا للمضمون بصرف النظر عن المتلقي⁽²⁾.

كذلك استخدم الباحثان بادو ووارد "إطارا آخر لتقييم الأخبار الغربية يقوم على أربعة أبعاد هي: الجزاء بمعنى استجابة المتلقي للأخبار، الأهمية ويقصد بها مدى تأثير الخبر بشكل مباشر على المتلقي، والبعد الثالث هو التفرد أو الغرابة ويقصد بها الأخبار غير المألوفة، وأخيرا البروز ومعناه أن الخبر يكتسب أهميته لدى المتلقي إذا كان متصلا بشخص أو مكان أو حدث بارز"⁽³⁾.

ومن أبرز الدراسات التي أجريت لتحديد القيم الخبرية التي يستند إليها القائم بالاتصال في وضع الحدث في دائرة الانتباه، الدراسة التي قام بها جالتونج وماري روج Galtung et Ruge سنة 1965، بتقديمها مصفوفة من القيم التي تجعل من الحدث خبرا، ومن ثم فإن الأحداث التي تتوافر فيها كل هذه العناصر أو بعضها تكون جديرة بالنشر أو البث⁽⁴⁾.

وقد أشار الباحثان إلى اثني عشر عنصرا⁽⁵⁾ تحقق ما يسمى بالجدارة الإخبارية وهي: التوقيت Frequency ويعني أن يكون توقيت حدوث الخبر متزامنا مع زمن صدور أو بث الوسيلة الإعلامية، الحجم أو

(1) ف. فريزر بوند، مرجع سابق، ص 128.

(2) حسن عماد مكاوي: الأخبار الإذاعية و التلفزيونية (القاهرة: الدار العربية للنشر و التوزيع، 2009 م.) ص 117.

(3) Naum Badu and Walter J. Ward , *The Nature of News in Four Dimensions*, Journalism Quarterly, 1980, pp.243-244.

(4) Paul Brighton and Dennis Foy, op.cit, pp.6-7.

(5) John Hartley, op.cit, pp. 76-79.

الضخامة Threshold والمقصود به حجم الحدث، إذ يوجد حد معين لن ينقل الحدث قبل بلوغه، الوضوح Unambiguity أي أن يكون الحدث واضحاً لا يحتمل الغموض، القرب الثقافي أو المطابقة الثقافية Meaningfulness أي اقتراب الحدث أو توافقه مع النسيج الاجتماعي أو أن يتناسب الحدث مع السياق الثقافي للمجتمع حتى يكتسب معنى ومغزى بالنسبة للجمهور، التوافق أو التناغم أو الانسجام Consonance بمعنى أن يتوافق الحدث مع توقعات الوسيلة الإعلامية، وقد قام بدراسة هذه الظاهرة هالوران حيث وجد أن وسائل الإعلام في تغطيتها لمظاهرات لندن 1968 المناهضة لحرب الفيتنام قد ركزت وبشكل كبير على ما تم توقعه وهو حدوث أعمال عنف، لكن ما حدث لم يعكس توقعات وسائل الإعلام التي لجأت إلى تضخيم الأحداث مع تجاهل القضايا المتنازع عليها، الفجائية أو الغرابة أو عدم التوقع Unexpectedness، الاستمرارية Continuity أي متابعة تداعيات الأحداث التي تم تقديمها وارتباطها بالأحداث، التركيب Composition أي تحقيق التباين في عرض نوعيات الأخبار، دول النخبة أو الدول الكبرى Elite Nations مثل أمريكا وروسيا، وتعد هذه القيمة معياراً أساسياً في انتقاء ونشر أخبار بعض الدول مقارنة بدول أخرى، فعلى سبيل المثال تُحظى الانتخابات في فرنسا، ألمانيا وإيطاليا بتغطية أوسع مقارنة بنفس العملية في أمريكا اللاتينية وإفريقيا، شخصيات النخبة أو الشخصيات البارزة في المجتمع Elite People، شخصنة الأحداث Personalization بمعنى جعل الأحداث نتاج أفراد أكثر منها نتاج مؤسسات، إذ أنه من السهل تحديد هوية الأفراد أكثر من الهيئات والمؤسسات، السلبية Negativism فالأخبار السيئة هي أخبار سارة، لأنها غير متوقعة، واضحة، تحدث بسرعة، متناغمة، مؤثرة مقارنة بالأخبار الإيجابية.

ويرى جالتونج و روج أن القيم الأربع الأخيرة وهي النخبة، شخصيات النخبة، التشخيص والسلبية تنفرد بها دول الشمال.

تعرضت دراسة جالتونج وروج لعدة انتقادات انطلاقاً من التشكيك في فائدة وأهمية مصفوفة القيم الخيرية التي وضعها. فقد كتب صحفي في جارديان Guardian عموداً مهاجماً فيه القيم التي كانت وراء إعطاء تغطية واسعة لوفاة 7 رواد فضاء في حادثة تحطم مكوك فضائي، أو ما سُمي بحادثة كولومبيا، حيث خصت الصحف الإنجليزية بما فيها صنادي تلغراف، وصنادي تايمز مساحة كبيرة للحادث على حساب مواضيع داخلية أخرى، كحادثة وفاة 7 أطفال في انهيار جليدي في نفس الفترة التي تحطم فيها المكوك الفضائي. وعلى إثرها، ثم إجراء مقابلات مع محررين عن هذا الموضوع، والذين انتقدوا التغطية التي جاءت حسب نموذج جالتونج وروج⁽¹⁾.

ورغم الانتقادات التي وجهت للباحثين النرويجيين، يؤكد ونفرايد شولتز Winfried Schultz باحث الاتصال الجماهيري الألماني "أسباب محافظة الثقافة الغربية على الخطوط الأساسية لتقييم الأخبار التي افترضها جالتونج و روج عند تطبيقه أسلوب تحليل المضمون على 10 وسائل إعلامية بألمانيا الغربية، قاس خلالها نحو 6 آلاف خبر، وقد أكدت هذه الدراسة أن الأخبار الغربية تركز على شخصيات النخبة ودول النخبة والأخبار السلبية والاهتمامات الإنسانية وأن التوافق بين هذه المتغيرات كان شديداً. ولم يناقش شولتز في دراسته مدى ارتباط الأخبار بالحقيقة ولكن مدى فائدة هذه الأخبار للمجتمع"⁽²⁾.

لكن رغم الإسهامات التي حققتها دراسة جالتونج وروج فيما يتعلق بوضع مصفوفة من القيم التي يتم على أساسها انتقاء واختيار ونشر الأخبار إلا أن

(1) Graham Meikle, op.cit. p.25.

(2) حسن عماد مكاوي: الأخبار الإذاعية و التلفزيونية، مرجع سابق، ص119.

بعض الباحثين رأوا أنه من الضرورة إعادة النظر فيما توصل إليه الباحثان انطلاقاً من عدة اعتبارات، يأتي على رأسها التغيرات الحاصلة في المجال الإعلامي، فالعالم الذي عاش فيه الباحثان يختلف تماماً عن العالم الذي نعيش فيه الآن، حيث أصبح النقل التلفزيوني يتم مباشرة من موقع الحدث، فضلاً عن كم الأخبار الهائل الذي أصبح يتدفق يومياً على وسائل الإعلام من مختلف الوكالات، بالإضافة إلى صعوبة تطبيق ما توصل إليه جالتونج وروج فيما يتعلق بالنقاط التي طرحها كتحقيق الإجماع حول خبر ما فالأمر ممكن فقط عندما يتعلق الحدث بظاهرة طبيعية تثير نفس القدر من الاهتمام عند كل أفراد المجتمع كإعصار تسو نامي الذي ضرب ساحل المحيط الهندي في ديسمبر 2004. بصفة عامة إن الأشياء قد تغيرت بمرور الوقت، فشكل ومضمون وسائل الإعلام قد تغيراً في القرن الواحد والعشرين⁽¹⁾.

وقد أضاف الباحث آلان بيل لمجموعة القيم التي حددها جالتونج وروج معيار نخبوية المصدر Elite sources حيث يرى أنه كلما زادت أهمية المصدر كلما زادت جدارة الخبر. فالقائم بالاتصال يهتم بالأخبار التي تصدرها جهات أو أشخاص تتمتع بالسلطة وكلما زادت هذه السلطة زادت أهمية الخبر. إن معيار النخبة الذي أشار إليه كل من جالتونج و روج لا يقتصر فقط على دول الصفوة أو أشخاص الصفوة محور الخبر بل يجب أن يمتد ليشمل أيضاً المصدر الذي يدلي بالخبر⁽²⁾.

كما حدد فريزر بوند أربعة عوامل ذات القيمة الإخبارية وهي: الجودة الظرفية، القرب، الحجم، والأهمية، وقدم من جهته اثني عشر عنصراً من شأنها استثارة القارئ والمستمع، وتشمل: الاهتمام بالذات، المال، الجنس، الصراع،

(1) Paul Brighton and Dennis Foy, op.cit, pp.15-29.

(2) James Watson : *Media Communication*, Fourth Edition (Hong Kong: Macmillan Press, 1996) p.123.

الطرافة، والغرابة والتناقض، البطل والشهرة، الترقب، النزعة الإنسانية، الأحداث التي تمس المجموعات الكبيرة المنظمة، التباري، الاكتشاف والاختراع، الجريمة، واعتبر فريزر بوند أن كل من العوامل الأربعة والعناصر الـ 12 تلعب دورا في تقرير الجدارة الإخبارية⁽¹⁾.

ويحصر فيليب غايار القيم الخبرية التي تعتمد عليها وسائل الإعلام في الحالية، فالجمهور عادة ما ينتظر الجواب عن سؤال ما الجديد؟ بالإضافة إلى قيمة المعنى أو المغزى، أي هل يشكل الحدث معنى للجمهور ومتلقي الخبر، الاهتمام والذي يشمل البعد الدرامي للأحداث، والقرب النفسي والجغرافي، وأخيرا الاهتمامات الإنسانية⁽²⁾.

وتتصدر القيم الخبرية حسب دنيس ماكشين Denis Macshane في الصراع، الغرابة وغير المؤلف والحداثة والفضائح والتفرد⁽³⁾.

ونتج عن دراسة هاركب و أونيل Harcup and O'Neill عن الصحافة المطبوعة مراجعة وتحديث ما قدمه كل من جالتونج وروج، و توصلنا إلى تقديم مصفوفة بالقيم الخبرية التي يتم على أساسها اختيار الأخبار وتتمثل في الصفوة، الشهرة، الترفيه، المفاجأة، السلبية، الإيجابية، الضخامة، المتابعة، التوافق، والأجندة الإعلامية⁽⁴⁾.

كما ميز ستيوارت هال Stuart Hall بطريقة حاسمة بين القيم " الرسمية " للأخبار التي طرحها جاتونج وروج و أوستجارد والتي أطلق عليها هال "القيم الإيديولوجية"، كما حدد قيم الأخبار " الرسمية " في أربع نظريات الترابط أو

(1) ف 3. فريزر بوند، مرجع سابق، ص 120-125.

(2) Philippe Gaillard: *Technique du journalisme*, 7^{ème} édition (France: Edition Que Sais-Je ? Presses Universitaires de France, 1996) pp.31-35.

(3) Paul Brighton, and Dennis Foy, op.cit., p.8.

(4) Ibid. P.8.

الاتصال، زمن وقوع الحدث، جدارة الحدث أو الشخص بالإخبار عنه، و يرى هال بأن المعيار الأخير يثير أسئلة أكثر من كونه يقدم إجابة⁽¹⁾.

من جهته، يطرح هيربرت جانز Gans أربع نظريات عن الطريقة التي تصنع بها اختيارات و قرارات الصحفي و تتحصر أساسا في :

1- حكم الصحفي

2- المتطلبات التنظيمية وتشمل الضغوط التجارية ممثلة في حجم التوزيع، الهيكل التنظيمي، والهرم الإداري للمنظمة، وتأثير ذلك على عملية انتقاء القصص الخبرية.

3- الحدث / نظرية المرأة: بمعنى أن الصحافة والصحفي - بتعبير شكسبير- لديهم مرآة مسلطة على الطبيعة.

4- التحديد الخارجي: ويشمل عدة عوامل مثل التكنولوجيا، الاقتصاد، الإيديولوجية، الثقافة، الجمهور، والمصادر.

ويحدد جانز الأهمية، الاهتمامات الإنسانية، عوامل المنتج و تشمل الوسيط والإخراج الفني، الحداثة، نوعية القصة، توازن القصة، التنافس كمعايير لانتقاء القصص الإخبارية، كما أضاف جانز قيما أخرى تتحصر في التمرکز حول العرق، الديمقراطية الإيثارية، البيئة الريفية والمدن الصغيرة، النزعة الفردية، الوسطية⁽²⁾

ويحصر بيشت Bisht القيم الخبرية في التوقيت، القرب، أي أن الناس ينشغلون أكثر بالأحداث القريبة منهم، الصراع، البروز والأهمية، أي أن ما يحدث للأشخاص المهمين يصنع الأخبار، الإجراءات الحكومية ويقصد بها تمرير قانون ما أو ترتيبات تهم المجتمع، كاجتماع مجلس الوزراء، دورات

(1) Paul Brighton and Dennis Foy, op.cit. P. 9-12.

(2) Ibid. PP. 9-12

انعقاد البرلمان والمجالس النيابية، قيمة مواضيع ومشروعات التنمية، الطقس والرياضة، قيمة متابعة الأحداث الإخبارية⁽¹⁾.

3- القيم الخيرية في الدول الاشتراكية:

لم يعد بالإمكان التحدث عن نظرية إعلامية اشتراكية بعد انهيار المنظومة الاشتراكية والاتحاد السوفيتي سابقاً، وتفكك الجمهوريات السوفيتية إلى جمهوريات مستقلة وتحول أغلبية الدول التي تتبنى النظرية الاشتراكية في الإعلام، إلى أنظمة ديمقراطية لها علاقاتها الدولية المبنية على مفاهيم جديدة حيث تغيرت صورة النظام الإعلامي القائم في هذه البلدان ولعل هذا ما عبر عنه مراسل صحيفة ايزفستيا الكسندر سايتشيف في الكلمة التي ألقاها خلال الاجتماع السنوي للمراسلين الأجانب الذي عقد في عاصمة السويد نهاية خريف 1987، إذ جاء فيها: "حاولوا أن تتخيلوا أن كل شيء في وسائل الإعلام لديكم، ناهيك عن بلادكم قد لحق به تغيير، فالموضوعات التي اعتدتم تغطيتها لم تعد تطرح، وأصبح يتعين عليكم كتابة تقارير عن الأحداث التي كانت تعتبر في الماضي غير مثيرة للاهتمام، وأسلوبكم في الكتابة والعرض شيئاً عتيقاً لا يتماشى والمتطلبات الحديثة"⁽²⁾

وبعد هذا التحول، أصبحت وسائل الإعلام أكثر تساهلاً فيما يجوز أن تكشف عنه أو تنتقده، وظهرت في وسائل إعلام المجتمعات الاشتراكية السابقة قيم خيرية مثل الكوارث، والحوادث، والاضطرابات، وغيرها من الأخبار السيئة التي كان من المعتاد إخفاؤها عن الجمهور.

لكن وبالرغم من التطور الذي طرأ على مفهوم الدول الاشتراكية، فإن هذه القيم لها مكانة متأخرة في مصفوفة القيم الخيرية السائدة في هذه الدول، سواء

(1) M .S. Bisht, op.Cit , pp. 16-17.

(2) نوال محمد عمر: فن صناعة الخبر في الإذاعة والتلفزيون (القاهرة: دار الفكر العربي، 1993 م.) ص 78.

كانت من دول الشمال أو دول الجنوب إذ كثيراً ما تتدخل الاعتبارات الإيديولوجية في تقرير نشر الأخبار، حيث تتبع القيم الخبرية من مبادئ العمل الجماعي، المصلحة الجماعية، وملكية الدولة لقطاعات الإنتاج وسيطرة الحزب الحاكم⁽¹⁾.

ورغم تفاوت هذه البلدان في ظروف وأوضاع كل منها بعد التحولات التي طرأت على هذه الكتلة، بالإضافة إلى التغيرات التي تشهدها الساحة العالمية، مما انعكس بالضرورة على أنظمة الاتصال والإعلام التي تتبناها هذه الدول والتي توجه حسب ما تفرضه المرحلة الجديدة، فإن ثمة إجماعاً على مجموعة من القيم التي توجه المعالجة الإخبارية للأحداث في الأنظمة التي تتمسك بالفكر الاشتراكي، إذ أن كل قرار تشتمل عليه العملية الإخبارية ابتداءً من اختيار القصة الخبرية وحتى تقديمها على الصفحات أو الشاشة يتم اتخاذه على أساس اعتبارات أيديولوجية، إذ تهيمن هذه القيمة على طبيعة المعالجة الإخبارية انطلاقاً من أن الخبر هو الأيديولوجية.

والواقع أن العناصر التالية الخاصة باستحقاقية الخبر يمكن اعتبارها عناوين فرعية تتدرج تحت التصنيف الرئيسي للمغزى الإيديولوجي، وتتمثل هذه العناصر في اهتمامات الحزب حيث تعد هذه القيمة الخبرية ذات أهمية كبرى وذات عون حقيقي لجمهور وسائل الإعلام، وقيمة المسؤولية الاجتماعية، فالخبر مسؤول تجاه المجتمع في العالم الثاني، قيمة التثقيف، انطلاقاً من تعريف الخبر على أنه يعلم ويعظ، الاهتمام الإنساني، وهي قيمة شبيهة جداً بقيمة مماثلة في العالم الأول والمتمثلة في أن الخبر ينبغي أن يكون عن الناس ومن أجلهم، لكن هذه القيمة في العالم الثاني تُضفى عليها لمسة إيديولوجية. ومن الخطأ أن نفترض

(1) سهام محمد عبد الخالق، مرجع سابق، ص 120.

أن القيم الخيرية التقليدية في العالم الأول مثل: الفورية، وقرب المكان، وبروز الشخصية تغيب عن أخبار العالم الثاني⁽¹⁾.

نصل من خلال ما سبق شرحه إلى أن محاولات العديد من الباحثين الغربيين لتقديم مصفوفة بالقيم الخيرية التي يتم على أساسها انتقاء واختيار ونشر الأخبار ومن ثم تحويل الأحداث إلى أخبار، تؤكد حقيقة مفادها عدم الاتفاق حول عناصر القيم الخيرية وطبيعتها حيث تعددت تصنيفات الكتاب والباحثين لمنظومة القيم الخيرية.

لذلك عملنا في هذا المبحث أيضا على رصد القيم الخيرية في البلدان الاشتراكية التي عرفت تحولا انعكس على أداء وسائل الإعلام التي أصبحت أكثر تساهلاً فيما يجوز أن تكشف عنه أو تنتقده.

وسوف نشرح في المبحث الموالي محاولات بعض الباحثين في رصد القيم الخيرية في الأنظمة المختلطة وذلك رغم التفاوت الملحوظ بين هذه الدول فيما يتعلق بالمعالجات الإخبارية للأحداث.

(1) جاك لول: دليل الصحفي في العالم الثالث، ترجمة كمال عبد الرؤوف (مصر: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1992 م.) ص 49-53، إبراهيم عبد النبي عبد الفتاح: سوسولوجيا الخبر الصحفي: دراسة في انتقاء و نشر الأخبار، مرجع سابق، ص 51-55.

المبحث الثالث: القيم الخيرية في الأنظمة المختلطة:

يدور موضوع المبحث الثالث حول مصفوفة القيم الخيرية التي تتفق والوضع الحضاري لدول العالم الثالث، ويشمل العناصر التالية:

1- طرح محاولات بعض الباحثين في رصد القيم الخيرية في دول العالم الثالث وذلك رغم التفاوت الملحوظ بين هذه الدول فيما يتعلق بالمعالجات الإخبارية للأحداث، محاولين تقديم القيم الخيرية التي تخص الأخبار الداخلية، فضلا عن معايير تقييم الأخبار الخارجية.

2- قراءة في القيم الخيرية في الأنظمة المختلطة من حيث درجة الالتزام بها، ومدى تأثيرها بمصفوفة القيم الخيرية السائدة في الدول الليبرالية والاشتراكية، فضلا عن تحليل الأطر التي يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار عند محاولة وضع تصنيف بمصفوفة القيم الخيرية في الأنظمة المختلطة.

تتقاسم مجتمعات العالم الثالث، مشاكل مشتركة، تتمثل أساساً في أنها مازالت بشكل أو بآخر تعاني من التبعية الاستعمارية، مما يفرض أولويات ومتطلبات وحاجات تختلف عما هو موجود أو يُرغب في تحقيقه في المجتمعات الأولى والثانية، إذ تقوم المجتمعات الحديثة بالاستقلال بتبني نمط يختلف عما هو موجود عند غيرها من البلدان، ولعل الحاجة إلى نوع آخر من التطور يفرض نفسه في هذه الحالة. ومن ثم يُنظر إلى وسائل الإعلام في هذه البلدان بشكل يختلف عن نظرة الغربيين لها، إذ يُنتظر منها أن تقوم بدور أساسي ومحوري في عملية التنمية، مما يفرض ضرورة إيجاد نوع جديد من المعالجة الإخبارية، التي لا تقوم على التجزئة والتفرد كما هو الحال في النظام الرأسمالي، أو التوحد والالتزام الإيديولوجي الصارم كما هو الأمر في النظام الاشتراكي بحيث "يعمل الإعلام في العالم الثالث على دعم وتعزيز شعور الأفراد بالانتماء والمشاركة في برامج التنمية والتغيير والمحافظة على القيم والتقاليد والمعايير الثقافية الأصلية. وعلى ضوء هذه المهام الملقاة على أجهزة الإعلام تتزايد الدعوة بقوة في المجتمعات النامية لكي تتبنى المعالجة الإخبارية مجموعة من القيم التي تتفق والوضع الحضاري لهذه المجتمعات وتطلعاتها لبناء نفسها"⁽¹⁾.

1- تصنيف القيم الخيرية في الأنظمة المختلطة:

بالرغم من عدم وجود نظرية إعلامية خاصة بالدول النامية وأن هناك تبايناً ملحوظاً في مفهوم الدول النامية للقيم الخيرية وذلك نتيجة لانتشار هذه الدول في آسيا وإفريقيا وأمريكا اللاتينية مما لم يساعد على خلق شخصية إيديولوجية مشتركة بين هذه الدول، فهناك دول تتبع نظماً تقوم على النمط الأوروبي ودول أخرى تتبع النظم الشيوعية والتي كانت مدعومة من الاتحاد السوفيتي السابق

(1) إبراهيم عبد النبي عبد الفتاح: سوسيولوجيا الخبر الصحفي، دراسة في انتقاء و نشر الأخبار، مرجع سابق، ص 56.

ونظم أخرى مختلطة⁽¹⁾، ومن ناحية أخرى، فإن عدم الاستقرار السياسي والإيديولوجي الذي تعاني منه الدول النامية جعل القيم الخيرية في هذه الدول تتسم بعدم الثبات أو الاستقرار مثل القيم السائدة في المجتمعات الغربية، بل إن هناك قيماً شبه ثابتة تتحكم في انتقاء وعرض الأنباء⁽²⁾.

لكن رغم التفاوت الملحوظ بين الدول النامية فيما يتعلق بالمعالجات الإخبارية للأحداث، حاول بعض الباحثين رصد القيم الخيرية في دول العالم الثالث، فقد حددتها إجلال خليفة في التوقع، الوقت، القرب، الأهمية، الضخامة أو الحجم، الشهرة، الصراع، الفائدة الذاتية، الغرابة، الأخلاق العامة⁽³⁾، وحصرتها فاروق أبو زيد في الجودة والحالية والفائدة أو المصلحة الشخصية أو المصلحة العامة، التوقيت، الضخامة أو العدد أو الحجم، التشويق، الصراع، المنافسة، التوقع أو النتائج، الغرابة والطفرة، الشهرة، الاهتمام الإنساني، الأهمية والإثارة⁽⁴⁾.

وصنفها صلاح الدين قبضايا في القرب الزماني بمعنى الحدثة والجدة والقرب المكاني بمعنى مدى تأثير الخبر على القراء، وقيم أخرى مثل المال والغرائز⁽⁵⁾، بينما صنفها عبد النبي عبد الفتاح في القيم الخاصة بدول العالم الثالث والقيم الخاصة بالمجتمعات العربية، وتتمثل الفئة الأولى في قيمة التنمية باعتبارها ضرورة ملحة للمجتمعات النامية ويعول على أجهزة الإعلام في هذا المجال، وقيمة المسؤولية الاجتماعية حيث يكمن الهدف من ورائها في المحافظة على سلامة المجتمع وتماسكه، وقيمة التقديف التي تعد هدفاً ضرورياً في

(1) ل. جون مارتن، أنجو جروفو شودري، مرجع سابق، ص 40.

(2) حسن عماد عبد المنعم مكاوي، دراسة الخدمة الإخبارية التي يقدمها راديو القاهرة ومقارنتها بالخدمة الإخبارية الموجهة من هيئة الإذاعة

البريطانية للمستمع المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، 1984 ص 113 - 114.

(3) إجلال خليفة، مرجع سابق ص 46-70.

(4) فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، الطبعة الثالثة، مرجع سابق، ص 65-72.

(5) صلاح الدين قبضايا، مرجع سابق، ص 36-49.

المجتمعات النامية بالنظر إلى اتساع حجم القطاعات المحرومة من التعليم، والوحدة الوطنية، ويقصد بها تعزيز النعرة القومية والانتماء ووحدة الأمة.

أما فيما يتعلق بالقيم الخاصة بالمجتمعات العربية فتمثل في المركز الوظيفي ويقصد بها الأخبار التي تتناول شخوص جهاز الحكم، التضخيم بمعنى تضخيم تصريحات وأفعال القادة وأولي الأمر، المسؤولية الاجتماعية ويرى الكاتب أنها لا تعني في الدول النامية الفائدة الاجتماعية للخبر كما هو الحال في المجتمعات الرأسمالية، وإنما تعني الالتزام بموقف الحكومات والسياسات العليا للبلاد والالتزام الديني والمحافظة على التقاليد، الوحدة الوطنية بمعنى تقديم كل ما من شأنه توحيد ودمج العديد من الأقليات والجماعات العرقية المتواجدة في المجتمعات العربية واستبعاد كل الأخبار التي يمكن أن تثير المنازعات الطائفية، كذلك أضاف الكاتب قيم النعرة الوطنية ويقصد بها تدعيم الشعور بالتفوق والاعتزاز، التوازن بين الفرد والجماعة أي محاولة تحقيق التوازن بين المصالح الفردية والقومية معاً، الحياء والخجل بمعنى عدم نشر المضامين الإباحية أو الخارجة عن التقاليد الإسلامية، المجاملة الشخصية بمعنى تقديم أخبار أصحاب السلطة والنفوذ لإيجاد العلاقات القوية وكسب الصداقات وأخيراً الاستقرار بمعنى نشر الأخبار التي تدعم الوضع القائم وإخفاء الأحداث التي من شأنها الإضرار بهذا الوضع⁽¹⁾.

أما السيد بختيار محمد درويش فقد وجد في دراسته عن القيم الخيرية في الصحافة المصرية من صحف قومية ومعارضة أنها تتمثل في الإثارة، والتوقيف، والنخبوية أو الشهرة، والأهمية والقيم المرتبطة بالتنمية، وأضاف الباحث قيم الضخامة أو الحجم، والتشويق، والجدة أو الحالية، والصراع، والصلة أو المغزى وتشمل الأخبار التي تمس دول صديقة أو هيئات ذات صلة بالدولة، والاهتمام

(1) إبراهيم عبد النبي عبد الفتاح: سوسيولوجيا الخبر الصحفي: دراسة في انتقاء و نشر الأخبار، مرجع سابق، ص 55-60.

الإنساني، قيمة القرب، قيمة الصالح العام، فضلاً عن أن الباحث أشار إلى قيم النتائج أو الآثار المتوقعة، والغرابية، الاهتمامات الحزبية، والنصرة الوطنية والحزبية، بالإضافة إلى قيم المنافسة⁽¹⁾.

ووجد أحمد صلاح الدين نفاذي، أن القيم الإخبارية في صحف الإمارات العربية تتمثل في الجدة، الأهمية، القرب المكاني والنفسي، الشهرة الشخصية، الصراع، الاهتمامات الإنسانية، الإثارة، النتائج، الضخامة، التشويق، والفائدة أو المصلحة العامة، المنافسة، الغرابية والطرافة⁽²⁾.

وصنفت سهام محمد عبد الخالق القيم الخيرية من حيث التوجه أو المنظور الذي تحمله إلى ثلاث فئات أساسية، تشمل الفئة الأولى، والتي تنتشر في الدول الرأسمالية، القيم الخيرية التي تسعى إلى البحث عن كل ما من شأنه استهواء النفس البشرية وتلبية الغرائز الإنسانية وتشويق القارئ وهي الأخبار التي تتعلق بالغرائز والكوارث والحوادث وبالذات وما يصاحبها من خسائر في الأرواح والممتلكات والأخبار التي تخاطب المشاعر الإنسانية أو تشبع الاحتياجات الإنسانية، كذلك الأخبار الخاصة بكل ما هو غريب أو غير مألوف، في حين تشمل الفئة الثانية، والمنتشرة في الدول النامية، القيم الخيرية التي تحمل منظور الوظيفة الاجتماعية والتنمية للخبر، وهنا تتحدد قيم مثل المسؤولية المجتمعية، النفع العام، التثقيف، وتشمل الفئة الثالثة والمعتمدة من طرف وسائل الإعلام التي مازالت تتبع النظام الاشتراكي، القيم الخيرية التي تحمل منظور الالتزام بسياسة الوسيلة ومبادئ الدولة أو الحزب أو الجماعة التي تملك الوسيلة وتديرها بصرف

(1) السيد بخت محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية، دراسة تطبيقية في الصحافة القومية والحزبية خلال

1987-1990، مرجع سابق، ص 321 - 324.

(2) أحمد صلاح الدين أحمد نفاذي، أخبار الصفحة الأولى: دراسة مقارنة في المضمون والقائمين بالاتصال في صحف الاتحاد والخليج والبيان بدولة

الإمارات العربية المتحدة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الإعلام)، القاهرة، 1995 ص 112.

النظر عن الجوانب النفسية أو التنموية لواقعة ما، فالقيم الخيرية للوسيلة يحددها كل ما من شأنه خدمة مصالح هذه الأطراف ومبادئها⁽¹⁾.

وتوصل هشام حسن التميمي في دراسته عن القيم الخيرية في الصحافة العراقية من رصد أثنى عشر قيمة خبرية مقسمة إلى ثلاثة مستويات من الاهتمام، ضم الأول القيم (الأساسية): الفورية، الأهمية، الإثارة، الشهرة، وتكون المستوى الثاني من القيم (المتوسطة): الغرابة، الطرافة، الصراع، الاهتمام الإنساني والزعيم، واحتوى المستوى الثالث على القيم (الثانوية): التنمية، الاهتمام الإداري، الحزب والتعبئة⁽²⁾.

كما نبه هاشم حسن التميمي إلى ما يسمى بالقيمة الزائدة، التي أثارت اهتمام العديد من المختصين في دراسات تحليل المحتوى لارتباط قيمة الخبر بعوامل فنية كثيرة تؤثر في القارئ ومنها، تشكيلات الطباعة المستخدمة في إظهار الخبر ضمن الأخبار والإعلانات والمؤثرات الطبيعية المتنوعة مثل الصور أو الخرائط أو الرسوم البيانية والكاريكاتير أو ما يطلق عليها (زيادة قيمة الأنباء) وأول من اهتم بدراسة هذا النوع أو الصنف من هذه القيم الكاتب الفرنسي جاك كزير الذي نبه إلى وجود عوامل تزيد من قيمة الأخبار وتوجه القارئ لحظة قراءته⁽³⁾.

ويقابل القيمة الزائدة في الصحافة (القيمة المرئية) في التلفزيون، ويمكن الحديث عن قيم سمعية ترتبط بالأخبار المبتوثة عبر المذياع وما يصاحبها من مؤثرات صوتية عند قراءة النشرة الإخبارية، والمقصود من ذلك تنوع أداء المذيع وطريقة نطقه للكلمات⁽⁴⁾.

(1) سهام محمد عبد الخالق، مرجع سابق، ص 127 - 128.

(2) هشام حسن التميمي، مرجع سابق، ص 285.

(3) المرجع نفسه، ص 77.

(4) المرجع نفسه، ص 78.

وتطرح ليلي عبد المجيد ومحمود علم الدين بعد أن أشارا إلى تأثر معظم الكتاب العرب الذين تناولوا هذا الموضوع بالفكر الليبرالي في تصنيفهم للقيم الخيرية، مصفوفة من القيم " التي أصبح مسلما بها إذا ما أردنا أن ننقل للجمهور في كل أنحاء العالم صورة أصدق وأشمل للأحداث في البلاد المتقدمة والنامية على السواء ويمكن إجمال أهم هذه القيم في: الأهمية والضخامة، المنفعة والفائدة الشخصية، الشهرة، الاهتمامات الإنسانية، القرب المكاني والنفسي، التوقيت، الغرابة والطرافة، الصراع وما يرتبط به من توقع ونتائج"⁽¹⁾.

وبعد الإطلاع على أهم التصنيفات التي قدمها بعض الباحثين فيما يتعلق بالقيم الخيرية في دول العالم الثالث، يمكن حصرها وتحديد أبرزها فيما يلي:

1- التنمية:

تمثل التنمية قيمة خيرية أساسية ومحورية في العالم الثالث، فعادة ما يُربط تعريف الخبر في هذه البلدان بعملية النمو والتنمية، إذ يعول كثيراً على وسائل الإعلام في هذا المجال، ويحرص المسؤولون في هذه الدول على التعريف بمختلف الخطط والمشروعات التنموية التي يجري تنفيذها أو تلك التي ينوون القيام بها والحاجة إلى مساندة أجهزة الإعلام لهذه المشروعات، وهو ما يعكس دور الإعلام في تحقيق التنمية، ومن ثم فإن مفهوم التنمية يمثل قيمة خيرية رئيسية في التغطية الإخبارية في مجتمعات العالم الثالث.

2- المسؤولية الاجتماعية:

الخبر مسؤولية وعلى الرغم من أن هذه القيمة الخيرية لها ثقلها في جميع أنحاء العوالم الثلاثة، فإن الخبر المسؤول داخل التركيبات الهشة في دول العالم الثالث يعد أمراً ضرورياً لا غنى عنه⁽²⁾.

(1) ليلي عبد المجيد، محمود علم الدين، مرجع سابق، ص 119 - 120.

(2) ألبرت ل. هستر، واى لان ج. تو، مرجع سابق، ص 57.

وإذا كان الالتزام بهذه القيمة في التغطية الخبرية يمثل قيدًا على حرية ممارسة العملية الإخبارية حيث ينبغي في إطارها تجاهل أو التقليل من الأخبار السيئة أو السلبية أو جوانب الفشل... الخ، فإن الظروف والأوضاع التي تعيش فيها أعداد كبيرة من شعوب المجتمعات النامية تعد مبررًا كافيًا لفرض مثل هذه القيود⁽¹⁾.

3- التثقيف:

في العالم الثالث الخبر يعلم ويثقف. إن الخبر يمكن أن يستخدم لتوصيل معلومة عن الرعاية الصحية أو معلومة تساعد في العمل الزراعي أو لنشر الأعمال الثقافية⁽²⁾.

إن مشكلات العالم الثالث تبدأ بالأمية والفقر، وعدم التحاق نسبة كبيرة من أفراد هذه المجتمعات بقطاعات التعليم، وهنا تكون وسائل الإعلام بدائل لتلبية الحاجات المعرفية والثقافية.

4- التكامل الوطني أو الوحدة الوطنية:

تعد هذه القيمة امتدادًا منطقيًا للصحافة الإنمائية والمسؤولية اجتماعيًا، إذ أن الخبر قد يكون دافعًا للشعور بالعزة القومية والوحدة وذلك عن طريق التركيز على الإنجازات الإيجابية للأمة، ومثل هذه العزة القومية والوحدة لا يقدران بثمن بالنسبة للدول التي في طور التكوين (وبالنسبة أيضًا للحكومات الحديثة التي تريد التمسك بالسلطة)⁽³⁾.

(1) إبراهيم عبد النبي عبد الفتاح: سوسيولوجيا الخبر الصحفي: دراسة في انتقاء و نشر الأخبار، مرجع سابق، ص 57.

(2) ألبرت ل. هستر، واى لان ج. تو، مرجع سابق، ص 59.

(3) المرجع نفسه، 58.

تعلو قيمة التكامل الوطني كل القيم، لذلك تسعى الصحف في العالم الثالث دائماً لتوضيح هذه القيمة، حتى أن الحكومات تكرر جهودها لإعلاء هذه القيمة الخيرية⁽¹⁾.

نجد أن معايير الأخبار الداخلية تركز على اختيار المعلومات المطمئنة التي تدعم الثقة في تصرفات الحكومات والسلطة التنفيذية والتي تقدم صورة طيبة ومتميزة للدولة وقيادتها السياسية والتي تغطي أنشطة رئيس الدولة ورئيس الحزب الحاكم تغطية كاملة، ونشر خطب وبيانات وتصريحات رئيس الدولة والأجهزة المعاونة، وتغطيتها تغطية كاملة، بالإضافة إلى معيار الخلفية الثقافية والسياسية والاجتماعية للجمهور المستهدف⁽²⁾.

وفي القليل النادر من الدول النامية، حيث توجد أحزاب المعارضة، نجد أن صحف المعارضة غالباً ما تركز على الجوانب السلبية للحكومة، والمعيار في هذه الحالة هو الدفاع عن موقف الحزب ونشر الأخبار التي تشكك في الحكومة التي في السلطة (السينو لويس داكوستا 1980)⁽³⁾.

هذا بالإضافة إلى وجود اعتبارات أخرى تلعب دوراً هاماً في اتخاذ القرارات الخاصة بنشر الأخبار الداخلية ويأتي على رأسها حارس البوابة وتعتمد قراراته في ترشيح بعض الأخبار للنشر واستبعاد أخرى إلى حد كبير على درجة الولاء للنظام والالتزام بالحزب، وليس على مستوى الاحتراف، كما أنه كثيراً ما يتم تقرير قيم الأخبار في بعض مناطق العالم الثالث طبقاً لاعتبارات إقليمية أو سياسية أو ثقافية.

(1) عبد الحلیم موسی یعقوب: الموضوعية والقيم الإخبارية في الإعلام، ط1 (مصر: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2008م)، ص 40.

(2) محرز حسين غالي، مرجع سابق، ص 225.

(3) ل. جون مارتن، أنجو جروفير شودري، مرجع سابق، ص 84 - 85.

لقد طرحت محاولات أخرى تخص الأخبار الخارجية⁽¹⁾، كالدراصة التي تعرف من خلالها ألسينو لويس داكوستا، مدير الصحيفة الأسبوعية (أفريك نوفل) (إفريقيا الجديدة) على عدة معايير يستخدمها رؤساء التحرير الأفارقة لتقييم الأخبار الدولية لقراءهم.

1- معيار "الأمن النفسي - السياسي":

يبرز الأخبار المطمئنة القادمة من البلدان التي توجد معها علاقات وثيقة. أما الأخبار التي تعد مدمرة أو ضارة من الناحية السياسية فلا تنتشر في الصحف أو في الإذاعة. وهذا ينطبق بصفة عامة على الإعلام الذي تسيطر عليه الدولة حيث لا يسمح النظام بنشر الأخبار التي قد تشكك في السياسات الوطنية أو تقلق الرأي العام.

2- معيار "مجتمع المصالح":

يعطي الأولوية لنشر الأخبار السارة عن البلدان التي لها نفس المصالح السياسية والاقتصادية والثقافية والإيديولوجية، ويأخذ الإعلام في الاعتبار مصالح الدول الأخرى التي تنتمي إلى نفس الهيئات مثل حكوماتها. وفي هذا الصدد، فإن العلاقات الوثيقة مع بلد ما تعد عاملاً حاسماً في اختيار الأخبار أكثر من عامل القرب الجغرافي.

3- معيار "ضروريات السياسية القومية":

يساهم هذا المعيار في دعم شرعية مركز الحكومة وتقويتها، وبالتالي فطبقاً لهذا المعيار يجب على إعلام بلد ما ألا يقوم بنشر أخبار عن دول أخرى إلا إذا كانت متوافقة مع السياسات التي وضعتها حكومة هذا البلد.

(1) ل. جون مارتن، أنجو جروفير شودري، مرجع سابق، ص 83-84.

أما الأخبار التي تعالج حركات التحرر الوطنية، والكفاح ضد سياسة التمييز العنصري، وضد العنصرية فإنه لا يتم اختيارها والتركيز عليها إلا إذا توافقت مع المواقف المعلنة للحكومة (كوستا 1980).

1- قراءة في القيم الخيرية في الأنظمة المختلطة:

إن اعتماد وسائل الإعلام في الأنظمة المختلطة على هذه المعايير في انتقاء أخبارها الداخلية والخارجية، لا ينفى دور وكالات الأنباء الغربية الكبرى^(*) في تشكيل تقديم الأخبار في دول العالم الثالث كما قامت بتعريف قيم الأخبار لوسائل إعلامها وذلك بسبب اعتمادها المباشر على هذه الوكالات كمصدر أساسي والقلّة من وسائل الإعلام في العالم تلك التي تستطيع أن تدعي الاستقلال في جمعها للأخبار.

كما شكلت وكالات الأنباء قيم الأخبار في العالم الثالث عن طريق اشتراكها في برامج تدريب مع وكالات الأنباء الوطنية، ففي إفريقيا على سبيل المثال ساعدت وكالة رويتر في إنشاء وكالات أنباء بكثير من الدول حديثة الاستقلال وقامت بتدريب الكثير من العاملين فيها، ونفس الشيء من الممكن أن يقال عن وكالة الأنباء الفرنسية، وبهذا فإن وكالات الأنباء الغربية الكبرى تميل إلى وضع جدول للأعمال وتحديد قيم الأخبار، والأسلوب والشكل في العالم الثالث⁽¹⁾.

يقر الباحثون في مجال الإعلام أن مصفوفة القيم التي وضعت لتلائم خصائص ومميزات بلدان العالم الثالث، أن درجة الالتزام بها في المعالجة الإخبارية في العديد من مجتمعات العالم الثالث، لا تتجاوز حد الشعرات والمناشدات، والخطب الرنانة في المؤتمرات والندوات العلمية، في حين أن الواقع يكشف عن سيادة معالجات إخبارية تأخذ أحياناً من قيم النظام الرأسمالي،

(*) وكالات الأنباء الغربية الكبرى: الأسوشيتد برس، اليوناتيد برس، رويتر، أجنس فرانس برس ... الخ

(1) ل. جون مارتن، أنجو جروفير شودري، مرجع سابق، ص 88 - 89.

وأحياناً أخرى من قيم النظام الاشتراكي، من الأول تأخذ الحداثة والقرب المكاني والاهتمام الشخصي، ومن الثاني تأخذ القومية، الالتزام والتركيز على الأخبار الإيجابية أو الطيبة وتجنب الأخبار السيئة... الخ⁽¹⁾، ويرجع ذلك إلى المعايير الأجنبية التي مازالت تتحكم في انتقاء واختيار الأخبار، والتي تعكس صور التبعية الإعلامية.

إن تحديد القيم الخيرية التي تنتقى على أساسها الأخبار لكي تكون صالحة للنشر مرتبطة بمفهوم الصحافة، ففي حين يرى الصحفيون الغربيون أن دورهم هو أشبه بدور الأعضاء في حزب معارض، وعليهم أن يكشفوا التصرفات السيئة للحكومة، فإن الصحفيين في العالم الثالث قد أعطوا الأولوية لأخبار التنمية، ولتفسير الأحداث في إطارها المناسب، انطلاقاً من أن قيمة الأخبار في كل مجتمع تختلف طبقاً لاحتياجات مجتمعاتها، فدول العالم الثالث تواجه مشكلات تختلف عما يواجهه العالم الأول، وهي مشكلات تبدأ بالأمية والفقر إلى عدم فهم لوظيفة الدولة الحديثة، ومن ثم فإن وسائل الإعلام في هذه المجتمعات لا تستطيع أن تعمل بنظريات الإعلام الغربية التي تركز على التنافس على الجماهير في سوق حر للأفكار وترتكز أيضاً على الأفكار التي تنشأ من غير العادي وليس من العادي ومن الاستثناء وليس من القاعدة.

إن حراس البوابة في العالم الثالث يستخدمون مقاييس مختلفة لقياس واختيار الأخبار لوسائل إعلامهم، ويتوقف هذا الاختلاف على مفهومهم للأحداث التي تحددتها ميولهم الثقافية والسياسية، وأيضاً تحددتها نسبية قيم الأخبار.

إن المعايير التي يستخدمها الصحفيون لاختيار الأخبار وتغطية الأحداث تعتمد إلى حد كبير على ما يسمى "ثقافة الخبر" في بلد ما، وعلى الكيفية التي

(1) إبراهيم عبد النبي عبد الفتاح: سوسيولوجيا الخبر الصحفي: دراسة في انتقاء و نشر الخبر، مرجع سابق، ص 57 - 58.

ينظر بها حراس البوابة إلى مفاهيم مثل قيم الأخبار وحرية الصحافة، ومصداقية المصدر وسيطرة الدولة على الإعلام.

إن حراس البوابة في العالم الثالث يختارون بعض الحقائق كأخبار وينحون غيرها جانباً وذلك لأنهم يشكلون إدراكهم للعالم طبقاً لأطرهم المرجعية الثقافية والإيديولوجية.

الواقع أنه لا يمكن النظر في مسألة القيم الخيرية ومضمونها بدون النظر في مسألة المصداقية في إعلام العالم الثالث، هذا الأخير الذي لم يحقق درجة الاحترافية العالمية والدرجة الفنية المرتفعة التي حققها الإعلام الغربي، لهذا ينظر إلى الكثير من الصحفيين وخاصة في الدول التي تسيطر الحكومة على الإعلام فيها على أنهم لسان حال الحكومة أو الحزب، وينظر الجمهور في هذه البلدان إلى الإعلام بدرجة كبيرة من التشكك ولا يقبل مضمون الأخبار. إن فقدان الموضوعية وغياب الثقة كثيراً ما يدفعان القراء إلى قراءة ما بين السطور للتعرف على المعاني التي أُلغيت أو المعاني الضمنية، وفي الكثير من الأحيان نجد أن الخلط بين الأخبار والآراء يجعل من الصعب على القارئ أن يفرق بين ما هو خبر وما هو تعليق.

كما يجب أن ينظر إلى قيم الأخبار في العالم الثالث في إطار حرية التعبير وخاصة حرية الصحافة التي ضُحى بها في هذه البلدان في غمرة الحماسة لتحقيق الوحدة الوطنية، إن زعماء العالم الثالث يدعون أن حرية الصحافة تهدد الأمن القومي والسلام الاجتماعي، ويجادلون أنه حيث يكون أغلبية الشعب أميين، ويكون الولاء للأسرة أو للقبيلة وليس للأمة، فتلك ظروف لا تحبذ وجود صحافة حرة، ولكنه أمر لا معنى له أن نتوقع حرية الصحافة عندما تغيب باقي الحريات.

إن حرية الصحافة لا يمكن أن تعيش في غياب المؤسسات الديمقراطية وفي غياب الحريات السياسية والاجتماعية⁽¹⁾.

وهكذا ما زالت الدول النامية متأثرة بشكل أو بآخر بقيم الأخبار الغربية لأسباب عديدة منها أن استخدام وسائل الإعلام وإدراك أهميتها في الدول النامية ما زالت حديثة إذا ما قورنت باستخدام وسائل الإعلام في المجتمعات الغربية، كذلك فإن هناك تأثيرًا كبيرًا لقيم الأخبار ناتج عن تدفقها من خلال أخبار وكالات الأنباء الدولية ومختلف وسائل الإعلام الأخرى، كذلك لا يجب إغفال تأثير المشتغلون بوسائل الإعلام في الدول النامية بقيم الأخبار الغربية.

(1) ل. جون مارتن ، أنجو جروفنر شودري، مرجع سابق، ص 97 - 101.

المبحث الرابع: عناصر القيم الخبرية.

يدور موضوع المبحث الرابع حول عناصر القيم الخبرية حيث سنشرح بعض القيم الخبرية المتفق عليها في جميع وسائل الإعلام بنوع من التفصيل حتى يتسنى للإمام بها وذلك من خلال طرح مختلف تعريفات الإعلاميين والأكاديميين الخاصة بكل قيمة خبرية، فضلا عن عرض تفاوت رؤية الباحثين في مختلف الأنظمة الإعلامية لأهمية كل قيمة، إذ قد تحظى بعض القيم الخبرية بأهمية كبيرة في بعض الأنظمة الإعلامية في حين لا تولي لها أنظمة أخرى نفس الأهمية، بالإضافة إلى تقديم الانتقادات التي تعرضت لها بعض القيم الخبرية انطلاقا من أن تركيز وسائل الإعلام وبشكل كبير على بعض القيم الخبرية من شأنه التأثير على فهم الجماهير للأحداث أو إلى إفراغ الأحداث من محتواها الحقيقي.

نظرا لتراجع الأيدلوجية الماركسية وانحسارها وسيادة المفهوم الغربي الليبرالي للإعلام في العالم وزيادة وانتشار الإعلام التجاري وتحطم الحواجز والحدود أمام البث الفضائي وتراجع سيطرة الدولة على الإعلام الوافد فقد إرتأينا أن نورد عددا من القيم الخبرية تتفق عليها جميع وسائل الإعلام بغض النظر عن الاختلاف في درجة أهمية كل واحدة منها وتسلسلها ضمن سلم الأولويات بالنسبة لكل وسيلة.

1- الحداثة، الجودة:

يعد الاهتمام بقيمة الحالية من المعايير الأساسية في اختيار نوعيات القصص الإخبارية المختلفة، وخاصة القصص الإخبارية التي تدور حول موضوعات سياسية⁽¹⁾، ويعني ذلك أنه من الضروري أن يكون الخبر جديدا وهو ما يتصل بعنصر الزمن والحالية والآنية، أو بمعنى أن يكون الخبر طازجا متمشيا مع الأحداث الجارية، فالخبر هو أسرع مادة معرضة للتلف والفساد بمجرد مرور ساعات قليلة على وقوعه⁽²⁾، فالخبر الجديد "يفقد جدته وبالتالي يفقد قيمته إذا سبقتك إليه صحيفة أخرى ونشرته"⁽³⁾ ولذلك يقول كارين وارين: "أحداث الأسبوع الماضي لا تصلح إلا وقودًا للأفران"⁽⁴⁾ كما اعترف اندريه جيد الروائي الفرنسي، بأهمية التوقيت المناسب والملائم بالنسبة للصحفي، وذلك في تعريفه للصحافة " هي كل شيء سوف يصبح غداً أقل أهمية وإثارة من اليوم"⁽⁵⁾، لكن هذا لا ينفي أن بعض الأحداث التي وقعت منذ فترات بعيدة ولم تنتشر من قبل يمكن أن تكون مادة صحفية جيدة لخبر جديد، بل إن بعض هذه الأخبار قد

(1) نحمى عاطف عدلي العبد: صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي، الطبعة الأولى (القاهرة: دار الفكر العربي، 2007 م.) ص 75.

(2) إبراهيم عبد الله المسلمي: مدخل إلى الصحافة (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1999 م.) ص 336.

(3) فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، الطبعة الثالثة، مرجع سابق، ص 65.

(4) إبراهيم عبد الله المسلمي، مرجع سابق، ص 336.

(5) ميلفن منتشر: تحرير الأخبار في الصحافة، و الإذاعة، و التلفزيون، ترجمة أديب حضور، الطبعة الأولى (دمشق: د.دار نشر 1992 م.) ص 43.

يفرض نفسه على الصفحات الأولى في الصحف⁽¹⁾، مثل وثائق جديدة تفيدنا في الكشف عن ظروف وملابسات اغتيال الرئيس الجزائري الراحل محمد بوضياف.

إن "الزمن عامل مهم جداً في الخبر، حتى أن ساعة أو ساعتين قد تؤثران في قيمة الخبر الصحفي من حيث هو، ولذا نرى أن آخر الأنباء أكثرها لفتاً لأنظار القراء"⁽²⁾.

يُحظى هذا العنصر بأهمية كبيرة في الدول الغربية، فوسائل الإعلام في هذه الدول تتهافت وتتسارع من أجل الحصول على الخبر لحظة وقوعه ومن ثم بثه أو نشره أو إذاعته مباشرة، بالنظر لما قد يحققه للوسيلة من أرباح مادية أو مكاسب معنوية، ومن ثم فهي قيمة تضغط بقوة على الصحفي الذي يسعى إلى البحث عن الجديد لدى المصدر، أو في الموضوع، أو في متابعة تطورات الحدث، وهو جهد شاق يتطلب متابعة دقيقة للأحداث، وإقامة صلات وثيقة بال مصادر، تجعله قادراً على الإجابة عن سؤال رئيسي يومي، ما الجديد لديك؟ وتساعد سرعة نقل الأخبار على جذب عدد كبير من الجمهور، ولذلك يعتمد الصحفيون إلى استخدام الفعل المضارع كلما أمكنهم ذلك، لإيهام الجماهير بأنهم يعايشون الأحداث لحظة وقوعها⁽³⁾.

لكن رغم أهمية هذه القيمة الخبرية إلا أنها تعرضت لبعض الانتقادات لعدم توخي الدقة عند نقل الأحداث وعدم التأكد من المصادر بفعل ضيق الوقت والسرعة في نقل الأخبار وأحياناً أخرى عدم استكمال المعلومات حول الحدث.

(1) فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، الطبعة الثالثة، مرجع سابق، ص65.

(2) عبد اللطيف حمزة: المدخل في فن التحرير الصحفي، الطبعة الخامسة (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2002 م.)، ص81.

(3) السيد بخت محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية، دراسة تطبيقية في الصحافة القومية والحزبية خلال 1987-1990، مرجع سابق، ص205.

2- الفورية:

يطلق البعض على هذه القيمة مسمى التوقيت أو الآنية إذ ترى كارول ريتش "أن التوقيت أو الفورية يجب عن سؤال القارئ: لماذا تخبرني بهذا الآن؟"⁽¹⁾، كما يطلق على هذه القيمة "عصر الأثر الزمني المستمر حيث أن توقيت وقوع الحدث قد يضيف إليه أهمية مضاعفة، وقد يحدث العكس أي يقلل من هذه الأهمية أو يلغيها تماماً، فلا يجد الخبر له مكاناً على أي صفحة من صفحات الجريدة"⁽²⁾.

ويقصد بهذه القيمة "نقل الحدث أو الواقعة فور حدوثها وفي أسرع وقت ممكن بغية المنافسة وتحقيق سبق الصحفي والآنفراد في نشر الحدث، وكما توافر في الخبر هذه الميزة، كان صالحاً للنشر باعثاً على الاهتمام"⁽³⁾، ويذهب غراهم ميكل إلى أنه كلما كان نقل الحدث سريعاً كلما كان الأداء احترافياً⁽⁴⁾.

تعطي الدول الغربية أهمية كبيرة لهذه القيمة انطلاقاً من الأيديولوجيا والتوجه الإعلامي لهذه الدول، حيث يعد هذا العنصر من العناصر الأساسية في الحكم على صلاحية الأحداث لكي تكون أخباراً وذلك من منطلق النظرة الرأسمالية للخبر على أنه سلعة تجارية، ومن ثم يخضع لمبدأ المنافسة "والذي يمثل بدوره محورا لبناء الاقتصاد الرأسمالي، كما ترجع إلى أهمية معرفة ردود فعل الجمهور على القرارات التي تخصه، وإلى قيام وسائل الإعلام بدورها الرقابي على الحكومات القائمة، ومن ثم الحرص على إطلاع الجمهور على ما يهمه"⁽⁵⁾ في التوقيت المناسب الذي يضيف على الخبر قيمة وأهمية خاصة.

(1) كارول ريتش: كتابة الأخبار والتقارير الصحفية، ترجمة عبد الستار حواد (الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، 2002 م.)، ص56.

(2) إبراهيم عبد الله المسلمي، مرجع سابق، ص337.

(3) إبراهيم عبد النبي عبد الفتاح: سوسيولوجيا الخبر الصحفي: دراسة في انتقاء ونشر الأخبار، مرجع سابق، ص47.

(4) Graham Meikle, op. cit., p.9.

(5) السيد بخت محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية، دراسة في الصحافة القومية والحزبية

خلال 1987-1990، مرجع سابق، ص206.

في حين لا تحظى هذه القيمة بنفس الأهمية في المجتمعات الشيوعية انطلاقاً من فلسفة هذه الأخيرة ومن نظرتها إلى الخبر، فقد يتم تأجيل نشر الأخبار إلى أن يتم الحصول على موافقة السلطة، أو الانتظار للتأكد من أن الأخبار لا تتعارض والأيديولوجية الشيوعية، " إذ أن تغطية كثير من الأحداث السياسية الهامة، وخاصة في فترات الأزمات (الأزمة الكوبية 1962، أزمة تشكوسلوفاتيا 1968، سقوط حكم عيدي أمين في أوغندا، الثورة في إيران 1978-1979، التدخل في أفغانستان) غالباً ما تتأثر بوسائل التعطيل. أما الغرض من ذلك فهو كسب الوقت الحرج لتجهيز أولاً، جهاز الدعاية ثم الرأي العام لإذاعة أخبار لا بد من إذاعتها. وتسمى هذه المساحة في كسب الوقت بالمساحة الرمادية"⁽¹⁾، وهو ما أدى إلى تراجع قيمة التوقيت، كمحدد أساسي لنشر الأخبار، فضلاً عن عدم تنافس وسائل الإعلام فيها على نشر الأخبار الجديدة، وعدم تبيينها لمبدأ تحقيق الريح"⁽²⁾.

وفي العالم الثالث، يظهر تأثير العوامل السياسية في نشر بعض الأخبار في توقيتات معينة، وكذا حجب نشر بعضها، تحرزا لمضاعفاتها السياسية، أو خوفاً من كشف أنشطة معينة، يُخشى أن يؤدي النشر عنها، إلى حدوث ردود أفعال لدى الرأي العام، يرى النظام السياسي أن توقيت نشرها غير ملائم، كما قد تتأني الصحف في نشر أخبار معينة، قبل أن تتلمس التوجيهات السياسية للنظام إزاءها، وخاصة الأخبار المتعلقة بسياسة الدولة الخارجية، وذات الصفة الأمنية"⁽³⁾.

تجدر الإشارة إلى أن هذه القيمة تعرضت للنقد، انطلاقاً من أن وسائل الإعلام وبسبب اعتمادها على هذه القيمة أثرت على فهم الجماهير للأحداث،

(1) ل. جون مارتن، أنجو جروفو شودري، مرجع سابق، ص 106.

(2) السيد بخت محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية، دراسة في الصحافة القومية والحزبية

خلال 1987-1990، مرجع سابق، ص 206.

(3) المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

خاصة عندما يتعلق الأمر بالأحداث التي تستمر فترة طويلة (القضية الفلسطينية، المجاعة في إفريقيا، الحرب على العراق...)، فمثل هذه القضايا تفقد اهتمام وسائل الإعلام بها، ولن تلتفت إليها إلا عند حدوث تطور مفاجئ يتضمن قيمة إخبارية أخرى مما قد ينعكس على معرفة وإدراك الجمهور لهذه الأحداث وتطوراتها، إذ أن وكالات الأنباء والصحف ووسائل الإعلام لا تهتم كثيراً بالمعلومات الخلفية، بالرغم من أنها ضرورية لفهم الأحداث الجديدة، مما يؤدي إلى عدم قدرة الصحافة على الوفاء بحق الجماهير في المعرفة، كما يؤدي عدم الاهتمام بنشر المعلومات الخلفية إلى تشويه الكثير من قضايا الشعوب ومواقفها من أحداث معينة⁽¹⁾، بالإضافة إلى أن "ارتباط الحدث بأحداث أخرى تزيد من احتمالات بثه عبر وكالات الأنباء أو نشره في الصحف، وهذا الترابط أو التزامن مع أحداث يعطي لهذا الحدث أهمية حتى وإن قلت أهميته في ذاته، وتلعب تطورات العلاقات بين الدول دوراً أساسياً في زيادة التركيز على أخبار معينة"⁽²⁾.

3- القرب:

ينظر إلي هذه القيمة من زاويتين، الأولى وتتمثل في القرب الجغرافي، أما الثانية، فتتعلق بالقرب النفسي أو العاطفي أو السيكولوجي.

نعني بالأولى القرب المكاني للخبر من الصحيفة والقارئ، سواء تعلق الحدث بأفراد، أو تناول أحداث أو مؤسسات وهيئات، أما الزاوية الثانية لهذه القيمة المتعلقة بالقرب بالمعنى النفسي أو العاطفي، فيقصد بها التشابه أو التقارب السيكولوجي للخبر وللصحيفة مع القارئ، وذلك بفعل عوامل نفسية أو دينية أو عقائدية أو أيديولوجية أو تاريخية.. الخ، فكلما عبرت الأخبار عن أحداث وقعت

(1) سليمان صالح، مرجع سابق، ص73.

(2) المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

في مكان قريب من القارئ أو المستمع أو المشاهد زاد اهتمامه بها"⁽¹⁾، إذ أن المشاهد أو المستمع أو القارئ يهتم بالموضوعات التي يشعر أنها قريبة منه وترتبط به ارتباطاً مباشراً ومن هنا "يأتي الافتراض، أنه كلما كان الخبر قريباً من المنطقة التي يعيش فيها الفرد، كلما اكتسب أهميته خاصة"⁽²⁾، وأنه "إذا تساوت الأخبار في عناصرها الإخبارية، كان لمكان وقوع الحدث أهمية خاصة، وأنه كلما بعد موقع الخبر، قل الاهتمام به"⁽³⁾.

لقد اختلفت آراء الباحثين حول أهمية هذه القيمة في البلدان الغربية وبلدان العالم الثالث. ففي الوقت الذي ترى فيه إحدى الدراسات "أن القرب الثقافي لعب دوراً في تغطية الصحف اليونانية للحملة الانتخابية الأمريكية 1988، وأشارت إلى تركيز هذه الصحف على أخبار دوكاكيس - أحد المرشحين - للانتخابات باعتباره أمريكي من أصل يوناني، وإعطائها مساحة أكبر، مما أفردته لبوش، غير أن الصحف اليمينية اليونانية والتي هي أقرب إلى بوش أتاحت تغطية أقل عن دوكاكيس مقارنة بالصحف اليسارية اليونانية"⁽⁴⁾.

كما أظهرت بعض البحوث "أن القارئ المصري يخضع لعامل القرب المكاني والنفسي في تفضيله لأخبار مناطق معينة في العالم. فقد سئلت عينه من الأفراد أن يرتبوا المناطق التالية من حيث اهتمامهم بأخبارها وهي أوروبا، الشرق الأوسط، العالم العربي، شمال إفريقيا، أمريكا الجنوبية، أمريكا الشمالية، الشرق الأقصى، وجاء الترتيب على النحو الآتي :

(1) عبد الله زلطة: فن الخبر، الأسس النظرية والتطبيقات العلمية، الطبعة الثانية (القاهرة: دار الفكر العربي، 2004 م.) ص 87.

(2) إبراهيم عبد النبي عبد الفتاح: سوسولوجيا الخبر، دراسة في انتقاء ونشر الأخبار، مرجع سابق، ص 47.

(3) السيد بخت محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية، دراسة في الصحافة القومية والحزبية

خلال 1987-1990، مرجع سابق، ص 208.

(4) Zaharo Poulos, Thimios, *Cultural Proximity in International News, Coverage 1988 U.S. Presidential Campaign in the Greek Press*, Journalism Quarterly, vol.67, 1990, pp.190-191.

1. العالم العربي، 2. شمال إفريقيا، 3. الشرق الأوسط، 4. الشرق الأقصى، 5. أوروبا، 6. أمريكا الشمالية، 7. أمريكا الجنوبية⁽¹⁾.

في حين ترى هبة ألسمري في دراستها المتعلقة بالنشرة الإخبارية باللغة الإنجليزية في التلفزيون المصري أن هذه القيمة لا تعد "بنفس درجة الأهمية في المجتمعات الغربية عنها في المجتمعات النامية، حيث أن الإعلام الغربي يهتم بالخبر الأكثر تأثيراً والأشد وقعاً على المشاهد من الخبر الذي وقع في دولة أقرب، فمثلاً من السهل أن نجد مقدمة نشرة أخبار في قناة أمريكية قصة إخبارية وقعت في باريس، بينما في القنوات العربية عادة ما تكون أخبار المقدمة ذات طابع محلي"⁽²⁾.

ورغم ذلك، تبقى قيمة القرب ذات دلالة إخبارية، حيث تُحظى الأخبار المحلية باهتمام كبير من أفراد المجتمع لأنها تمس حياتهم مباشرة أكثر من الأخبار الخارجية التي لا تؤثر على حياتهم، ويمكن تطبيق الصيغة التالية على هذه القيمة: الأخبار الأكثر قرباً، الأخبار القريبة، الأخبار الأقل قرباً، الأخبار البعيدة، أو كما عبر عنها بول مانينج Paul Manning "حياتك هي قصتك"⁽³⁾.

4- الصراع:

يمثل الصراع نزعة إنسانية أو غريزة بشرية، وللصراع أشكال وأنواع ومجالات مختلفة، فهناك صراع الإنسان مع الطبيعة أو المجتمع المنظم أو قوى المجتمع مع بعضها الآخر.

يعد الصراع قيمة إنسانية قديمة قدم التاريخ، فالإنسان، منذ بدأ الحياة يصارع ذاته، ويصارع الآخرين، والدول تصارع بعضها البعض، ويقصد بهذه

(1) حسنى نصر، سناء عبد الرحمان، مرجع سابق، ص 77.

(2) هبة ألسمري، النشرة الإخبارية باللغة الإنجليزية في التلفزيون المصري، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الإعلام)، 1987م، ص 107-108.

(3) Paul Manning : *News and News Sources : A Critical Introduction* (London: Sage Publications, 2001) p.61

القيمة "الأحداث التي تعكس صداماً بين الأشخاص أو المؤسسات أو الدول بحيث تكتسب قيمة إخبارية"⁽¹⁾.

ومن الأخبار المتضمنة قيمة الصراع، ما يتعلق بصراع الإنسان مع الطبيعة، الكوارث الطبيعية، الزلازل، البراكين، الفيضانات الأعاصير... الخ، وصراع الجماعات والأحزاب والطبقات والمصالح وصراع الدول.

وتعد مثل هذه الأحداث من المواضيع التي تدفع القارئ للاهتمام بها ومتابعة مجريات هذه القصص الإخبارية التي يتوافر فيها عنصر الصراع، كما تجدر الإشارة إلى أن عنصر الصراع لا يقتصر على الجانب المادي المتمثل في الحروب والانقلابات والاضطرابات والمظاهرات، لكن هناك جانباً آخر لهذا العنصر وهو الاختلاف بين الآراء وعرض وجهات النظر المتباينة للأفراد.

وقد أبدت وسائل الإعلام اهتماماً كبيراً بالأخبار التي تحمل أو تتضمن هذه القيمة، إذ "أن الخبر الصحفي لا بد أن يشبع لدى القارئ رغبته في تتبع هذا الجانب الدرامي من الحياة، فالصراع يشكل أحد مراكز الاهتمام الرئيسية عند الإنسان"⁽²⁾، إن "أخبار الحروب والثورات والانقلابات مثلاً تكشف عن جانب من جوانب الصراع في حياة الإنسان، كذلك فإن أخبار الانتخابات السياسية أو النقابية تشكل هي الأخرى لونا من ألوان الصراع في الحياة الإنسانية"⁽³⁾.

ويشير ستيوارت ألان في كتابه "ثقافة الأخبار" أن "الصحافة المتوازنة تقتضي أن يكون في القضية طرفين وعندما يكون هذان الطرفان في حالة صراع يكون هناك إحساس بفورية الأحداث وسرعتها، كما يتم أيضاً التركيز على مصالح معينة من خلال تقديم الأحداث في صورة درامية"⁽⁴⁾.

(1) سهام عبد الخالق، مرجع سابق، ص 114.

(2) إبراهيم عبد الله المسلمي، مرجع سابق، ص 337.

(3) فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، الطبعة الثالثة، ص 68.

(4) ستيوارت ألان: ثقافة الأخبار، ترجمة هدى فؤاد، الطبعة الأولى (القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2008م)، ص 123.

وتتفاوت رؤية النظام السياسي في كل مجتمع لقيمة الصراع، فوسائل الإعلام الغربية تولي قيمة الصراع أهمية كبيرة، حيث تهتم بتغطية أحداث الصراع، الحروب، الخلافات، المظاهرات والاضطرابات مبررة بأن استخدام هذه القيمة الخيرية "يأتي استجابة لرغبات الإنسان وغرائزه، ولتحقيق أهداف تجارية وتسويقية، قد يكون جزءاً من الحقيقة، لكنه ليس الحقيقة، وذلك أن هناك أهدافاً إيديولوجية رأسمالية غربية من وراء التركيز على الأخبار ذات الطبيعة الصراعية"⁽¹⁾.

وباختصار الخبر في العالم الأول هو المعارك والصراعات، وليس هناك أفضل دليل على ذلك مما قاله أوتيس بايك وهو صحفي في عمود في صحيفة نيوزداي "إذا لم يكن الشيء مرعباً أو موقعا في النفس رهبة، فإنه لا يصلح أن يكون خبراً"⁽²⁾.

كما أن التركيز على أخبار الحروب والصراعات في المجتمعات الأخرى يلعب دوراً في زيادة الشعور بالاستقرار في المجتمعات الغربية، بالإضافة إلى أنه يسهم في تشويه صورة دول وشعوب العالم الثالث، التي تظهر في الأخبار إلا مرتبطة بصراعات محلية أو دولية، ومن ثم يسهم في إيجاد المبررات الأخلاقية لأي اعتداءات تقوم بها الدول الغربية على هذه الدول⁽³⁾.

كما أن المعالجة الإخبارية التي تهتم بالصراع كقيمة إخبارية تستهوي النفس البشرية، قد تفقد فاعليتها على أرض الواقع، إذا ما أصبح الصراع روتيني ومألوف لدى الأفراد، فأخبار الانتفاضة الفلسطينية وحرب العراق وأحداث دار

(1) سليمان صالح، مرجع سابق، ص 87.

(2) ألبرت ل. هستر، واى لان ج. تو، مرجع سابق، ص 46.

(3) سليمان صالح، مرجع سابق، ص 86.

فور وغيرها من الحروب والمعارك والصراعات التي ألفتها القراء لم تعد تجذب اهتمامهم كما كان عليه الحال في بداية هذه الأحداث.

بينما تحاول وسائل الإعلام في دول العالم الثالث عدم إظهار هذه القيمة بحدة كبيرة بحيث تسعى بصفة عامة إلى تهدئة الأوضاع وعدم إظهار الاختلاف وبؤر النزاع والتوتر، وإن كان ذلك يختلف بين الصحف الموالية والصحف المعارضة الحزبية، والصحف المستقلة.

وقد أشارت الدراسات "إلى أن وسائل الإعلام في تغطيتها لأخبار الصراع والكوارث، تميل إلى التركيز على العناصر الظاهرة والأشكال المباشرة لها، في غياب أي تحليل للظروف البنائية السابقة عليها، ويعني ذلك تقديم الأحداث، كما لو كانت نتيجة أفعال، وليست محصلة للصراع الاجتماعي، مع تجاهل النتائج المترتبة عليها، وأوضحت هذه الدراسات أن التأكيد المستمر على الصراع له تأثيرات ضارة للغاية، من ناحية خلق التوتر المستمر في نفوس القراء، والإحساس بعدم الأمان، وإبراز الاختلاف دون التوافق، وأن التعامل مع الأخبار من خلال الصراع والعنف، قد لا يتيح دائماً وضع الحدث في مضمون مفيد، حيث يتجه التركيز في المعالجة على المكان والوقت، وأطراف الصراع ونتائجه، مع تجاهل مسببات هذا الصراع ودوافعه، أو الذين يعملون من أجل إيجاد الحلول لمنع الصراع والعنف"⁽¹⁾.

5- قيمة الشهرة أو الصفاة أو النخبة:

تهتم وسائل الإعلام في الدول الغربية ودول العالم الثالث بهذه القيمة التي تعتبرها من القيم الخيرية الهامة، " فكلما ازدادت شهرة الشخص الذي يتناوله

(1) إبراهيم عبد النبي عبد الفتاح: سيوسولوجيا الخبر الصحفي، دراسة في انتقاء و نشر الأخبار، مرجع سابق، ص 50.

الخبر، زادت أهمية الخبر وازدادت فرصته في النشر، بل وفي احتلال مكان بارز على صفحات الجريدة " (1).

تعني قيمة الشهرة ارتباط الخبر الصحفي بالشخصيات البارزة أو التي تحتل مكانة اجتماعية معينة، لكن أهمية الشهرة لا تنطبق على الأشخاص فقط وإنما تتعلق كذلك بالأماكن التي لها قيمة تاريخية، الكتب، الأشياء، الآثار... الخ.

ويرجع اهتمام وسائل الإعلام بهذه القيمة الخبرية إلى أن القراء ينجذبون إلى قراءة الأخبار التي تتعلق أو ترتبط بأسماء معينة، كما أن الصحفيين، من جهتهم، يفضلون تتبع ونشر أخبار الصفوة.

وتنقسم هذه القيمة إلى نوعين "دول الصفوة" حيث يعطي الصحفيون والمحرمون الأولوية في تغطية أخبار دول العالم الأول، لأنها تمثل دول الصفوة ولأن الجمهور يريد معرفة أخبارها، فهناك "ترتيب هرمي ملحوظ يمكن أن نميزه بوضوح هنا وهو يعطي الأولوية للأحداث التي تقع في الدول التي يُنظر إليها باعتبار أنها تؤثر تأثيراً مباشراً على رفاة الجمهور، مثل الولايات المتحدة ودول العالم الأول الأخرى" (2).

ويتمثل النوع الثاني في شخصيات الصفوة، فالصحف والإعلاميون يعطون الأولوية لتغطية أخبار الصفوة من السياسيين والفنانين والمشاهير عموماً لتطلع الجمهور للتعرف على أخبارهم " إذ يفضل في الأخبار التركيز على الشخص البشري وهم يتفاعلون مع مختلف الظروف المحيطة بهم عن تقديم وصف تجريدي مبهم لنظم أو قوى أو مؤسسات غير واضحة المعالم" (3).

(1) إبراهيم عبد الله المسلمي، مرجع سابق، ص 339.

(2) ستيوارت ألان، مرجع سابق، ص 124.

(3) المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

وكما هو معروف في وسائل الإعلام بمختلف أنواعها إن الأسماء تصنع الأخبار بل إن الأسماء الكبيرة لا تصنع الأخبار فحسب، ولكنها هي نفسها الأخبار⁽¹⁾، ذلك لما لأشخاص الصفوة من أهمية كبيرة في المجتمع، فكما ارتبطت أسماء الصفوة بالأحداث كلما رُشحت أن تصبح جزءاً أساسياً من الخبر، نظراً لما للصفوة من نفوذ وقيمة ومكانة عالية سواء تعلق الأمر بأشخاص لهم أسماءهم ومكانتهم في المجتمع أو مؤسسات ذات نفوذ وشهرة أو دول متقدمة مما يرشحها لأن تكون محور اهتمام وسائل الإعلام.

ويؤكد هوارد سميث Smith Howard، الخبير التلفزيوني على هذه القيمة بقوله: "إن التلفزيون هو صورة وكلمة وشخصية، وأن الآلاف من الأشجار ضحت بحياتها ليُصنع منها ورق الصحف الذي استخدم في تغطية أخبار زيجات الممثلة العالمية إليزابيث تايلور"⁽²⁾، ويصور هذا المثال مدى تأثير هذه القيمة الخبرية.

يقول بيار ألبير Pierre Albert بخصوص هذه القيمة "أن الصحافة قادرة دائماً على خلق وتنمية الأساطير، حول بعض النجوم"⁽³⁾.

إن قيمة عنصر الشهرة هو الذي جعل الصحافة المصرية بمختلف أنواعها واتجاهاتها، تتجدد لتغطية محاكمة هشام مصطفى طلعت، أحد الوجوه البارزة في المجتمع المصري، نائب في البرلمان، والمتهم في قضية اغتيال المطربة اللبنانية سوزان تميم صيف 2008.

أما في دول أوروبا الشرقية، وإن حدث وتم إبراز أخبار النخبة من الأشخاص "فليس بسبب هؤلاء الأشخاص في حد ذاتهم، وإنما على المكانة

(1) ف. فريرز بوند، مرجع سابق، ص 124.

(2) هـي عاطف العبد: صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي، مرجع سابق، ص 83.

(3) بيار ألبير: الصحافة، ترجمة فاطمة عبد الله محمود (القاهرة: الهيئة العامة للكتاب، 1987م)، ص 228.

الوظيفية التي يشغلونها، ولم تهتم وسائل الإعلام في هذه الدول بنشر أي أخبار عن الحياة الخاصة للأفراد أو القيادات، وكانت تقدم بحذر شديد للمحافظة على صورهم كقادة، وقد أمكن للباحثين، تتبع صعود وتراجع ظهور الزعماء الشيوعيين، بقياس كمية الأخبار المنشورة عنهم، وبينما كانت الصحافة السوفيتية تركز على أخبار الدول الصناعية الكبرى وأوروبا الشرقية، إلا أن تركيزها كان ينصب على الأحداث الإيجابية بدلا من السلبية وعلى المؤسسات بدلا من الأفراد⁽¹⁾.

وفي الدول النامية، فإن أخبار النخبة الحاكمة تصدر الصفحات الأولى للصحف، وأحيانا تلجأ الحكومات إلى تحديد المكان المناسب لأخبار النخبة السياسية في وسائل الاتصال المختلفة، وذلك لإضفاء نوع من الهيبة التي يفترضها المنصب السياسي الذي تحتله الشخصية⁽²⁾.

تعرض التركيز على هذه القيمة الخيرية لانتقادات عديدة، منها، أن الاهتمام بتغطية أخبار دول الصقوة يتم "على حساب الأحداث التي تقع في مناطق أخرى من العالم، خاصة الدول النامية أو دول العالم الثالث الذي نادرا ما تحظى باهتمام مناسب في الأخبار"⁽³⁾.

لقد كشف العالمان النرويجيان جالتونج وروج في دراسة لهما، أن وسائل الإعلام تهتم بتغطية أخبار دول النخبة، إذ أنه كلما كانت الأحداث تتعلق بهذه الدول زاد احتمال نشرها أو بثها أو إذاعتها، وهذا يعني أن تغطية الأخبار تركز على دول النخبة أو تتركز فيها، مما أدى إلى اختلال في تدفق الأخبار في العالم كله، حيث تدور أخبار معظم الصحف حول هذه الدول التي تشكل مركز ودائرة

(1) السيد بخت محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية، دراسة في الصحافة القومية والحزبية

خلال 1987-1990، مرجع سابق، ص 213-214، ل. جون مارتن، أنجو جروفنر شودري، مرجع سابق، ص 22.

(2) محمد نجيب الصرايرة، مرجع سابق، ص 252.

(3) ستيوارت ألان، مرجع سابق، ص 124-125.

اهتمام الإعلام بصفة عامة، مما يعزز موقع هذه الدول ويزيد من سيطرتها على الكثير من المجالات بما فيها النشاط الاقتصادي والإعلامي، وفي هذا الإطار دعا مراسل الشؤون الخارجية في ألبى بي سي جون سمبسون إلى ضرورة الإنعتاق من فكرة أن فقط 5 مواضيع و20 دولة هم كل ما يثير الاهتمام⁽¹⁾.

أما بالنسبة للتركيز على أخبار النخبة الحاكمة، فهذا يزيد من سيطرتها على المجتمع والتقليل من فرص التغيير داخل المجتمع، مما يؤدي إلى تكريس الأوضاع القائمة من خلال العرض المستمر لوجهات نظر هذه الطبقة النخبوية الحاكمة ونشر الأخبار التي تحقق مصالحها، بالإضافة إلى أن تركيز وسائل الإعلام على أخبار الأشخاص الأقوياء والمشهورين سيؤدي إلى أن يصبح المواطن العادي متلقياً سلبياً⁽²⁾.

بالإضافة إلى أن التركيز على هذا النوع من الأخبار أدى بوسائل الإعلام إلى إفراغ الأحداث من محتواها الحقيقي، وذلك بالتركيز على الطابع الفردي، لا الجماعي، وعلى الأشخاص لا القضايا.

6- السلبية:

رغم تعدد مسميات الأخبار السلبية إلا أن أصل المسمى ذو طبيعة واحدة، فالباحثون تباروا في منح الألقاب لهذا النوع المسيطر على الأخبار، وتراوحت هذه الألقاب بين الأخبار السيئة، الأخبار المروعة، الأخبار العنيفة، الأخبار القاسية، الأخبار الساخنة، الأخبار العدوانية، الأخبار المحبطة، الأخبار المظلمة، الأخبار الدامية، الأخبار البائسة أو أخبار البؤس، الأخبار المفرطة، بكسر الميم،

(1) Paul Manning, op, cit., p.62.

(2) سليمان صالح، مرجع سابق، ص 76-80.

الأخبار العابسة، الأخبار الساخرة، الأخبار المتشائمة، أخبار الحساسية أو الأخبار الحساسة، الأخبار الزئبقية⁽¹⁾.

إن النظرة إلى الأخبار السلبية لا تعتبر نظرة حديثة، فمنذ الثلاثينيات كان ينظر إلى هذه الأخبار على أنها الأخبار التي تستحق لقب الأخبار فعلا، ففي عام 1930، قدم ستانلي ولترل Stanly Walterl تعريفه للأخبار بأنها كل ما يتعلق بالنساء والنقود والأفعال السيئة، وبالطبع يعكس هذا التعريف معايير اختيار الأخبار في تلك الفترة⁽²⁾، إذ تهتم هذه القيمة بالأخبار السيئة أو ما اصطلح على تسميته بالأخبار السلبية أكثر من اهتمامها بالأخبار الجيدة أو الإيجابية.

ويرجع اهتمام وسائل الإعلام بهذه القيمة الخبرية لما قد تطرحه الأخبار التي تتضمن هذا العنصر من إثارة وما تخلقه من مناقشات واختلافات في وجهات النظر لدى قراء هذا النوع من الأخبار.

كما يرى القائمون بالاتصال أن هذا النوع من الأخبار يلقى استجابة كبيرة لدى المتلقين سواء تعلقت بحياتهم أم لا، فالأخبار السيئة أو السلبية تحتوي على أحداث ووقائع تتعلق بالكوارث والانقلابات والاضطرابات وصور الصراع والعنف. وهناك مقولة شهيرة في هذا الإطار، وهي أن الأخبار السلبية غالبا ما تكون أخبارًا جيدة Negative news is often good news .

يعتقد في الغرب، أن الأخبار السلبية ذات أهمية تفوق أهمية الأخبار الإيجابية، ويعزو كلاوس شوانباخ Klaus schoenbach الاهتمام الكبير في الغرب بالأخبار السلبية إلى حقيقة أن الغرب يتوقع التقدم، إذن فالإخفاق يستحق التغطية الإخبارية لأنه انحراف ووضع غير عادي⁽³⁾، وأن التغطية الإخبارية لمثل هذه

(1) عربي محمد المصري، الأخبار السلبية في التلفزيون وعلاقتها بمستوى القلق السياسي للشباب اللبناني، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الإعلام) القاهرة، 2007م، ص 66.

(2) حسن عماد مكاي: الأخبار في الراديو والتلفزيون (القاهرة - مكتبة الأنجلو المصرية، 1989م) ص 22.

(3) ل. جون مارتن، أنجو جروفنر شودري، مرجع سابق، ص 24.

الأحداث يأتي استجابة لرغبات وتطلعات الجمهور وما ينتظرونه من وسائل الإعلام، "وأن الأخبار الإيجابية لا تعد أخباراً"⁽¹⁾.

وقد تعرضت وسائل الإعلام الغربية إلى انتقادات بسبب تركيزها وإبرازها لهذه القيمة، نظراً لما قد يسببه هذا النوع من الأخبار من تأثير سلبي على القراء حيث قد يؤدي تزايد نشر أخبار العنف والجرائم إلى زيادتها في الواقع.

ويرى سليمان صالح أن التركيز على الأخبار السلبية يلعب دوراً إيديولوجياً مهماً في الحفاظ على تماسك المجتمعات الغربية، وفي إضفاء الشرعية على النظام القائم، وهو ما دفع المجتمع إلى اعتبار الحركات التي تهدف إلى التغيير حركات غير مشروعة، وقد قام ثلاثة باحثين هم هالوران وإيليوت وميردوك بدراسة تغطية وسائل الإعلام البريطانية للمظاهرات التي جرت في لندن 1968 ضد حرب لفيتنام واكتشف هؤلاء الباحثين أن تغطية هذه المظاهرات كانت متشابهة إلى حد كبير، وأنها قد ركزت على نفس النقطة من الحدث، فتم تصوير المظاهرات على أنها أحداث عنف، وظلت تضع صور المشاهد العنيفة النادرة في صدر تقاريرها، وأن وسائل الإعلام قد صورت هذه المظاهرات بأنها غير مشروعة⁽²⁾.

كما أن التركيز على الأخبار السلبية هو أحد أهم العوامل التي تؤدي إلى تشويه صور دول العالم الثالث، حيث لا ينقل عن هذه الدول في وسائل الإعلام الغربية سوى الأخبار السلبية مثل الكوارث والمجاعات والانقلابات وأحداث العنف، والأخبار التي توحى بتخلف هذه الشعوب⁽³⁾.

(1) Claude - Jean Bertrand : *La déontologie des médias*, 1^{ère} édition (France : Presses Universitaires de France, 1997) p.70

(2) سليمان صالح، مرجع سابق، ص 80-81.

(3) المرجع نفسه، ص 82.

أما في العالم الثاني، فإن أيديولوجية الدولة وكبار موظفي الحزب لا ينبغي عادة تعريضهما للتجريح ويجب ألا يمتد إليهما البحث والتحقيق، لكن إذا حدث أن ظهرت مشكلة بيروقراطية أو ضبط أحد صغار المسؤولين متلبسا باختلاس بعض الأموال فإن رد فعل وسائل الإعلام عندئذ يميل إلى السخرية والانتقاد بدرجة تثير الدهشة والاستغراب⁽¹⁾، فهناك غياب لبعض القيم الخيرية في العالم الثاني، ومن بينها على سبيل المثال "أن الأخبار ليست مثيرة وهي لا تتناول أحداث سلبية ولا تغوص في الحياة الخاصة للشخصيات العامة"⁽²⁾، ويرجع ذلك إلى أن هذا النوع من الأخبار لا يخدم التوجهات والأهداف الأيديولوجية التي بنيت عليها هذه النظرية.

أما في صحافة دول العالم الثالث، فإن أحد أوجه الجوانب السيئة في الصحافة الإنمائية أن يطلب من الصحفيين التركيز فقط "على الأخبار الطيبة أو الإيجابية والبناءة وإنما هم مطالبون أيضاً بتجاهل أو تقليل أهمية الأخبار السيئة أو السلبية أو جوانب الفشل"⁽³⁾.

إذا يتم تجنب الأخبار السلبية في العالم الثالث بسبب "البناء السياسي الهش لأغلب حكومات العالم الثالث، إذا تتبعنا النموذج الغربي يقول الصحفي الهندي مكيرجي Mukerjee (في صحيفة أسبوعية في الهند 1976)، ولو استمرينا في العزف على هذه النقاط السوداء بذلك نساعد بغباء على تضاعف الإيثار والثقة اللتين بدونهما من المستحيل تحقيق النمو والتنمية"⁽⁴⁾.

تتباين وجهات النظر، حول نشر أخبار الفساد والسلبيات، فالبعض يرى أن التوسع في النشر، وخاصة إذا تناولت المسؤولين والنخبة، يؤدي إلى إشاعة

(1) البرت ل. هستر، واى لان ج. تو، مرجع سابق، ص 51.

(2) المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

(3) المرجع نفسه، ص 58.

(4) ل. جون مارتن، أنجو جروفور شودري، مرجع سابق، ص 26.

اتجاهات سلبية تؤثر على عملية الأداء الاقتصادي، وعلى معدلات الإنتاج، ومناخ الاستثمار، نظرا للمكانة العالية التي يحتلونها في نفوس المواطنين، بل ويمكن أن يضعف من فاعلية النظام السياسي ذاته، إذا طلب هذا النظام من الجماهير سلوكا تقشفيًا، أو المساهمة في سداد الديون، لأنه سيظل في الذهن العام مسألة هؤلاء المنحرفين والمفسدين الكبار، الذين نهبوا أموالا ضخمة، أو تلاعبوا بأقوات الشعب، ولم يعاقبوا أو يلاحقوا أو هربوا إلى الخارج، فضلا عن الآثار الاجتماعية والقيمية المترتبة على هذا النشر، وبالذات ما يتعلق منها بفقدان الثقة والأمان، وتدهور الأخلاقيات والاعترا ب، والخوف، وفي المقابل يرى أنصار عدم النشر أنه يحد من دور الصحافة لفرض حدود أو قيود على الفساد والانحراف في المجتمع، ومن ثم يحد من أحد وظائفها الأساسية، في كشف الفساد والانحراف والذي يعد عائقا كبيرا أمام جهود التنمية، ومن مصلحة المجتمع والنظام الحاكم ذاته أن تستخدم هذه الأدوات لوقف الفساد⁽¹⁾.

وقد وجدت دراسات عديدة علاقة ضعيفة بين كثرة الحوادث السلبية التي تنشرها وسائل الإعلام وبين ما يماثلها من واقع، وإشارات إلى أن زيادة تركيز وسائل الإعلام على الأخبار السلبية، قد يشوه إدراك الجمهور للواقع والحقيقة، وأن لها تأثيرا مدمرا على الأفراد والمجتمع، وقد تؤدي إلى زيادة إحباط الفرد، وإفقاده الإحساس بقيمة المساعدة والتعاون، والثقة في المؤسسات القائمة... الخ. وأنها إذا تناولت أخبار فساد وانحراف، لا تتابعهما لمعرفة مصير مرتكبيها، ولا تعمل على خلق رأي عام على بصيرة بموقع هذه النوعية من السلبيات في البلاد المشابهة، كما تنشرها بدون تفسير أو توضيح وبعشوائية، وبدون التعريف

(1) إبراهيم عبد النبي عبد الفتاح: جرائم النخبة، (القاهرة: دار الثقافة للنشر والتوزيع 1992)، ص 42.

بالأسباب والمسببات أو الإجراءات التي اتخذت لمنع تكرار ما حدث، وهو ما يؤدي إلى تفاقم الإحساس بالتسيب⁽¹⁾.

7- الاهتمامات الإنسانية:

يعرف الاهتمام الإنساني بأنه مجموعة من العناصر التي تضيف على الموضوع أو الخبر بعدا عاطفيا وإنسانياً وأن يكون لها تأثيرها، كما يعبر في بعض الكتب عن هذا العنصر بالتأثير وذلك بسبب تأثيره في حياة الناس بشكل أو بآخر⁽²⁾.

يخاطب هذا العنصر عواطف الإنسان، ويدغدغ مشاعره، ويثير في نفسه الشفقة والحنان، ويجعله متعاطفا مع الحالة الإنسانية التي يعرضها، متأثراً بها، ومتفاعلاً معها، ومنحازاً إليها⁽³⁾.

والمقصود هنا مخاطبة عواطف الفرد لإحداث رد فعل (مع أو ضد) الحادث أو الخبر الذي نشرته الصحيفة، الحال نفسه مع صورة الشهيد محمد الدرة التي نالت تعاطف العالم كله لبعدها الإنساني حيث قتلت الرصاصات الطفل وهو في حضن والده⁽⁴⁾.

ولا ريب في أن هذه الوقائع تستحق النشر والعرض بالصورة المناسبة، بغية تحقيق نتائج عدة منها مساعدة أصحابها ونصرتهم مادياً أو معنوياً وإثارة الرأي العام وتوجيهه والاعتاظ والاعتبار⁽⁵⁾.

تهتم مختلف وسائل الإعلام مهما كانت انتماءاتها الأيديولوجية بهذه القيمة الخبرية، التي يطلق عليها الأخبار ذات الزاوية الإنسانية أو الأخبار المستمدة من

(1) إبراهيم عبد النبي عبد الفتاح: جرائم النخبة، مرجع سابق، ص 198.

(2) عبد الستار جواد، مرجع سابق، ص 50.

(3) عبد الله بدران، مرجع سابق، ص 219.

(4) مرعي مدكور، مرجع سابق، ص 51.

(5) عبد الله بدران، مرجع سابق، ص 226.

مجال الحياة، ويهدف الصحفي من نشر مثل هذه الأحداث بعد أن يضيف إليها ملابسات من أضواء الزوايا الإنسانية لجذب اهتمام القارئ وحمله على قراءة هذه الأحداث، لكن في كثير من الأحيان تكون لوسائل الإعلام القدرة على تحويل أحداث معينة لتثير هذه العواطف الإنسانية، بينما هناك أحداث أخرى يمكن أن تكون بذاتها مثيرة للعواطف لكنها لا تحظى بالتغطية الإعلامية الكافية⁽¹⁾.

ويقدم والتر ليبمان تفسيراته لمتل هذه القيمة الخيرية، فيقول "إن الجمهور لابد أن يشارك في الأخبار بنفس القدر الذي يشارك به في المسرحية عن طريق الاندماج الشخصي"⁽²⁾.

كما تحظى هذه القيمة باهتمام وسائل الإعلام في العالم الثاني وتتمثل في "أن الخبر ينبغي أن يكون عن الناس ومن أجلهم ولكن هذه القيمة الإخبارية في العالم الثاني تضى عليها لمسة إيديولوجية بمعنى أن الخبر لا يكون عن الناس بالضبط ولكن يكون عن الشعب"⁽³⁾.

وفي العالم الثالث، يُنظر إلى هذه القيمة من خلال ما قد تحققه للوحدة الوطنية، لأن الحديث عن القيم الإنسانية في ظل تفشي الحروب والنزاع وبؤر التوتر يصبح أمرًا صعب التحقيق، ففي معرض حديثه عن الشقاق والقبلية التي لا تزال قائمة في دول إفريقيا يقول هيلاري نجوينو - رئيس تحرير إحدى الصحف الكينية" في مثل هذه البلاد، يكون الواجب الأول للصحافة كما هو الحال بالنسبة لأي مؤسسة أخرى أو أي فرد آخر، هو التشجيع على وجود قدر أكبر من الوحدة الوطنية، لأنه في غياب حد أدنى من الوحدة الوطنية تصبح كل القيم الإنسانية الأخرى في المجتمع أمرا مستحيلا. وتصبح الحرية والعدل، عندئذ لا

(1) سليمان صالح، مرجع سابق، ص 90.

(2) ألبرت ل. هستر، واى لان ج. تو، مرجع سابق، ص 44.

(3) المرجع نفسه، ص 52.

معنى لهما، وتصبح الحياة غير آمنة. وإنني أعتقد أنه حيث لا يوجد قدر كاف من الوحدة الوطنية فإن على الصحافة أن تعكف على المهمة الصعبة المتعلقة بالمعاونة على توحيد الأمة وإزالة عدم الثقة بين المجتمعات والقبائل"⁽¹⁾.

8- الإشارة:

تهدف وسائل الإعلام من خلال الاهتمام بهذه القيمة الخبرية إلى تغطية الأحداث المتعلقة بالجوانب المثيرة من حياة بعض الناس. إن صلاحية الخبر للنشر تؤهله تلك الخاصية التي توجد في بعض الوقائع والأحداث وتكسبها جاذبية شديدة إلى لفت انتباه القارئ، ومخاطبة غرائزه الدفينة، وهو ما يظهر في بعض الحوادث التي تتعلق بالفضائح والجرائم والجنس، إذ يدرك الإعلاميون أهمية هذه القيمة حيث يسعون إلى جلب الأخبار المتعلقة بهذه المواضيع، فقد جندت وسائل الإعلام لتغطية فضيحة كلينتون ومونيكا.

تولى وسائل الإعلام الغربية اهتماما كبيرا لهذه القيمة التي تأخذ حصة الأسد في بعض الصحف والجرائد أو ما يسمى بالصحافة الصفراء ومنطلق وسائل الإعلام في ذلك، أن الجمهور يميل ويحب ويفضل هذا النوع من الأخبار.

لقد كشفت إحدى الدراسات التي أجريت عام 1984 بشأن قراءة الصحف الأمريكية وأشرفت عليها الجمعية الأمريكية لرؤساء تحرير الصحف "أن عينات القراء الذين شملهم البحث لا تزال تشكو من افتقار الأخبار إلى العدالة والإنصاف، وميلها إلى الإثارة والتلاعب، والتركيز على الأخبار السيئة، كما أوضحت الدراسة أن 25% من القراء الذين شملهم البحث اتهموا الصحف بإضفاء عنصر الإثارة على الأخبار، ومع ذلك فإن هذا الرقم يبدو معقولاً إذا قورن بالرقم الثاني، وهو أن 80% منهم اتهموا التلفزيون بتعمد الإثارة"⁽²⁾.

(1) ألبيرت ل. هستر، واى لان ج. تو، مرجع سابق، ص59.

(2) المرجع نفسه، ص47.

إن مغالاة وسائل الإعلام الغربية في التركيز على هذه القيمة، جعلها تتعرض لانتقادات شديدة بحيث تسعى وسائل الإعلام في العالم الأول إلى تحقيق أهداف تجارية بحته في ترويج أخبار حسب ما يرغب فيه القراء وليس حسب ما يحتاجونه أو أهداف أيديولوجية تتمثل في إلهاء الجماهير عن مشاكلها الحقيقية. بالإضافة إلى أن بعض الصحف - الصحافة الصفراء - تبالغ في التركيز على هذه القيمة الخبرية، خاصة منذ أن بدأ روبرت ميردوك تجريب تلك الصيغة التي وضعها في صحيفة نيوز أف ذا ورد عام 1969، ثم في جريدة الصن، وهي الصيغة التي عرفت بـ 3S الفضائح والجنس والرياضة⁽¹⁾.

وتأخذ هذه القيمة حقها في وسائل الإعلام في العالم الثالث، بحيث تنتشر الأحداث المتعلقة بالجنس، الفضائح، الجرائم أو ما يسمى بالأخبار المثيرة لكنها تراعي ضوابط وقيم وتقاليدهم هذه المجتمعات.

9- الأهمية:

يمس عنصر الأهمية ميادين عديدة، كما له عدة مظاهر، تتعلق بالخبر الذي تفوق أهميته خبر آخر، ويرشح للنشر دون غيره من الأخبار، وقد تؤهله هذه القيمة لأن يوضع في الصفحة الأولى ويحتل المكان المناسب وتخصص له مساحة كافية.

ويمثل القراء أول مظاهر هذه الأهمية، إذ أنه كلما كانت الأخبار تهم أكبر عدد منهم، اختير هذا الخبر من طرف حارس البوابة للنشر، فالأخبار الصحفية تتفاوت "بحسب أهميتها، فكلما كان الخبر يخص شرائح واسعة من أبناء المجتمع، ويتعلق بأمر مصيري لهم، أو يغطي حدثاً بارزاً على الصعيد الداخلي أو الخارجي، ازدادت أهميته، واحتل مكانة متميزة في الصحيفة"⁽²⁾.

(1) سليمان صالح، مرجع سابق، ص 87-88.

(2) عبد الله بدران، مرجع سابق، ص 219.

وقد لا يكون الخبر في حد ذاته هاماً لكن النتائج المترتبة عليه هي الأكثر أهمية، حيث أن خبراً عن ظهور نوع جديد من فيروسات الكمبيوتر قد يكون خبراً عادياً، لكن تأثير ذلك الخبر قد يكون ضخماً على قطاع الأعمال والبنوك وخطوط الهاتف وذلك هو الخبر الأكثر أهمية، وهذا ما يطلق عليه محمود أدهم تعبير "مغزى الحدث" فكلما ترتب عن الحدث أحداث أخرى أو أسفرت عنه نتائج أخرى كلما كان ذلك من الأسباب والعوامل التي تؤهل مثل هذا النوع من الأخبار للنشر⁽¹⁾.

ولذلك فإنه يعبر عن هذا العنصر بأنه يعني مدى تأثير الحدث في الزمان والمكان، كما يعبر عنه بعنصر الإيحاء حيث تقاس أهمية الخبر تبعاً لما يوحي به، أو لشئى الاهتمامات التي تدور في أذهان قرائه وكذا لما يتفرع عنه من أنباء أخرى متوقعة أو غير متوقعة⁽²⁾.

كما أنه تجدر الإشارة، إلى أن مثل هذه الأخبار تكتسب هذه الأهمية لما تثيره من نقاشات وجدل بين القراء لما لها من أهمية، ولما لها من تأثير عليهم، بحيث تطرح مباشرة أخباراً تمسهم وتتعلق بهم بالدرجة الأولى، ولأن هذا النوع من الأخبار يحمل في مضمونه معنى جادا.

إن الأهمية في الدول الشيوعية توجه إلى منصب الزعيم وليس إلى الشخصية فالأفراد ما هم إلا رموز اجتماعية. أما في العالم الغربي وفي أغلب دول العالم الثالث، فهناك اهتمام واضح بالناس وبأنشطتهم، على الرغم من حقيقة أن الاهتمام يزيد من تألق الفرد. وفي العالم الثاني، نجد أن الاهتمام لا يركز على الأفراد ولكن عامة يتركز على المجموعة أو المجتمع ككل. فالعمال

(1) نعى عاطف عدلي العبد: صناعة الأخبار التليفزيونية في عصر البث الفضائي، مرجع سابق ص 92، محمود أدهم: فن الخبر، الطبعة الثانية، مرجع سابق، ص 547.

(2) محمود أدهم، مرجع سابق، ص 548.

البارزون، المدرس المثالي، والأبطال القوميون، والفنانون يبرزهم الإعلام لأن الجهود الجماعي - طبقا للفلسفة الشيوعية - هو الذي يستأثر بالأهمية، والتركيز بالذات على أشخاص ناجحين، ومن ثم فإن الجماعة ككل قد تنهض⁽¹⁾.

إلا أن الملاحظة التي نريد أن نتوقف عندها تتمثل في أنه من الصعب تحديد عنصر الأهمية، رغم وجود بعض الدراسات التي سعت لتحديد هذه القيمة من خلال ثلاثة مؤشرات هي:

1- معرفة ما يعتقد الصحفيون عن ماذا يريده الجمهور.

2- ماذا يقدم الصحفيون من أخبار، ويحتل أولويات اهتماماتهم.

3- سؤال الجمهور عما يفضله من أخبار.

وقد وجدت الدراسات اختلافا في تحديد الأهمية بين المصالح المشتركة للجمهور، وبين ما هو مطروح فعلا في المضمون الإعلامي⁽²⁾.

وتبقى الطريقة الوحيدة - لحد الآن - لمعرفة هذه الاهتمامات تتمثل في القيام بدراسة وتحليل مضمون المنتج الإعلامي لوسائل الإعلام من ناحية، والقيام بمسوح عن اهتمامات القراء ورأيهم فيما يعرض عنهم من أخبار، رغم أن إجراء مثل هذه الدراسات لن تأتي نتائجها بإجابات كاملة وشاملة يمكن تطبيقها على كل القراء وفي كل الأزمنة.

10- الضخامة أو الحجم أو العدد:

تولي وسائل الإعلام أهمية كبيرة لقيمة الضخامة" التي قد تكون كمية وقد تكون نوعية وتتوافر الضخامة الكمية في الخبر إذا كانت تمس أكبر عدد من الأفراد أو الأشياء. وتتوافر الضخامة النوعية إذا كان الخبر يمس مرفقا حيويا

(1) ل. جون مارتن، انجو جروفور شودري، مرجع سابق، 22-23.

(2) السيد بخت محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية، دراسة في الصحافة القومية والحزبية

خلال 1987-1990، مرجع سابق، ص 222-223.

يهم المجتمع أو يمس مشكلة سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية⁽¹⁾، ومن هنا فإن الخبر الضخم هو الذي يمس أو يثير اهتمام أكبر عدد من القراء لاحتوائه علي معلومات مهمة أو ما يغطيه من أحداث ذات شأن، تنعكس أو تؤثر بشكل كبير على حياة القراء لأنها تتعلق بشؤونهم أو مجتمعتهم .

ويشير عبد اللطيف حمزة أن الأساس الذي نزن به حكمنا (بالضخامة) هو اهتمام الرأي العام بالخبر، أو اهتمام أكبر عدد من الناس بمثل هذا الخبر، وما أيسر ما يعرف القارئون على الصحيفة هذه الأوزان⁽²⁾.

ورغم اهتمام وسائل الإعلام في العوالم الثلاثة بهذه القيمة الخبرية والتركيز عليها إلا أنها تعرضت لانتقادات عديدة، فالإعلام يهتم دائماً بالأحداث الضخمة، فكلما ازداد عدد من يتصور حراس البوابات أنهم سيهتمون بالحدث، زادت احتمالات تغطيته، ومن هنا يتوقف نشر الأخبار على معيار كمي فقط وتصبح ثنائية "حدث / قارئ" علاقة طردية، إذ كلما زاد اهتمام القراء بالحدث ارتفع مؤشر نشر الحدث، وهذا يعني أن الكثير من الأحداث التي تهتم فئات محدودة من الجماهير لن تحظى بتغطية إعلامية مما يحرم قطاعات كبيرة من الجماهير حقها في معرفة أحداث معينة من خلال الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى.

أما الجانب الثاني لقيمة الضخامة، فيتمثل في ضخامة عدد من يشملهم الحدث، لكن يلاحظ من خلال ما تنشره أو تتعرض له وكالات الأنباء والصحف ووسائل الإعلام، أنها غالباً ما تتجاهل الكثير من الأحداث التي تشمل أعداداً ليست كثيرة من البشر، لكنهم في النهاية من حقهم الحصول على تغطية إعلامية لمشاكلهم وقضاياهم، وبعض الشعوب الصغيرة تتعرض للكوارث ولمشاكل

(1) عبد الله زلطة ، مرجع سابق، ص 88 .

(2) عبد اللطيف حمزة: المدخل في فن التحرير الصحفي، الطبعة الخامسة، مرجع سابق، ص 107.

متعددة دون أن تهتم وسائل الإعلام بها، إلا إذا اتسعت الكارثة لتشمل الكثير من البشر⁽¹⁾.

ومن هنا تصبح ضخامة الأرقام أو الأعداد النقطة الفاصلة في تحديد صدارة الخبر للنشر، وهو معيار لأهمية الحدث في معظم وسائل الإعلام خاصة الغربية، أما في العالم الثالث، فبالرغم من أهمية هذا العنصر إلا أن القرار بالنشر يتوقف في هذه المجتمعات، أساساً على المعايير الأيديولوجية والسياسية وليس على ضخامة الحدث فيتم التقليل من أهمية الحجم أو تضخيمه ليتفق مع التوجهات الأيديولوجية والسياسية.

11- الغرابة والطرافة:

يشير عنصر الغرابة إلى الجانب غير المؤلف في الخبر أي ذلك الخبر الذي يقدم مضمونا لم يعتده الناس، فمن غير المؤلف أن يقوم أب بحجز ابنته 30 سنة في إسطنبول⁽²⁾، تقاس هذه القيمة التي يتم على أساسها تفضيل خبر على آخر بمدى خروج الخبر عن المؤلف الذي اعتاده الناس. والأخبار الغربية أو الطريفة هي التي تركز على الأخبار الغربية أو الطريفة في الحياة⁽³⁾.

نخلص من خلال الشرح والتحليل، أن هناك تبايناً في تحديد ماهية الخبر الصحفي، الأمر الذي انعكس على تحديد القيم الخبرية، ذلك أن هذه الأخيرة تتباين بتعدد الصحفيين والصحف والعاملين بها، والمجتمعات التي ينتمي إليها القارئون على الأخبار، فضلاً عن أنها تختلف من فترة زمنية إلى أخرى، وأن أولويات القيم الخبرية متباينة من مجتمع إلى آخر، ومن صحيفة إلى أخرى، ومن نظام إعلامي إلى آخر، ما يدعو إلى القول باستحالة تعميم القيم الخبرية وجعلها قواعد ثابتة تحدد عملية الاختيار والانتقاء على مستوى عالمي، وذلك لنسبية هذه

(1) سليمان صالح، مرجع سابق، ص 89.

(2) جريدة الخبر / 22 نوفمبر 2010 / العدد 6183.

(3) حسني نصر، سناء عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 81.

القيم ومرونتها وتغيرها، لكن هذا لا ينفي وجود بعض القيم الخبرية مشتركة وعامة، يتفق عليها المجتمع الصحفي، وتمثل إطارا مرجعيا له في الاختيار والانتقاء والنشر، وإن اختلفت من حيث مستويات ترتيبها.

كما يعتبر القائم بالاتصال الذي يقدم الإنتاج الإعلامي جزءا مهما في عملية جمع وانتقاء الأخبار، ومن ثم ترشيحها للنشر أو استبعادها، هذا ما سنحاول تحليله بشيء من التفصيل في الفصل الموالي.

الفصل الثالث: القائم بالاتصال والضغط التي يتعرض لها

- المبحث الأول: تعريف القائم بالاتصال.
- المبحث الثاني: النماذج التفسيرية للقائم بالاتصال.
- المبحث الثالث: الضغوط الداخلية التي يتعرض لها القائم بالاتصال.
- المبحث الرابع: الضغوط الخارجية التي يتعرض لها القائم بالاتصال.

المبحث الأول: تعريف القائم بالاتصال.

يقوم هذا المبحث بتقديم تعريفات بعض الباحثين للقائم بالاتصال، انطلاقاً من أنه يعتبر جزءاً مهماً في عملية جمع، انتقاء ونشر الأخبار، وسوف نشرح ذلك من خلال العناصر التالية:

- 1- القائم بالاتصال في المدرستين الفرنسية والأمريكية.
- 2- القائم بالاتصال في الدراسات الإعلامية.

تشير المقولة الكلاسيكية لعالم الاجتماع الأمريكي هارولد لاسويل: من؟ يقول ماذا؟ بأي وسيلة؟ لمن؟ بأي تأثير؟ للأهمية المتساوية للمجالات البحثية الخمس في العملية الاتصالية أي أن القائم بالاتصال وهو عنصر من؟ في نموذج لاسويل يعتبر جزءاً مهماً ولا غنى عنه في العملية الاتصالية؛ إلا أن الباحثين أهملوا حتى وقت قريب دراسة القائم بالاتصال خاصة في الدول النامية.

1- تعريف القائم بالاتصال:

إن للقائم بالاتصال الذي يقدم الإنتاج الإعلامي أهمية كبيرة ودوراً فعالاً ومباشراً في إنتاج الرسالة الإعلامية لا تقل بأي حال من الأحوال عن الرسالة أو الوسيلة في فهم التنبؤ بتأثير الاتصال. فتصور المتلقي للقائم بالاتصال أو المصدر يلعب دوراً أساسياً في تحديد نتائج عملية الإقناع⁽¹⁾.

يعرف محمد عبد الحميد القائم بالاتصال على أنه الشخص الذي يبدأ عملية الاتصال بإرسال الفكرة أو الرأي أو المعلومات من خلال الرسالة التي يقوم بإعدادها، وقد يكون هذا الشخص هو مصدر الفكرة أو الرأي أو المعلومات وقد لا يكون مصدرها، وقد يكون المصدر فرداً آخر كما يظهر واضحاً في حركة عملية الاتصال من خلال المؤسسات الإعلامية التي يقوم أفرادها بالاتصال بالمصدر للحصول على المعلومات أو الأخبار حتى يقوم بصياغتها أو إعدادها للنشر أو الإذاعة وإرسالها مرة أخرى إلى جمهور المتلقين⁽²⁾، وهو يرى أن هذا المفهوم ممتد كثيراً إلى كل من يعمل في بناء أو تشكيل الرسالة الإعلامية مهما اختلفت الأدوار والمواقع⁽³⁾.

ويُعرف القائم بالاتصال في الصحافة بأنه "أحد الأطراف الأساسية في العملية الاتصالية، ويتسع مفهومه ليشمل أعضاء الجهاز التحريري الصحفي من

(1) جيهان رشدي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام (القاهرة: دار الفكر العربي، 1985 م.) ص 293.

(2) محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الطبعة الأولى (القاهرة: عالم الكتاب، 1997 م.) ص 25.

(3) المرجع نفسه، ص 91.

محررين، ومندوبين، وكتاب، ومراسلين، ومصورين، ورسامين، وأيضاً مختصين بالإخراج، وحيث يتخذون الصحافة مهنة لهم يمارسونها على سبيل الاحتراف"⁽¹⁾.

ومن هنا يمكن القول بأن القائم بالاتصال "هو أي شخص أو فريق منظم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات من فرد إلى آخر عبر الوسيلة الإعلامية، أو أي فرد آخر له علاقة بتسيير أو مراقبة نشر الرسائل إلى الجمهور عبر الوسيلة الإعلامية"⁽²⁾.

ورغم أن القائم بالاتصال يعد من وجهة نظر كثير من الباحثين من أهم العناصر التي تتحكم في عملية الاتصال الجماهيري، خاصة في مجال الصحافة، مما يستلزم الاهتمام بهذا العنصر في شتى جوانب الممارسة الصحفية بصفة عامة، والإخبارية بصفة خاصة، إلا أن بداية اهتمام الدراسات الإعلامية بهذا العنصر جاءت متأخرة، إذ يعود بداية اهتمام المدرسة الأمريكية بدراسة القائم بالاتصال إلى النصف الثاني من القرن العشرين حيث لاحظ الدارسون في مجال الإعلام أن الاكتفاء بدراسة المضمون الصحفي لن يتيح إلا دراسات محدودة الأثر لأنها تهمل منتج هذا المضمون ولا توفر معرفة الأسباب والظروف التي على ضوءها تم اختيار هذا المضمون دون غيره⁽³⁾ من الخيارات المتاحة أمام الصحفيين.

ونستطيع أن نرصد البدايات التاريخية لدراسة القائم بالاتصال بدراسة ليو روستن Leo C. Rosten عن مراسلي واشنطن عام (1937)، والتي تشير إلى أن

(1) أسماء حسين حافظ، القائم بالاتصال في الصحافة الإقليمية: دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة - كلية الإعلام - العدد العاشر - 2001 م.) ص 113.

(2) عادل فهمي البيومي، البرامج الدينية في التلفزيون المصري ودورها في التثقيف الديني للشباب، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الإعلام)، 1991 م. ص 7.

(3) أمال كمال، التوجه المهني لدى القائم بالاتصال، المجلة الاجتماعية القومية (القاهرة - المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية - المجلد 30 - العدد 2 و3 - 1993 م.) ص 81.

الصحفيين ذوي التوجه المهني يختلفون في سلوكهم وفي رؤيتهم لذواتهم عن بقية زملائهم. وتعتبر هذه الدراسة من أولى الدراسات التي أجريت على الصحفيين كقائمين بالاتصال⁽¹⁾، ثم تبعتها العديد من الدراسات^(*) التي اهتمت بالقائم بالاتصال، كأحد الأطراف الأساسية في تشكيل وبناء الرسالة الإعلامية.

أما بالنسبة لدراسة القائم بالاتصال في المدرسة الفرنسية التي تتبني بصفة عامة لفظ الوسيط^(**)، فقد جاءت متأخرة بالمقارنة مع المدرسة الأمريكية، ومختلفة من حيث الطرح.

وترجع قلة الدراسات الفرنسية للقائم بالاتصال إلى عدة أسباب لعل من أهمها، اختلاف النظام الإعلامي في فرنسا عنه في الولايات المتحدة الأمريكية من ناحية النشأة والتطور، فبينما نشأ النظام الأمريكي في ظل الإعلان والمؤسسات التجارية، ارتبط النظام الفرنسي منذ بداياته ولفترة طويلة بالدولة ومؤسساتها وهو ما كان له أثره في اختلاف طبيعة المشكلات المطروحة للبحث والمناهج والأدوات المستخدمة، فالاتجاه السائد في المدرسة الفرنسية ظل لفترة طويلة يتناول الاتصال كشكل من أشكال ممارسة السلطة في المجتمع⁽²⁾.

بالإضافة إلى اختلاف نشأة دراسات الاتصال ذاتها، فقد ارتبطت في المدرسة الأمريكية بالاتجاه الإمبريقي منذ هوفلاند Hovland ولازرسفيلد Lazarsfeld بينما نشأ الاهتمام بالاتصال وعلومه في أوروبا في إطار علم الاجتماع واتخذ طابعا نظريا واتسمت العلاقة بين المدرستين الإمبريكية من ناحية والأوروبية من ناحية أخرى بالقضية الاستمولوجية، وتبادلت كل من المدرستين

(1) ألفت حسن أغا، القائمون بالاتصال وقضايا التنمية، دراسة ميدانية لعينة من القائمين بالاتصال في المجتمع المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الآداب)، 1991م. ص10.

(*) قام بها مجموعة من الباحثين الأمريكيين أمثال وران بريد Warren Breed، روي كارتر Carter، وستارك Stark، وجير Gieber، وجاد، Judd، ووايت White، ومكروري Mcrorie.

(**) تتبنى المدرسة الفرنسية لفظ الوسيط بدلا من القائم بالاتصال، لأنها ترى أن القائم بالاتصال له دلالة محايدة.

(2) عواطف عبد الرحمان، ليلي عبد المجيد، نجوى كامل، مرجع سابق، ص84.

التهوين من شأن القيمة العلمية للدراسات التي تجريها الأخرى، ولعل عبارة عالم الاجتماع الفرنسي Robert Merton تعكس ذلك، فقد قال "نحن لا نؤكد أن ما نقوله هو الحقيقة لكنه على الأقل ذو معنى" وكان رد الامبريقيين "نحن لا نؤكد أن ما نقوله ذو معنى، ولكن على الأقل موجود في الواقع" (1).

تهتم المدرسة الفرنسية شأنها في ذلك شأن المدرسة الأمريكية برصد خصائص القائم بالاتصال ولكنها تضيف نشأة الحقل الصحفي le champs journalistique وتطوره في علاقته مع المجتمع وفي بنيته الداخلية اعتمادا على أن الاكتفاء بدراسة خصائص القائم بالاتصال هو أقرب إلى رصد حالات فردية، وكأن كل منها يعمل بشكل منفصل ويتمتع بالحرية التامة في التعبير عن رؤيته وإدراكه، بينما الصحفي، وهو أيضا جزء من كل يتنازل في مقابل انتمائه إلى هذا "الكل" عن بعض اتجاهاته الخاصة، كما أن سمات الحقل العامة تحدث تغييرات في تكوين الصحفي على مدى عمله بحيث يحدث في النهاية التقاء بين الخصائص الفردية للقائم بالاتصال وخصائص الحقل (2).

2- الدراسات التي اهتمت بالقائم بالاتصال:

يمكن تقسيم الدراسات التي أجريت حول القائم بالاتصال إلى قسمين:

أولا - الدراسات التي اهتمت بالقائم بالاتصال من خلال التطرق لمختلف الضغوط التي يتعرض لها أثناء ممارسته لعمله، حيث تتفق هذه الدراسات في تعرضها للمحاور الآتية في دراسة القائم بالاتصال: التأهيل والتدريب، الإشراف والرقابة، الحرية في اتخاذ القرار، المشاركة في التخطيط، العمل في أكثر من وظيفة، وطرق الالتحاق بالعمل، والضغوط والصعوبات التي تعترض العمل، العلاقة بالزملاء والرؤساء... الخ.

(1) عواطف عبد الرحمان، ليلي عبد المجيد، نجوى كامل، ص84.

(2) المرجع نفسه، ص90

ثانياً:- الدراسات التي أولت عناية للتوجه المهني لدى القائم بالاتصال، فإنه يمكن تقسيمها إلى قسمين:

القسم الأول: يضم الدراسات التي وقفت عند حدود الرصد والتوصيف للتوجهات المهنية للقائمين بالاتصال.

القسم الثاني: يضم الدراسات التي اهتمت بقياس التوجهات المهنية، وقد بدأ هذه الأبحاث ماكلويد، في مركز أبحاث الاتصال الجماهيري بجامعة ويسكونس. فقد درس ماكلويد وهولي التوجهات المهنية لعينة من صحفيي صحيفة ميلووكي عام 1964⁽¹⁾.

مثلت هذه الدراسة الأساس الذي استندت إليه دراسات أخرى، حيث استعان عدد من الباحثين بمقياس التوجهات المهنية، مما مكن من التوصل إلى بيانات تقيد في المقارنة بين العينات المختلفة.

واستخدمت الدراسات التالية لهذه الدراسة هذا المقياس^(*)، بعد تخفيض بنوده من 24 بنداً إلى 21 بنداً، منها 11 بنداً متعلقاً بالمهنة، وعشرة بنود غير متعلقة بالمهنة، وتشير هذه البنود إلى المميزات المرغوبة في المهنة، وعلى

(1) McLeod, Jack M. and Searle Hawly Jr., *Professionalization among Newsmen*, Journalism Quarterly, vol. 41, N°4, 1964.

نقلاً عن آمال كمال، مرجع سابق، ص88.

(*) المرجع نفسه، ص89 - 90.

مقياس التوجهات المهنية:

البنود المهنية:	البنود المهنية:
تميز الوظيفة بالتنوع.	الفرصة لتعلم مهارات ومعارف جديدة.
الدخل يوفر مستوى معيشياً مريحاً.	التأثير في اتخاذ القرار.
العمل مع زملاء يساندون الفرد.	احترام قدرة وكفاءة العاملين.
الوظيفة لها وضعها في المؤسسة.	التحرر من الإشراف المباشر على العمل.
الفرصة للاتصال بالشخصيات الهامة.	التأثير في الرأي العام.
مكانة الوظيفة في المجتمع.	الاستفادة من القدرات والتدريب.
الفرصة للاستقرار الوظيفي.	قيمة الوظيفة وأهميتها بالنسبة للمجتمع.
الوظيفة تحقق الشهرة.	تنمية الكفاءة المهنية.
الوظيفة تتيح إمكانية العمل مع أفراد متجانسين، ويسهل العمل معهم.	الفرصة للابتكار والإبداع.
الوظيفة لا تشكل عائقاً أمام الحياة العائلية.	الوظيفة في المؤسسة لها احترامها.
	مدى تقدير الوقت والجهد المبذول.

المبحوث أن يحدد على المقياس درجة أهمية كل بند من هذه البنود ومدى توافرها في الوظيفة التي يشغلها.

نود أن نشير إلى أن هناك عدة مؤشرات تؤثر في درجة التوجه المهني، مثل التأهيل والتدريب وسنوات الخبرة المهنية، والعلاقة بالرؤساء والزملاء، ومدى الحرية المتاحة في اتخاذ القرارات، ودرجة الرضا عن العمل، والمميزات التي تمنحها الوظيفة للفرد، ولا نستطيع أن نغفل السياق الاجتماعي والسياسي والاقتصادي والثقافي الذي يعمل في إطاره الفرد، وسياسة المؤسسة الإعلامية التي يعمل من خلالها، والسياسة الإعلامية في المجتمع بشكل عام⁽¹⁾.

وهكذا، يعد القائم بالاتصال أحد الأطراف الأساسية في العملية الاتصالية كما يلعب دورا فعالا في إنتاج الرسالة الإعلامية مما يستلزم الاهتمام به في شتى جوانب الممارسة الصحفية بصفة عامة، والإخبارية بصفة خاصة، غير أن بداية الاهتمام به جاءت متأخرة مقارنة ببقية عناصر العملية الاتصالية حيث عادة ما تكتفي الدراسات بتحليل المضمون الصحفي متجاهلة منتج هذا المضمون.

لهذا سنتناول في المبحث الموالي النماذج التفسيرية للقائم بالاتصال حيث تعددت وجهات النظر حول دور القائم بالاتصال في المجتمع ومن ثم حول الدور الصحيح للصحفي في جمع الأخبار.

(1) أمال كمال، مرجع سابق، ص 97.

المبحث الثاني: النماذج التفسيرية للقائم بالاتصال.

تعددت وجهات النظر حول دور القائم بالاتصال في المجتمع، وانعكس الجدل حول الخلاف في التعريفات المتناقضة لوظائف الإعلام في المجتمع، وتقديرات الباحثين حول حاجة الجمهور وحقه في المعلومات، والرؤى المختلفة لطبيعة الأخبار نفسها حول الدور الصحيح للصحفي في جمع الأخبار.

ويشمل هذا المبحث العناصر التالية:

- 1- الدور المحايد والمشارك للقائم بالاتصال.
- 2- مفهوم القائم بالاتصال في إطار نموذج "حارس البوابة".
- 3- مفهوم القائم بالاتصال في إطار نموذج المحامي أو الشفيح.
- 4- مفهوم القائم بالاتصال كمصدر للرسالة الاتصالية.
- 5- مفهوم القائم بالاتصال في نظرية الإبداع.

على ضوء الوظائف التي حددها علماء الاجتماع للاتصال الجماهيري، دار جدل واسع حول دور الاتصال في المجتمع، وتعددت وجهات النظر، حول ما إذا كان يجب على القائم بالاتصال أن يكون محايداً أو مشاركاً؟، " فبينما ترى مجموعة من الصحفيين أن دورهم ينحصر في القيام بالوساطة بين الجمهور والمؤسسات الحاكمة، تنظر مجموعة أخرى إلى دور الصحفي بشكل أكثر إيجابية بحيث يمتد إلى حماية مكاسب الجمهور والدفاع عنها"⁽¹⁾.

1- المنظر المحايد والمشارك للقائم بالاتصال:

وعلى ضوء الآراء المختلفة بين دور محايد للاتصال ودور مشارك تعددت الرؤى لمفهوم القائم بالاتصال وفقاً لنماذج بحثية مختلفة. وتكمن أهمية تحديد مفهوم الدور لدى الصحفيين، أنه يحدد نوعية الأهداف التي يسعى الصحفيون إلى تحقيقها، ويحدد المعايير التي يلتزمون بها في عملهم، واختياراتهم، ونشرهم للمواد الصحفية.

"ولقد طال الجدل حول التعريف الأمثل للممارسة الصحفية المسؤولة، ورغم أن بؤرة الاهتمام في هذا المجال تحولت من حقبة إلى أخرى تبعا للتغيرات السياسية والاجتماعية، إلا أنه يمكن تحديد جوهر الخلاف في التعريفات المتنافسة لوظائف الإعلام في المجتمع، والتقدير المتصارعة حول حاجة الجمهور وحقه في المعلومات، والرؤى المختلفة لطبيعة الأخبار نفسها. ولقد انعكس الجدل حول هذه الأمور والنقاش حول الدور الصحيح للصحفي في جمع الأخبار ويدور الجدل الآن بين مؤيدي الصحافة الموضوعية المحايدة وبين مؤيدي الصحافة المشاركة"⁽²⁾.

(1) سعيد محمد السيد، الضغوط المهنية والإدارية على القائم بالاتصال، المجلة العلمية لكلية الإعلام (جامعة القاهرة - كلية الإعلام - العدد 1-1989م)، ص5.

(2) محمد الجوهري، حسين الخولي، فاطمة القليني، منى الفرنواي، ألفت حسن آغا، السيد عفيفي وآخرون: علم الاجتماع ودراسة الإعلام والاتصال (الإسكندرية: دار المعارف الجامعية، 1992 م). ص 142.

وكان كوهن Cohen من الأوائل الذين فرقوا بين الدورين، المحايد والمشارك⁽¹⁾، وتعتبر النظرة المؤكدة على الدور المحايد للإعلام في المجتمع أولى وجهات النظر في هذا الصدد. وتبعاً للمنظور المحايد، "تصدر الأخبار بصورة طبيعية عن الأحداث والوقائع التي تحدث في العالم. ويكفي أن يكون القائم بالاتصال شاهداً على العملية الاجتماعية وينقل بإخلاص وصدق الصورة الصحيحة عنها للجمهور ويمكن تحقيق الصحافة المحايدة من خلال الموضوعية، والدقة في نقل الوقائع والتحقق من المعلومات، وهنا تصبح علاقة القائم بالاتصال بالمعلومات علاقة محايدة مجردة. كما أن علاقته بمصادر الأخبار تكون صريحة وأمينية"⁽²⁾.

ويتخذ الإعلام من خلال المنظور المشارك دوراً أكثر تحدياً في مراقبة البيئة والربط بين أجزائها، وعلى القائم بالاتصال أن يلعب دوراً نشطاً وخالقاً إلى حد ما في انتقاء ما هو جدير بالنشر. وتبعاً لهذا المنظور "لن يكون من المتوقع أن تظهر المعلومات الجديرة بالنشر بصورة طبيعية وتفرض نفسها، وذلك لأنه من المفترض أن القائم بالاتصال سيفرض وجهة نظره في اختيار أكثر الأخبار أهمية، وهي الأخبار التي تستحق إلقاء الضوء عليها. فهو مسؤول مسؤولية شخصية عن الأخبار التي سينشرها، وعلاقته بمصادر الأخبار محددة بصورة واضحة، فهم يقدمون له الأخبار، ولكن عليه أن ينتقي بدقة من بينها ما يساعده في الوصول إلى الحقيقة. كما عليه أن يقدم الخلفية اللازمة والتفسير الملائم الذي يعطي للأحداث معنى"⁽³⁾.

(1) Cohen, B.: *The Press and Foreign Policy*, Princeton, N., Princeton Univer. Press, 1963.

نقلاً عن السيد بخت محمد درويش: العمل الصحفي في مصر، دراسة سوسيوولوجية للصحفيين المصريين، الطبعة الأولى (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1998م)، ص 53.

(2) محمد الجوهري وآخرون، مرجع سابق، ص 142.

(3) المرجع نفسه، ص 143.

وتجدر الإشارة إلى أن موريس جانوفيتس MorrisJanowitz أستاذ علم الاجتماع في جامعة شيكاغو، قد أطلق على المنظور المحايد والمنظور المشارك للصحافة مسمى نموذج حارس البوابة ونموذج المحامي أو المدافع⁽¹⁾، كما حدد سيجال هذه الأدوار في دور المراقب المحايد، المشارك، المواطن الطيب أو الخير، والمعارض، فضلا عن دراسة ريغان Regan التي حددت ثلاثة أدوار للصحفيين: التقليدي، المنخرط والنقدي⁽²⁾.

2- مفهوم القائم بالاتصال في إطار نموذج "حارس البوابة"

إن حراسة البوابة هي العملية التي يتم فيها تعرض عدد هائل من الرسائل الإخبارية للغرلة والتشكيل حتى تصل في النهاية إلى عدد محدود من الرسائل يتم توصيلها عبر وسائل الإعلام، ويقصد بحراسة البوابة في غرف الأخبار، الاختيار بين عدد هائل من الموضوعات والصور للوصول إلى المحتوى الذي يمثل الحجم المطلوب للأخبار في الجريدة، ويمكن اعتبار عملية حراسة البوابة بأنها إعادة بناء الهيكل الجوهري للحدث وتحويله إلى رسالة.

وتعد نظرية حارس البوابة أحد المداخل النظرية التي يمكن الاستفادة منها باعتبار أن القائم بالاتصال داخل أي مؤسسة إعلامية يدين بالولاء للسياسات التي يرسمها أصحاب المؤسسة أو القائمون عليها ومن ثم يجد نفسه أمام عدد من التعليمات والتوجيهات التي تؤثر على اختياراته في بناء وتقييم الرسالة الإعلامية⁽³⁾.

(1) Morris Janowitz , *Professional Models in Journalism: The Gatekeeper and the Advocate*, Journalism Quarterly, vol.52, N° 1, 1975, pp. 618-626.

(2) السيد بخت محمد درويش: العمل الصحفي في مصر، دراسة سوسيولوجية للصحفيين المصريين، مرجع سابق، ص 51-56.

(3) أميمة عمران، معوقات الأداء المهني للمراسل الصحفي، دراسة ميدانية على المراسلين المحليين بالصعيد المصري، المجلة المصرية لبحوث الإعلام

جامعة القاهرة-كلية الإعلام-العدد3-2003 م.)، ص 119 - 200.

هذا وقد أكد ولبر شرام على أهمية حراسة البوابة ليس فقط لأنه من المستحيل لكل المعلومات والرسائل أن تتقل، بل لأنه أيضا من المستحيل نقل هذه الرسائل دون تشكيلها وفق الطراز أو الأساليب المعتادة، المتداولة والمعتمدة⁽¹⁾.
ففي نموذج حارس البوابة، على الصحفي أن يستخدم قواعد المنهج العلمي، لزيادة موضوعيته، ورفع فعالية أدائه، فهو في موقفه من الأحداث والتفاعلات المحيطة، يشبه موقف الباحث العلمي من الظواهر أو الوقائع، التي يتولى دراستها بموضوعية، أي يدرسها باعتبارها أشياء، ويقوم بالفصل الواضح بين الخبر والرأي، "فالحقيقة شيء والتعليق عليها بالرأي شيء آخر"⁽²⁾.

3- مفهوم القائم بالاتصال في إطار نموذج المحامي أو الشفيع:

يقوم القائم بالاتصال في إطار هذا النموذج على أساس استبدال المنهج العلمي بمفهوم القائم بالاتصال الناقد والمفسر، كما يقوم على نقد شديد للموضوعية أو التشكيك في القدرة على الموضوعية، وعلى أن واجب القائم بالاتصال يتمثل في أن يكون معبرا عن وجهات نظر ومصالح جماعات متنافسة خاصة تلك الجماعات المعزولة أو المهضومة الحقوق⁽³⁾.

واستنتجت توكمان Gaye Tuchman من واقع دراستها الميدانية على القائمين بالاتصال، أن الموضوعية هي إحدى الطقوس الإستراتيجية التي يستخدمها العاملون في مجال الاتصال للدفاع عن أنفسهم ولصد الهجوم العنيف الذي يتعرضون إليه، وأن القائمين بالاتصال يرون أن هناك سلسلة من المصالح المتضاربة والتي لكل منها إسهام في تعريف معنى الحقيقة، لذا فعلى القائم بالاتصال الناجح التأكد من أن هذه الرؤى المختلفة قد أخذت فرصتها في الوسائل

(1) Schramm Wilbur: *The Nature of Communication between Humans, the Process and the Effects of Mass Communication* (Urbana: Chicago University of Illinois Press, 1977) pp.9-44.

(2) Morris Janowitz, op.cit. p.618.

(3) ألفت حسن آغا، مرجع سابق، ص 245-246.

الاتصالية، إذ أن تسوية الصراع يتوقف على التمثيل الفعال لمختلف البدائل في تعريف الحقيقة، ولذلك فإن على القائم بالاتصال أن يشارك في عملية الدفاع هذه، وأن يكون لسان حال من لا صوت لهم، ويحب عليه أن يشير إلى عواقب عدم توازن القوى، وهو ما يعني أن يكون للقائم بالاتصال دور في العملية السياسية الاجتماعية من خلال توفير المعرفة والمعلومة اللازمة⁽¹⁾.

إن أنصار نموذج حراسة البوابة أو ما يسمى بالتيار الموضوعي لديهم مفاهيم مختلفة عن أنصار نموذج المحامي أو الشفيع، فبينما يتم التركيز في الاتجاه الأول على قدرة المتلقي على الحكم على مصلحته الذاتية، إذ أن مهمة القائم بالاتصال تكمن في تفعيل المعلومات والتعليق عليها ليتسنى له وضعها في إطار ثقافي مناسب وأيضاً مساعدته على فهم علاقته بالعملية الاجتماعية السياسية، وعلى النقيض من ذلك، فإن الاتجاه الثاني يلقي الضوء على العقبات التي تواجه التغيير الاجتماعي السياسي في المجتمع والصعوبات التي تواجه بعض قطاعات المجتمع في تحقيق المصالح المشروعة⁽²⁾.

ومن هذا المنظور، حسب توكرمان دائماً، فإن القائم بالاتصال يرى نفسه في دور المحامي ولكن من خلال وسائل الاتصال، المحامي الذي يدافع عن مصالح الغالبية من الجماهير، وهو ما يعني انهيار جزئي لفكرة الحرفية المهنية.

4- مفهوم القائم بالاتصال كمصدر للرسالة الاتصالية:

يرجع بعض الباحثين دوافع اعتبار القائم بالاتصال مصدر الرسالة الاتصالية ليس بسبب مسؤوليته عن استقبالها وجمعها، ولكن بسبب مسؤوليته عن اختيارها، وهو الأمر الذي أكدته دراسات كرت لوين 1947 أنه على طول المراحل التي تقطعها " الرسالة " الاتصالية حتى تصل للجماهير هناك نقاط أو

(1) هُلمة عساف عيسى، العوامل المؤثرة على أداء القائم بالاتصال في الفيلم التسجيلي، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الإعلام)، 1996 م، ص 11.

(2) Morris Janowitz, op., cit., p.620.

بوابات يتم فيها اتخاذ قرارات عما يدخل ويخرج، وأنه كلما طالت المراحل التي تقطعها هذه الرسالة حتى تظهر في وسيلة الاتصال تزداد المواقع التي يصبح فيها من سلطة الفرد أو أفراد تقدير ما إذا كانت الرسالة ستتقل بنفس الشكل أو بعد إدخال تغييرات عليها، لهذا فإن نفوذ من يديرون هذه البوابات والقواعد التي تطبق عليها والشخصيات التي تملك بحكم عملها سلطة التقرير يصبح لها أهمية كبيرة في انتقال المعلومات⁽¹⁾، علما بأن العديد من المؤسسات البحثية في مجال الاتصال، رفضت اعتبار القائم بالاتصال "مصدر" لأن مفهوم المصدر أوسع كثيرا من مفهوم القائم بالاتصال، ولأن هناك عوامل وجهات أخرى إضافة إلى قناعة القائم بالاتصال تلعب دورا في عملية اختيار رسالة الاتصال، منها أهمية الرسالة، وقيمتها والتي لها تأثير كبير على حركة مرور الرسالة خلال البوابا⁽²⁾.

5- مفهوم القائم بالاتصال في نظرية الإبداع:

ذكرت بعض الدراسات العلمية للقائمين بالاتصال في مجال الإبداع⁽³⁾ الفني أن المهمة الأساسية للقائم بالاتصال المبدع هي التفسير، والتفسير هو رؤية فكرية تستند إلى ركائز ثلاث:

1- النص أو الفكرة.

2- الأحداث التي يموج بها المجتمع والقضايا التي يطرحها.

3- موقف القائم بالاتصال من النص ومن الأحداث التي يموج بها الواقع.

يتعامل القائم بالاتصال المبدع مع النص والأحداث بفكر خاص نابع من ذاته وثقافته، وكذلك من القيم المهنية التي يتعلمها ويكتسبها بممارسته للعمل وتزامله مع بقية أفراد المهنة ومن إحساسه بقضايا مجتمعه، وتنتج هذه العملية المعروفة بالتنشئة الاجتماعية للقائم بالاتصال والمكونة، من خصائصه الشخصية،

(1) Lewin, K.: *Field Theory in Science* (N.Y. Harper, 1951) pp.52-53.

(2) هلة عساف عيسى، مرجع سابق، ص 17

(3) زيجمونت هنري: جماليات فن الإخراج، ترجمة هناء عبد الفتاح (القاهرة: الهيئة العامة المصرية للكتاب، 1993 م.) ص 57-102.

وقيمه المهنية، ومعرفته بالجمهور وبالمجتمع، ومعرفته بالمؤسسة التي ينتمي إليها، وكذلك الخصائص التي تجعله ينفرد عن غيره.

ومن خلال ما سبق عرضه يتضح، أن كل قائم بالاتصال متشرب بمصالح وقيم ومخزون من العادات الاجتماعية والتقاليد، والقرارات والتجارب مختلفة عن الآخر، ولهذا لا بد لردود أفعالهم تجاه الحدث الواحد أن تكون مختلفة ومتباينة، إلا أن القائم بالاتصال سواء كان حارسا للبوابة أو مبدعا أو محاميا أو مصدرا يتعرض لضغوط تؤثر كثيرا على عمله وأدائه، فما هي هذه الضغوط؟ هذا ما سنتناوله في المبحث الثالث من هذا الفصل.

المبحث الثالث: الضغوط الداخلية التي يتعرض لها القائم بالاتصال.

يدور موضوع المبحث الثالث حول الضغوط الداخلية التي يتعرض لها القائم بالاتصال والتي تؤثر عليه في صياغة وتشكيل المضمون الصحفي، بدءاً بعملية انتقاء واختيار الأخبار، وصولاً إلى معالجتها وطرحها، ومن ثم تحديد القوى الفاعلة في فهم الظاهرة الإعلامية.

ويشمل هذا المبحث العناصر التالية:

1. تأثير القيم الشخصية على القائم بالاتصال.
2. الرضا الوظيفي للقائمين بالاتصال.
3. الضغوط المهنية والإدارية التي يتعرض لها القائم بالاتصال.
4. تأثير القيم الخبرية على القائم بالاتصال.
5. تأثير المساحة والوقت على القائم بالاتصال.

اعتمدت البحوث التي تناولت الضغوط التي يتعرض لها القائمون بالاتصال على الدراسات العلمية التي أجريت على العاملين في وسائل الاتصال وتناولتهم كنظام يتأثر بأنظمة أخرى عديدة في إطار ظاهرة كلية.

وقد أظهرت نتائج هذه البحوث تعرض القائم بالاتصال لضغوطات مختلفة، تؤثر بطريقة مباشرة أو غير مباشرة على الصحفيين وعلى صياغة وتشكيل مضمون وسائل الإعلام. ومن هنا، حاول الباحثون في مجال الاتصال رصد بعض هذه الضغوط، لمعرفة تأثيرها على القائم بالاتصال الذي يعد عاملاً حاسماً في انتقاء ومعالجة الأخبار، وعلى طبيعة المضمون الذي يطرحه، حيث يعد الإسهام في تحديد هذه القوى الفاعلة ضروري لفهم الظاهرة الإعلامية، ومكوناتها، وعناصرها وتفسيرها.

أولاً - تأثير القيم الشخصية على القائم بالاتصال:

تعد القيم الشخصية للصحفيين من بين المعايير المهمة في انتقاء ونشر الأخبار، كما تعكس عملية انتقاء الأخبار ونشر جزء منها دون غيره، اهتمامات الصحفيين وقناعاتهم الذاتية، وفهمهم للواقع والاحتياجات الأساسية للمجتمع الذي ينتمون إليه.

ويرجع هذا الاتجاه الذي يؤكد على أهمية القيم الشخصية للصحفيين كمعيار أساسي في اختيار ونشر الأخبار إلى دراسات حارس البوابة Gate keeper أو حارس الثقافة Gardien de la culture^(*)، التي ترى أن من حق حارس البوابة، تقرير ما إذا كانت مادة معينة سوف تُقبل أو لا؟ وهل تُقبل بنفس الشكل أو بأشكال مختلفة⁽¹⁾.

(*) Gardien de la culture (traduction de l'expression Gate keeper).

(1) السيد بخيت محمد درويش: العمل الصحفي في مصر، دراسة سوسولوجية للصحفيين المصريين، مرجع سابق، ص34.

أظهرت الدراسات الأولى التي انطلقت في الخمسينيات من القرن الماضي تأييدا لما تلعبه القيم الشخصية للقائم بالاتصال من دور هام في انتقائه للأخبار خاصة دراسة الباحث الأمريكي ديفيد مانينج وايت بعنوان "حارس البوابة وانتقاء الأخبار"⁽¹⁾ التي أعطت دفعة قوية للبحث في مجال القائم بالاتصال.

ويرجع الفضل إلى عالم النفس النمساوي الأصل الأمريكي الجنسية كورت لوين Kurt Lewin في تطوير ما أصبح يعرف بنظرية "حارس البوابة" حيث توصل لوين إلى أن المادة الإخبارية تمر عبر عدة محطات أو نقاط أو "بوابات" يُتخذ فيها القرار بشأن نقل الرسالة أو استبعادها، وكلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في وسيلة الإعلام، تزداد المواقع التي يصبح فيها من سلطة الفرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنتقل بنفس الشكل أو بعد إدخال بعض التغييرات عليها أي أن دراسة "حارس البوابة" هي دراسة لسلوك أولئك الذين يسيطرون، في نقاط مختلفة على مصير القصص الإخبارية⁽²⁾، حيث يرى لوين أن فهم وظيفة "البوابة" يعني فهم المؤثرات أو العوامل التي تتحكم في القرارات التي يصدرها "حارس البوابة"⁽³⁾.

يشير هذا المدخل إلى أن انتقال المادة الإخبارية يعتمد على حقيقة مغزاها أن هناك مناطق خاصة تعمل فيها قنوات الاتصال كبوابات، ويتم التحكم في نقاط هذه البوابات من خلال حراس بوابة يتمتعون بالقوة والسلطة في صنع القرار الذي يحدد ما يمر وما لا يمر⁽⁴⁾.

(1) White D., *The Gate keeper ; Case Study in the Selection of News*; Journalism Quarterly, vol. 27, 1950, pp. 383-390.

(2) جيهان رشدي، مرجع سابق، ص 295

(3) كمال بديع الحاج، تأثير المواد التلفزيونية الأجنبية على إنتاج المواد الثقافية في التلفزيون المصري والسوري في ظل العولمة، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، القاهرة، 2002 م. ص 45.

(4) أماني فهمي، أثر الممارسات الإعلامية للعاملين في أخبار التلفزيون على اتجاهاتهم نحو العمل، مجلة البحوث الإعلامية (جامعة الأزهر - كلية اللغة والآداب - العدد 5 - 1996 م.)، ص 93-94.

وأبسط أنواع " البوابات " أو "السلاسل" هي سلسلة الاتصال المواجهي بين فردين، ولكن هذه السلاسل في حالة الاتصال الجماهيري تكون طويلة جدا حيث تمر المعلومات بالعديد من الحلقات أو الأنظمة المتصلة كما هو الحال في الصحف والراديو والتلفزيون. وقدر المعلومات الذي يخرج من بعض تلك الحلقات قد يكون أكبر مما يدخل فيها، وهذا ما يطلق عليه "شانون" أجهزة التقوية⁽¹⁾، أي يستطيع القائم بالاتصال أن يصنع عددا كبيرا من الرسائل المتطابقة في نفس الوقت، ويوصلها إلى الجمهور⁽²⁾، لكن هناك من يرى أن الصحفيين أو القائمين بالاتصال ليسوا مجرد "حراس بوابة" ينظمون تدفق الأخبار، فهم غالبا ما يخلقون الأخبار، ويدعون السياسيين للقاءات صحفية، كما أنهم يحاولون أن يكشفوا العيب في الاقتصاد ويفضحوا الفساد⁽³⁾.

لقد اختلفت النتائج المتوصل إليها حول مدى تأثير القيم الشخصية للقائم بالاتصال في انتقائه للأخبار التي تمر أو التي تحجب، أو ما يمدن منها أو ما يخرج، حيث جاءت دراسة ديفيد مانينج وايت مؤكدة على مدى تأثير عملية الانتقاء، بالقيم الشخصية والذاتية للصحفيين⁽⁴⁾ حيث أقر حارس البوابة، بأن اختياراته تتأثر بإطاراته المعرفية، المهنية والشخصية، وبدوافعه، مما جعله يخلص إلى أن خيارات حارس البوابة، ذاتية غالبا، ومعتمدة على تقييمه الشخصي للأخبار وخبراته واتجاهاته وتوقعاته.

(1) حسن عماد مكاوي: نظريات الإعلام، الطبعة الأولى (مصر: الدار العربية للنشر والتوزيع، 2009 م.)، ص 77.

(2) السيد بخت محمد درويش، مفهوم حراسة البوابة في الدراسات الإعلامية يعد أكثر من نصف قرن: قراءة مقارنة بين البيئة الإعلامية التقليدية والإلكترونية، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية (جامعة المنيا- كلية الآداب- العدد 43- 2002 م.)، ص 434.

(3) جون مارتن، أنجو جروف شودري، مرجع سابق، ص 63.

(4) سعيد محمد السيد، الضغوط المهنية والإدارية على القائم بالاتصال، مرجع سابق، ص 6.

لقد أثرت النتائج التي توصل إليها ديفيد وايت في الدراسات التي قام بها الباحثون فيما بعد، حيث تمحورت حول أن القائم بالاتصال هو الفاعل الأول في تحديد ما يمر وما لا يمر.

وقد أكد شيفي وفليجال Chafee et Flegel تصورات وايت من أن الاتجاهات والقيم الشخصية، لها تأثير قوي على طبيعة اختيار المادة الخبرية، ومن الواضح أن ذلك يتم بوعي من قبلهم، بل إن الصحفي المحترف يستطيع أن يدمج آراءه وتحيزاته، في إطار المادة الصحفية، وبشكل لا يظهر معه أنه متحيز لوجهة نظر معينة، وقد وجد Judd اختلافًا جوهريًا، في الاستعدادات المسبقة والشخصية للصحفيين وفي تطابقهم مع توقعات الجمهور عنهم، وفي أدائهم لعملهم، وفقا لمفاهيم الموضوعية⁽¹⁾. فمن المؤكد أن شخصية المحررين وخلفيتهم الثقافية والاجتماعية، تؤثر بصورة أو بأخرى في عملية التحرير الصحفي، والتي قد تظهر بصورة واضحة في انتقاء المضمون وفي تفسير احتياجات واهتمامات الجمهور الذي يتوجهون إليه⁽²⁾.

تعرضت الدراسات التي أكدت على تأثير القيم الشخصية على القائمين بالاتصال في انتقائهم لمصفوفة معينة من الأخبار لانتقادات عديدة حيث أن جل هذه الدراسات انطلقت من فكرة أن القائم بالاتصال مسلوب الإرادة في مسألة تحكم المعتقدات والقيم في قراراته واختياراته، فضلا عن أن القيم الشخصية للقائم بالاتصال لا تأتي من فراغ وإنما هي وليدة سياق اجتماعي وثقافي ومؤسسي معين، يؤثر على العاملين بكل صحيفة ويوجه عملية انتقاء ونشر الأخبار، هذه العملية تأتي في النهاية تعبيرًا عن هذا السياق وإفراز له⁽³⁾، ومن ثم فإن دور

(1) السيد بخيت محمد درويش: العمل الصحفي في مصر، دراسة سوسولوجية للصحفيين المصريين، مرجع سابق، ص 34-35.

(2) عبد الفتاح إبراهيم محمود عبد النبي، دور الصحافة في تغيير القيم الاجتماعية، مرجع سابق، ص 363.

(3) السيد بخيت محمد درويش: العمل الصحفي في مصر، دراسة سوسولوجية للصحفيين المصريين، مرجع سابق، ص 35.

القيم الشخصية نسبي، ويتباين من مجتمع إلى آخر، ومن وسيلة إلى أخرى، ومن صحفي إلى آخر.

وهناك اعتبارات أخرى ربما تكون أكثر تأثيراً على القائم بالاتصال في عملية اختياره وانتقائه للأخبار من تأثير القيم الشخصية، ويأتي في مقدمتها العوامل التنظيمية والروتينية للمؤسسات الإعلامية، والسياق الاجتماعي التي توجد فيه هذه المؤسسات، بالإضافة إلى أن اختيارات القائم بالاتصال قد تتأثر بصورة أكبر بما ترشحه وكالات الأنباء من مادة إخبارية، فضلاً عن أن هذه الدراسات التي تركز على القيم الشخصية للقائم بالاتصال في تحقيق ما يسمى بالجدارة الإخبارية، قد أجريت على مؤسسات إعلامية أمريكية وغربية (انجليزية بصفة خاصة)، مما يصعب عملية تعميم نتائج هذه الدراسات وتطبيقها على القائم بالاتصال في دول العالم الثالث لاختلاف السياق العام الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام، كما يرى بركويتز Berkowitz أن اختيار القصة الخبرية ينتج عن نشاط جماعي أكثر من كونه قراراً فردياً⁽¹⁾ ولكن هذا لا يغني عن ضرورة القيام بدراسات حول تأثير القيم الشخصية في قرارات القائم بالاتصال.

ثانياً - الرضا الوظيفي للقائمين بالاتصال:

لا يوجد لحد الآن اتفاق حول تعريف محدد لمعنى الرضا الوظيفي، حيث مازال هذا الموضوع موضع جدل ونقاش كبير، ويرجع ذلك في الحقيقة إلى تعدد الكتابات عنه وتناوله من جهات متعددة. كما يعتبر الرضا الوظيفي أو الرضا المهني أو الرضا عن العمل من المفاهيم التي تتطوي على عدة جوانب متداخلة ومتراصة، يؤثر كل منها في الآخر.

وفي ضوء ذلك، تعددت التعريفات والمفاهيم والنظريات المتعلقة بتعريف الرضا الوظيفي وطرق قياسه، فيرى البعض أن إشباع الحاجات للعاملين هو أهم

(1) Graham Meikle, op. cit., p.32.

محددات تحقيق الرضا، ويعطي البعض الآخر الأهمية للعلاقات الاجتماعية في تحقيق الرضا الوظيفي، بينما يعطي فريق ثالث الأهمية إلى طبيعة ونمط الإشراف⁽¹⁾، فضلا عن أن الرضا غالبا ما يُنظر إليه على أنه موضوع نسبي بحت، فما يمكن أن يكون رضا لشخص قد يكون عدم رضا لشخص آخر، والإنسان يتصف بأنه مخلوق معقد لديه حاجات ودوافع متعددة ومختلفة من وقت لآخر ومن شخص لآخر.

• ويمكن تعريف الرضا الوظيفي بأنه⁽²⁾:

- 1- حالة من القناعة والقبول من إشباع الحاجات والرغبات.
- 2- أن يكون هذا الإشباع ناتجا من الوظيفة.
- 3- تفاعل الفرد مع العمل نفسه وبيئة العمل والشعور بالثقة والولاء والانتماء.
- 4- ردود فعل الفرد لمدى تحقيق العمل لغاياته مما يؤدي إلى زيادة الإنتاج بكفاية وفاعلية.

ومن ثم يمكن القول بأن الرضا الوظيفي هو مفهوم متعدد الأبعاد يتمثل في هذا الرضا الكلي الذي يستمدّه الموظف من وظيفته وجماعة العمل التي يعمل معها ورؤسائه الذين يخضع لإشرافهم وكذلك من المنشأة والبيئة اللتين يعمل فيهما، وطبيعي أن يتأثر هذا الرضا الوظيفي بالنمط التكويني لشخصية هذا الموظف⁽³⁾.

(1) أحمد حسين محمد حسن، مشكلات القائم بالاتصال في الأنشطة الإعلامية وعلاقتها بالرضا الوظيفي والاستفادة الطلابية، رسالة دكتوراه غير منشورة (كلية الآداب - جامعة عين شمس)، 2005 م. ص 199.

(2) فاروق ياسين التريكي، دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، 1998 م. ص 160.

(3) المرجع نفسه، ص 162.

تتاولت عدة نظريات^(*) موضوع الرضا الوظيفي، وقامت معظم الدراسات التجريبية التي أجريت حول مفهوم الرضا الوظيفي بتطبيق نظرية هيرتزبرج Hertzberg المعروفة باسم الحافز - الآثار الايجابية التي وضعها عام 1959 والذي يؤكد من خلالها على أن هناك نوعين من العوامل يؤثران في مستوى الرضا الوظيفي في مفهومه الثنائي:

• **العوامل الداخلية:** مثل الاهتمام الشخصي بالمهنة، والقدرة على تحمل المسؤولية، والقدرة على الإنجاز، التوجه الذاتي، الاستقلالية، وكلها عوامل تسهم في رفع الرضا الوظيفي لحارس البوابة .

• **العوامل الخارجية:** مثل مستوى الدخل الذي يعد عامل ضغط مباشر على القائمين بالاتصال⁽¹⁾، و"سياسة المؤسسة والإشراف، الأمن الوظيفي، الحياة الشخصية وظروف العمل، وكلها عوامل تساهم في انخفاض مستوى الرضا الوظيفي"⁽²⁾.

ويحدد محمد منير حجاب العوامل التي تسهم في تحقيق الرضا الوظيفي في سياسة المؤسسة وأسلوب الإدارة، الإشراف الفني، الإمكانيات المتاحة في العمل، الدخل، العلاقات الشخصية مع الرؤساء، القدرة على التفاعل مع الزملاء أو مع المساعدين، الأمن الوظيفي، الوضع الاجتماعي، والحياة الشخصية⁽³⁾.

يعد الرضا الوظيفي أحد المداخل المهمة في دراسة القائم بالاتصال حيث يُعنى بالكشف عن أحاسيس الصحفيين أو مشاعرهم تجاه مهنتهم، والنتيجة عن عوامل ومتغيرات عديدة مادية ومعنوية. ويحدد البعض الرضا الوظيفي في كل

(*) نظرية تدرج الحاجات لماسلو، نظرية هيرتزبرج Hertzberg (ذات البعدين)، نظرية العمالة (المساواة) لآدمز، نظرية التوقع، نظرية مكجر بيجور... إلخ.

(1) خليل إبراهيم فاحر الضمداوي، مرجع سابق، ص 34.

(2) Sharon Bramlett and Soloman, "Redactors of Job Satisfaction among Black Journalists", Journalism Quarterly vol. 69, n°3, 1992, pp. 708-770.

(3) محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، المجلد الثالث (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003م.) ص 1300.

من المكانة، الإبداعية، الاستقلالية، النفوذ والدخل ويشير رأي آخر إلى قائمة العوامل المؤثرة في رضا الأفراد عن العمل، وتتمثل في الأجر، الفرص المتاحة، الانسجام مع الزملاء في العمل، المزايا المحققة خلاف الأجر، والمركز الاجتماعي. وتمثل دراسة أبعاد الرضا الوظيفي للصحفيين أهمية خاصة، ويرجع ذلك إلى أهمية دورهم، إذ يمثلون أحد العناصر الأساسية في العملية الاتصالية، حيث تتوقف عليهم فعاليتها، ثم إلى انعكاسات تأثير توفر الرضا الوظيفي لدى القائم بالاتصال على كفاءة الأداء والحفز على الإجابة وتحقيق الانتماء والافتتاع بالعمل⁽¹⁾.

ويحدد دفلور Defleur خمسة أبعاد للرضا الوظيفي هي المكانة، الإبداعية، الاستقلالية، النفوذ والدخل. وقد أشارت الدراسات في مجال الاتصال إلى وجود علاقة بين السن والرضا الوظيفي، وأن الصحفيين الأكبر في السن أكثر رضا وظيفيا، وأن الإناث أكثر رضا من الذكور، وأن ثمة علاقة بين الشعور بالاستقلالية والتحرر من ضغوط قسم الأخبار، ومدى الشعور بالرضا الوظيفي⁽²⁾.

ويرى جورج بولار George pollard أن المستوى الوظيفي للعاملين في مجال الأخبار ما هو إلا نتيجة تشمل على طرفين هما:

1. المنفعة والأرباح التي تؤكد عليها الأنشطة الروتينية للمؤسسات الإخبارية.
2. العمل الإخباري كمهنة واحترافيتهم في إرساء المسؤولية الاجتماعية، فإذا غلبت سلطة المؤسسة على الموقف، يقل شعور رجال الأخبار بالاستقلالية والسيطرة والرضا عن وظيفتهم⁽³⁾.

(1) أسماء حسين حافظ، مرجع سابق، ص 119.

(2) Pollard G., *Social Attributes and Job Satisfaction*, Gazette Vol. 52, 1994, pp, 193 – 208.

نقلا عن السيد بحيث محمد درويش: العمل الصحفي في مصر، دراسة سوسولوجية للصحفيين المصريين، مرجع سابق، ص 42.

(3) Kathleen A.Hansen, Mark Neuzil and Jean Ward, *News Room Topic Journalists Assessment of Effects on News Routines Newspaper Quality*, Journalism Quarterly, vol.75, n° 4, 1998, pp . 803 - 821.

كما ينظر الباحثون إلى الرضا الوظيفي من جانبين، إذ يميز برات Barrett الرضا الوظيفي الداخلي بمعنى الإنجاز، التقدير، النمو، عن الرضا الوظيفي الخارجي بمعنى الراتب، الوضع الوظيفي، ظروف العمل، كما يميز لوك Locke بين الرضا الوظيفي حيث الاستجابة من العمل تكون في الدخل، التقدير، بيئة عمل مبهجة، وبين الرضا الوظيفي المبني على علاقات تنبثق عن العمل مثل زملاء العمل والمشرفين. أما بالنسبة للصحفيين ربما يكون من المفيد أكثر التمييز بين الرضا الوظيفي الذي يأتي من داخل غرفة الأخبار والذي يأتي من التقدير والعرفان الخارجيين⁽¹⁾، فضلا عن وجود عامل آخر مؤثر في مستوى الرضا الوظيفي، وهو مفهوم مستمد من مرجعية الجماعة ويسمي بالحرمان النسبي، ويقوم على أساس أن الفرد يقيم موقفه في العمل بناء على مقارنة ذلك بالآخرين في الجماعة التي ينتمي إليها أكثر مما يقيمه على أسس موضوعية⁽²⁾.

ثالثا - الضغوط المهنية والإدارية:

يهتم هذا المدخل بالضغوط المهنية المختلفة المؤثرة على أداء القائم بالاتصال، وقد تعرضت دراسات عديدة لرصد وتحليل العلاقة بين الصحفيين وبيئة العمل، والكشف عن الصعوبات والمخاطر التي يواجهونها وتؤثر في الممارسة والدافعية للإنجاز. إذ يتأثر القائم بالاتصال في عمله بالضغوط المهنية التي تجعله يقبل سياسة الجريدة أو سياسة الناشر، ومن هذه الضغوط:

1- ظروف حجرة الأخبار.

2- سياسة النشر.

(1) Keith Stamm and Doug Underwood, "The Relationship of Job Satisfaction to News Room Policy Changes, Journalism Quarterly, vol. 90 N° 3, 1993, p. 529.

(2) Ibid. pp. 528 -541

يطلق على غرفة الأخبار "المطبخ" باعتبارها المكان الذي تصب فيه الأخبار من جميع المصادر، وتعد فيه النشرات والمواد الإخبارية قبل بثها على الجمهور.

" فغرفة الأخبار كما يعرفها قاموس Merriam Webster أنها المكان الذي تعد فيه الأخبار للنشر أو البث، بينما يعرفها قاموس The American Heritage بأنها غرفة بالصحيفة أو الإذاعة أو التلفزيون حيث تكتب القصص الإخبارية وتحرر وتعد للبث أو النشر"⁽¹⁾.

والمقصود بحجرة الأخبار أن مصير أي قصة إخبارية لن يحددها فقط احتياجات الجمهور أو حتى القيم التي تعكسها تلك القصة، ولكن الذي سوف يتحكم في اختيار القصة، هو الإطار الدلالي الذي يخلقه البناء البيروقراطي الذي يعتبر القائم بالاتصال عضواً فيه⁽²⁾.

لقد تزايد التأكيد من التحقق من التأثيرات المحتملة على سلوك حراس البوابة في انتقاء الأخبار، فخرج وراين بريد بدراسته الرائدة حول التحكم الاجتماعي في حجرة الأخبار بافتراض أن السياسة التحريرية يتم فيها التجانس بين رجال الأخبار، كما افترض أنه بسبب أن المصدر الذي تأتي منه مكافأة رجل الأخبار هو موقعه بين زملائه ورؤسائه، فإنه يعيد ترتيب قيمه بحيث تناسب مستوى الإيقاع العملي لحجرة الأخبار⁽³⁾.

ويرى بريد أن هناك فرصتين فقط للتغيير، تتخلص أولها في تطوير نظام قوي للقيم والأخلاق المهنية، وثانيهما في تطوير توجه جديد لإرضاء احتياجات الجمهور. ولكنه يشعر بأن غرفة الأخبار تمارس ضغوطاً كبيرة للغاية كما

(1) خالد مجد الدين محمد: صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية، الطبعة الأولى (القاهرة: د. دار نشر، 2007 م.) ص 205.

(2) جيهان أحمد رشتي، مرجع سابق، ص 333.

(3) نشوة سليمان محمد عقل، تقييم نشرات الأخبار في قناة النيل الإخبارية المتخصصة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الإعلام)، 2002م، ص 60.

تفرض قيوداً مباشرة على الصحفي بحيث أن فرص إحداث مثل هذا التغيير تكاد تكون منعدمة⁽¹⁾.

ومن جهة أخرى، تلعب سياسة المؤسسة التي يعمل فيها القائم بالاتصال تأثيراً كبيراً عليه رغم أن هذه السياسة قد لا تكون معلنة أو مقننة، إلا أنها نوع من العرف المفروض على العاملين أو نوع من التطبيق الذي يفرض على كل عضو بالمؤسسة، سواء بالثواب أو العقاب أو بالتعاون والاتفاق.

تعرف السياسة التحريرية على أنها مجموعة المبادئ والقواعد التي يلتزم بها الجهاز التحريري في نقله للأحداث والوقائع المختلفة، وفي التعبير عن وجهات النظر حول القضايا والمشكلات المطروحة في المجتمع، وطريقة عرض الأحداث على صفحات الجريدة، وباختصار ترتبط سياسة تحرير الصحيفة بالإجابة على التساؤل: ماذا ينشر؟ وكيف ينشر؟⁽²⁾. أو أنها انعكاس لرؤى المالك / المحررين / توجهات النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية السائدة، على المضمون الصحفي وتوجهاته وطرق تقديمه بما يؤدي إلى تحقيق أهداف المالك / المؤسسة الصحفية / أهداف المجتمع، في إطار عمليات التأثير والتأثر المتبادلة بين المجتمع بنظمه ومكوناته، وبين وسائل الإعلام ومن بينها الصحف، باعتبارها أحد أهم هذه المكونات⁽³⁾.

وعادة ما تكون هذه السياسة ضمنية لأنها غالباً ما تكون ضد الأنماط الأخلاقية للعمل الإخباري، لأن المستويات القيادية في المؤسسة الإخبارية لا تريد أن تتهم بإصدار تعليمات صريحة بالتحريف.

(1) سعيد محمد السيد، الضغوط المهنية والإدارية على القائم بالاتصال، مرجع سابق، ص 15.

(2) إبراهيم عبد النبي عبد الفتاح: الأداء المهني للقائم بالاتصال في الصحافة المصرية، دراسة تقييمية للممارسة الإخبارية (القاهرة: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1991م)، ص 16.

(3) محرز حسين غالي، مرجع سابق، ص 218.

ومن جانب آخر، يتأثر عمل القائم بالاتصال بالسياسات والتوجهات الخارجية التي تصدر عن مشرعين أو مسؤولين عن العمل أو المهنة، وتحدد أيضاً ما يجب وما لا يجب في إطار رؤية هؤلاء المشرعين أو المسؤولين لأهداف المؤسسات الإعلامية في المجتمع، باعتبارها هي التي تبلور القوانين والتشريعات والنظم، لضمان ضبط العملية الإعلامية من وجه نظر السلطة⁽¹⁾.

وفي إطار التزام القائم بالاتصال بهذين النوعين من السياسات، نجد أنه يتحكم في حركة سير المعلومات بدءاً من مصادرها وحتى وصولها إلى الجمهور المستهدف منها، حيث يقوم القائم بالاتصال بدور حارس البوابة.

إن لسياسة الصحفية في اختيار أخبار معينة عن سواها، ومن مصادر معينة دون غيرها، ومن زوايا محددة، قد تجعل الصحفيين يكتبون الحقائق والأحداث بما يتفق مع هذه السياسة، دون التعامل الموضوعي مع الأحداث ذاتها⁽²⁾.

وقد لخص بركويتز Berkowitz الضغوط المهنية والبيروقراطية التي تقع على حارس البوابة في ثلاثة اتجاهات وفقاً لكتابات أصحابها:

1- الصحفيون وسطاء للأخبار يتخذون قراراتهم بناء على القيم المهنية للعمل الإخباري ويعتبر Gans من مؤيدي هذا الاتجاه.

2- الصحفيون عوامل تابعة للإيديولوجية السائدة ويعتبر جيرفيتش وولاكوت Gurvitch and Woolacott من مؤيدي هذا الاتجاه.

3- الصحفيون مقيدون بدرجة لا تمكنهم من اتخاذ قرارات مهنية، وهذه القيود نابعة من احتياجات المؤسسة الإخبارية أكثر من كونها من الإيديولوجية السائدة، ويعتبر Epstein في كتابه News from nowhere من مؤيدي هذا الاتجاه، حيث

(1) محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الطبعة الثالثة، مرجع سابق، ص 177 - 178.

(2) عبد الجواد سعيد ربيع: فن الخبر الصحفي، الطبعة الأولى (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2005 م.) ص 64.

تنتج هذه القيود من اعتبارات اجتماعية وتشريعية واقتصادية في عملية إنتاج الأخبار⁽¹⁾.

وقد قدم الباحث Mann Kano دراسة عن الضغوط المهنية على القائمين بالاتصال في الدول النامية تم تطبيقها على عينة من القائمين بالاتصال في كوريا الجنوبية وقد أبرزت هذه الدراسة تأثير الوضع المهني والوظيفي على الأداء الصحفي⁽²⁾.

لكن رغم ثراء الدراسات التي اهتمت بالضغط المؤثرة على القائم بالاتصال، فإن النتائج التي تقدمها تثير الجدل، إذ بينما يميل اتجاه إلى التأثير المسيطر للمعايير المهنية ويبرز في الولايات المتحدة الأمريكية، فإن الدراسات في بريطانيا تتجه إلى اعتبار القيود التي تفرضها المنظمة أو المؤسسة تأتي في المقام الأول من حيث الأهمية⁽³⁾.

رابعا - تأثير القيم الخبرية على القائم بالاتصال.

تُعرف باميليا شوميكر حراسة البوابة بأنها عملية تخفيض ملايين الرسائل المتاحة في العالم وتحويلها إلى مئات تصل إلى فرد معين في يوم معين، ومن هذا التعريف يتضح أن هذا المفهوم يقف على أرضية مشتركة مع القيم الخبرية في اهتمامها بمبادئ الانتقاء والمعايير المتنوعة التي تؤثر في عملية اختيار أو حذف الأخبار⁽⁴⁾.

يرى بعض الباحثين أن القيم الخبرية التي يتبناها القائم بالاتصال تعد المحرك الأساسي في اتخاذ القرار بانتقاء ونشر الأخبار أو استبعادها، انطلاقاً من أن القيم الخبرية هي التي يبني عليها اختياراته، ويرجع إليها عند انتقائه للأخبار،

(1) Dan Berkowitz, *T.V., News Sources and News Channels: A Case Study in Agenda Setting*, Journalism Quarterly, vol. 64, n° 2, 1987, p. 509.

(2) عواطف عبد الرحمن، ليلى عبد المجيد، نجوى كامل، مرجع سابق، ص 70.

(3) سعيد محمد السيد، الضغوط المهنية والإدارية على القائم بالاتصال، مرجع سابق، ص 4.

(4) Graham Meikle, op.cit. pp. 26-28.

إذ يرى مارك هارمون "أن قيم الأخبار من أكثر العوامل المؤثرة في مسألة صنع القرار من جانب حارس البوابة"⁽¹⁾، ومن ثم فإن تبني بعض القيم الخبرية في اختيار أخبار ودفن أخبار أخرى، يعد تحيزاً من جانب القائم بالاتصال تجاه الأخبار التي تمر أو التي تحذف.

ومن هذا المنطلق يرى هارتلي "أن قيم الأخبار ليست واقعية، وليست محايدة Neither Natural nor Neutral فهي تتكون من رموز إيديولوجية"⁽²⁾.

إن القائمين على العمل الإخباري يؤدون أعمالهم وفقاً لمجموعة من الممارسات المؤسسية التي استخدمت أمس وتستخدم غداً، فالمحرر قبل أن يضع أصابعه على جهاز الكمبيوتر ليحرر خبر ما محكوم بعدد من القيم والأفكار والأحكام الأيديولوجية المسبقة التي تنتهك بشدة صفة الموضوعية التي نتحدث عنها وعليه فلا مجال لتحقيق الموضوعية في الأخبار⁽³⁾.

كما أن تبني مصفوفة معينة من القيم الخبرية قد يخلق ما يسمى بالتشابه الإخباري، غير أن القول بأن معايير القيمة الخبرية هي التي تؤدي إلى التشابه الإخباري، قول مردود، فليس هناك قواعد راسخة للقيمة الخبرية، والاختلاف على ماهية الخبر دليل على ذلك، صحيح أن هناك اتفاق على بعض المعايير القليلة، لكن الثابت أيضاً أن هذه المعايير تختلف من ثقافة لأخرى ومن زمن لآخر.

خامساً - تأثير المساحة والوقت.

في خضم العمل الصحفي، والمتابعة المتواصلة للجديد من الأحداث، يبقى هاجس محدودية المساحة والوقت، تقلق الصحفيين دائماً، إذ أن الكثير من الجهود

(1) نشوة سليمان محمد عقل، مرجع سابق، ص 72.

(2) المرجع نفسه، ص 61.

(3) المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

تضيع بعد أن تهمل الأخبار لتأخر وصولها في الوقت المحدد أو لأن المساحة لا تكفي لنشر المزيد من الأخبار، وتشير إحدى الدراسات إلى أن 32% من المبحوثين عزوا عدم نشر أخبارهم إلى محدودية المساحة⁽¹⁾.

وقد لا تجد أخبارا تحتوي قيمًا خبرية جيدة فرصة للنشر تحت ضغط محدودية المساحة وهذا يعود إلى أن هناك " باستمرار أخبارا أكثر مما يمكن نشرها"⁽²⁾.

ويؤدي ضغط عامل الوقت وما يتطلبه من إسراع في إنجاز الأخبار ودفعها للنشر في توقيتات دقيقة، إلى غياب الدقة في بعض ترجمات القصص الإخبارية وتشويهها⁽³⁾.

يؤدي توافر عدد كبير من الأخبار لدى الصحيفة غالباً، ومع وجود مساحة محددة، إلى اتخاذ قرارات بتقليل عدد الأحداث المختارة لتتلاءم مع المسافة المتوافرة، وتجري عمليات من التعديل والدمج والاختصار لتتوافق معها، وهو أمر له انعكاساته على قدرة وسائل الإعلام على تمثيل الواقع.

(1) عبد الأمير موبت الفيصل، المخبر الصحفي في الصحافة العراقية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة بغداد - كلية الآداب -

بغداد) 2000 م، ص 122

(2) جيهان أحمد رشتي، مرجع سابق، ص 301.

(3) خليل صابات، مرجع سابق، ص 256.

المبحث الرابع: الضغوط الخارجية التي يتعرض لها القائم بالاتصال.

إلى جانب الضغوط الداخلية التي شرحناها في المبحث الثالث، يتعرض القائم بالاتصال إلى ضغوط خارجية أيضاً، وهو ما سنشرحه في المبحث الرابع، لأن ذلك سيساعدنا في فهم وتحديد القوى الخارجية التي تؤثر على المنتج الصحفي، انطلاقاً من أن قدرة القائم بالاتصال على أداء دوره لا تتشأ من فراغ وإنما هي محصلة لعوامل خارجية عديدة.

ويشمل هذا المبحث العناصر التالية:

1- تأثير السلطة على القائمين بالاتصال، حيث تختلف آليات السيطرة والتحكم في وسائل الإعلام من نظام إلى آخر، ورغم هذا الاختلاف والتباين إلا أن هناك ميكانيزمات متفق عليها بين مختلف الأنظمة ويأتي على رأسها: الميكانيزم التشريعي، ميكانيزم الرقابة، وميكانيزم احتكار المعلومات.

2- القائم بالاتصال والمصدر، حيث يطرح الباحثون عدداً من النماذج التفسيرية محاولين إعطاء توصيف لعلاقة القائم بالاتصال بالمصدر، إن وصف هذه العلاقة يظهر أكثر في تأثيرها على المحتوى الإعلامي ومراكز الاهتمام، وتتحدد علاقة القائم بالاتصال مع المصدر من خلال نماذج عديدة منها: نموذج العدا، نموذج التبادل الاجتماعي، النموذج العلمي، نموذج الاعتماد والتكيف.

3- القائم بالاتصال وجمهور المتلقين التي تتحدد في إطار ثلاثة نماذج تفسيرية هي: نموذج الهيمنة، نموذج التوحد، نموذج تدعيم القائم بالاتصال لعلاقته بالجمهور.

4- القائم بالاتصال والحفاظ على قيم المجتمع وتقاليد.

5- تأثير الإشهار على القائم بالاتصال.

إن قدرة القائم بالاتصال على أداء دوره لا تنشأ من فراغ وإنما هي محصلة لعوامل خارجية عديدة.

أولاً - تأثير السلطة.

إن اختلاف الأنظمة الفكرية والاجتماعية والاقتصادية لها دور كبير في تحديد العلاقة بين السلطة السياسية ووسائل الإعلام، فيمكن لهذه الأخيرة أن تكون السلطة الرابعة، فيما يمكنها أن تكون جهازاً من أجهزة الدولة⁽¹⁾.

فضلاً عن أن الصحافة تتحكم في المشهد السياسي، وتسهم إلى حد كبير في تشكيل وعي الجمهور تجاه أي حدث معين، ولا يستطيع أي سياسي أو أي جهة سياسية أن تمارس عملها دون غطاء إعلامي. كما أنها تضطلع بمهمة ترتيب الاهتمامات السياسية، بواسطة التركيز على طرح بعض الأفكار والمفاهيم واستبعاد أفكار ومفاهيم أخرى من النقاش والحوار السياسي، وهو ما يؤدي بالنتيجة إلى تبني الجمهور لهذه الأفكار والمفاهيم، مما يكسبها الشرعية والقبول⁽²⁾.

لكن رغم الدور الكبير الذي تلعبه الصحافة في توجيه الجمهور إلا أن إدارات الصحف ترسم سياستها التحريرية وفق الكم المتاح من الحرية، ومستوى الضغوط التي تتعرض لها.

وتختلف أشكال الضغوط والتأثيرات السياسية التي يتعرض لها القائمون بالاتصال، إذ أنها ليست ضغوطاً ناجمة من السلطة دائماً، وإن كانت ضغوط السلطة تمثل النقل الأكبر مقارنة بالضغوط الأخرى، التي يأتي بعضها من الميول السياسية للصحفيين، والتي تنعكس بالضرورة على المحتوى الصحفي

(1) www.google.com/itfc.mireblog.com// le 27/02/2007/a13h.10 mn

(2) عزيز عبده: الإعلام السياسي والرأي العام، دراسة في ترتيب الأولويات (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004م)، ص 72.

الذي تتضمنه مقالاتهم وقصصهم الإخبارية، ويأتي البعض الآخر من جماعات الضغط⁽¹⁾.

وتختلف آليات السيطرة والتحكم في وسائل الإعلام من نظام إلى آخر، ورغم هذا الاختلاف والتباين إلا أن هناك ميكانيزمات متفق عليها بين مختلف الأنظمة ويأتي على رأسها:

1- الميكانيزم التشريعي:

تقوم السلطة بسن مجموعة من القوانين يجب على الرسالة الإعلامية التقيد بها، إذ تُعرف قوانين وتشريعات الإعلام بأنها مجموعة من القواعد القانونية التي تحكم أنظمة الإعلام ووسائله في الداخل والخارج⁽²⁾، ويرى بعض الباحثين أن التشريعات الإعلامية هي انعكاس للأوضاع السياسية والاجتماعية والاقتصادية في مجتمع ما⁽³⁾.

وتهدف السلطات من سعيها الدائم لتقييد حرية الصحافة بعدد من القيود والتشريعات القانونية إلى التحكم بالمحتوى الإعلامي، وتوجيهه حسب ما تراه يخدم مصالحها، فعلى سبيل المثال، أصدر والي ولاية معسكر مذكرة عمل إلى المسؤولين على مستوى جميع الدوائر والبلديات التابعة للولاية أكد فيها أنه "من أجل التحكم الأمثل في العلاقة مع الإعلام، لا بد من الرجوع إليه عند الاتصال بأي وسيلة إعلامية وضرورة أخذ المشورة منه، وأن التصريح للإعلام لا بد أن يخضع لموافقة المسبقة"⁽⁴⁾، وهو ما يعد شكلا من أشكال النظام السلطوي في علاقته مع الإعلام، وما النصوص القانونية التي تبيح حرية الصحافة إلا كلمات

(1) خليل إبراهيم فاخر الضمداوي، مرجع سابق، ص 62.

(2) إبراهيم الداوقوي: قانون الإعلام (بغداد: مطبعة وزارة الأوقاف والشؤون الدينية، د.ت.ن) ص 6

(3) فاروق أبو زيد، مدخل إلى علم الصحافة، مرجع سابق، ص 93.

(4) جريدة الخبر / 11 ديسمبر 2010 / العدد: 6202.

لا تجد طريقها إلى الواقع، وتفرغ من معانيها بفضل العبارات المقيدة والمانعة لها التي تتضمنها قوانين الإعلام.

إن الضغوط القانونية التي تهدف إلى احتواء الصحافة، نتج عنها تحول الصحافة من موقع الجماهير، إلى موقع السلطة، وبهذا فإنها تخلت عن دورها ومسؤولياتها الاجتماعية التي تقتضي انحيازها إلى الجمهور والدفاع عن مصالحه، والتعرض لإساءات السلطة وممارساتها الخاطئة، وتبنت دور المدافع عن النظام السياسي⁽¹⁾.

وخلصت دراسة اعتنت برؤية الصحفيين العاملين في الصحف المصرية الخاصة لأخلاقيات الممارسة المهنية، إلى أن 62% من المبحوثين قالوا أن الصحف التي يعملون فيها تهادن السلطة الحاكمة، وتتجنب نشر أخبار تشنج العلاقة معها⁽²⁾.

تعتقد السلطة الجزائرية أن دفع الصحافة نحو الالتزام أكثر بالمسؤولية يمر عبر تضيق أكثر لهامش الحرية من خلال سن قوانين رديعة، كما حدث في تعديل قانون العقوبات وإجراءات تعسفية ومساومات سياسية وتجارية، وبالتالي فإن هذه القوانين تحدد القيم الخيرية للوسيلة الإعلامية كما أن حرية التعبير تنتهي بمجرد استغلال السلطة لسلطانها وتوظيف العدالة لضرب كل من يتجرأ على انتقادها⁽³⁾.

وهذا لا يعني بأي حال من الأحوال أن الصحافة تتعرض إلى ضغوط في بعض الأنظمة السياسية ولا تعاني من ذلك في ظل أخرى، بل إن الضغوط قائمة

(1) ناظم المقدادي، المخاطر المرتبطة بأخلاقيات العمل الإعلامي، مجلة الباعث الإعلامي، (جامعة بغداد - كلية الإعلام - العدد الثالث - 2007 م) ص 59

(2) أميرة العباسي، رؤية الصحفيين في الصحف الخاصة المصرية لأخلاقيات المهنة، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي التاسع لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2003 م، ص 30.

(3) www.google.com/itfc.mireblog.com/ le 27/02/2007/à13h.10 mn .

في كل الأحوال، لكن شدتها تختلف من نظام إلى آخر، إذ أن الصحافة في المجتمعات التي يسودها نظام ديمقراطي تعددي، تعاني من هيمنة وضغوط رأس المال وملكية الشركات في حين أنها تتأثر في المجتمعات النامية بموقف السلطة.

2- ميكانزم الرقابة.

نعني بالرقابة التحكم في نقل الأخبار والمعلومات⁽¹⁾، وعلى الرغم من اقتران الرقابة بالسلطة، إلا أن هناك أشكالاً أخرى للرقابة، بعضها تمارسه الأحزاب ومنظمات المجتمع المدني، والآخر تمارسه جهات معينة⁽²⁾.

ويرى الباحثون أن الرقابة ليست شراً خالصاً، لأنها قد تكون مطلباً جماهيرياً، يهدف إلى حماية الأخلاق والآداب العامة⁽³⁾، إلا أن هذه الذريعة التي تختفي وراءها السلطة، دفعت بالكثير من الأنظمة والحكومات، لفرض قيود واسعة على حرية الصحافة، وذلك لمنع الصحف من التعرض لسياساتها وانتقاد رموز الدولة. وهذا ما يترك تأثيراً خطيراً على طبيعة المضمون الصحفي، إذ أن خشية الصحف من إزعاج السلطات، يعني تخليها عن مسؤوليتها وإهمالها لمصالح الجمهور⁽⁴⁾.

إلا أن الرقابة الشديدة المفروضة من طرف النظام على وسائل الإعلام غالباً ما ينتج عنها رقابة ذاتية لدى القائمين بالاتصال، وفي هذا الإطار، يشير محمد حسنين هيكل إلى " أن أخطر ما يمكن أن تواجهه حرية التعبير، ليست هي القيود التي تُفرض علينا، ولكن ما نفرضه على أنفسنا من قيود بتأثير تصوراتنا"⁽⁵⁾. ويتشكل هذا النوع من الرقابة في عقل القائمين بالاتصال نتيجة

(1) سلوى زكو: العلاقة التاريخية بين الصحافة والسلطة في العراق (بغداد: مطبعة الجمهورية، 1969م.) ص3.

(2) خليل إبراهيم فاخر الضمداوي، مرجع سابق، ص 72.

(3) جيهان مكايو: حرية الفرد وحرية الصحافة (القاهرة: الهيئة المصرية للكتاب، 1981م.) ص 64.

(4) محمد سيد محمد: الإعلام والتنمية (القاهرة: دار المعارف، 1979م.) ص 115.

(5) عبد الجبار داود البصري: الصحافة والرقابة (بغداد: مطبعة الجمهورية، 1969 م.) ص9.

لتراكم التوجيهات والتعليمات الروتينية التي تبعث بها الحكومة إلى إدارات الصحف، ويطلع عليها الصحفيون بغرض التقيد بها أثناء العمل⁽¹⁾.

إن الرقابة على وسائل الإعلام بما فيها الصحف من شأنها عرقلة العمل الإعلامي المتمثل في خدمة المجتمع، والتحول إلى خدمة السلطة من خلال التكتم على انحرافاتهما، والدفاع عن أيديولوجيتها ومصالحها.

3- ميكانيزم احتكار المعلومات.

يؤكد خليل صابات أن الحكومات تتعامل مع الصحافة بأساليب مختلفة في مسألة المعلومات، ففي بعض الأحيان تُعطي المعلومات بطريقة (إيحائية) دون أن تصرح رسمياً بذلك، ومرة تعطي المعلومة وتشتترط أن تنتشر بأسلوب معين، وفي حالة أخرى، تحجب المعلومة، وكل ذلك يحدث لأغراض ودوافع سياسية⁽²⁾.

إن احتكار السلطة للمعلومات ومنع الصحافة من الإطلاع على الوثائق الحكومية، يحد من قدرة القائمين بالاتصال في كتابة قصص إخبارية تعبر عن الواقع، وهو ما يعوق قدرة الجمهور على تكوين آراء والمشاركة في اتخاذ القرارات التي تهم حياتهم ومستقبلهم⁽³⁾.

ثانياً - تأثير المصدر.

يتوقع الجمهور من الصحافة أن تغطي الأخبار بشكل نقدي وأن تقيمها بشكل مستقل، ويتطلب هذا أن تبقى الصحافة حرة من أي تأثيرات تفرضها المؤسسات الاجتماعية الأخرى، وأن يبقى الصحفي مستقلاً عن الضغوط التي تأتي من مصادر الأخبار ومتحرراً بقدر الإمكان من جميع القيود التي تتدخل في أدائه لعمله وعلى نقله للأخبار انطلاقاً من الدور الذي من المفروض أن تقوم به

(1) جيهان مكاي، مرجع سابق، ص 70.

(2) خليل صابات، مرجع سابق، ص 256.

(3) خليل إبراهيم فاخر الضمداوي، مرجع سابق، ص 86.

الصحافة أو الذي وجدت من أجله، والمتمثل في خدمة الجمهور، ومن هذا المنطلق يعد جهاز جمع الأخبار وبيروقراطية جمع الأخبار وسائل لخدمة الجمهور. فاحتياجات الجمهور هي الأهداف التي يجب أن تبذل المساعي لتوفيرها⁽¹⁾.

لكن من الصعوبة وضع ضوابط أو محددات خاصة للعلاقة بين القائم بالاتصال ومصادر الأنباء والمعلومات داخل المجتمع، لأن هذه العلاقة تتأثر بعوامل عديدة يمكن أن نلاحظ وجودها أو غيابها في كل المجتمعات بصرف النظر عن وصف النظام الإعلامي القائم. ولا يمكن تصنيف هذه العلاقة في إطار الاعتماد المتبادل بينهما في كل الأحوال، أو التقرير بسيادة تأثير أيهما على الآخر ولكن كل ما يمكن ملاحظته أن هذه العلاقة لا يعبر مظهرها عن جوهرها في أغلب الأحوال⁽²⁾، ويذهب نصر الدين العياضي إلى حد القول بأن "المصدر لا يضيف مصداقية للخبر ويؤكد واقعيته فقط، بل يمكن أن يلون الخبر الصحفي ويحمله وجهة نظر معينة إزاء الحدث أو الواقعة، هذا بصرف النظر عن الصيغ التعبيرية الملتوية التي تتفنن في تمويه الموقف أو الرأي أو دفنه وسط جمل وكلمات محايدة"⁽³⁾.

يطرح الباحثون عددًا من النماذج التفسيرية محاولين إعطاء توصيف لعلاقة القائم بالاتصال بالمصدر. إن وصف هذه العلاقة يظهر أكثر في تأثيرها على المحتوى الإعلامي ومراكز الاهتمام.

نموذج العداوة⁽⁴⁾: يتضح من خلال العنوان المقدم لهذا النموذج نوعية العلاقة بين الطرفين. إذ يفترض وجود نوع من الخصومة والعداء بين القائم بالاتصال

(1) جيهان أحمد رشتي، مرجع سابق، ص 319-320.

(2) محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الطبعة الثالثة (القاهرة: عالم الكتب، 2004م)، ص 166.

(3) نصر الدين العياضي: وسائل الإعلام والمجتمع ظلال وأضواء، الطبعة الأولى (العين: دار الكتاب الجامعي، 2004م)، ص 98.

(4) محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الطبعة الثالثة، مرجع سابق، ص 169.

والمصدر، فالصراع في الاهتمامات هو السمة التي تميز هذه العلاقة، ويؤخذ على هذا النموذج:

1- عدم تحديد حدود واضحة لحجم العداء ومؤشرات السلوك المعياري للإعلاميين نحو مصادرهم.

2- إن عملية إنتاج الرسائل الإعلامية السياسية هي موضوع مشترك بين الطرفين.

3- إن الواقع العملي يمكن أن يؤكد درجات من التعاون والتفاهم بين الطرفين نظرا لحاجة كل من الطرفين إلى الآخر.

نموذج التبادل الاجتماعي⁽¹⁾: وهو عكس النموذج الأول، ويرى أن العلاقة بين مصادر الأخبار والصحفيين هي علاقة تبادل اجتماعية، تهدف إلى تحقيق أغراض مشتركة وليس هناك ضغط من جانب على آخر وإنما هناك تبادل للمنفعة.

النموذج العلمي⁽²⁾: يؤكد النموذج العلمي الذي طرحه الباحثان (جيير، شانون) أن الجدار القائم بين الصحفيين والمسؤولين هو جدار وهمي ليس له أساس في الواقع فكلاهما بحاجة إلى الآخر وغالبا ما يكون الصحفيون مرتبطين بمصادر الأخبار بعلاقة طيبة تتخللها بعض التشنجات نتيجة نشر الصحف للأخبار بطريقة غير مناسبة أو إهمالها مما ينعكس سلبا على تعاون مصادر الأخبار مع الصحفيين.

نموذج الاعتماد والتكيف⁽³⁾: تعتمد العلاقة على التعاون المتبادل بين الطرفين على الرغم من تشعب وتباين أهدافهما، فيسعى كل طرف جاهدا إلى تحقيق أغراض محددة لدى الجمهور المستهدف من خلال هذا التعاون وأحيانا ما

(1) خليل إبراهيم فاخر الضمداوي، مرجع سابق، ص 48.

(2) المرجع نفسه، ص 48-49.

(3) محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الطبعة الثالثة، مرجع سابق، ص 170.

يقتسمون بعض الأهداف معاً مثل تحقيق أعلى درجة من المصداقية لدى الجمهور.

وحسب محمد عبد الحميد، فإن النموذج الرابع يمكن أن يفرز فئة أخرى هي "السياسيون الإعلاميون" أو "الإعلاميون السياسيون" مما ينعكس على رؤية جمهور المتلقين، وتقديرهم لهم مهما كانت خصائصهم أو مهاراتهم. ذلك أن طبيعة النظام وموقف المواطنين من السلطة سينعكس على موقفهم - كجمهور لوسائل الإعلام - من القائمين بالاتصال الذين يتوحدون مع مصادرهم السياسية، وبالتالي، فإن كل ما يوجه للنظام من نقد، يوجه إلى القائم بالاتصال أيضاً في هذه الحالة، خصوصاً في العالم الثالث الذي يعتمد قاداته دائماً على محررين وكتاب يقومون بدور كبير في الترويج لصورة القادة وأفكارهم.

تعتبر وكالات الأنباء العالمية^(*) من المصادر الأساسية للأخبار والمعلومات بالنسبة للقائم بالاتصال الذي من المحتمل أن يتأثر في تقديره للأخبار والمعلومات بتقدير الوكالات لقيمة الأخبار، وذلك من خلال المساحة أو المتابعة أو تكرار البث، إذ تؤثر وكالات الأنباء على حكم وسائل الاتصال على الأهمية النسبية لأنواع الأخبار المختلفة خاصة حين نعلم بأن هذه الوكالات تسيطر على 80% من المعلومات المتداولة دولياً⁽¹⁾، لتتضح صورة الهيمنة في بعدها الكمي، وضمن مفهوم التدفق الحر، فإن هذه الوكالات أصبحت غير مسؤولة - قانونياً واجتماعياً - عن نشاطاتها أمام الدول الأخرى، حيث تمتد هذه النشاطات، وبهذا أعطى النظام الحر لتدفق المعلومات هذه الوكالات الحق في تحديد ما يصلح وما لا يصلح ليكون خبراً⁽²⁾.

(*) الاسوشيتد برس Associated Presse، يوناتيد برس أنترناشيونال United Presse International، والإنجليزية Reuter والفرنسية

Agence France Presse

(1) Marlène Coulomb – Gully: *Les informations télévisées*, 1^{ère} édition (France: Presses Universitaires de France, Edition Que –jais je ?, 1995) p. 46.

(2) محمد نجيب الصرايرة، مرجع سابق، ص 246 .

لقد وجد ولبر شرام W. Schramm ما يصفه بتشابه ضخم بين المحتوى الإجمالي لنشرات الوكالات الغربية العالمية وبين 14 صحيفة آسيوية فيما يتعلق بأخبار العالم الثالث، وهو يفسر ذلك بأن الصحف تتبع الوكالات فيما تنشره لأنه ليس لديها بدائل أخرى⁽¹⁾، كما تؤثر وكالات الأنباء على طريقة تقييم رؤساء أقسام الأخبار لعمل مراسليهم أو صحفييهم فضلا عن أن المسؤولين يميلون في وسائل الإعلام إلى الاعتماد بشكل عام على روايات وكالات الأنباء، خصوصا في حالة الأنباء الرسمية وترجيحها عن رواية صحفييهم.

تؤثر وكالات الأنباء كذلك على طريقة توزيع وسائل الاتصال لمراسليها لتغطية الأحداث الهامة، إذ تتبع مختلف وسائل الاتصال في نشر مندوبيها نفس الطريقة التي تتبعها الوكالات، بالإضافة إلى أنه من الناحية العلمية نادرا ما يتدخل القائم بالاتصال في صياغة الكثير من المواد الإخبارية التي ترسلها الوكالات الكبرى وكثيرا ما تقف حدود التدخل عند تعديل وصف الزمان أو وضع العناوين وتحديد مقاسات حروف النشر سواء كان ذلك بتأثير عامل الوقت أو اقتناعا بمصداقية الوكالات ودقتها⁽²⁾.

كما درس وارين بريد (1955 Warren Breed) تأثيرات الصحف الكبرى على الصحف الصغرى⁽³⁾، ووجد أن هناك تشابها أو تماثلا في مضمون الصحف الكبرى والصحف الصغرى، والتماثل يعني أن مختلف الصحف تتضمن نفس المواد أو مواد متماثلة، وهذه المواد مصاغة أو مرتبة بنفس الأساليب أو بطرق متماثلة، وأن التماثل أو التشابه يحدث من خلال تأثر محرري الصحف الصغرى بما تفرضه الصحف الكبرى.

(1) سعيد محمد السيد، التشابه الإخباري وأثره في بناء الإجماع الاجتماعي، مرجع سابق، ص 14.

(2) محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الطبعة الثالثة، مرجع سابق، ص 171.

(3) المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

وفي الواقع، فإن محرري الصحف الكبرى، ومحرري الأخبار بشكل عام، ووكالات الأنباء، يقومون بأدوار مسؤولياتها ضخمة، تفوق ما قد يتصورونه هم أنفسهم، لأنهم يعملون كمرشدين غائبين للأساليب التي تتحكم في عرض الأخبار في مئات من الصحف⁽¹⁾.

بالإضافة إلى أنه عندما يقوم المجتمع الصحفي بتحديد حدث على أنه ذو أهمية خاصة، أو ما يسمى بـ سيكولوجية عصابة الذئاب Wolf Pack، فإن جميع وسائل الإعلام تميل إلى تخصيص جل اهتمامها له. وقد يكون الحدث هاماً في حد ذاته، ولكن قد يكون في أحيان أخرى جريمة شاذة أو فضيحة أخلاقية. وبذلك يتم حرمان الجمهور من معلومات تتعلق بأخبار أكثر أهمية⁽²⁾.

ثالثاً - تأثير جمهور المتلقين.

إن القائم بالاتصال في حاجة شديدة إلى معرفة جمهوره، وأن تصوره لهذا الجمهور يؤثر على قراراته تأثيراً لا يمكن أن نقلل من شأنه، فالرسائل التي يقدمها القائم بالاتصال تحددتها - إلى حد ما - توقعاته عن رد فعل الجمهور، ويمكن تفسير ذلك بالدور الذي يلعبه الجمهور والذي لا يمكن أن نعتبره دوراً سلبياً، ذلك أنه يساهم بطريقة أو بأخرى في التأثير على القائم بالاتصال ومن ثم في صياغة المادة الإعلامية الموجهة إليه. إن القراء يؤثران في الحكم على الأخبار كما أن الصحفيين يشكلون قصصهم الإخبارية حول ما يعتقدون أنه سيتمت القراء⁽³⁾.

إن القائم بالاتصال يحتاج أولاً إلى معرفة جمهوره وأن يكون لديه فكرة عن يوجه إليه رسالته. وعادة يكون لدى الفرد تصور ذهني للجمهور الذي يريد

(1) جيهان أحمد رشتي، مرجع سابق، ص 332 .

(2) سعيد محمد السيد، الضغوط المهنية والإدارية على القائم بالاتصال، مرجع سابق، ص 8 .

(3) Robert Lioyol, Ghenn Guzzo: *Writing and Reporting the News Story* (U.S.A: Library of Congress Cataloging-In Publications Data, 2009) p. 34.

أن يصل إليه أو أن يتجنبه. فهناك بعض الاتفاق في أن القارئين بالاتصال يقومون بحل مشكلة عدم معرفتهم لجمهورهم عن طريق بناء صور ذهنية تمثل في معظمها نظرة محدودة إلى حد الإفراط المشوه للجمهور الذي يكتبون له.

وقد يعاني القارئ بالاتصال الذي يعمل في مؤسسة جماهيرية من صعوبة تصور أو إدراك جمهوره. ولأن مؤسسات الاتصال تتسم بالتعقيد وتستخدم عددا كبيرا من البشر ليس في تعليمهم وخلفيتهم جوانب كثيرة مشتركة مع السواد الأعظم من الجمهور، لذلك نجد أن قيم أولئك العاملين ستلعب دوراً هاماً في الطريقة التي سيؤدي بها عملهم⁽¹⁾.

وتعد قيمة مصلحة الجمهور مقياساً أساسياً لقيم الأخبار في الغرب، حيث يسترشد بها حارس البوابة فيما يعتقد أن جمهوره يريد أن يعرفه، باعتبار أنه الحكم النهائي، مما يجب أن ينشر في هذا النظام، أما في دول العالم الثالث، فنجد رؤى أخرى، فالصحفيون ليسوا هم الحكم النهائي على ملائمة الخبر للنشر، ومن خلال التحكم المباشر أي عن طريق من يملك وسائل الإعلام، والتحكم غير المباشر أي من خلال ميكانيزمات الرقابة المفروضة على وسائل الإعلام أو بهما معا (الملكية - الرقابة)، يتم اتخاذ قرارات النشر فيما يجب أن يمر أو يحجب⁽²⁾.

وبناء على عدد من الدراسات التي اهتمت بتحليل علاقة الصحفيين بالجمهور يصنف ما كويل⁽³⁾ هذه العلاقة في إطار ثلاثة نماذج تفسيرية:

(1) جيهان أحمد رشدي، مرجع سابق، ص 349-350، سعيد محمد السيد، التشابه الإخباري وأثره في بناء الإجماع الاجتماعي، مرجع سابق، ص 11.

(2) السيد بخت محمد درويش: العمل الصحفي في مصر، دراسة سوسولوجية للصحفيين المصريين، مرجع سابق، ص 138-139.

(3) Mc Quail D.: *Mass Communication Theory, An Introduction*, 3rd ed. (London: Sage Publications, 1994) pp.185-211.

1- نموذج الهيمنة:

يصور هذا النموذج دور القائم بالاتصال على أساس أنه هو الذي يحدد جمهوره حسب أهدافه، وبالتالي فإنه عادة ما تكون العملية تحت سيطرة القائمين بالاتصال حيث يتميزون بوضوح اتجاهاتهم وإحساسهم بقوة الذات. وتتمثل الأهداف في الدعاية والإعلان أو التأييد للفكرة أو الموضوع، والتأثير بأي شكل في الجمهور بناء على تحديده السابق من خلال دراسات السوق أو بحوث الجمهور، ومن قبل ذلك الحملات الإعلانية والدعاية السياسية أو موضوعات الخدمة العامة، مثل الحملات الصحية أو الخيرية حيث ينظر القائم بالاتصال إلى الجمهور كمستهلكين أو مفردات الاتصال الإقناعي. وهو ما يستلزم معرفة رجح الصدق بشكل فوري وسريع، وكذلك رصد بعض مؤشرات نجاح أو فشل القائم بالاتصال.

2- نموذج التوحد:

يتبنى القائم بالاتصال في هذا النموذج معايير معينة، تكون لها الأولوية في الممارسة وبناء العلاقة مع الجمهور على معيار رضا الجمهور أو استجابته. وفي هذا النموذج لا يعد التأثير السريع للاتصال مطلباً ملحاً، مثل نموذج الهيمنة، وذلك نظراً لوجود مجموعة من العناصر المشتركة التي تمثل متطلبات معينة يتبناها القائم بالاتصال ويتوحد معها، ويسترشد بها في تبرير نشاطه وتواصله المحدود مع الجمهور.

3- نموذج تدعيم القائم بالاتصال لعلاقته بالجمهور.

يُنظر في هذا النموذج إلى القائم بالاتصال كفرد مبدع ونشط اجتماعياً، يتواصل مع جمهوره من الأفراد المستفيدين والمشاركين إيجابياً، ومن ثم فليست هناك أهدافاً مصاغة، أو أهداف مؤسسية، وإنما الأمر يرجع إلى رغبة القائم

بالاتصال في أن يتصل بالآخرين. وبناء عليه، فإن هذا النموذج يهتم بالدرجة الأولى بالاستجابة إلى الحاجات والاهتمامات، وردود أفعال جمهور المتلقين والقراء المختارين حيث ينتمي كل من المرسل والمستقبل إلى ثقافة واحدة، ويشتركون في المشكلات والطموح. وفي هذا المجال، نجد أن كثيرا من القائمين بالاتصال يرون أن وسائل الإعلام هي أداة للمشاركة في الآراء والخبرات الإنسانية مع جمهور المتلقين⁽¹⁾.

رابعا - تأثير قيم المجتمع وتقاليد.

يعد النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام من القوى الأساسية التي تؤثر على حارس البوابة في انتقائه واختياره للمادة الصحفية، فأى نظام اجتماعي ينطوي على قيم ومبادئ يسعى القائم بالاتصال لإقرارها، ويعمل على تقبل المواطنين لها، ويرتبط ذلك بوظيفة التنشئة الاجتماعية أو التطبيع، وتعكس وسائل الإعلام هذا الاهتمام بمحاولاتها الحفاظ على القيم الثقافية والاجتماعية السائدة⁽²⁾.

يرى وارين بريد أن القائم بالاتصال قد لا يقدم في بعض الأحيان تغطية كاملة للأحداث التي تقع من حوله، وليس هذا الإغفال نتيجة لتقصير أو عجز أو أنه عمل سلبي، ولكن يغفل القائم بالاتصال أحيانا تقديم بعض الأحداث إحساسا منه بالمسؤولية، والحفاظ على المجتمع واحترام فلسفته وعاداته وقيمه والأدوار الدينية والسياسية والأخلاقية المعاشة، وللأشخاص الذين يمارسون هذه الأدوار⁽³⁾.

(1) أسماء حسين حافظ، مرجع سابق، ص 123-124.

(2) مطلق سعود المطيري، التغطية الإعلامية للمراسل الأمريكي لقضايا الشرق الأوسط، دراسة تطبيقية على القائم بالاتصال، رسالة دكتوراه غير

منشورة (جامعة عين شمس: كلية الآداب، قسم الإعلام)، 2007م، ص 81

(3) المرجع نفسه، الصفحة نفسها، جيهان أحمد رشدي، مرجع سابق، ص 305.

ويحرص حارس البوابة الإعلامية في الدول العربية على مراعاة الاعتبارات الثقافية للجمهور العربي، وكذلك الخلفيات الاجتماعية والسياسية، فعند تحديد الاعتبارات الإيديولوجية والاجتماعية والدينية، يكون من السهل انتقاء الأخبار التي تقابل هذه الاحتياجات، وبالتالي تعد هذه القيم محددات قوية في اختيار الأخبار وتقييمها⁽¹⁾.

ويرى وارين بريد أن وسائل الإعلام التي تحترم التقاليد والنظام تضحى أحياناً بالسبق الصحفي أو تتسامح وتفترط بعض الشيء في واجبها الذي يفرض عليها تقديم كل الأخبار التي تهم الجماهير، ففي بعض الأحيان يقيم القارئ بالاتصال الأخبار آخذين في الاعتبار النتائج الاجتماعية التي ستترتب على نشرها، وقد تهمل الأخبار في بعض الأحيان، أو تدفن في الصفحات الداخلية وذلك محافظة على قيم المجتمع الأساسية وتجنباً لكل ما يشوه تلك القيم⁽²⁾.

إن الهدف الذي من أجله أنشئت وسائل الإعلام بما فيها الصحف يكمن في خدمة المجتمع انطلاقاً من فكرة أن الصحفي قد يضحى بالمصدر، ولكنه لا يضحى بالجمهور، ومن ثم يعمل القائم بالاتصال على تحقيق الإجماع حول بعض الأهداف الاجتماعية والثقافية، وكذلك التقريب بين الناس وتوثيق علاقاتهم والمساعدة على تنشئتهم اجتماعياً بتعويدهم على أنماط السلوك المقبولة.

إن دراسة وارين بريد حول تحليل المواد التي لم تنشر أو التي تعرضت للدفن أو الحذف، انطلقت من الافتراض الذي كان يقيسه وهو أن وسائل الإعلام تساعد على تحقيق الاتفاق الثقافي والاجتماعي، ولأجل ذلك تستبعد وسائل الإعلام كل المواد التي تهدد البناء الاجتماعي والثقافي وما يؤمن به الفرد.

(1) حسن عماد مكاوي: الأخبار في الراديو والتلفزيون، مرجع سابق، ص 283.

(2) جيهان أحمد رشدي، مرجع سابق، ص 308.

وحول هذا الموضوع تتساءل جيهان رشتي حول إمكانية "اعتبار الاتفاق الذي يتحقق بتجنب وسائل الإعلام لموضوعات معينة، إجماع أو اتفاق مفيد وكامل، أم أنه نتائج غير مرغوبة وغير متوقعة. باختصار، فإن ما لا تقدمه وسائل الإعلام من مواد ومعلومات له نفس أهمية ما يقدم، بمعنى آخر، الطريقة التي ننظم بمقتضاها تصورنا للوقائع قد تشوه بسهولة، ذلك لأننا نتلقى معلومات غير كاملة عن أجزاء فقط من الظروف المحيطة، ولأننا نتلقى صورة ثابتة أو معلومات نمطية ومتحيزة، فنحن لا نحصل على كل الحقائق عما يحيط بنا"⁽¹⁾.

أما فيما يتعلق بالدول النامية، أو الدول التي تتغير بسرعة شديدة، ويتهددها التمزق الاجتماعي، فعادة ما يلجأ القادة إلى السيطرة على وسائل الإعلام لضمان استخدامها في الوصول إلى الاتفاق والإجماع حول الأمور الأساسية⁽²⁾، أي أن العنصر الأول الذي يؤثر على القائمين بالاتصال هو الحاجة إلى المحافظة على قيم المجتمع وتقاليد، والعنصر الثاني، هو تحقيق الإجماع أو الاتفاق على الأهداف الأساسية.

خامسا- تأثير الإشهار.

تؤثر المساحة المخصصة للإشهار في الصحف على كم الأخبار التي تنشر، إذ تُعطى الأولوية للمادة الإشهارية على حساب المادة الإخبارية، حيث تقوم المؤسسات الصحفية بضبط وانتقاء أخبارها حسب حجم الإشهار المتوفر لديها، وفي أحيان كثيرة يعد الإشهار المبدأ الأساسي الذي تركز عليه المؤسسة الصحفية في عملية التسيير، فضلاً عن أن بعض الصحف قد تضطر إلى زيادة عدد صفحاتها بسبب كم الإشهار المتوفر لديها وليس بسبب أهمية الأحداث أو

(1) جيهان أحمد رشتي، مرجع سابق، ص 309 - 316.

(2) المرجع نفسه، ص 305.

الأخبار التي بحوزتها⁽¹⁾، انطلق من أن الإشهار يمثل القاعدة الاقتصادية للمؤسسة الصحفية والذي بدونه لن يكتب لها البقاء والاستمرار.

وتتسم العلاقة بين الإشهار والصحف بتبادل المنفعة، فالمؤسسات الإخبارية تستخدم الصحف لنشر إعلاناتها فيما تستفيد الصحف من الإشهار في توفير موارد مالية لتغطية نفقاتها، وفي الوقت الذي تشهد فيه بعض الصحف التي تحصل على عوائد جيدة من موارد الإشهار، حالة من الاستقرار المادي والتقدم إلى جانب تقديم خدمة أفضل للجمهور، نجد أن الصحف التي يقل فيها الإشهار تعاني من أزمات مالية تعرضها للتوقف عن الصدور.

في هذا الإطار، يتطرق محرز حسين غالي إلى وجود نظرتين متعارضتين لعلاقة الإشهار بالسياسة التحريرية للصحف، إذ يرى أنصار الاتجاه الأول أن زيادة الإشهار، يحمي الصحف من الوقوع في قبضة عدد محدود من المعانين يوجهون السياسة التحريرية، كما يحميها من الوقوع في قبضة السلطة السياسية من خلال قبول الدعم، كما أن إيرادات الإشهار تساعد الصحف في عمليات التطوير والصمود في سوق المنافسة، فضلا عن أنه بإمكان الإشهار المساهمة في طرح إصدارات جديدة، وتبني تكنولوجيا إنتاج حديثة متطورة وتقديم منتج صحفي متميز، بالإضافة إلى توسيع شبكات المراسلين حول العالم، وإتاحة فرصة كافية لتأهيل المحررين وتدريبهم، وتأمينهم وظيفياً واجتماعياً من خلال زيادة الأجر والأرباح.

وفي الجانب الآخر، فإن أنصار الاتجاه المعارض والناقد للتأثيرات السلبية للإشهار على السياسة التحريرية للصحف، يرون أن الإشهار قد يؤدي إلى تأثيرات سلبية كبيرة يأتي في مقدمتها زيادة مساحة المادة الإخبارية على حساب

(1) Michel Mathien: *Les médias: Presse écrite, radio, télévision*, 1^{ère} édition (Paris: Presse Universitaires de France, 1991), p.14

المساحة المخصصة للمواد التحريرية، بالإضافة إلى الوقوع في قبضة المعلنين، أما بالنسبة للمساعدات التي قد تتلقاها الصحف من بعض الجهات (حكومية - حزبية - شركات...) فهناك اتجاهًا قويًا من قبل بعض الباحثين والقوى الديمقراطية يرفض دعم الصحف باعتبار أن الحكومة ليست ملزمة بذلك، ويرون في مساعدة الحكومة للصحف إفسادًا لها، ويعتقدون أن الصحافة التي تتلقى الإعانات المالية لا يمكن أن تتمتع بحرية حقيقية أو أن يكون لها نفوذ⁽¹⁾.

بصفة عامة، يؤثر الإشهار على مضمون الصحف⁽²⁾ حيث تحول الحديث في الصحف من الموضوعات المختلفة التي تتور الجمهور إلى الحديث عن المنتجات والسلع، ويعبر (كندي جونسون) أحد مؤسسي جريدة (الدائلي) عن تشاؤمه عن الحال الذي آلت إليه الصحافة بسبب الهيمنة التجارية، إذ يقول في رسالة كتبها إلى (اللورد مورلي) سلفه في إدارة الجريدة "تركنت أنت الصحافة مهنة وحولناها نحن إلى تجارة"⁽³⁾.

لكن من جهة أخرى، يسمح الإشهار بتطوير الصحافة كوسائل اتصال جماهيرية مستقلة عن السلطة السياسية ولكنه يعرضها لضغوطات أخرى⁽⁴⁾، إن تحول الصحافة من رسالة إلى صناعة هو الذي يعرض استقلالها للخطر لأنه يوجهها وجهة تجارية.

ويبقى هاجس سحب الوكالات الإشهارية لإشهارها من الصحف، من أهم الأسلحة التي تستخدمها الشركات الإشهارية والتجارية والصناعية للضغط على الصحف والتأثير في المنتج الصحفي.

(1) محرز حسين غالي، مرجع سابق، ص 239-241.

(2) Pierre Albert: *La Presse française, la documentation française* (Paris: 1990) pp.84-85.

(3) جون هونبرك: الصحفي المحترف، ترجمة فؤاد موسياني (بيروت: دار المؤسسة الأهلية للطباعة، 1960م)، ص 10.

(4) Daniel Jun qua: *La presse, le citoyen et l'argent* (France: Edition Gallimard, 1999) p. 197

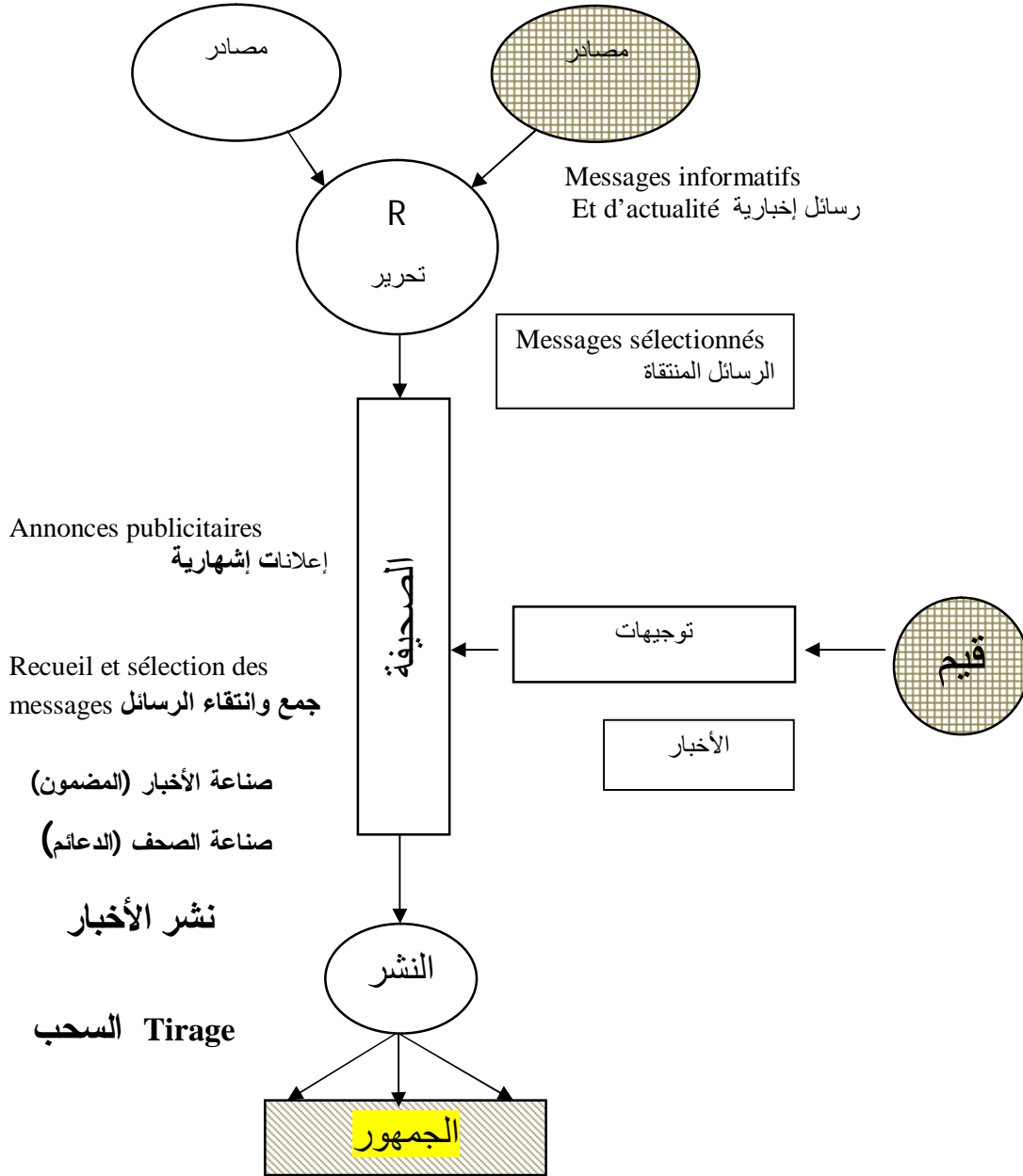
وقد أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية دراسة على عينة ست مجالات نسائية لمعرفة وجه العلاقة بين المحتوى الصحفي ومساحة الإشهار، وأظهرت الدراسة انخفاض مساحة الموضوعات التي تتناول خطر التدخين على صحة الناس وذلك لأن شركات السجائر كانت تعلن في هذه المجالات عن بضائعها⁽¹⁾.

وفي دراسة عن تأثير الإشهار على العملية التحريرية في الصحف اليومية السعودية، أدى طغيان الإشهار على مساحات كبيرة من الصفحات تصل إلى أكثر من 65% أحيانا إلى إحلاله محل المادة التحريرية، مما أدى إلى اختفاء المراد الصحفية وفنونها في كثير من صفحات هذه الصحف، فمزاحمة الإشهار للمواد التحريرية على تلك الصفحات يعطي انطبعا بسيطرة الإشهار على المادة التحريرية⁽²⁾.

ومع هذا فإن موارد الإشهار التي تشكل الجزء الأعظم من الموازنة السنوية لمعظم الصحف تزيد من كمية الأخبار الواردة لغرفة الأخبار، وذلك لأنها تعطي مرونة للاشتراك في أكثر من وكالة أنباء إضافة إلى استقطاب كفاءات مهنية جيدة مما يؤدي إلى تقديم محتوى أفضل.

(1) لاير ستيفن ايتز وآخرون: لعبة وسائط الإعلام، السياسة الأمريكية في عصر التلفزيون، ترجمة شحده فارغ، (عمان، دار البشير، 1999م)، ص206.

(2) مرعي مذكور، تأثير الإعلان على العملية التحريرية في الصحف اليومية السعودية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة - العدد 6- 1990م) ص 99.



يوضح هذا المخطط⁽¹⁾ وجود مصدرين للصحيفة، الرسائل الإعلامية والإعلانات الإخبارية، حيث تقوم الصحيفة بجمع هذه المادة وانتقاء جزء منها الذي يحول إلى أخبار مطبوعة، وتعالج الأخبار وفقاً للتوجيهات والقيم التي تشكل تعريف منتج الصحيفة.

(1) Michel Mathien, op. cit. p. 61.

خلاصة :

نخلص من خلال الشرح والتحليل إلى أن القائم بالاتصال يتعرض إلى ضغوط متعددة تجعل من مقولة استقلاليته وحرية مقولة موضع الشك. بل إن هذه الضغوط يمكن أن تشل قدرته على أن يصبح مهنيًا بكل طاقته، لديه القدرة على التحاور مع المجتمع من موقع القوة، ذلك لأن هناك الكثير من الضغوط التي تهدد إمكانية تكيفه مع المهنة.

إن ثمة عوامل عديدة، تؤثر على عملية انتقاء واختيار الأخبار ومن ثم ترشيحها للنشر أو استبعادها، إذ تؤثر خلفية الصحفي أو المحرر وثقافته وانتمائه على تحديده للعناصر ذات الجدارة الإخبارية، كما تؤثر تصورات الصحفيين على الدور المتوقع من صحفهم على المحتوى.

كما تلعب العوامل النفسية للصحفي، وطبيعة تفكيره، فضلاً عن المنافسة وضغط الوقت، وطريقة الكتابة ومدى دقة الأسلوب ونوع الخبر ذاته تأثيراً على محتوى المادة الخبرية.

بالإضافة إلى أن الطابع العام للصحيفة، والسياق التنظيمي والاجتماعي وروتين العمل الصحفي، يفرض تأثيراته على عملية اختيار وتشكيل المحتوى الإخباري. كما يؤثر نوع الجمهور الذي يعتقد الصحفي أنه يوجه إليه رسالته، على الطريقة التي يتم بمقتضاها اختيار المادة وتنظيمها ويعد أحد المعايير الأساسية للقيمة الخبرية، وباتفاق معظم الصحفيين، من حيث تأكيدهم على أن الخبر هو ما يهم أكبر عدد من أفراد المجتمع.

إن قدرة القائم بالاتصال على أداء دوره، لا تنشأ من فراغ، وإنما هي محصلة لعوامل عديدة منها ما هو متعلق بقيمه الشخصية، ومنها ما هو متعلق بوضع الصحيفة التي يعمل بها، ومنها ما يسود من نظم اجتماعية وسياسية، وما

يفرضه عليه هذا المجتمع من توجهات إيديولوجية ووظائف اجتماعية أو ما يمدده له من معلومات، ومنها ما يتعلق بالصحف ذاتها كمؤسسات، وما تقوم عليه من قواعد وتنظيمات، وما يدور داخلها من تفاعلات ويتوفر لديها من إمكانيات تقنية أو بشرية، ومدى فهم القائم بالاتصال في هذه الصحف لدوره وللجمهور الذي يتوجه إليه، ومنها ما يرتبط بالمنتج الصحفي ذاته ومدى ملائمة سماته للجمهور المستهدف.

استعرضنا في القسم النظري المنطلقات الفلسفية التي يقوم عليها الخبر في مختلف الأنظمة الإعلامية، وتوصلنا إلى أن هناك اختلافات واضحة في تعريفات الخبر حسب المرجعية الأيديولوجية لكل نظرية، ما يفسر المفاهيم المتباينة لمعنى الخبر من جهة، ويؤثر بشكل فاعل على القيم الخبرية التي تتبناها وسائل الإعلام في مختلف الأنظمة الإعلامية لترشيح الأخبار للنشر، من جهة ثانية.

كما تطرقنا إلى محاولات العديد من الباحثين لتقديم مصفوفة بالقيم الخبرية، التي يتم على أساسها تحويل الأحداث إلى أخبار، وتوصلنا إلى أنه لا يوجد اتفاق حول عدد العناصر الخبرية وطبيعتها، حيث تعددت تصنيفات الباحثين لمصفوفة القيم الخبرية.

وتوصلنا إلى طرح مصفوفة بالقيم الخبرية المتفق عليها في جميع وسائل الإعلام بنوع من التفصيل، فضلا عن عرض تفاوت رؤية الباحثين في مختلف الأنظمة الإعلامية لأهمية كل قيمة، مع تقديم الانتقادات التي تعرضت لها بعض القيم الخبرية، والتي تجعل من مسألة تبنيها في أي نظام إعلامي، إقرارا بتبني فلسفة معينة.

وتناولنا القائم بالاتصال باعتباره أحد الأطراف الأساسية في العملية الاتصالية، انطلاقا من أنه يؤدي دورا فعالا في إنتاج الرسالة الإعلامية، من

خلال التطرق لمختلف النماذج التفسيرية للقائم بالاتصال، التي تحاول تفسير الدور الصحيح للصحفي في جمع الأخبار، فضلا عن عرض مختلف الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال، والتي تؤثر عليه في صياغة وتشكيل مضمون وسائل الإعلام.

وبناء على ما سبق عرضه وشرحه حول القيم والقائم بالاتصال في القسم النظري، سنحاول دراسة القيم الخبرية والقائم بالاتصال في الصحافة الجزائرية الخاصة في القسم التطبيقي.

القسم التطبيقي

الفصل الأول: القيم الخبرية في جريدتي الخبر والشروق اليومي.

الفصل الثاني: القائم بالاتصال في جريدتي الخبر والشروق اليومي.

الفصل الأول: القيم الخبرية في جريدتي الخبر والشروق اليومي.

- المبحث الأول: تشخيص صحف الدراسة.
- المبحث الثاني: التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل في جريدتي الخبر والشروق اليومي.
- المبحث الثالث: التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون في جريدتي الخبر والشروق اليومي.
- المبحث الرابع: التحليل الكمي والكيفي لفئات القيم الخبرية في جريدتي الخبر والشروق اليومي.

المبحث الأول: تشخيص صحف الدراسة

أولاً: تشخيص جريدة الخبر:

تأسست الشركة ذات أسهم "الخبر" بعقد توثيقي بتاريخ 01 سبتمبر 1990، من طرف مجموعة من الصحفيين العاملين بيوميتي الشعب والمساء، وكان عدد الأعضاء المؤسسين 26 صحفياً من الصحافة العمومية.

ظهرت صحيفة الخبر على شكل شركة مساهمة برأسمال ابتدائي يقدر بـ 30.26.000 دج، صدر العدد التجريبي للصحيفة في شهر جوان 1990، بسحب ألف نسخة وزعت على الأحياء الكبرى من العاصمة، وبعد القيام بالإجراءات التي جاءت في تعليمة رئيس الحكومة آنذاك مولود حمروش صدر أول عدد من يومية الخبر في 01 نوفمبر 1990⁽¹⁾.

وكانت المدة الزمنية طويلة بين صدور العدد التجريبي (العدد صفر) والعدد الأول من صحيفة الخبر نظراً للصعوبات التي واجهتها الجريدة في بداية تأسيسها، حيث تعد أول صحيفة تنتمي إلى القطاع الخاص صدرت باللغة العربية.

يتولى إدارة الشركة ذات الأسهم "الخبر" مجلس إدارة يضم كل المساهمين، الذي يصل عددهم اليوم إلى 18، ويقوم رئيس هذا المجلس، الذي يتم انتخابه من طرف الجمعية العامة التي تتألف من مجموع المساهمين، بالإدارة العامة وبتمثيل الشركة مع الغير، وهو مسؤول عن النشر، فضلاً عن مهمة الإشراف والتوجيه لجميع المصالح التابعة للإدارة العامة، مراقبة جميع العمليات الإدارية ومتابعتها ميدانياً، السهر على تطبيق القانون الداخلي للشركة، تقديم كل

(1) بطاقة تقنية لصحيفة الخبر، مخطوط صحيفة الخبر، جويلية 2006.

المعلومات الضرورية للمديرية العامة لاتخاذ القرارات المناسبة ومتابعة كل القرارات الصادرة عن المديرية العامة والسهر على تنفيذها⁽¹⁾.

والى جانب رئيس الإدارة العامة والرئيس المدير العام/ مسؤول النشر، نجد مدير النشر ورئيس التحرير المكلف بالسهر على انتقاء واختيار وتحرير المضامين الإعلامية، والذي يكون على اتصال مباشر مع نائبيه والمنسق الوطني للمراسلين وسكرتير التحرير العام.

انتقلت صحيفة الخبر إلى مقرها الجديد بحيدرة عام 2008 حيث كانت في السابق تتخذ من دار الصحافة في ساحة أول ماي مقرا لها، وتصدر الجريدة غالبا في 32 صفحة، ماعدا فترة الصيف حيث يتقلص عدد الصفحات إلى 24 صفحة، فضلا عن أنها تصدر طيلة أيام الأسبوع وتحجب فقط في أيام الأعياد والمناسبات.

توظف مؤسسة الخبر 215 شخصا منهم 48 صحفيا دائما، و03 مصورين ووكاريكاتوري واحد، و100 مراسل منهم 85 عبر ولايات الوطن و15 مراسل خارج الوطن، كما تملك الخبر مكتبين جهويين أحدهما في شرق البلاد بولاية قسنطينة، ويعمل به حوالي 20 موظفا منهم 10 صحفيين، والثاني في غرب البلاد بولاية وهران، ويعمل به حوالي 20 موظفا منهم 10 صحفيين.

وتسند إلى المكاتب الجهوية مهمة المتابعة الإدارية والمالية للمكتب الجهوي والمكاتب الولائية التابعة له، الإعلام والتنسيق مع الإدارة العامة على حل أي مشكل أو طارئ فضلا عن مكاتب في بلدان عربية وأجنبية، لموافاة الجريدة بالأحداث التي تقع خارج الجزائر بهدف إحاطة القارئ بكل التطورات التي يشهدها العالم، انطلاقا من رؤية خاصة للأحداث⁽²⁾.

(1) بطاقة تقنية لصحيفة الخبر، مخطوط صحيفة الخبر، جويلية 2006

(2) المرجع نفسه.

بلغ عدد سحب صحيفة الخبر في سنة 1990 ثمانية عشر ألف نسخة يوميا، ووصل عدد سحب الجريدة في سنة 1993 إلى ثلاثين ألف نسخة يوميا، وارتفع عدد سحب "الخبر" ليصل في السداسي الأول من سنة 2008 إلى 500 ألف نسخة، في حين بلغ عدد سحب الصحيفة في السداسي الثاني من سنة 2008 خمسمائة وأربعين ألف نسخة (540)، ليصل عدد سحب الجريدة اليوم إلى 500.000 نسخة.

وقد استطاعت الصحيفة أن تحقق هذا النجاح رغم كل العراقيل والصعوبات التي واجهتها منذ نشأتها خاصة فيما يتعلق بالتوزيع والسحب والإشهار، حيث أصبحت الصحيفة الأكثر توزيعا في الجزائر.

تعرضت الصحيفة إلى العديد من المضايقات، وإلى محاولة استهداف اغتيال صحفيين بالجريدة، واغتيال رئيس تحريرها عمر أورتيلان في 03 أكتوبر 1995، بالإضافة إلى تعرض صحفييها إلى العديد من المتابعات القضائية.

فروع مجموعة الخبر للصحافة:

❖ الشركة ذات المسؤولية المحدودة الخبر الأسبوعي وتصدر أسبوعية "الخبر الأسبوعي"، "الخبر حوادث" وهي نصف شهرية، و"الخبر تسليية" وهي شهرية.

❖ الشركة ذات المسؤولية المحدودة "الخبر للإشهار".

❖ الشركة ذات المسؤولية المحدودة وذات الشخص الواحد الخبر لتوزيع الصحافة بولايات الشرق الجزائري (KDP).

❖ الشركة ذات المسؤولية المحدودة الخبر لتوزيع الصحافة بالغرب (KDPO) وتقوم بتوزيع الصحافة المكتوبة بولايات الغرب الجزائري، بدأ نشاطها يوم 16 ماي 2008.

❖ الشركة ذات المسؤولية المحدودة الجزائر لتوزيع الصحافة، أسست بالشراكة مع جريدة "الوطن" وتهتم بتوزيع الصحافة في ولايات الوسط، وكذلك قامت باقتناء ثلاث مطابع منذ سنة 1995، وتطبع كل من يومية الخبر ونشرياتها ويومية الوطن وملحقاتها.

❖ الشركة ذات المسؤولية المحدودة للطباعة بقسنطينة SIMPREC، وأنشئت كذلك بالشراكة مع جريدة "الوطن" وتهتم بطباعة الصحافة المكتوبة.

❖ الشركة ذات المسؤولية المحدودة للطباعة بوهران ENIMPOR، وتهتم كذلك بطباعة الصحافة المكتوبة، وتأسست كذلك بالشراكة مع جريدة "الوطن".

❖ مركز الخبر للدراسات الدولية، هو فضاء لطرح أفكار جديدة للنقاش عن طريق تنظيم ملتقيات دولية حول مختلف المواضيع.

❖ جائزة الخبر الدولية، أشئت في 28 ماي 1998 تخليدا لذكرى شهيد المهنة عمر أورتيلان، رئيس تحرير الجريدة، تكرم الجريدة من خلالها الصحافة الجزائرية.

الإطار التنظيمي لصحيفة الخبر:

1- **القسم الوطني:** يهتم صحفيو هذا القسم بالأخبار الوطنية ذات الطابع السياسي والاقتصادي والأمني، ويعتمد في نقل الأخبار على التغطية الإعلامية لصحفييه أو على مصادرهم الشخصية في الحصول على المعلومات، ويتم الاعتماد كذلك على وكالات الأنباء.

2- **القسم المحلي:** يهتم هذا القسم بنقل الأخبار المحلية من مختلف مناطق الجزائر، ويعتمد في ذلك على شبكة المراسلين الموزعين عبر كامل القطر.

3- **القسم الدولي:** يهتم هذا القسم بمختلف الأحداث التي تجري على الساحة الدولية، وتحاول الجريدة نقل القضايا التي تشغل الرأي العام المحلي والدولي، وتعتمد في ذلك وبصفة كبيرة على وكالات الأنباء وفي مقدمتها وكالة الأنباء

الفرنسية، والأسوسيند برس، إلى جانب الأخبار المستقاة من الانترنت مع الاعتماد على مراسلي الجريدة في الخارج.

4- القسم الثقافي: ويقصد بها تغطية النشاطات المتصلة بثقافة المجتمع أو بترجمتها في شكل أفكار وأعمال أدبية أو فنية. وتتضمن أيضا ما يتصل بالنشاط الأدبي أو الفني والمشكلات الثقافية والفنية في المجتمع والخدمات الثقافية والعلاقات بين الهيئات والمؤسسات والصالونات الثقافية والفنية، مع استعراض أهم المؤلفات التي تثري ساحة الكتاب، إلى جانب إجراء مقابلات مع شخصيات فكرية خاصة فيما يتعلق ببعض القضايا التي تطرح مفاهيم وأفكار تختلف النخبة حولها، وذلك بهدف إثراء النقاش وتزويد القراء بالخلفيات والأفكار التي يطرحها الكتاب، وتعتمد الجريدة في نقل مثل هذه النشاطات على نشاط عناصر القسم، فضلا عن التزود من المعلومات التي يقدمها الانترنت.

5- القسم الرياضي: يهتم القسم الرياضي بتغطية مختلف النشاطات الرياضية سواء على المستوى الوطني أو الدولي، سواء اتخذت المظاهرات الرياضية شكل قرارات أو أحداث أو أفكار أو ظواهر أو علاقات بين المؤسسات والهيئات أو الاتحادات أو الأندية أو الأفراد.... الخ، يدخل في إطارها كل ما يتعلق بالنشاط الرياضي والخدمات الرياضية ومشكلات الرياضة المختلفة... الخ.

6- قسم المجتمع: يقوم عناصر هذا القسم بتغطية النشاطات المتصلة بالمجتمع سواء أخذت شكل قوانين أو أحداث أو أفكار أو ظواهر أو علاقات اجتماعية. وتتضمن موضوعات مثل الفساد الاجتماعي، القضايا والمشكلات الاجتماعية، النشاط الاجتماعي، ويعتمد في ذلك بصفة أساسية على الروبوتاجات الصحفية أو على تغطية المراسلين.

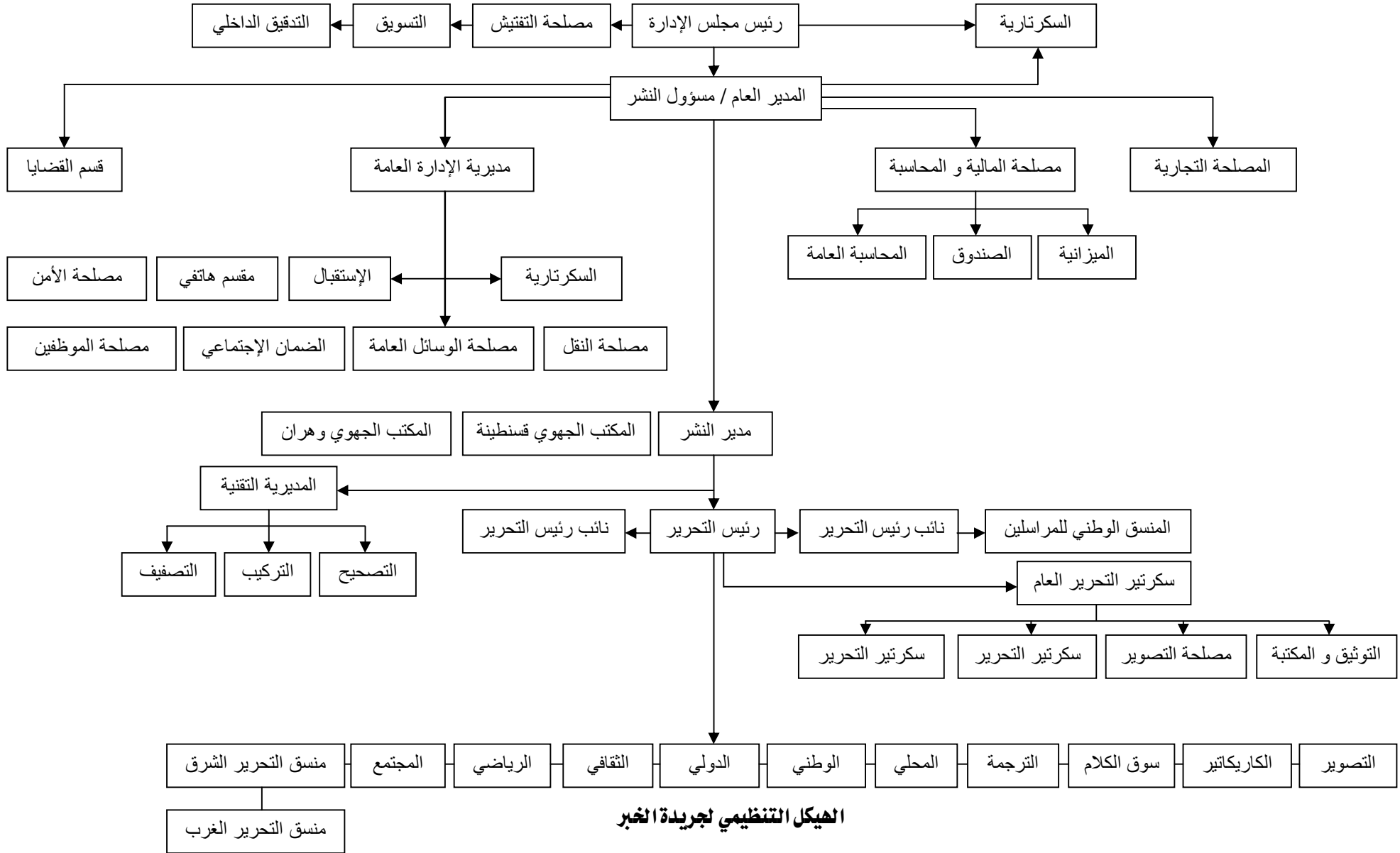
7- قسم الترجمة: يهتم هذا القسم بترجمة الأخبار التي تنقلها وكالات الأنباء المختلفة خاصة الترجمة من اللغتين الفرنسية والانجليزية إلى اللغة العربية،

فضلا عن ترجمة الموضوعات التي تصل إلى الجريدة باللغة الفرنسية، سواء من الهيئات الرسمية أو من القراء.

وفي الأخير، تجدر الإشارة إلى أن "الخبر" اهتمت منذ السنوات الأولى بتطوير إمكانياتها ومقراتها باقتناء الوسائل المتطورة وتنشيط الاستثمار في مجالات نشاطاتها مع الاهتمام بالجانب التكويني لموظفيها وصحفيها وكذا خلق جو ملائم داخل وخارج المؤسسة لتتمكن من مسايرة التطور الحاصل في مجال الإعلام المكتوب.

كان حرص القائمين عليها يتوجه دائما إلى استقلالية المؤسسة وكذا مصداقيتها اتجاه القراء وذلك بالتركيز على المهنية والتسيير الجيد باعتماد الكفاءات والتكوين المستمر لموظفيها⁽¹⁾.

(1) بطاقة تقنية لصحيفة الخبر، مخطوط صحيفة الخبر، جويلية 2006.



ثانياً : تشخيص جريدة الشروق اليومي :

تصدر جريدة الشروق اليومي عن مؤسسة الشروق للإعلام والنشر، التي تصدر منذ شهر ماي 1995م. أسبوعية الشروق العربي، وقد ساعد التطور الذي شهدته الشروق العربي، وانفتاح الساحة الإعلامية في الجزائر على تأسيس جريدة الشروق اليومي الذي صدر عددها الأول في 02 نوفمبر 2000م.

وكانت فكرة إنشاء يومية الشروق اليومي قد تمخضت عن مجموعة من الصحفيين الذين يتمتعون بخبرة كبيرة في قطاع الصحافة مثل عبد الله قطاف، بشير حمادي، سعد بوعقبة وسالم زواوي وغيرهم الذين رأوا أن الساحة الإعلامية في الجزائر، وخاصة بعد إقرار التعددية الإعلامية، بحاجة إلى عناوين جديدة تلبى حاجة شريحة كبيرة من القراء، التي لم تجد لها مكانا بين العناوين المطروحة في الساحة الإعلامية الجزائرية.

وبعد الاتفاق على الأهداف التي سوف تضبط فكرة إنشاء يومية جديدة، تم التفكير في العنوان، الذي يحتاج إلى إجراءات إدارية طويلة قد تؤخر تجسيد هذه الفكرة، ولهذا استتجدت هذه المجموعة - بالمدير العام للشروق اليومي- مسؤول النشر لصحيفة الشروق الأسبوعية التي تصدر عن دار الشروق للإعلام والنشر، لأجل إصدار صحيفة "الشروق اليومي"، حيث كان ذلك اختصارا للطريق، فأصدار يومية من جديد والحصول على رخصة جديدة يتطلب وقتا طويلا وإجراءات إدارية معقدة، قد تعرقل ومن ثم تؤجل إخراج هذا المشروع إلى النور.

ومن ثم اتفق الجميع على قرار إصدار "الشروق اليومي" لصاحبها علي فضيل الذي كانت مساهمته بهذا العنوان وساهم البقية بمبالغ مالية، على أن تكون الأسهم متساوية للجميع⁽¹⁾.

وبعد الانتهاء من الترتيبات اللازمة، صدر العدد الأول في 02 نوفمبر 2000، وقد نجحت الجريدة في كسب العديد من القراء رغم منافسة جريدة الخبر لها، حيث وصل عدد سحب الجريدة بعد ثلاثة أشهر من تأسيسها إلى 70 ألف نسخة، لتحل بذلك المرتبة الثانية من حيث السحب بعد يومية الخبر.

وقد ساهمت العديد من العوامل في استقطاب الجريدة لآلاف القراء، منها تركيزها على المواضيع التي تثير مختلف شرائح المجتمع، فضلا عن التحليلات التي يقوم بها طاقم الجريدة، حيث حققت يومية الشروق رقم 100000 نسخة يوميا، وهي يحتفل بالذكرى الثانية فقط بصدر العدد الأول منها، إذ تمكنت وفي ظرف سنتين فقط من أن تحتل مكانة إعلامية مرموقة في ترتيب الصحف الجزائرية الناطقة باللغة العربية.

الشروق اليومي صحيفة يومية إخبارية مستقلة ناطقة باللغة العربية، تصدر عن مؤسسة الشروق للإعلام والنشر، كما سبق ذكره، يصل سحب الشروق اليومي إلى 619.820 نسخة يوميا، وللجريدة 6 مكاتب جهوية، و103 مراسل عبر كامل التراب الجزائري، فضلا عن مراسلين خارج الوطن في كل من: الإمارات العربية المتحدة، جمهورية مصر العربية، الكويت، قطر، فلسطين، بريطانيا وفرنسا.

وقد عرفت يومية الشروق ازدهارا في تصديها للحملة الإعلامية المصرية أثناء اللقاء الذي جمع المنتخب الجزائري بنظيره المصري، خاصة فيما أصبح

(1) - بطاقة تقنية ليومية الشروق، مخطوط يومية الشروق، دار الشروق للإعلام والنشر، أكتوبر 2006.

يعرف بموقعة أم درمان، وهي المقابلة الفاصلة التي جمعت الفريقين، وتأهل خلالها المنتخب الوطني لكأس العالم 2010.

تصدر الجريدة غالباً في 32 صفحة، ماعدا فترة الصيف حيث يتقلص عدد الصفحات إلى 24 صفحة، فضلا عن النسخة الإلكترونية، كما تطبع بالألوان في المطابع الأربعة: الجزائر، قسنطينة، وهران وورقلة، ويصل توزيع الجريدة إلى كل مناطق الجزائر، بالإضافة إلى فرنسا وبلجيكا.

مرت جريدة الشروق اليومي بمرحلة خلافات بين المؤسسين والشركاء، منها محاولة نزع ملكية الصحيفة لصاحبها علي فضيل، وتحويله إلى كل الشركاء، مما انعكس على تطوير الجريدة وزيادة عدد سحبها.

وقد استمر الخلاف بين الطرفين لأكثر من سنتين بعدها استرجع مدير النشر علي فضيل الجريدة، بعد أن أصدر القاضي حكمه بضرورة إرجاع عنوان "الشروق اليومي" إلى صاحبه "علي فضيل"، فتم استعادة كل الطاقم الصحفي - تقريبا - ونقل المقر إلى دار الصحافة بالقبة، بعد أن كان وسط العاصمة، ومن ثم دخلت الشروق مرحلة جديدة، وصدرت الصحيفة في بداية شهر جانفي 2005 م.

الإطار التنظيمي:

تخصص يومية الشروق جزء من الصفحة الأولى لنشر مواد رأي، فضلا عن وجود شريط إشهاري في أسفل الصفحة، بالإضافة إلى أذنين إشهاري على جهة اليمين وآخر على جهة اليسار من الصفحة الأولى، كما تلجأ جريدة الشروق اليومي إلى توظيف أهم خبر على شكل مانشيت يتوسط الصفحة الأولى، مرفقا بعناوين فرعية أخذت حقها من الإبراز عن طريق بنط أخف من المانشيت، ويرفق الموضوع الرئيس بصورة تتوسط الصفحة الأولى، فضلا عن لجوء الجريدة إلى تقديم الإشارات السريعة للمواضيع التي تطرحها في الصفحة الأولى.

- 1- **القسم الوطني:** يعد أهم قسم في الشروق اليومي، يتناول الأخبار أو الموضوعات السياسية في الساحة الوطنية، وهو أكبر قسم من حيث عدد القائمين بالاتصال، إذ يضم ثلاثة عشرة صحفياً بالإضافة إلى رئيس القسم.
- 2- **القسم الرياضي:** يأتي في المرتبة الثانية، بعد القسم الوطني، من حيث عدد القائمين بالاتصال في أقسام الصحيفة، إذ يصل عددهم إلى ثمانية أعضاء، ما يفسر اهتمام المسؤولين بتغطية مختلف الأنشطة الرياضية من منطلق اهتمام القارئ الجزائري بالأخبار والتغطية الرياضية الوطنية والدولية، خاصة ما تعلق منها بكرة القدم.
- 3- **القسم الثقافي:** يضم القسم الثقافي خمسة صحفيين ورئيس القسم، ويهتم بتغطية النشاطات المتصلة بثقافة المجتمع من أعمال أدبية وفنية.
- 4- **القسم المحلي:** يضم أربعة صحفيين ورئيس القسم، يهتم بالقضايا المحلية لمختلف مناطق الوطن، فوجد القسم المحلي للوسط الذي يهتم بتغطية القضايا المحلية على مستوى الوسط، والقسم المحلي للغرب الذي يهتم بدوره بتغطية القضايا المحلية على مستوى الغرب، فضلاً عن القسم المحلي للشرق لنقل الأخبار والموضوعات على مستوى الشرق.
- 5- **قسم المجتمع:** يضم القسم ثلاثة قائمين بالاتصال، يهتم برصد مختلف الظواهر الاجتماعية والحوادث والقضايا المطروحة على العدالة، حيث خصصت الصحيفة صحيفتين أسندت لهما مهمة نقل وقائع المحاكمات القضائية.
- 6- **القسم الدولي:** خصصت جريدة الشروق اليومي صحيفة واحدة للاهتمام بالشؤون الدولية، وتهتم الجريدة بنقل القضايا التي تشغل الرأي العام المحلي والدولي، وتعتمد في ذلك بصفة كبيرة على وكالات الأنباء وفي مقدمتها وكالة الأنباء الفرنسية، والأسوسايتد برس، إلى جانب الأخبار المستقاة من

الانترنت مع الاعتماد على مراسلي الجريدة في الخارج، وترجع الصحفية المسؤولة عن القسم الدولي عدم تخصيص الجريدة للعدد الكافي من الصحفيين لتغطية الأخبار الدولية إلى سياسة الجريدة التي تولي اهتماما للمواضيع الداخلية، من منطلق أن القارئ يهتم بالدرجة الأولى بالأخبار التي تمسه مباشرة.

الهيكل التنظيمي ليومية الشروق:

المدير العام/ مسؤول النشر	مدير التحرير	رئيس التحرير	نائب رئيس التحرير	سكرتير عام التحرير	نائب سكرتير التحرير	منسق المراسلين
01	01	01	01	01	01	01

عدد الصحفيين في كل قسم:

القسم	العدد
الوطني	14
المحلي	05
الدولي	01
الرياضي	08
المجتمع	03
الثقافي	06

تملك يومية الشروق موقعا إلكترونيا يضم رئيس تحرير الموقع وتقنيا، وتطمح الجريدة إلى أن لا يبقى الموقع الإلكتروني مجرد صورة طبق الأصل للنسخة الورقية للصحيفة، بل سيعمل طاقم الجريدة على تحديث الأخبار المنشورة على الموقع تماشيا مع ما يجب أن تكون عليه هذه الأخيرة.

المبحث الثاني: التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل في صحف الدراسة

نقوم في هذا المبحث بالتحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل باعتبارها تحدد مجالات اهتمام الصحف، وتستند هذه الأخيرة في اختيارها لأشكال معينة وفق سياستها، وذلك بهدف إبراز توجهاتها وتقويمها للأحداث والموضوعات وموقفها منها، انطلاقاً من وجود علاقة جدلية بين الشكل والمضمون، وربما يمكن القول أن كل تبدل في المضمون قد يفرض تبديلاً في الشكل.

ويشمل هذا المبحث العناصر التالية:

- 1- توصيف عينة الدراسة بتوزيع المادة الخبرية المنشورة في صحف الدراسة على شهور السنة.
- 2- موقع المادة الخبرية المنشورة في صحف الدراسة.
- 3- شكل المادة الخبرية في صحف الدراسة.
- 4- قالب صياغة المادة الخبرية في صحف الدراسة.

جدول رقم (1):

توزيع المادة الخبرية في صحف الدراسة على شهور السنة.

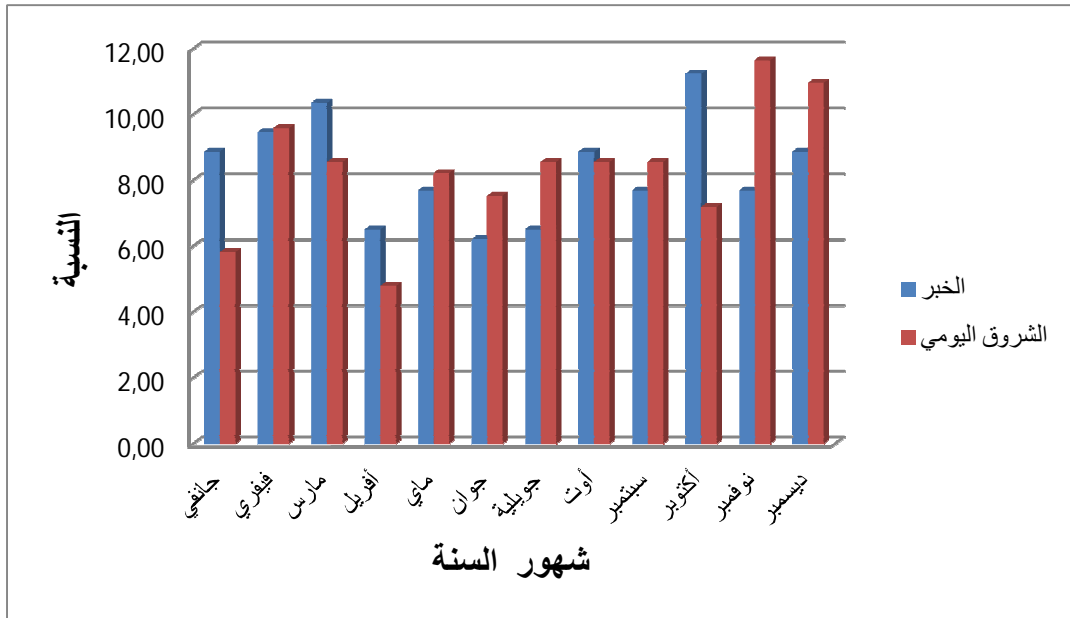
الشروق اليومي		الخبر		الشهور	الصحف
5.82%	17	8.87%	30	جانفي	
9.58%	28	9.46%	32	فيفري	
8.56%	25	10.35%	35	مارس	
4.79%	14	6.50%	22	أفريل	
8.21%	24	7.69%	26	ماي	
7.53%	22	6.21%	21	جوان	
8.56%	25	6.50%	22	جويلية	
8.56%	25	8.87%	30	أوت	
8.56%	25	7.69%	26	سبتمبر	
7.19%	21	11.24%	38	أكتوبر	
11.64%	34	7.69%	26	نوفمبر	
10.95%	32	8.87%	30	ديسمبر	
100%	292	100%	338	الإجمالي	

• يبين الجدول أعلاه توزيع الأخبار المنشورة والمشار إليها في الصفحة الأولى خلال سنة 2007 على شهور السنة، طبقاً لما أحرزته من تكرارات على النحو الآتي:

بلغ إجمالي الأخبار التي خضعت للتحليل في صحف الدراسة 630 خبراً، منها 338 خبراً في صحيفة الخبر، و292 خبراً في صحيفة الشروق اليومي، وتُعزى القلة النسبية في عدد الأخبار المنشورة في صحيفة الشروق اليومي مقارنة بجريدة الخبر إلى تخصيص جزء من الصفحة الأولى لنشر مواد رأي، وهي عبارة عن مقال تنشره جريدة الشروق اليومي بصفة منتظمة، فضلاً عن وجود شريط إشهاري في أسفل الصفحة، بالإضافة إلى أذنين إشهاري على جهة اليمين وآخر على جهة اليسار من الصفحة الأولى. كما تلجأ جريدة الشروق

اليومي إلى توظيف أهم خبر على شكل مانشيت يتوسط الصفحة الأولى، مرفقا بعناوين فرعية أخذت حقها من الإبراز عن طريق بنط أخف من المانشيت، ويرفق الموضوع الرئيس بصورة تتوسط الصفحة الأولى.

• أما صحيفة الخبر فتلجأ إلى أسلوب تكثيف الإشارات السريعة في الصفحة الأولى، فضلا عن أنها تنتشر موضوعات الصفحات الداخلية على شكل عمودين في الصفحة الأولى، بالإضافة إلى الموضوع الرئيس الذي يتوسط الصفحة الأولى مصحوبا بصورة.



الشكل رقم (1): توزيع المادة الخبرية على شهور السنة.

- يكشف الجدول المتعلق بتوزيع المادة الخبرية المنشورة والمشار إليها في الصفحة الأولى على شهور السنة عن ما يلي:
- وجود تقارب نسبي بين صحف الدراسة فيما يتعلق بتوزيع الأخبار على شهور السنة.
- انخفاض نسبة الأخبار المنشورة خلال شهر أفريل في صحف الدراسة، ويعود ذلك إلى انخفاض الأعداد التي خضعت للتحليل خلال هذا الشهر.

- ارتفاع طفيف في نسبة الأخبار المنشورة خلال شهر أوت في كلا الصحيفتين بسبب اهتمام صحف الدراسة بتغطية التحضير للدخول الاجتماعي.
- يكشف الشكل أعلاه انخفاضاً في نسب الأخبار التي خضعت للتحليل شهري جوان وجويلية، ويرجع ذلك إلى التغييرات التي تحدثها الصحف في مضمونها خلال هذه الفترة، حيث عادة ما تقلص الجرائد من عدد صفحاتها، فضلاً عن التوجه للموضوعات التي تتطلب أنواعاً صحفية معينة كالريبورتاج، نظراً لحاجة المواطن لمثل هذا النوع من الكتابات في هذه الفترة، بالإضافة إلى تراجع النشاط السياسي مقارنة بباقي شهور السنة.
- ارتفاع طفيف في نسب الأخبار في بعض شهور السنة في كلا الصحيفتين، ويرجع ذلك للأسباب التالية:

بالنسبة ليومية الشروق:

- يرجع ارتفاع نسبة الأخبار المنشورة خلال شهر نوفمبر مقارنة بباقي شهور السنة إلى تغطية الصحيفة للفيضانات التي اجتاحت الجزائر في هذه الفترة، حيث لجأ مسؤولو التحرير إلى صياغة عناوين شاملة للحدث في الصفحة الأولى، ثم تأتي الأخبار المتفرعة عنها في الصفحات الداخلية، مما جعلنا نحلل كل الأخبار المشار إليها في العنوان الرئيسي الشامل، فضلاً عن تغطية الشروق اليومي للانتخابات المحلية التي أجريت في شهر نوفمبر 2007.
- يأتي شهر ديسمبر في المرتبة الثانية، ويعود ذلك لرصد الشروق اليومي للزيارة التي قام بها الرئيس الفرنسي نيكولا ساركوزي للجزائر.

بالنسبة لجريدة الخبر:

- ارتفاع طفيف في نسبة الأخبار المنشورة خلال شهر أكتوبر، ويرجع ذلك إلى تغطية الصحيفة لحملة الانتخابات المحلية، فضلاً عن الاهتمام بنقل الأخبار ذات الطابع الأمني.

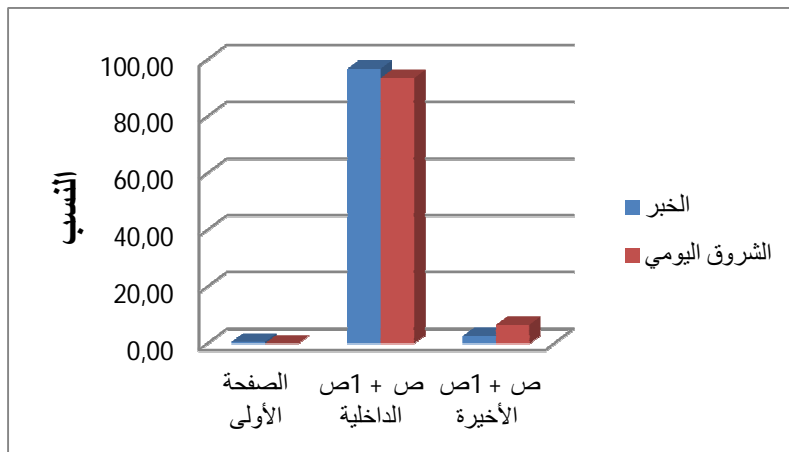
- يأتي شهر مارس في المرتبة الثانية من حيث عدد الأخبار التي خضعت للتحليل، ويعود ذلك لارتفاع الأعداد التي خضعت للتحليل خلال هذا الشهر (5 أعداد).

جدول رقم (2):

موقع المادة الخبرية المنشورة في صحف الدراسة.

الشروق اليومي		الخبر		الصفحة	الجريدة
%	ك	%	*ك		
0%	0	0.59%	02	الصفحة الأولى	
93.49%	273	96.74%	327	الصفحة الأولى + الصفحات الداخلية	
6.50%	19	2.66%	9	الصفحة الأولى + الصفحة الأخيرة	
100%	292	100%	338	الإجمالي	

- يكشف الجدول أعلاه عن ارتفاع نسبة الأخبار المشار إليها في الصفحة الأولى والمتممة في الصفحات الداخلية في كلا الصحيفتين (الخبر، والشروق اليومي) وذلك بنسبة 96.74%، و 93.49% على التوالي، مما يفسر لجوء الصحيفتين إلى أسلوب تكثيف الإشارات السريعة في الصفحة الأولى.



الشكل رقم (2): موقع المادة الخبرية في صحف الدراسة

جدول رقم (3):

شكل المادة الخبرية المنشورة في صحف الدراسة.

الشروق		الخبر		الجريدة	شكل المادة
%	ك	%	ك		
09.24%	27	8.28%	28		خبر قصير (*)
64.04%	187	60.05%	203		قصة إخبارية (**)
10.27%	30	10.05%	34		قصة إخبارية شاملة (***)
16.09%	47	21.59%	73		تقرير (****)
0.34%	1	0%	0		قصة جانبية (*****)
0%	0	0%	0		صورة إخبارية (*****)
100%	292	100%	338		الإجمالي

• يوضح الجدول أعلاه شكل المادة الخبرية في صحف الدراسة، حيث تصدرت القصة الخبرية قائمة ترتيب الأشكال التي صيغت وفقها المادة الخبرية في كلا الصحيفتين (الخبر، والشروق اليومي) وذلك بنسبة 60.05%، و 64.04% على التوالي، يليها التقرير الصحفي بنسبة 21.59% في الخبر، و 16.09% في الشروق اليومي، ثم القصة الإخبارية الشاملة بنسبة 10.05% في الخبر، و 10.27% في الشروق اليومي، متبوعة بالخبر القصير بنسبة 8.28% في الخبر، و 09.24% في الشروق اليومي، وتأتي القصة الجانبية في الترتيب

(*) - خبر قصير: هي تقارير سريعة حالية عن الأحداث تجيب عن العناصر الرئيسة للحدث بشكل مركز ومختصر دون تقديم تفاصيل الحدث وذلك في فقرة أو فقرتين على الأكثر.

(**) - قصة إخبارية: وهي تقارير آنية عن الأحداث المهمة تحتوي على تفاصيل الخبر وجوانبه وتجيب عن التساؤلات الرئيسة، وذلك في أكثر من فقرتين.

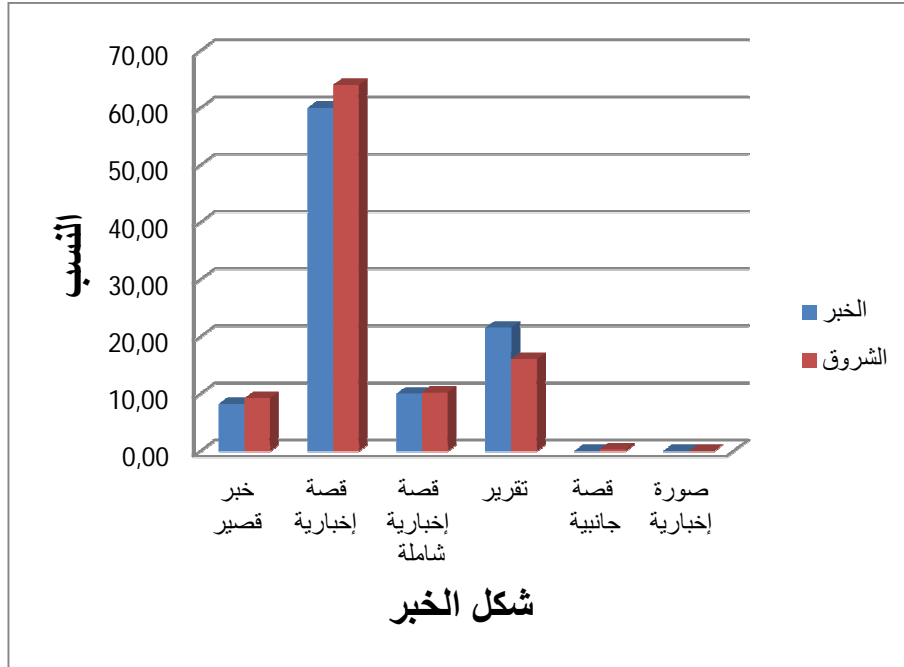
(***) - قصة إخبارية شاملة: يقصد بها القيام بتغطية إخبارية شاملة لأحداث متعددة متشابهة، يتم عرضها داخل قصة إخبارية واحدة، أو حدث تدور وقائعه في أماكن مختلفة وتشارك فيه أطراف مختلفة.

(****) - تقرير: يقوم على عرض وقائع الحدث وتفصيله مع خلفياته، ويناسب هذا الشكل التغطية التفسيرية.

(*****) - قصة جانبية: وهي عبارة عن تقارير إخبارية مختصرة ومكثفة وتتصل اتصالا مباشرا بقصة إخبارية مهمة أو تقرير إخباري منشور في الصفحة نفسها أو في العدد نفسه من الصحيفة، وتبرز هذه القصص عادة الجوانب الأساسية أو ردود فعل اتجاه حدث ما.

(*****) - صورة إخبارية: صورة فوتوغرافية عن شخص أو موضوع مرتبط بمعلومات خبرية.

الأخير بالنسبة للشروق اليومي وذلك بنسبة 0.34%، بينما لم تعتمد صحيفة الخبر على هذا الشكل في صياغة مادتها الإخبارية، كما لم تلجأ الصحيفتان إلى الصورة الإخبارية في معالجة الأخبار.



الشكل رقم (3): شكل المادة الخبرية في صحف الدراسة.

- يتضح مما سبق:
- تفضيل الصحفيين للقصة الخبرية في صياغة الأخبار، حيث أوضحت نتائج الدراسة ارتفاع نسبة الأخبار التي صيغت وفق هذا الشكل.
- اعتماد الصحفيين في المرتبة الثانية على التقارير الإخبارية.
- استعمال القصص الإخبارية الشاملة والخبر القصير بدرجة أقل.
- عدم استخدام الجريدتين للقصة الجانبية، والصورة الإخبارية في صياغتهما لمادتهما الإخبارية.
- وقد يرجع التركيز على القصة الخبرية لما تتمتع به هذه الأخيرة من بساطة فكرية كونها تقوم على وصف واقعة واحدة ومحددة، وارتكاز القصة الإخبارية على واقعة واحدة يحد من كثافة التفاصيل بداخلها، وبالتالي لا يرتبك

القارئ أثناء قراءته ولا تضيع منه بعض المعلومات المتعلقة بالواقعة التي يدور حولها الخبر، أما القصة الإخبارية الشاملة فيزداد عدد الوقائع بداخلها، وبالتالي تزداد التفاصيل الخاصة بها بما يؤدي في النهاية إلى ضياع المعلومات التي يحملها الخبر أو الموضوع الرئيس الذي يدور حوله بسبب كثافة التفاصيل المتعلقة به.

- أظهرت نتائج التحليل الكمي الاعتماد على التقرير الصحفي الذي احتل المرتبة الثانية في كلا الصحفيتين، ويمكن أن يفسر ذلك على أن صحف الدراسة تؤمن بدورها في إحاطة القارئ علما بتفاصيل وخلفيات الأحداث لإمداد الرأي العام بالمعلومات التي تساعد على تكوين رأي صائب اتجاه الأحداث والقضايا المختلفة وهو ما يحققه التقرير الإخباري.

- تعلقت التقارير بصفة عامة بنقل وقائع محاكمة المتورطين في قضية الخليفة بنك، حيث نقلت صحف الدراسة الوقائع كما دارت فعاليتها في المحكمة من خلال نقل أسئلة رئيسة المحكمة، الدفاع وجواب المتهمين أو الشهود في القضية.

- كشفت نتائج تحليل مضمون المواد الخبرية المنشورة في صحف الدراسة، أن الاعتماد على القصص الإخبارية الشاملة يأتي في المرتبة الثالثة، حيث يقوم الصحفي بوصف عدد من الوقائع والربط بينها، وفي هذه الحالة يقف المحرر أمام مجموعة من الحوادث والوقائع الهامة والتي تتساوى في أهميتها مع وجود علاقة بينها وهنا لا بد أن يقوم بالتأليف والربط بينها كي يخرجها في صورة إخبارية شاملة. إن صياغة الخبر على شكل قصة إخبارية شاملة يجنب القائم بالاتصال التكرار الذي لا مبرر له.

- تعتمد صحف الدراسة بدرجة أقل على الأخبار القصيرة، التي عادة ما تتكون من فقرة واحدة وتكون المقدمة والجسم فيها شيئا واحدا، إلا أن الأخبار

القصيرة لا تسمح بالإسهاب والتطويل لطرح وجهة النظر الأخرى، فلا تخرج تفاصيل الخبر عما يؤكد عنوانه، الذي يُنتقى من خلال التركيز على زاوية معينة أو دلالة ما من الخبر ويبرزها ويسير معها باقي متن الخبر.

جدول رقم (4):

قالب صياغة المادة الخبرية في صفه الدراسة.

الشروق اليومي		الخبر		قالب الصياغة	الجريدة
%	ك	%	ك		
88.35%	258	91.12%	308	قالب الهرم المقلوب	
8.21%	24	3.55%	12	قالب الهرم المعتدل	
3.42%	10	5.32%	18	قالب الهرم المقلوب المتدرج	
100%	292	100%	338	الإجمالي	

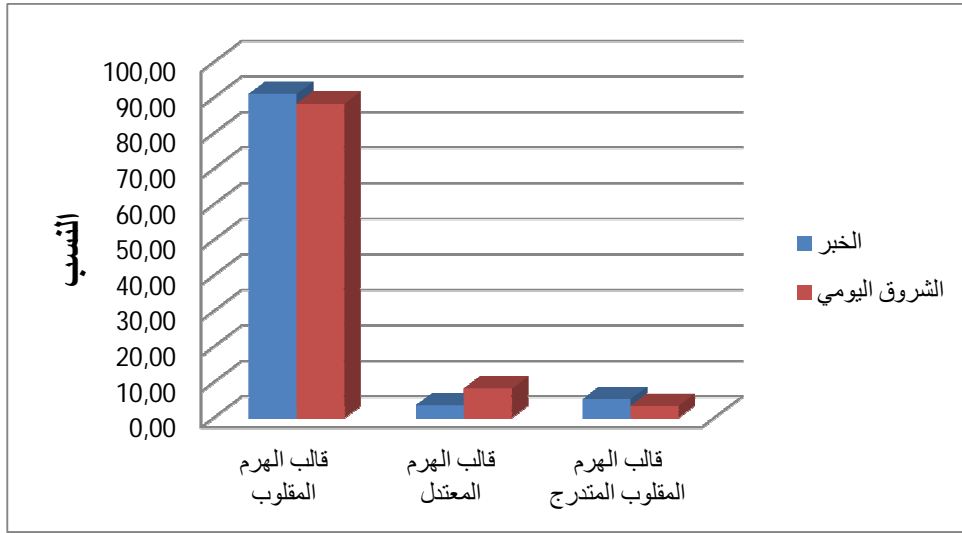
• أظهرت نتائج تحليل مضمون المواد الخبرية المنشورة في صحيفتي الخبر والشروق اليومي، اعتماد القائمين بالاتصال في صياغة المادة الخبرية على قالب الهرم المقلوب^(*) بصفة أساسية، حيث بلغت نسبة استعماله في جريدة الخبر 91.12%، وبلغت نسبة استخدامه في الشروق اليومي 88.35%، وجاء الهرم المقلوب المتدرج^(**) في المرتبة الثانية في جريدة الخبر بنسبة 5.32%، واحتل هذا القالب المركز الثالث في الشروق اليومي بنسبة 3.42%، وبينما جاء قالب الهرم المعتدل^(***) في المرتبة الثالثة في جريدة الخبر بنسبة

(*) قالب الهرم المقلوب: يقوم هذا القالب على أساس تشبيه بناء الخبر الصحفي بالبناء المعماري للهرم مقلبا بحيث ينقسم الخبر إلى جزأين اثنين فقط هما قمة الهرم، وجسم الهرم، وتأتي أهم حقيقة أو معلومة أو أبرز واقعة به في المقدمة وهي هنا قاعدة الهرم المقلوب، أما تفاصيل الخبر فتأتي بعد ذلك لتشكل جسم الخبر وتبدأ بمعلومة مهمة في الخبر وإن كانت أقل أهمية من المعلومة أو الواقعة التي تضمنتها المقدمة، وتتلوها بعد ذلك المعلومات أو الوقائع الأقل أهمية حتى تصل إلى نهاية الخبر أو قمة الهرم المقلوب حيث أقل المعلومات أو أقل الوقائع أهمية.

(**) قالب الهرم المقلوب المتدرج: يأخذ الهرم المقلوب المتدرج شكل المستطيلات المتدرجة على شكل هرم مقلوب بحيث يكون للخبر مقدمة تتضمن أهم تصريح في الخبر ثم يأتي بعد ذلك جسم الخبر في شكل فقرات متعددة يشرح ويلخص كل منها جانبا من جوانب الخبر وبين كل فقرة وأخرى يذكر نص تصريح بمصدر الخبر أو الشخصية التي يدور حولها الخبر لتؤكد ما سبق وصرح في الفقرة السابقة وهكذا على أن ترتب كل فقرة و ما بينها من فقرات مقتبسة من أقوال المصدر حسب أهمية كل منها بحيث يبدأ بالتصريح الأكثر أهمية وهكذا، وقالب الهرم المتدرج هو أصلح القوالب الفنية في كتابة الأخبار القائمة على سرد تصريحات كما هو الأمر في الخطب والبيانات والمؤتمرات الصحفية... الخ.

(***) قالب الهرم المعتدل: يقوم هذا القالب على أساس تشبيه بناء الخبر الصحفي بالبناء المعماري للهرم المعتدل، بحيث ينقسم الخبر إلى ثلاثة أجزاء: مقدمة تحتل قمة الهرم، وهي مدخل يمهّد لموضوع الخبر وإن كان لا يحتوي على أهم ما فيه ثم يلي المقدمة جسم الخبر الذي يحتل جسم الهرم، وبه تفاصيل أكثر أهمية في الخبر أو الحدث، وتندرج بنا هذه التفاصيل حتى تصل إلى خاتمة الخبر التي تحتل قاعدة الهرم، وفي هذا القالب يبدأ الخبر بالتفاصيل الأقل أهمية ثم يتدرج بعد ذلك ليذكر التفاصيل الأكثر أهمية حتى يفاجأ القارئ في النهاية بأهم ما في الخبر أو نتيجته وذلك في خاتمة الخبر. ولا يستخدم هذا القالب إلا في الأخبار المتعلقة بالقصص الإنسانية أو الأحداث العاطفية أو الحوادث والجرائم المثيرة.

احتل هذا القالب المرتبة الثانية في جريدة الشروق اليومي بنسبة 03.55%،
08.21%.



الشكل رقم (4): قوالب صياغة المادة الخيرية.

ومما سبق يمكن استخلاص ما يلي:

- اعتماد صحف الدراسة بدرجة أساسية على قالب الهرم المقلوب في صياغة الخبر الصحفي.
- انخفاض نسبة الأخبار التي صيغت وفق قالب الهرم المقلوب المتدرج، والهرم المعتدل في صحف الدراسة، وإن اختلف ترتيبهما.
- استخدم قالب الهرم المعتدل بصفة خاصة في تغطية محاكمة الأشخاص المتورطين في فضيحة الخليفة بنك، حيث نقل القارئون بالاتصال في صحف الدراسة وقائع المحاكمة حسب التسلسل الزمني أو حسب مجريات الأحداث.
- تم الاعتماد على قالب الهرم المقلوب المتدرج في معالجة الأخبار التي وردت على شكل بيانات، مثل البيان الذي أصدرته الجماعة السلفية للدعوة والقتال كرد على رئيس الجمهورية عن دعوة التخلي عن السلاح التي وجهها

السيد عبد العزيز بوتفليقة في خطابه الذي ألقاه أمام الإطارات في 26 ديسمبر 2006⁽¹⁾.

• يكشف اعتماد القائمين بالاتصال في صحف الدراسة على قالب الهرم المقلوب في صياغة المادة الخبرية على نقل تقييماتهم عن ما هو مهم بالنسبة للقارئ، كما أن ترتيبهم للوقائع حسب أهميتها، يتم بشكل روتيني، باستخدام قواعد ومعايير شبه معروفة، كما يؤدي من ناحية أخرى تدخلهم في الحقائق المطروحة، وفقا لرؤيتهم لأهميتها، وإن كان لا يمكن دائما تغليف الحقائق بدقة أو تعبئتها في شكل بداية ووسط وخاتمة، وإتباع هذا الروتين يحمل معه تشويها للوقائع، كما أن البناء الفني للخبر يقيد الصحفي في طريقة تنظيمه للحقائق لتلائم الشكل الفني للكتابة والتخطيط المسبق لها.

(1) الخبر/ 6 جانفي 2007 / العدد: 4903.

المبحث الثالث: التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون في صحف الدراسة.

يدور موضوع المبحث الثاني حول التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون بهدف الكشف عن محتوى المادة الخبرية المنشورة في صحف الدراسة.

ويشمل هذا المبحث العناصر التالية:

- 1- طبيعة المادة الإخبارية في صحف الدراسة.
- 2- طريقة عرض المادة الإخبارية في صحف الدراسة.
- 3- مصادر صحف الدراسة.
- 4- طبيعة مصادر القائم بالاتصال في صحف الدراسة.
- 5- نوع المصادر في صحف الدراسة.
- 6- مستوى التغطية الإخبارية في صحف الدراسة.
- 7- توزيع طبيعة المادة الإخبارية على الأشكال الفنية للخبر.
- 8- توزيع طبيعة المادة الإخبارية على القوالب الفنية.
- 9- توزيع طبيعة المادة الإخبارية على طريقة صياغة الخبر.

جدول رقم (5):

توزيع طبيعة المادة الخبرية المنشورة في صحف الدراسة.

الشروق اليومي		الخبر		الجريدة	الموضوع
%	ك	%	ك		
25%	73	29.58%	100		سياسي
19.17%	56	17.75%	60		أمني
10.27%	30	21.30%	72		اقتصادي
28.76%	84	21.30%	72		اجتماعي
3.08%	9	0.59%	02		ديني
5.13%	15	0.59%	02		ثقافي
4.79%	14	7.69%	26		رياضي
0%	0	0%	0		علمي
3.76%	11	1.18%	04		آخر
100%	292	100%	338		المجموع

• يبين الجدول أعلاه توزيع المادة الخبرية المنشورة في صحف الدراسة، وفق ما أحرزته من تكرارات طبقاً لطبيعة الخبر، والتي جاءت على النحو الآتي:

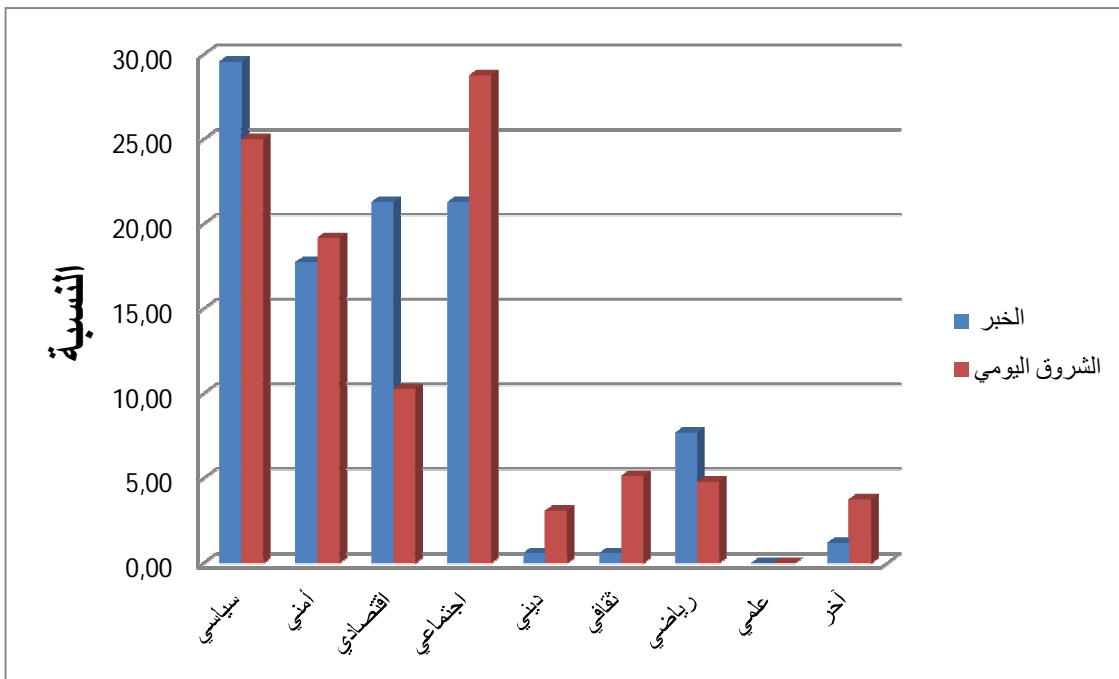
بالنسبة لجريدة الخبر:

• احتلت الأخبار السياسية صدارة الترتيب بنسبة 29.58%، وتقاسمت الأخبار الاقتصادية والاجتماعية المرتبة الثانية بنسبة 21.30% لكل نوع منها، وأتى في الترتيب الثالث الأخبار المتعلقة بالجانب الأمني بنسبة 17.75%، ونجد الأخبار الرياضية في المرتبة الرابعة بنسبة 7.69%، واحتلت الأخبار المتنوعة (أو ما يسمى بآخر) المرتبة الخامسة بنسبة 1.18%، وجاء في آخر الترتيب

الأخبار المتعلقة بالجانب الديني والثقافي بنسبة 0.59% لكل نوع منها، بينما لم تنشر جريدة الخبر خلال فترة الدراسة ولا خبر علمي واحد.

بالنسبة للشروق اليومي:

• تصدرت الأخبار الاجتماعية قائمة الترتيب في جريدة الشروق اليومي بنسبة 28.76%، تليها الأخبار السياسية بنسبة 25%، وجاء في الترتيب الثالث الأخبار التي تمس بالمواضيع الأمنية بنسبة 19.17%، واحتلت الأخبار الاقتصادية المرتبة الرابعة بنسبة 10.27%، وجاءت الأخبار الثقافية في المرتبة الخامسة بنسبة 5.13%، ونجد الأخبار الرياضية في المرتبة السادسة بنسبة 4.79%، وتقاسمت الأخبار الدينية والمتنوعة المرتبة السابعة بنسبة 3.08% و3.76% على التوالي، في حين لم تعر صحيفة الشروق اليومي أي اهتمام للأخبار ذات الطابع العلمي.



الشكل رقم (5): موضوعات المادة الإخبارية.

- يتضح من خلال قراءة النسب المتحصل عليها ما يلي:
 - جاءت الأخبار السياسية في المرتبة الأولى في جريدة الخبر، واحتل هذا النوع من الأخبار المركز الثاني في يومية الشروق.
 - تصدرت الأخبار الاجتماعية قائمة ترتيب الموضوعات في صحيفة الشروق اليومي، في حين جاء هذا النوع من الأخبار بالإضافة إلى الأخبار الاقتصادية في المرتبة الثانية في جريدة الخبر.
 - أتت الأخبار ذات الطابع الأمني في المرتبة الثالثة في كلا الصحيفتين.
 - بينما جاءت الأخبار الرياضية في الترتيب الرابع في جريدة الخبر، احتلت الأخبار الاقتصادية هذا المركز في جريدة الشروق اليومي.
 - وبينما جاءت الأخبار الثقافية في المرتبة الخامسة في جريدة الشروق اليومي، احتل هذا النوع من الأخبار فضلا عن الأخبار التي تناولت المواضيع الدينية الترتيب السادس في صحيفة الخبر.
 - وجاء في آخر الترتيب بالنسبة لصحيفة الشروق اليومي الأخبار التي تناولت الموضوعات الدينية والمتنوعة.
 - لم يعر القارئون بالاتصال في صحف الدراسة أي اهتمام للأخبار ذات الطابع العلمي.
 - ويمكن تقسيم مواضيع صحف الدراسة إلى مستويين:
- المستوى الأول:** يضم الأخبار السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية، والأمنية، وإن تقدمت الأخبار الاجتماعية الأخبار السياسية في يومية الشروق، فضلا عن احتلال الأخبار الاقتصادية المرتبة الثانية في جريدة الخبر، بينما جاء هذا النوع من الأخبار في المرتبة الرابعة في صحيفة الشروق اليومي.

المستوى الثاني: ويضم الأخبار الدينية، الثقافية، الرياضية، وبنسب متفاوتة.

• تكشف نتائج تحليل مضمون المواد الخبرية المنشورة في صحف الدراسة عن وجود تقارب أو اتفاق عرفي بين القائمين بالاتصال (الصحفيين) على تبادل معلوماتهم وتوقعاتهم وآرائهم، حول الأحداث والأخبار، وربما يساهم في ذلك تواجدهم في جهات عمل مشتركة، إذ قد تتشابه وسائل الإعلام في توزيعها لصحفيها ومراسيلها إلى حد كبير، وقد يكون ذلك وفقا لدرجة توقعاتها والبرنامج الخاصة بتغطية أحداث مبرمجة مسبقا، ما قد يسفر عن تقارب بين نوعية المواضيع التي يتم تغطيتها من طرف الصحفيين في مختلف الجرائد، وقد يؤدي ذلك إلى وجود تشابه في المحتوى، وهو ما يسمى بشبكة الأخبار، أي توزيع الصحفيين على أماكن محددة، لإنتاج مواد إخبارية يومية للجريدة، مكتوبة من قبل صحفيين موجودين في مواقع معينة، وقد تفرض هذه الشبكة طابعها أو نظامها الخاص على المجتمع الذي تخدمه، حيث يفترض أن الأخبار سوف تقع في أماكن محددة، وليس في غيرها، وأن القراء مهتمون بأحداث معينة، وموضوعات معينة، ما قد يسفر عن وجود تقارب أو تشابه في نوع المواضيع التي قامت بتغطيتها كل من جريدتي الخبر والشروق اليومي خلال فترة الدراسة، حيث طغت أحداث على غيرها، ما جعلها مرشحة بدرجة كبيرة للنشر، كما أثرت الأحداث العريضة على عملية انتقاء بعض الأخبار، مثل تغطية جلسات محاكمة عبد المؤمن خليفة، أو ما اصطلح على تسميته بفضيحة القرن، فضلا عن الاهتمام بنشر سلسلة الفضائح المالية وسوء التسيير وتبديد أموال الدولة، بالإضافة إلى إيلاء الصحفيين اهتماما خاصا لتغطية الانتخابات التشريعية والمحلية.

• تؤدي عملية التشابه في الموضوعات أو حتى المحتويات بين الصحف إلى تحويل الأخبار إلى روتين، ومن ثم الاستخدام المكثف لنوعيات

معينة من الأخبار، التي تتوافق مع متطلبات العمل، حيث تحدد هذه المعايير إجراءات اختيار وتفضيل القصص الإخبارية التي تتضمن الأخبار المباشرة، وهي أخبار يتم إسنادها إلى مصدر رسمي، أو تقوم على حضور الصحفي بنفسه وقائع الحدث.

• سمح تحليل مضمون المواد الخبرية المنشورة في صحف الدراسة باستنتاج ما يلي:

• التركيز على الأخبار السياسية في صحف الدراسة وإن تقدمت الأخبار الاجتماعية (التي يظهر عليها تأثيرها بالتوجيهات السياسية) الأخبار السياسية في جريدة الشروق اليومي، وربما يعود اهتمام صحيفتي الخبر والشروق اليومي بهذا النوع من الأخبار إلى سهولة الحصول عليها، وكذلك لما لها من قيمة إخبارية كبيرة، أو ربما لاعتبار أن الجزائر دولة نامية، ومن ثم يرتفع معدل الأخبار السياسية لرفع مستوى الوعي السياسي لدى المواطنين.

• وعليه، فعلى الرغم من اتساع مفهوم الخبر ليشمل ما يدور حولنا من أحداث ووقائع تدخل في دائرة اهتمام المتلقين، يحصر المسؤولون في صحف الدراسة هذا المفهوم في كل ما هو سياسي واجتماعي وأمني واقتصادي.

• إن احتلال الأخبار السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية، والأمنية للمراتب الأولى في كلا الصحيفتين (الخبر، والشروق اليومي) لم يتح الفرصة أمام النوعيات الأخرى من الأخبار للظهور بشكل يمكن أن يحدث قدرا من التوازن في طبيعة تناول النوعي لهذه الأخبار.

• لم تول الجريدتان اهتماما كافيا بالموضوعات الثقافية والدينية والرياضية، وإن كان قد ظهر اهتمام صحيفة الخبر بالأخبار الرياضية (هذا النوع من الأخبار يعبر عن اهتمامات الجمهور) مقارنة بجريدة الشروق اليومي.

- طغيان الأحداث العريضة على التغطية الإخبارية (قضية الخليفة، الانتخابات التشريعية والمحلية، الوضع الأمني في الجزائر).

جدول رقم (6):

طريقة عرض المادة الخبرية في صحف الدراسة.

الشروق اليومي		الخبر		الجريدة	طريقة العرض
%	ك	%	ك		
47.94%	140	61.83%	209		مجرد
17.46%	51	12.42%	42		تفسيري
34.58%	101	25.73%	87		ملون
100%	292	100%	338		المجموع

- تكشف نتائج تحليل المضمون عن ارتفاع نسبة الأخبار المجردة في صحف الدراسة، حيث بلغت 61.83% في جريدة الخبر، و 47.94% في يومية الشروق، محتلة بذلك المرتبة الأولى، تليها الأخبار الملونة، أي التي تخطط الخبر بالرأي، إذ بلغت نسبتها في كلا الجريدتين (الخبر، والشروق اليومي) 25.73%، و 34.58% على التوالي، ثم الأخبار التفسيرية بنسبة 12.42% في صحيفة الخبر، و 17.46% في الشروق اليومي.

- تبين النتائج المتحصل عليها سعي صحف الدراسة إلى الالتزام بنقل الحقائق والأحداث كما وقعت، دون التدخل فيها سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، ويلاحظ من خلال تحليل مضمون المواد الخبرية، محاولة القائمين بالاتصال في كلا الصحفيتين الالتزام بنقل الأخبار مجردة، من خلال طرح الحقائق على أسنة قائلها، فضلا عن محاولة ابتعادهم عن إدراج رأيهم الشخصي، والاعتماد على طرح آراء أشخاص آخرين، من منطلق أن ذلك يعفيهم من مسؤولية المشاركة في الموضوع، مما يجعلهم يتيحون الفرصة أمام الحقائق لكي تتحدث عن نفسها.

• يقرن المختصون في الإعلام محاولة القائمين بالاتصال نقل الخبر كما وقع أو حدث، بمفهوم الموضوعية، أو عدم التحيز في سرد وقائع أو مجريات الأحداث، من باب الالتزام بمبدأ الحياد والتجرد والابتعاد عن الذاتية، بمعنى فصل الذاتية عن الحدث الذي يقوم القائم بالاتصال بنقله. لكن مبدأ الموضوعية قد تعرض للعديد من الانتقادات، منها ما ذهب إليه كل من ماتلار وسيجلوب Mattelard et Siegelaub من أن الموضوعية تفترض وجود واقع خارجي يمكن وصفه بتجرد، من قبل شخص يملك مهارات كافية، غير أن الحقيقة تقول أنه لا وجود لواقع يعرفه الناس سوى ذلك الواقع المعدل من خلال حالة الوعي. لذلك فوصف الأشياء والأحداث مهما كان عملياً وخالصاً من النظرة الشخصية، لا بد أن يخضع للتلوين بطريقة أو بأخرى، وأن مفهوم الموضوعية يفترض في الصحفي امتلاك مقدرة على تحديد ما هو جوهري لكي يكون صالحاً للنشر، وهذا الافتراض يدعم الاتجاه الآخر القائل بأن الموضوعية ليست سوى اختيار متحيز للمعلومات⁽¹⁾.

• يمكن القول أن الخبر المجرد، هو تلك المادة الإعلامية التي تقتصر على تسجيل الوقائع أو تصوير الأحداث أو سرد المعلومات، دون أن يدعم ذلك بخلفية من المعلومات والبيانات والتفاصيل، وبما أنه من الصعوبة بمكان تحقيق مبدأ الموضوعية، لذلك فقد استبدل مفهوم الموضوعية بمفاهيم أخرى موازية تمثل الدقة، عرض وجهات النظر المختلفة، وعدم التحيز، والتجرد.

• تأتي الأخبار الملونة، أو التي تخطط الخبر بالرأي، في المرتبة الثانية، حيث يُلاحظ من خلال تحليل مضمون المادة الخبرية في صحف الدراسة، أن الأمر لا يقتصر عند حد انتقاء المعلومات والحقائق والمصادر ذات التوجه المطلوب لخدمة الرأي الذي تسعى لتأكيد صحيفته في ذهن القارئ، فإن

(1) محمد نجيت الصرايرة، مرجع سابق، ص 254-255

الخط المقصود والمتعمد للخبر بالرأي في ذات الخبر أصبح ظاهرة حيث لا تكفي هذه الصحف باستخدام علامات الوقف بلا مبرر موضوعي، أو استعمال علامات التعجب لإبداء الرأي^(*)، أو إطلاق الأوصاف لتبئى عن رأي الصحيفة، فضلا عن استخدام العنوان للتهليل أو للتهوين^(**) من شأن وأهمية موضوع الخبر أو التأكيد على جوانب معينة في الحدث وإهمال جوانب أخرى رغم أهميتها، بل تتعداه للتعبير المباشر والصريح عن رأي المحرر أو الصحيفة في وقائع الخبر، دون الفصل بين حق القارئ في المعرفة المجردة وحق الصحيفة في التعليق عليها، كما لا تطرح وجهتي النظر والآراء المتعارضة داخل سياق الخبر، حيث يتم اختيار زوايا معينة من وقائع وتفاصيل الحدث، وتركز عليها في سياق الخبر.

• توضح نتائج تحليل مضمون المواد الخبرية في صحف الدراسة، أن نسبة كبيرة من هذه المواد افتقرت للشرح والتفسير، ويقلل افتقار المادة الخبرية لهذا النوع من المعلومات من قدرة الصحيفة على أن تقدم معارف متكاملة للقارئ، تسمح له بتكوين رؤى صحيحة عن الأحداث والوقائع التي تدور حوله.

(*) انظر العناوين الآتية:

- تسعى لفرض نموذج غربي على المجتمع الجزائري.
- الأمم المتحدة تحت الجزائر على منع تعدد الزوجات !
- جريدة الشروق اليومي / 04 نوفمبر 2007 / العدد 2139.
- وزعت عليهم قبل بدء ندوة صحفية نشطها عبد المؤمن بباريس الخليفة اشترى ذمم بعض الصحفيين بـ 5 آلاف فرنك فرنسي !
- جريدة الشروق اليومي / 15 فيفري 2007 / العدد 1918.
- انظر العناوين الآتية:
- ألغت اتفاقا معها لانجاز مشروع القرن في مجال الغاز.
- سوناطراك تطرد شركتين اسبانيتين من مشروع بملايير الدولارات.
- استعمل المحرر فعل "تطرد" في العنوان ، إلا أنه ومن خلال قراءة الخبر يتضح بأن شركة سوناطراك ألغت أو فسخت الاتفاق المبرم.
- جريدة الشروق اليومي / 05 سبتمبر 2007 / العدد 2090.
- وزارة الموارد المائية تضع مخططا استعجاليا لمواجهة الأزمة.
- أيها الجزائريون احتفظوا بصهاريج المياه ... 2007 سنة الجفاف.
- جريدة الشروق اليومي / 07 فيفري 2007 / العدد 1911.

- وإذا كانت مسؤولية الصحفيين هي خدمة الجمهور بتوفير المعلومات التي تمكن القراء من تكوين الآراء واتخاذ القرارات في مختلف القضايا، فإن الصحفي لا بد أن يفسر الأخبار، فليس كافياً أن تقدم قصة إخبارية كمجموعة من الحقائق والافتباسات دون معنى. إن القضية ليست هي توفير المعلومات، ولكن القضية هي الالتزام بتوفير معلومات لها معنى.

جدول رقم (7):

مصادر صحف الدراسة.

الشروق اليومي		الخبر		المصادر
ك	%	ك	%	الصحيفة
284	97.26%	270	79.88%	الصحفي
1	0.34%	42	12.42%	مراسل
1	0.34%	0	0%	وكالات الأنباء
3	1.02%	09	2.66%	الصحفي+المراسل
1	0.34%	02	0.59%	الصحفي +وكالات الأنباء
0	0%	0	0%	إذاعات
0	0%	0	0%	تلفزيون
0	0%	0	0%	صحف أخرى
0	0%	0	0%	انترنت
02	0.68%	15	4.43%	أخرى (غير موقعة)
292	100%	338	100%	المجموع

- يوضح الجدول أعلاه مصادر الحصول على الأخبار في صحف الدراسة:

بالنسبة لجريدة الخبر:

- اعتمدت جريدة الخبر على الصحفيين كمصادر أساسية في عرض الأخبار بنسبة 79.88%، يأتي المرسلون في المرتبة الثانية بنسبة 12.42%،

وجاء الصحفيون والمراسلون في المرتبة الثالثة بنسبة 2.66%، وبلغت نسبة المصادر التي يشترك فيها الصحفيون ووكالات الأنباء 0.59% محتلة بذلك المرتبة الرابعة، في حين لم تعتمد جريدة الخبر على باقي المصادر في جمع الأخبار (وكالة الأنباء، الإذاعة، التلفزيون، الصحف الأخرى، والانترنت).

بالنسبة للشروق اليومي:

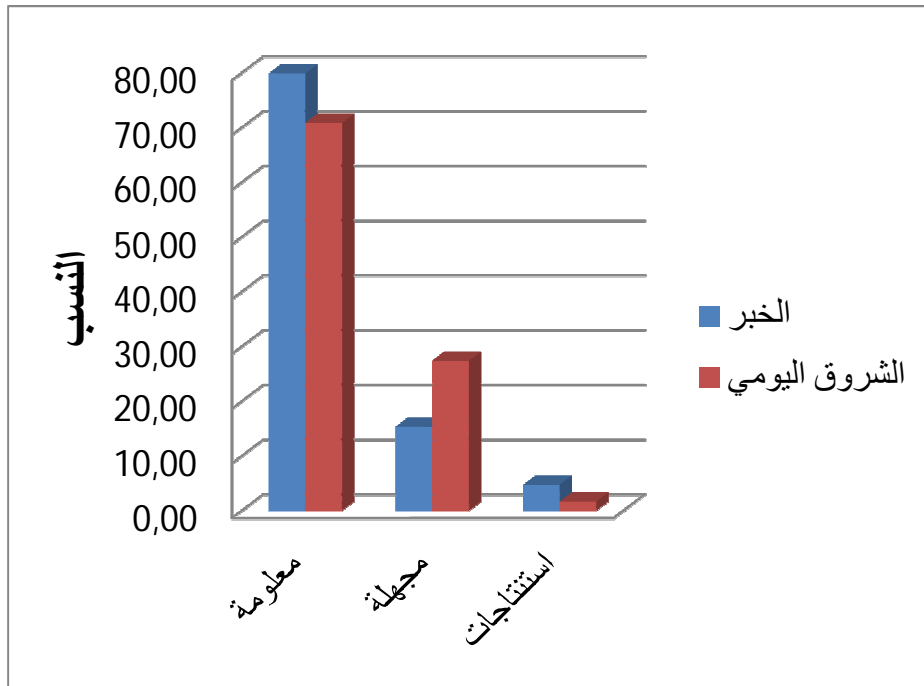
- بلغت نسبة اعتماد جريدة الشروق اليومي على الصحفيين كمصادر لجمع المعلومات 97.26% وبذلك احتل هذا النوع من المصادر المرتبة الأولى، مع الإشارة أن الصحيفة تنشر اسم صاحب الخبر دون تمييز بين المراسلين وصحفيي الجريدة، ولهذا جاءت النسبة مرتفعة جدا في هذا النوع من المصادر، وجاء في المرتبة الثانية الصحفيون والمراسلون بنسبة 1.02%، واحتلت باقي المصادر (المراسل، وكالات الأنباء، الصحفيون + وكالات الأنباء) المرتبة الثالثة بنسبة 0.34% لكل نوع منها، في حين لم تعتمد جريدة الشروق اليومي على الإذاعات والتلفزيون والصحف الأخرى والانترنت في جمع مادتها الإخبارية.
- إن اعتماد صحف الدراسة على الصحفيين في جمع المعلومات، وإن عُد ذلك مؤشرا ايجابيا، إلا أنه قد يحد من تنويع المصادر في صياغة القصاص الخبرية.

جدول رقم (8):

طبيعة مصادر القائم بالاتصال في صحف الدراسة.

الشروق اليومي		الخبر		الصحيفة	طبيعة المصادر
ك	%	ك	%		
207	70.89%	270	79.88%		معلومة
80	27.39%	52	15.38%		مجلة
5	1.71%	16	4.73%		استنتاجات
292	100%	338	100%		المجموع

- بلغت نسبة الأخبار المعلومة المصدر، من خلال تحليل المادة الخبرية المنشورة في صحف الدراسة 79.88% في صحيفة الخبر، و70.89% في الشروق اليومي، تليها الأخبار المجهلة⁽¹⁾ المصدر بنسبة 15.38% في جريدة الخبر، و27.39% في الشروق اليومي، ثم الأخبار التي جاءت عبارة عن استنتاجات بنسبة 4.73% في الخبر، و1.71% في الشروق اليومي.



الشكل رقم (6): طبيعة مصادر القائم بالاتصال

ومنه يمكن استنتاج ما يلي:

- ارتفاع نسبة الأخبار التي تعتمد على المصادر المعلومة في كلا الجريدتين، مما يفسر محاولة القائمين بالاتصال في صحف الدراسة الالتزام بمبدأ توثيق المعلومات.

(1) اعتمدنا في رصد ظاهرة تجهيل الأخبار على مصطلح "المصادر المجهلة" وليس "الأخبار المجهلة"، كما وظفنا مفهوم المصدر المجهل، على أنه إسناد المعلومات التي تحصل عليها القائم بالاتصال في صحف الدراسة (الخبر، والشروق اليومي) إلى الفعل المبني للمجهول مثل (علم، ذكر أن، نقل، ...) أو إلى مصدر غير محدد مثل (علمت الصحيفة من مصادر مطلعة، أو حسنة الإطلاع، أو من مصادر مسؤولة، مصادر مقربة من مصدر رفض الإفصاح عن نفسه، أو حجم عن ذكر اسمه، أو كشف مصدر حكومي، أو ما إليها....).

• ارتفاع نسبة الأخبار المجهلة المصدر في جريدة الشروق اليومي مقارنة بصحيفة الخبر .

• ارتفاع نسبة الأخبار المبنية على الاستنتاجات في جريدة الخبر، مقارنة بجريدة الشروق اليومي، ويرجع ذلك لارتفاع نسبة الأخبار الرياضية في جريدة الخبر، عنها في الشروق اليومي^(*)، حيث يستند الصحفي في تحريره لهذا النوع من الأخبار على نتائج الفرق الرياضية^(**).

ورغم أن النسبة المتعلقة بالمصادر المجهلة في صحف الدراسة غير كبيرة مقارنة بالمصادر المعلومة، إلا أن نسبتها معتبرة، وهذا يؤثر على مصداقية الصحيفة، "فمسألة الإسناد إلى المصدر أو توثيق المعلومات على غاية من الأهمية بالنسبة للقائمين بالاتصال، بل تعد القاعدة الذهنية لحماية الصحيفة وتجنب المساءلة القانونية"⁽¹⁾.

تركزت الأخبار المجهلة المصادر في صحف الدراسة في الموضوعات السياسية، وقد يرجع ذلك إلى تأثير بعض الأحداث العريضة التي تزامنت مع فترة التحليل، ونعني بذلك الاستحقاقات التشريعية (التي صادفت 17 ماي 2007)، والمحلية (29 نوفمبر 2007)، فضلا عن ردود فعل التشكيلات السياسية

^(*) انظر الجدول رقم (5)، ص 262

^(**) انظر الأخبار الواردة في جريدة الخبر .

• الجولة الـ 32 من بطولة القسم الثاني.

تأشيرة الصعود الثالثة في المزد.

الخبر 12/ ماي/ 2007 / العدد 5010.

• الجولة الـ 27 من بطولة القسم الأول.

وفاق سطيف نحو التتويج ونادي بارادو أكبر المهديين.

الخبر 12/ ماي/ 2007/ العدد 5010.

• بطولة القسم الثاني.

مصير 14 فريقا يتحدد في جولة الخميس.

الخبر 05/ جوان/ 2007 / العدد 5031.

• الجولة الثامنة من بطولة القسم الأول.

شبيبة القبائل تتصدر الترتيب في انتظار اللقاءات المتأخرة.

الخبر 27/ أكتوبر/ 2007/ العدد 5152.

⁽¹⁾ عبد ستار الجواد، مرجع سابق، ص 31.

من فكرة تعديل الدستور، بالإضافة للمواضيع التي تناولت القضايا الأمنية، إذ جاء أغلبها مجهلاً، وذلك إما لدواعي سرية التحقيق، أو لضرورة عدم الكشف عن النتائج لاستكمال إجراءات التحقيق.

وقد يعود السبب الرئيس في لجوء الصحفي إلى تجهيل المصادر، إلى صعوبة الحصول على المعلومات من مصادرها الرسمية، أو بطلب من هذه الأخيرة على ضرورة عدم الإفصاح عن اسمها، مقابل تزويد القائم بالاتصال بالمعلومات. كما تشكل عملية تجهيل المصادر منفذا للإفلات من القانون، فيما إذا تضمن الخبر قذفاً أو سباً أو انتهاكاً لحق الخصوصية، و تقيت حق الرد والتصويب، فما دام من يتناوله الخبر غير معروف بشكل مؤكد فإن إلزام الجريدة باحترام حق الرد لا يكون بدوره ملزماً، فضلاً عن أن بعض الصحف تعتمد إلى نشر بعض الأخبار رغم عدم التمكن من تحديد مصادرها بهدف تحقيق الإثارة ومن ثم زيادة التوزيع.

جدول رقم (9):

نوع المصادر في صحف الدراسة.

الشروق اليومي		الخبر		الصحيفة نوع المصادر المعلومة
%	ك	%	ك	
43.47%	90	51.85%	140	حية رسمية (1)
47.82%	99	44.44%	120	حية غير رسمية (2)
15.45%	32	18.14%	49	غير حية رسمية (3)
16.42%	34	12.59%	34	غير حية غير رسمية (4)

(1) المصادر الحية الرسمية: المتمثلة أساساً في التصريحات الصادرة عن جهات رسمية، بما في ذلك التصريحات الموجهة للصحافة، أو التي يدلي بها المسؤولون في الندوات الصحفية، أو المؤتمرات، أو اللقاءات... الخ.

(2) المصادر الحية غير الرسمية: وهي المصادر الصادرة عن جهات غير رسمية أو غير حكومية.

(3) المصادر غير الحية الرسمية: المتمثلة في التقارير والبيانات ومختلف الوثائق والنشرات والدوريات الصادرة عن جهات رسمية.

(4) المصادر غير الحية غير الرسمية: المتمثلة أساساً في المصادر المطبوعة الصادرة عن جهات غير رسمية.

يبين الجدول أعلاه نوع المصادر المعتمدة في صحف الدراسة وفق ما أحرزته من تكرارات، وأظهرت نتائج تحليل مضمون المواد الخبرية ما يلي:

تصدرت المصادر الحية الرسمية قائمة المصادر في صحيفة الخبر بنسبة 51.85%، وجاء في هذا المركز بالنسبة للشروق اليومي المصادر الحية غير الرسمية بنسبة 47.82%، واحتلت المصادر الحية غير الرسمية المركز الثاني في جريدة الخبر بنسبة 35.50%، وجاءت المصادر الحية الرسمية في المرتبة الثانية في جريدة الشروق اليومي بنسبة 43.47%، وأتت المصادر غير الحية الرسمية في المرتبة الثالثة في جريدة الخبر بنسبة 18.14%، وجاء في هذا المركز بالنسبة للشروق اليومي المصادر غير الحية غير الرسمية بنسبة 16.42%، وفي آخر الترتيب أتت المصادر غير الحية غير الرسمية في جريدة الخبر بنسبة 12.59%، والمصادر غير الحية الرسمية في الشروق اليومي بنسبة 15.45%.

يتضح مما سبق:

- اعتماد صحفيي الخبر بدرجة كبيرة على المصادر الحية الرسمية (كتصريحات المسؤولين)، للحصول على الأخبار، وبهذا يأتي هذا النوع من المصادر في مقدمة مصادر أخبار جريدة الخبر، وهو ما يعني غلبة طرح الرؤى الرسمية للأحداث، وهي نوعية المصادر التي يؤدي تزايد الاعتماد عليها، إلى تقليل فرص التعددية في المصادر وفي الآراء التي تطرحها المادة الخبرية، وقد يُفسر اعتماد القائمين بالاتصال في صحيفة الخبر على هذا النوع من المصادر بالدرجة الأولى إلى احتلال الأخبار السياسية لصدارة ترتيب الموضوعات في هذه الصحيفة، وهي نوعية من الأخبار غالباً ما تُستقى من المصادر الرسمية.

- اعتماد القائمين بالاتصال في صحيفة الشروق اليومي بدرجة كبيرة على المصادر الحية غير الرسمية للحصول على الأخبار، وقد يرجع ذلك إلى غلبة

الأخبار الاجتماعية على باقي الموضوعات المنشورة خلال فترة الدراسة حيث يحتاج هذا النوع من الأخبار إلى أن يستقي الصحفي معلوماته من الجمهور الذي يعكس انشغالاته ومعاناته.

• وقد يرجع الاعتماد على المصادر الرسمية في صحف الدراسة (الخبر بنسبة 51.85%، والشروق اليومي بنسبة 43.47%) إلى سعي الصحفي، لكي يبدو موضوعيا، للبحث عن المعلومات عند المصادر التي يرى أنها موثوق بها، أي أن مفهوم الموضوعية نفسه قد يؤدي إلى اعتماد الصحفيين بشكل مكثف على المصادر الرسمية، ولذلك فإنه عادة ما يفضل الاعتماد على المصادر الرسمية بشقيها الحية وغير الحية (كاليانات والتقارير الرسمية)، والاقتباس من هذه المصادر، ومن ثم إعطاء النظرة الرسمية للأحداث.

وغالبا ما تقوم المصادر الرسمية بإنتاج الأخبار بطريقة صحفية جيدة بحيث لا يبذل الصحفي جهدا في إعادة صياغتها، وكثيرا ما يعتقد الصحفي أن الدقة تعني النقل الصحيح لما جاء في تصريحات أو تقارير المصادر الرسمية، بينما تكون المعلومات الواردة في تقاريرها غير حقيقية وغير واقعية.

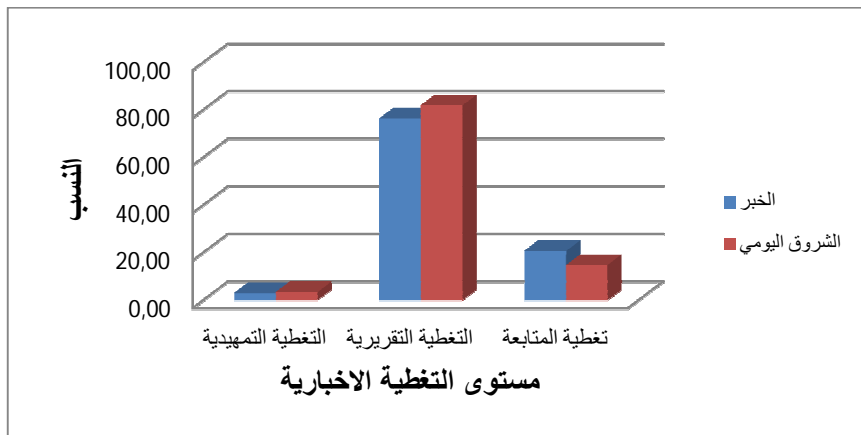
إن تقييم الصحفيين للمصادر ومدى صلاحيتها للاعتماد عليها يؤدي إلى استبعاد الكثير من الأصوات التي تملك ما تقوله في القصة أو الحدث، فعلى سبيل المثال فإن دراسة تعاملات سوناطراك مع مختلف الهيئات والمؤسسات الجزائرية والأجنبية، نجد أن الصحفيين يعتمدون في ذلك على المحللين الاقتصاديين الذين يعملون لحساب هذه المؤسسة، ومع أن هذه المصادر لديها المعلومات فإنها ليست مصادر محايدة وغير مهتمة.

جدول رقم (10):

مستوى التغطية الخبرية في صحف الدراسة.

الشروق اليومي		الخبر		الصحيفة
ك	%	ك	%	
10	3.42%	10	2.95%	مستوى التغطية
239	81.84%	258	76.33%	التغطية التمهيدية
43	14.72%	70	20.71%	التغطية التقريرية
292	100%	338	100%	تغطية المتابعة
				المجموع

توضح نتائج تحليل مضمون المواد الخبرية في صحف الدراسة، أن أعلى نسبة تمثلت في نشر أخبار وأحداث تتسم بأن مداها الزمني قصير، أي أنها سريعة ومباشرة، حيث بلغت نسبة الأخبار التقريرية في جريدة الخبر 76.33%، وبلغت نسبتها في صحيفة الشروق اليومي 81.84%، تليها الأخبار التي تناولت قضايا طويلة الأمد، أي تنقل عمليات لا أحداث، حيث بلغت نسبتها في صحف الدراسة (الخبر، والشروق اليومي) 20.71%، و 14.72% على التوالي، ثم الأخبار التي تهتم بالتقديم لأحداث لم تقع بعد بنسبة 2.95% في جريدة الخبر، و 3.42% في الشروق اليومي.



الشكل رقم (7): مستوى التغطية الإخبارية.

تكشف بيانات الجدول أن النسبة الغالبة هي التغطية التقريرية، وتؤكد هذه النتائج أن صحف الدراسة لا تسعى للخبر بل الخبر هو الذي يسعى لها، فضلاً عن أن الأخبار المنشورة في صحيفتي الخبر والشروق اليومي هي عبارة عن أحداث منفصلة، وليس عبارة عن عمليات، والتي هي أكثر ملائمة لتغطية الأخبار التتموية.

جدول رقم (11):

توزيع طبيعة المادة الخبرية على الأشكال الفنية للخبر.

المجموع				صورة إخبارية				قصة جانبية				تقرير				قصة إخبارية شاملة				قصة إخبارية				خبر قصير				الشكل الفني الموضوع
				الشروق		الخبر		الشروق		الخبر		الشروق		الخبر		الشروق		الخبر		الشروق		الخبر		الشروق		الخبر		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك			
%100	73	100%	10	0%	0	0%	0	0%	0	26.02%	19	26%	26	6.84%	5	12%	12	58.90%	43	60%	60	8.21%	6	2%	2	سياسي		
%100	56	100%	60	0%	0	0%	0	0%	0	7.14%	4	18.33%	11	8.92%	5	13.33%	8	69.64%	39	61.6%	37	14.28%	8	6.66%	4	أمني		
%100	30	100%	72	0%	0	0%	0	0%	0	13.33%	4	19.44%	14	10%	3	4.16%	3	76.66%	23	73.6%	53	0%	0	2.77%	2	اقتصادي		
%100	84	100%	72	0%	0	0%	0	0%	0	15.47%	13	26.38%	19	14.2%	12	13.88%	10	60.71%	51	55.5%	40	9.52%	8	4.16%	3	اجتماعي		
%100	9	100%	2	0%	0	0%	0	0%	0	11.11%	1	0%	0	11.1%	1	0%	0	66.66%	6	100%	2	11.11%	1	0%	0	ديني		
%100	15	100%	2	0%	0	0%	0	0%	0	20%	3	50%	1	6.66%	1	0%	0	73.33%	11	50%	1	0%	0	0%	0	ثقافي		
%100	14	100%	26	0%	0	0%	0	0%	0	21.42%	3	3.8%	1	28.5%	4	0%	0	42.85%	6	34.6%	9	7.14%	1	61.53%	16	رياضي		
%100	0	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	علمي		
%100	11	100%	4	0%	0	0%	0	9.09%	1	0%	0	0%	0	9.09%	1	0%	0	63.63%	7	100%	4	18.18%	2	0%	0	آخر		

يوضح الجدول أعلاه توزيع الموضوعات الخبرية على الأشكال الفنية للخبر، حيث جاءت النتائج على النحو الآتي:

بالنسبة للأخبار السياسية:

تصدرت الأخبار السياسية التي صيغت على شكل قصة خبرية قائمة الترتيب في كلا الصحفيتين (الخبر، والشروق اليومي) بنسبة 60%، و58.90% على التوالي، يلي ذلك الأخبار السياسية التي جاءت على شكل تقارير إخبارية بنسبة 26% في جريدة الخبر، و26.02% في الشروق اليومي.

وبينما احتلت الأخبار السياسية التي عُولجت على شكل قصة إخبارية شاملة المركز الثالث في صحيفة الخبر بنسبة 12%، جاء هذا النوع من الأخبار في المركز الرابع في صحيفة الشروق اليومي بنسبة 6.84%.

وبينما أتت الأخبار السياسية التي صيغت على شكل أخبار قصيرة في المركز الثالث في الشروق اليومي بنسبة 8.21%، احتل هذا النوع من الأخبار المركز الرابع في صحيفة الخبر بنسبة 2%.

كما كشف تحليل مضمون المواد الخبرية المنشورة في صحيفتي الخبر والشروق اليومي عدم اعتماد الجريدتين على القصة الجانبية والصورة الإخبارية في صياغة الأخبار السياسية.

بالنسبة للأخبار الأمنية:

احتلت الأخبار الأمنية التي صيغت على شكل قصة إخبارية قائمة الترتيب في كلا الصحفيتين، وذلك بنسبة 69.64% في جريدة الشروق اليومي، و61.66% في صحيفة الخبر.

وبينما جاءت الأخبار ذات الطابع الأمني التي عُولجت على شكل أخبار قصيرة في المرتبة الثانية في صحيفة الشروق اليومي بنسبة 14.28%، احتلت

الأخبار الأمنية التي أتت على شكل تقارير إخبارية الترتيب نفسه في صحيفة الخبر بنسبة 18.33%.

واحتلت الأخبار الأمنية التي صيغت على شكل قصة إخبارية شاملة المرتبة الثالثة في جريدة الخبر بنسبة 13.33%، كما أتت الأخبار الأمنية التي صيغت وفق الشكل نفسه في الترتيب نفسه في جريدة الشروق اليومي بنسبة 8.92%.

واحتلت الأخبار الأمنية التي جاءت على شكل أخبار قصيرة الترتيب الأخير في جريدة الخبر بنسبة 6.66%، كما احتلت الأخبار الأمنية التي عُولجت على شكل تقارير إخبارية الترتيب نفسه في جريدة الشروق اليومي بنسبة 7.14%، كما كشف تحليل مضمون المواد الإخبارية المنشورة في الخبر والشروق اليومي عدم اعتماد الصحفيين في صياغتهم للأخبار الأمنية على القصة الجانبية والصورة الإخبارية.

بالنسبة للأخبار الاقتصادية:

احتلت الأخبار الاقتصادية التي صيغت على شكل قصة إخبارية قائمة الترتيب في كلا الصحيفتين (الخبر، والشروق اليومي)، وذلك بنسبة 73.61%، و76.66% على التوالي، يلي ذلك الأخبار الاقتصادية التي جاءت على شكل تقارير إخبارية وذلك بنسبة 19.44% في جريدة الخبر، و13.33% في صحيفة الشروق اليومي، ثم الأخبار الاقتصادية التي عُولجت على شكل قصة إخبارية شاملة بنسبة 10% في يومية الشروق، و4.16% في صحيفة الخبر، وأخيرا جاءت الأخبار الاقتصادية التي صيغت على شكل أخبار قصيرة في صحيفة الخبر بنسبة 2.77%، بينما لم توظف صحف الدراسة بقية الأشكال الفنية (القصة الجانبية، والصورة الإخبارية) في صياغة الأخبار الاقتصادية، فضلا عن عدم

اعتماد جريدة الشروق اليومي على الأخبار القصيرة في صياغة المواد الإخبارية ذات الطابع الاقتصادي.

بالنسبة للأخبار الاجتماعية:

احتلت الأخبار الاجتماعية التي صيغت على شكل قصة إخبارية صادرة الترتيب في كلا الصحفيتين (الشروق اليومي، والخبر) بنسبة 60.71%، و55.55% على التوالي، يلي ذلك الأخبار الاجتماعية التي أتت على شكل تقارير إخبارية بنسبة 26.38% في جريدة الخبر، و15.47% في صحيفة الشروق اليومي، ثم الأخبار الاجتماعية التي عُولجت على شكل قصة إخبارية شاملة بنسبة 14.28% في الشروق اليومي، و13.88% في الخبر، فالأخبار الاجتماعية التي جاءت على شكل أخبار قصيرة بنسبة 9.52% في الشروق اليومي، و4.16% في جريدة الخبر.

بالنسبة للأخبار الدينية:

لم تول جريدة الخبر أهمية للأخبار الدينية، حيث لم تنتشر إلا خبرين خلال فترة التحليل وقد صيغا على شكل قصة إخبارية. وجاءت الأخبار الدينية التي صيغت على شكل قصة إخبارية في المرتبة الأولى في الشروق اليومي بنسبة 66.66%، وتقاسمت باقي الأخبار الدينية التي جاءت على شكل خبر قصير، وقصة إخبارية شاملة، وتقارير إخباري المرتبة الثانية بنسبة 11.11% لكل نوع منها.

بالنسبة للأخبار الرياضية:

تصدرت الأخبار الرياضية التي صيغت على شكل قصة إخبارية قائمة الترتيب في جريدة الشروق اليومي بنسبة 42.85%، واحتلت الأخبار الرياضية التي جاءت على شكل أخبار قصيرة قائمة الترتيب في جريدة الخبر بنسبة 61.53%، وبينما جاءت الأخبار الرياضية التي أتت على شكل قصص إخبارية

في المرتبة الثانية في صحيفة الخبر بنسبة 34.61%، احتلت الأخبار الرياضية التي صيغت على شكل قصص إخبارية شاملة الترتيب نفسه في جريدة الشروق اليومي بنسبة 28.57%، وجاءت الأخبار الرياضية التي عُولجت على شكل تقارير إخبارية في المركز الثالث في صحيفة الشروق اليومي بنسبة 21.42%، واحتلت الأخبار الرياضية التي صيغت على شكل أخبار قصيرة آخر الترتيب في جريدة الشروق اليومي بنسبة 7.14%.

بالنسبة للأخبار الثقافية:

تصدرت الأخبار الثقافية التي صيغت على شكل قصص إخبارية قائمة الترتيب في صحيفة الشروق اليومي بنسبة 73.33%، كما احتل هذا النوع من الأخبار المرتبة الأولى في صحيفة الخبر، فضلا عن الأخبار الثقافية التي أتت على شكل تقارير إخبارية بنسبة 50% لكل نوع منها. واحتلت الأخبار الثقافية التي عُولجت على شكل تقارير إخبارية المرتبة الثانية في صحيفة الشروق اليومي بنسبة 20%، يلي ذلك الأخبار الثقافية التي جاءت على شكل قصص إخبارية شاملة بنسبة 6.66%. وكشف تحليل مضمون المواد الإخبارية المنشورة عدم توظيف صحيفة الخبر للقصص الإخبارية الشاملة في صياغة الأخبار الثقافية، فضلا عن عدم لجوء صحيفة الخبر للأخبار القصيرة في تغطيتها للأخبار الثقافية.

جدول رقم (12):

توزيع طبيعة المادة الخبرية على القوالب الفنية.

المجموع				الهرم المقلوب المتدرج				الهرم المعتدل				الهرم المقلوب				القالب الفني الموضوع
الشروق		الخبر		الشروق		الخبر		الشروق		الخبر		الشروق		الخبر		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%100	73	%100	100	%5.47	4	%12	12	%13.69	10	%8	8	%80.82	59	%80	80	سياسي
%100	56	%100	60	%3.57	2	%5	3	%3.57	2	%1.66	1	%92.85	52	%93.33	56	أمني
%100	30	%100	72	%3.33	1	%4.16	3	%6.66	2	%0	0	%90	27	%95.83	69	اقتصادي
%100	84	%100	72	%1.19	1	%0	0	%10.71	9	%2.77	2	%88.09	74	%97.22	70	اجتماعي
%100	9	%100	2	%11.11	1	%0	0	%0	0	%0	0	%88.88	8	%100	2	ديني
%100	15	%100	2	0%	0	%0	0	%6.66	1	%50	1	%93.33	14	%50	1	ثقافي
%100	14	%100	26	%7.14	1	%0	0	%0	0	%0	0	%92.85	13	%100	26	رياضي
%100	11	%100	4	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%100	11	%100	4	آخر

يوضح الجدول أعلاه أيّ القوالب معتمد أكثر في صياغة الموضوعات الخبرية في صحيفتي الخبر والشروق اليومي، وتكشف بيانات الجدول عن النتائج التالية:

بلغت نسبة صياغة الأخبار السياسية باستخدام قالب الهرم المقلوب في كلا الصحيفتين (الخبر، والشروق اليومي) 80% و 80.82% على التوالي، محتلة بذلك المرتبة الأولى، وبينما أتت الأخبار السياسية التي صيغت وفق الهرم المقلوب المتدرج في المرتبة الثانية في جريدة الخبر بنسبة 12%، جاء هذا النوع من الأخبار في المرتبة الثالثة في صحيفة الشروق اليومي بنسبة 5.47%.

وبينما احتلت الأخبار السياسية التي حررت باستخدام قالب الهرم المعتدل المرتبة الثانية في صحيفة الشروق اليومي بنسبة 13.69%، أتى هذا النوع من الأخبار في المرتبة الثالثة في صحيفة الخبر بنسبة 8%.

صيغت أغلب الأخبار الأمنية في كلا الصحيفتين باستخدام قالب الهرم المقلوب بنسبة 93.33% في صحيفة الخبر، و 92.85% في صحيفة الشروق اليومي، محتلة بذلك المرتبة الأولى، وجاءت الأخبار الأمنية التي حررت وفق الهرم المقلوب المتدرج في المرتبة الثانية في كلا الصحيفتين (الخبر، والشروق اليومي) بنسبة 5% و 3.75% على التوالي، كما أتت الأخبار الأمنية التي حررت باستخدام قالب الهرم المعتدل في المرتبة الثانية في جريدة الشروق اليومي بنسبة 3.75%، بينما أتى هذا النوع من الأخبار في المرتبة الثالثة في صحيفة الخبر بنسبة 1.66%.

جرى صياغة الجانب الأكبر من الأخبار الاقتصادية باستخدام قالب الهرم المقلوب في كلا الصحيفتين (الخبر، والشروق اليومي) بنسبة 95.83%، و 90% على التوالي، وبينما جاءت الأخبار التي حُررت باستخدام قالب الهرم المقلوب

المتدرج في المرتبة الثانية في صحيفة الخبر بنسبة 4.16%، جاء هذا النوع من الأخبار في المرتبة الثالثة في جريدة الشروق اليومي بنسبة 3.33%.

واحتلت الأخبار الاقتصادية التي صيغت وفق الهرم المعتدل المرتبة الثانية في صحيفة الشروق اليومي بنسبة 6.66%، في حين لم تستخدم الخبر قالب الهرم المعتدل في صياغة الأخبار الاقتصادية.

احتلت الأخبار الاجتماعية التي حررت بإتباع قالب الهرم المقلوب المرتبة الأولى في كلا الصحفيتين (الخبر، والشروق اليومي) بنسبة 97.22% و 88.09% على التوالي، تليها الأخبار الاجتماعية التي صيغت باستخدام الهرم المعتدل بنسبة 10.71% في الشروق اليومي، و 2.77% في جريدة الخبر، ثم الأخبار الاجتماعية التي حررت وفق الهرم المقلوب المتدرج بنسبة 1.19% في صحيفة الشروق اليومي، بينما لم توظف جريدة الخبر قالب الهرم المقلوب المتدرج في صياغة الأخبار الاجتماعية.

حررت كل الأخبار الدينية المنشورة في جريدة الخبر خلال فترة التحليل باستخدام قالب الهرم المقلوب، وحاز هذا النوع من الأخبار على نسبة 88.88% في جريدة الشروق اليومي، متبوعاً بالأخبار التي صيغت وفق الهرم المقلوب المتدرج بنسبة 11.11%، في حين لم تستخدم الشروق اليومي قالب الهرم المعتدل في صياغة الأخبار الدينية.

تحصلت الأخبار الثقافية التي حررت بإتباع قالب الهرم المقلوب في جريدة الشروق اليومي على أعلى نسبة 93.33%، تليها الأخبار الثقافية التي استخدمت قالب الهرم المعتدل بنسبة 6.66%، في حين جاءت النسب متساوية في صياغة الأخبار الثقافية في جريدة الخبر حيث حازت الأخبار التي صيغت وفق قالب

الهرم المقلوب والمتدرج على نسبة 50% لكل واحدة منها، ولم تستخدم الجريدتان قالب الهرم المتدرج في صياغة الأخبار الثقافية.

صيغت كل الأخبار الرياضية المنشورة في جريدة الخبر خلال فترة التحليل باستخدام قالب الهرم المقلوب، واستعملت جريدة الشروق اليومي قالب الهرم المقلوب بنسبة 92.85% في صياغة الأخبار الرياضية، تليها الأخبار الرياضية التي حررت بإتباع الهرم المقلوب المتدرج بنسبة 7.14%، ولم توظف جريدة الشروق اليومي قالب الهرم المعتدل في صياغة الأخبار الرياضية.

تكشف بيانات الجدول عن حقائق بالغة الدلالة في فهم طبيعة الأخبار المنشورة في صحيفتي الخبر والشروق اليومي، حيث جرى صياغة الجانب الأكبر من الأخبار المنشورة في الجريدتين بإتباع قالب الهرم المقلوب، في حين لم توظف الصحيفتان قالب الهرم المعتدل والهرم المقلوب المتدرج إلا بنسبة قليلة في صياغة مختلف الأخبار.

يعد قالب الهرم المقلوب من بين البناءات الفنية الأكثر استخداماً في كتابة الأخبار الصحفية حتى في حالة الأخبار القضائية والقصاص العاطفية التي عادة ما تصاغ وفق قالب الهرم المعتدل، هذا الميل يؤكد ما ذهب إليه بعض الباحثين من أن الشكل النموذجي والأساسي لكتابة الخبر الصحفي هو قالب الهرم المقلوب الذي يهتم بكتابة أهم الوقائع وأكثرها تشويقاً في البداية داخل المقدمة، ثم ترتب الوقائع داخل متن الخبر بعد ذلك حسب أهميتها⁽¹⁾.

ورغم أن قالب الهرم المقلوب لم يتم اختراعه في البداية من أجل شد انتباه القارئ، أو مساعدته في معرفة أهم المعلومات من خلال الاكتفاء بقراءة المقدمة فقط، نجده الأكثر استعمالاً واستخداماً من طرف الصحفيين، ويؤكد منديتش

(1) محمد سيد محمد: الصحافة بين التاريخ والأدب (القاهرة: دار الفكر العربي، القاهرة، 1985م)، ص 64.

Mindich من أن سانتون (سكرتير الرئيس لنكولن لشؤون الحرب) هو الذي اخترع شكل الهرم المقلوب في كتابة الأخبار حيث يقول "إن من اخترع هذا الأسلوب ليس الصحفيين، لكن وزارة الدفاع الأمريكية خلال الحرب الأهلية، وأن من استخدم هذا الشكل هو سانتون في سنة 1865م، ويأتي ذلك في إطار دوره في عملية التحكم في المعلومات لجعل الصحف تعطي الأهمية للبيانات الرسمية باعتبارها أهم الحقائق وأنه أجبر الصحفيين على أن يضعوا البيانات الرسمية في مقدمة الخبر باعتبارها أهم المعلومات ويرد منديتش على الذين يقولون أن الأسوشيتد برس هي التي استخدمت شكل الهرم المقلوب بأن الذين حاولوا الاعتماد على هذه النظرية يريدون أن يبرروا استخدام الهرم المقلوب أكثر مما يريدون أن يتوصلوا إلى الحقيقة⁽¹⁾.

(1) Mindich D.: *Just the Facts* (N.Y.: New York Press University, 1998) p.1.

جدول رقم (13):

توزيع طبيعة المادة الخبرية على طريقة صياغة الخبر.

المجموع		ملون		تفسيري		مجرد		طريقة صياغة الخبر		الموضوع						
الشروق		الخبر		الشروق		الخبر		الشروق			الخبر					
%	ط	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		%	ك				
%100	73	%100	100	%47.94	35	%42	42	%17.80	13	%10	10	%34.24	25	%48	48	سياسي
%100	56	%100	60	%17.85	10	%8.33	5	%28.57	16	%13.33	08	%53.57	30	%78.33	47	أمني
%100	30	%100	72	%26.66	8	%16.66	12	%30	9	%15.27	11	%43.33	13	%68.05	49	اقتصادي
%100	84	%100	72	%34.52	29	%23.61	17	%11.90	10	%18.05	13	%53.57	45	%58.33	42	اجتماعي
%100	9	%100	2	%33.33	3	%50	1	%22.22	2	%0	0	%44.44	04	%50	1	ديني
%100	15	%100	2	%53.33	8	%50	1	%6.66	1	%0	0	%40	06	%50	1	ثقافي
%100	14	%100	26	%28.57	4	%11.53	3	%28.57	4	%3.84	1	%42.85	06	%84.61	22	رياضي
%100	11	%100	4	%27.27	3	%50	2	%9.09	1	%0	0	%63.63	07	%50	2	آخر

يوضح الجدول أعلاه توزيع الموضوعات الخبرية على طريقة صياغة الخبر، حيث جاءت النتائج على النحو التالي:

بالنسبة للأخبار السياسية:

جاءت الأخبار السياسية المجردة في المرتبة الأولى في صحيفة الخبر بنسبة 48%، واحتلت الأخبار السياسية المجردة المرتبة الثانية في صحيفة الشروق اليومي بنسبة 34.24%، وأنت الأخبار السياسية الملونة في المرتبة الأولى في جريدة الشروق اليومي بنسبة 47.94%، في حين جاء هذا النوع من الأخبار في المرتبة الثانية في صحيفة الخبر بنسبة 42%، ونجد الأخبار السياسية التفسيرية في الترتيب الثالث في كلا الصحيفتين (الخبر، والشروق اليومي)، بنسبة 10% و 17.80% على التوالي.

بالنسبة للأخبار الأمنية:

احتلت الأخبار الأمنية المجردة قائمة الترتيب في كلا الصحيفتين (الخبر، والشروق اليومي)، بنسبة 78.33% و 53.57% على التوالي، يلي ذلك الأخبار الأمنية التفسيرية بنسبة 13.33% في صحيفة الخبر، و 28.57% في صحيفة الشروق اليومي، ثم الأخبار الأمنية الملونة بنسبة 8.33% في جريدة الخبر، و 17.85% في صحيفة الشروق اليومي.

بالنسبة للأخبار الاقتصادية:

تصدرت الأخبار الاقتصادية المجردة قائمة الترتيب في كلا الصحيفتين (الخبر، والشروق اليومي)، بنسبة 68.05% و 43.33% على التوالي.

جاءت الأخبار الاقتصادية التفسيرية في المرتبة الثانية في صحيفة الشروق اليومي بنسبة 30%، ونجد هذا النوع من الأخبار في المرتبة الثالثة في جريدة الخبر بنسبة 15.27%، واحتلت الأخبار الاقتصادية الملونة المرتبة الثانية في

صحيفة الخبر بنسبة 16.66%، في حين جاء هذا النوع من الأخبار في المرتبة الثالثة في جريدة الشروق اليومي بنسبة 26.66%.

بالنسبة للأخبار الاجتماعية:

تصدرت الأخبار الاجتماعية المجردة قائمة الترتيب في كلا الصحيفتين (الخبر، والشروق اليومي)، بنسبة 58.33% و 53.57% على التوالي، يلي ذلك الأخبار الاجتماعية الملونة بنسبة 23.61% في جريدة الخبر، و 34.52% في الشروق اليومي، ثم الأخبار الاجتماعية التفسيرية بنسبة 18.05% في صحيفة الخبر، وبنسبة 11.90% في للشروق اليومي.

بالنسبة للأخبار الدينية:

لم تنتشر جريدة الخبر خلال فترة التحليل سوى خبرين متعلقين بالشؤون الدينية من إجمالي الأخبار المنشورة، حيث جاء الخبر الأول مجرداً، في حين ضم الخبر الثاني آراء وحقائق مجتمعة معاً. تصدرت الأخبار الدينية المجردة قائمة الترتيب في صحيفة الشروق اليومي بنسبة 44.44%، تليها الأخبار الدينية الملونة بنسبة 33.33% ثم الأخبار التفسيرية بنسبة 22.22%.

بالنسبة للأخبار الثقافية:

لم تنتشر جريدة الخبر خلال فترة التحليل سوى خبرين متعلقين بالمجال الثقافي من إجمالي الأخبار المنشورة، حيث جاء الخبر الأول مجرداً، في حين حمل الخبر الثاني آراء وحقائق مجتمعة معاً. تصدرت الأخبار الثقافية الملونة قائمة الترتيب في صحيفة الشروق اليومي بنسبة 53.33%، يلي ذلك الأخبار الثقافية المجردة بنسبة 40%، ثم الأخبار الثقافية التفسيرية بنسبة 6.66%.

بالنسبة للأخبار الرياضية:

احتلت الأخبار الرياضية المجردة قائمة الترتيب في كلا الجريدتين (الخبر، والشروق اليومي)، بنسبة 84.61% و 42.85% على التوالي. وجاءت الأخبار الرياضية الملونة في المرتبة الثانية في صحيفة الخبر بنسبة 11.53%، وتقاسمت الأخبار الرياضية الملونة والتفسيرية المرتبة الثانية في جريدة الشروق اليومي بنسبة 28.57% لكل نوع منها، في حين جاءت الأخبار الرياضية التفسيرية في المرتبة الثالثة في جريدة الخبر بنسبة 3.84%.

المبحث الرابع: تحليل فئات القيم الخبرية.

يدور موضوع المبحث الثالث حول التحليل الكمي والكيفي للقيم الخبرية في صحف الدراسة، باعتبارها مجموعة من العناصر أو المعايير التي يقوم عليها الخبر والتي بتوافرها كلها أو بعضها يرتقي الحدث إلى مستوى الخبر الذي يهم الجمهور.

ويشمل هذا المبحث على العناصر التالية:

- 1- توزيع القيم الخبرية في صحف الدراسة.
- 2- توزيع قيمة الضخامة والحجم على المؤشرات الفرعية لها.
- 3- توزيع قيمة الصراع على المؤشرات الفرعية لها.
- 4- توزيع قيمة القرب على المؤشرات الفرعية لها.
- 5- توزيع قيمة الشهرة على المؤشرات الفرعية لها.
- 6- توزيع قيمة الاهتمامات الإنسانية على المؤشرات الفرعية لها.
- 7- توزيع قيمة الأهمية على المؤشرات الفرعية لها.
- 8- توزيع قيمة الأنبة على المؤشرات الفرعية لها.
- 9- تحليل قيمة السلبية، الايجابية، الغرابة والطرافة، الإثارة، التنمية، السيادة الخبرية والمصالحة الوطنية.
- 10- توزيع طبيعة المادة الإخبارية المنشورة في جريدة الخبر على القيم الخبرية.
- 11- توزيع طبيعة المادة الإخبارية المنشورة في جريدة الشروق اليومي على القيم الخبرية.

جدول رقم (14):

توزيع القيم الخبرية في صحف الدراسة.

الشروق اليومي			الخبر			الجريدة القيم الخبرية
الترتيب	%	ك	الترتيب	%	ك	
7	%27.39	80	6	%27.51	93	الشهرة
1	%63.01	184	1	%59.76	202	الضخامة أو الحجم
2	%48.97	143	2	%49.70	168	الصراع
8	%25.68	75	7	%19.82	67	الاهتمامات الإنسانية
10	%18.49	54	8	%15.68	53	الأهمية
3	%41.78	122	3	%37.57	127	القرب
9	%21.23	62	5	%29.58	100	الآنية
5	%30.82	90	4	%31.65	107	السلبية
6	%29.79	87	9	%13.60	46	الإيجابية
4	%35.95	105	5	%29.88	101	الإثارة
12	%2.39	07	12	%0.59	02	الغرابية والطرافة
13	%1.36	04	11	%2.07	07	السيادة الوطنية
11	%4.45	13	10	%3.55	12	المصالحة الوطنية
13	%1.02	03	11	%2.66	09	التنمية

يكشف تحليل مضمون المواد الخبرية المنشورة في صحف الدراسة أن قيمة الضخامة أو الحجم تصدرت مصفوفة القيم الخبرية بنسبة 63.01% في جريدة الشروق اليومي، و 59.76% في صحيفة الخبر، وجاءت قيمة الصراع في المرتبة الثانية بنسبة 48.97% في جريدة الشروق اليومي، و 49.70% في صحيفة الخبر، واحتلت قيمة القرب المرتبة الثالثة في كلا الصحيفتين (الشروق اليومي، والخبر) بنسبة 41.78% و 37.57% على التوالي.

وأنت قيمة الإثارة في المرتبة الرابعة بنسبة 35.95% في صحيفة الشروق اليومي، في حين احتلت هذه القيمة المرتبة الخامسة في جريدة الخبر بنسبة 29.88%.

وجاءت قيمة السلبية في المرتبة الخامسة بنسبة 30.82% في جريدة الشروق اليومي، في حين تقاسمت قيمتا الإثارة والتوقيت هذه المرتبة (الخامسة) في جريدة الخبر بنسبة 29.88% و 29.58% على التوالي.

ونجد في المرتبة السادسة قيمة الايجابية بنسبة 29.79% في صحيفة الشروق اليومي، بينما احتلت هذه القيمة المرتبة التاسعة في جريدة الخبر بنسبة 13.60%.

واحتلت قيمة الشهرة المرتبة السابعة ضمن ترتيب القيم الخبرية في صحيفة الشروق اليومي بنسبة 27.39%، في حين جاءت هذه القيمة في المرتبة السادسة في الخبر بنسبة 27.51%.

وجاءت قيمة الاهتمامات الإنسانية في المرتبة الثامنة بنسبة 25.68% في جريدة الشروق اليومي، واحتلت هذه القيمة (الاهتمامات الإنسانية) المرتبة السابعة في جريدة الخبر بنسبة 19.82%.

وأنت قيمة الأنية في المرتبة التاسعة في جريدة الشروق اليومي بنسبة 21.23%، في حين احتلت هذه القيمة المرتبة الخامسة في جريدة الخبر بنسبة 29.58%.

ونجد قيمة الأهمية في المرتبة العاشرة في جريدة الشروق اليومي بنسبة 18.49%، في الوقت الذي احتلت فيه هذه القيمة المرتبة الثامنة في جريدة الخبر بنسبة 15.68%.

وجاءت قيمة المصالحة الوطنية في المرتبة الحادية عشرة في جريدة الشروق اليومي بنسبة 4.45%، بينما أتت هذه القيمة في المرتبة العاشرة في صحيفة الخبر بنسبة 3.55%.

وتقاسمت قيمتا السيادة الوطنية والتنمية المرتبة الحادية عشرة في جريدة الخبر بنسبة 2.07%، و 2.66% على التوالي.

واحتلت قيمة الغرابة والطرافة المرتبة الثانية عشرة في كلا الصحيفتين (الخبر، والشروق اليومي) بنسبة 0.59%، و 2.39% على التوالي.

وجاءت قيمة السيادة الوطنية فضلا عن قيمة التنمية في المرتبة الثالثة عشرة في صحيفة الشروق اليومي بنسبة 1.36%، و 1.02% على التوالي.

وعليه، جاء ترتيب القيم الخيرية في صحف الدراسة على النحو الآتي:

بالنسبة لجريدة الخبر:

الضخامة والحجم (59.76%)، الصراع (49.70%)، القرب (37.57%)، السلبية (31.65%)، الأنية و الإثارة (29.58%، 29.88%)، الشهرة (27.51%)، الاهتمامات الإنسانية (19.82%)، الأهمية (15.68%)، الايجابية (13.60%)، المصالحة الوطنية (3.55%)، السيادة الوطنية والتنمية (2.07%، 2.66%)، والغرابة والطرافة (0.59%).

بالنسبة للشروق اليومي:

الضخامة والحجم (63.01%)، الصراع (48.97%)، القرب (41.78%)، الإثارة (35.95%)، السلبية (30.82%)، الايجابية (29.79%)، الشهرة (27.39%)، الاهتمامات الإنسانية (25.68%)، الأنية (21.23%)، الأهمية (18.49%)، المصالحة الوطنية (4.45%)، الغرابة والطرافة (2.39%)، السيادة الوطنية والتنمية (1.02%، 1.36%).

ومما سبق يمكن استنتاج ما يلي:

- زيادة اهتمام صحف الدراسة بالقيم الخيرية التي تُعنى بالضخامة والحجم، الصراع، الإثارة، السلبية، والتي تتميز لمواقف الصحفية وسياساتها، وذات النتائج، وذات الصلة بالقراء، فضلا عن قيمة القرب.
- قلة اهتمام صحف الدراسة بالقيم الخيرية المتعلقة بالشهرة، الإيجابية، مقارنة بالقيم التي تصدرت مصفوفة القيم الخيرية في صحف الدراسة، فضلا عن عدم اهتمامها بقيمة الغرابة والطرافة، السيادة الوطنية والتنمية، وهي عادة من القيم التي تنتشر في صحافة القطاع العام.
- قلة اهتمام صحف الدراسة بقيمة المصالحة الوطنية، حيث احتلت المرتبة العاشرة في جريدة الخبر، والمرتبة الحادية عشر في جريدة الشروق اليومي.
- قلة اهتمام صحف الدراسة بقيمتي الأهمية والاهتمامات الإنسانية رغم أهميتهما في عملية انتقاء ونشر الأخبار، لأنهما تخاطبان وتعبيران عن انشغالات واهتمامات القراء، حيث تتصف قيمة الأهمية بطابعها الاجتماعي، في حين تأتي قيمة الاهتمامات الإنسانية ضمن مصفوفة القيم الخيرية المهنية.
- يتضح من النتائج السابقة أن منظومة القيم الخيرية السائدة في صحف الدراسة لا تختلف كثيرا عن مصفوفة القيم الخيرية الغربية، وهي منظومة إخبارية لا تتفق مع متطلبات المجتمع الجزائري الراهنة، فهي تؤكد على الضخامة، الصراع، السلبية، والإثارة.
- تتفق نتائج هذه الدراسة مع طبيعة صناعة الأخبار حيث اهتمت صحف الدراسة بالأخبار التي تتناول الضخامة والحجم، تليها قيمة الصراع التي تجذب انتباه القارئ لمتابعة الحدث، مع ضرورة أن تتوفر قيمة القرب حتى يدخل ضمن اهتمام القراء، وهو ما عبر عنه سامي الشريف من أن قيمة الصراع

"تعتبر من أهم العوامل التي تضفي على الأنباء حيوية وفعالية وجاذبية وجماهيرية أوسع"⁽¹⁾.

جدول رقم (15):

توزيع قيمة الضخامة أو الحجم على المؤشرات الفرعية لها.

المادة الخبرية				مؤشرات القيمة الخبرية	
الشروق اليومي		الخبر		الضخامة أو الحجم الخبر	
%	ك	%	ك		
35.32%	65	32.17%	65	أرقام كبيرة	202
14.13%	26	18.31%	37	أطراف مشاركة	59.76%
52.71%	97	57.92%	117	أطراف موجه لها	
0.54%	1	0%	0	مكان هام	الشروق اليومي 184
34.78%	64	22.27%	45	حدث ضخم	63.01%

يكشف تحليل المادة الخبرية المنشورة في صحف الدراسة، أن قيمة الضخامة أو الحجم تصدرت مصفوفة القيم الخبرية في كلا الصحيفتين (الخبر، والشروق اليومي) وذلك بنسبة 59.76%، و 63.01% على التوالي. وتمثلت المؤشرات الفرعية لهذه الفئة في نشر الأخبار التي تشير إلى ضخامة عدد الأطراف الموجه لها الخبر وذلك بنسبة 57.92% في جريدة الخبر، و 52.71% في صحيفة الشروق اليومي، محتلة بذلك المرتبة الأولى ضمن المؤشرات الفرعية لقيمة الضخامة، وجاء في المرتبة الثانية المؤشر الذي يمثل ضخامة الرقم فيها مقوماً أساسياً لنشرها بنسبة 35.32% في جريدة الشروق اليومي، و 32.17% في صحيفة الخبر، وفي المرتبة الثالثة جاء المؤشر الذي

(1) سامي الشريف: النشرات الإخبارية في الإذاعات العربية، المحتوى والشكل، الطبعة الأولى (القاهرة: دار الوزان، 1989م)، ص 51.

يتمثل في نشر أخبار عن أحداث ذات أهمية وضخامة في جريدتي الخبر والشروق اليومي، وذلك بنسبة 22.27%، و34.78% على التوالي.

وجاءت الأخبار التي تشير إلى ضخامة عدد المشاركين في الحدث في المرتبة الرابعة بنسبة 18.31% في جريدة الخبر، و14.13% في صحيفة الشروق اليومي، وجاء في آخر الترتيب بالنسبة ليومية الشروق الأخبار التي تتعلق ببعض الأماكن المهمة بنسبة 0.54%.

ويكشف تحليل استخدام هذا العنصر في صحف الدراسة، محاولة هذه الأخيرة التركيز على الأحداث التي تشمل نداء، أو طلبا للمساعدة، أو ضرورة تدخل الجهات المعنية لحل بعض المشاكل التي عجز المواطنين عن إيجاد مخرج لها، من خلال الاهتمام بنشر هذا النوع من الأخبار، كما تشدد صحف الدراسة على الأرقام التي تكشف عن العجز في الأداء الاقتصادي للحكومة، سواء تعلق الأمر بنهب واستغلال المال العام من طرف شخصيات تحتل مراكز قيادية، مستغلة بذلك مناصبها السياسية، أو إبراز حالات الإخفاق في المجالات المختلفة، وتبرز في هذا السياق الأرقام التي تعكس تفاقم ظاهرة الفساد في الجزائر وتلك المتعلقة بارتفاع الأسعار، وتزايد عدد المصابين ببعض الأمراض... الخ.

وأوضح تحليل مضمون المواد الخيرية في صحف الدراسة عدم التشديد على أعداد المشاركين في العملية الانتخابية في الاستحقاقات (التشريعية والمحلية)، حيث يأتي الاهتمام بالدرجة الأولى بإبراز أعداد عدم المشاركين في العملية، بينما تشدد صحف الدراسة على نشر الأخبار التي تتضمن أعداد المشاركين في المظاهرات أو الإضرابات أو الاحتجاجات على سبيل المثال.

كشفت تحليل مضمون مؤشرات قيمة الضخامة عن أن الأخبار التي تركز على ضخامة الأطراف الموجه لها الأخبار تأتي في صدارة القيم الخيرية وهو ما

يتفق مع نتائج الدراسة الميدانية، حيث أجاب 70% و 57.5% من القائمين بالاتصال في صحيفتي الخبر والشروق اليومي على التوالي، أنهم يعدون الأخبار التي تهتم أكبر عدد من الجمهور من المعايير المهمة جدا في نشر الأخبار، بالرغم من وجود عوامل أخرى قد تقلل من الاهتمام بهذا المؤشر الفرعي منها تزايد مركزية التغطية الإخبارية سواء جغرافيا من خلال الاهتمام بمناطق جغرافية دون سواها، وفئات معينة دون غيرها، ومن مصادر معينة غالبا، يقلل من قدرة المادة الخبرية المنشورة في هذه الصحف على أن تمس الاحتياجات الحقيقية لهذه الأعداد.

وبصفة عامة، فإن توظيف صحف الدراسة لقيمة الضخامة، يقلل من درجة الاعتماد عليها كوثيقة للأحداث العامة، فما بين التلوين والتضخيم والتهوين والمبالغة والتقليل واجتراء الأرقام وتجميعها، تضعيف الحقائق وتضعف قدرة المادة الصحفية على إكساب الجمهور معرفة صحيحة ومتكاملة حول حقيقة ما يدور حوله من أحداث.

جدول رقم (16):

توزيع قيمة الصراع على المؤشرات الفرعية لها.

المادة الخبرية				مؤشرات القيمة الخبرية	
الشروق اليومي		الخبر		الصراع الخبر 168 %49.70	الشروق اليومي 143 %48.97
%	ك	%	ك		
7.69%	11	7.73%	13	مظاهرات/إضراب	
39.16%	56	48.21%	81	نزاع/ منافسة	
4.89%	7	3.57%	6	معارك/ اغتيالات	
4.19%	6	9.52%	16	خلافات في الرأي	
11.18%	16	2.38%	4	كوارث طبيعية	
37.06%	53	30.95%	52	إرهاب	

يتضح من تحليل مضمون المواد الخبرية المنشورة في صحف الدراسة، أن قيمة الصراع تأتي في مقدمة مصفوفة القيم الخبرية، حيث احتلت المرتبة الثانية في كلا الصحفيتين (الخبر، والشروق اليومي)، بنسبة 49.70% و 48.97% على التوالي.

تمثلت المؤشرات الفرعية لهذه القيمة في نشر أخبار عن نزاعات / منافسة بين شخصين أو جهتين بنسبة 48.21% في جريدة الخبر، و 39.16% في صحيفة الشروق اليومي، كما شمل مؤشر المنافسة الأخبار الرياضية، والتي يقل نشر أخبارها في الصفحة الأولى من هذه الصحف، بينما تتزايد نسبة تواجدها في الصفحات الداخلية لصحف الدراسة، فضلا عن تراجع تواجدها في الصفحات السياسية، وجاءت الأخبار التي تناولت قضايا الإرهاب في المرتبة الثانية في كلا الصحفيتين (الشروق اليومي، والخبر) بنسبة 37.06%، و 30.95% على التوالي.

واحتل المؤشر الفرعي الذي تناول أخبار عن الكوارث الطبيعية المرتبة الثالثة في جريدة الشروق اليومي بنسبة 11.18%، في حين جاء في هذا الترتيب بالنسبة لجريدة الخبر، الأخبار التي تعرضت لخلافات في الرأي بنسبة 9.52%.

وفي المرتبة الرابعة، جاءت الأخبار التي تناولت مظاهرات وإضرابات بنسبة 7.73% في صحيفة الخبر، و 7.69% في جريدة الشروق اليومي.

واحتلت أخبار المعارك والاعتقالات المرتبة الخامسة في كلا الجريدتين (الخبر، والشروق اليومي) بنسبة 3.75% و 4.89% على التوالي، فضلا عن الأخبار التي تناولت خلافات في الرأي في صحيفة الشروق اليومي وذلك بنسبة 4.19%، وجاء في الترتيب الأخير في جريدة الخبر، أخبار الكوارث الطبيعية بنسبة 2.38%.

تشير النتائج السابقة إلى اهتمام صحف الدراسة بقيمة الصراع في إطار معاييرها في اختيار ونشر الأخبار، والتي تدور حول تأجيج الصراع والسعي

للتغيير وإبراز الخلاف مع السياسات القائمة، فصح ترددي الأوضاع، حيث يشكل كل ما يمثل انتقالا للسلطة مادة صحفية جيدة فهي تبرز أخبار الانشقاقات والصراع والخلاف داخل مؤسسات الجزائر، أو بين الأشخاص، فضلا عن السعي لإبراز حالات التذمر والقلق وعدم تسكين الأوضاع السائدة بالإضافة إلى كشف مواطن التوتر وبؤر الاختلاف، سواء عن طريق التركيز على طرفي الصراع، أو عن موضوع الخلاف، أو عن طريق إبراز العناصر الفاعلة في الصراع، مع تحديد مسؤولياتها ومناصبها داخل المؤسسات الحكومية.

تشكل مواضيع الصراع مادة صحفية جيدة بالنسبة لصحف الدراسة، وذلك من خلال الاهتمام بهذا النوع من الأخبار، ويلاحظ من خلال تحليل مضمون المواد الخبرية المنشورة في صحف الدراسة تأثرها بالأحداث العريضة، التي تأتي على رأسها محاكمة عبد المؤمن خليفة، أو ما اصطلح على تسميته بفضيحة القرن، أو الصراع بين الأحزاب من أجل حشد أكبر عدد من الأصوات بمناسبة الانتخابات التشريعية والمحلية، فضلا عن الخلاف الذي انفجر بين مختلف التشكيلات السياسية حول تعديل الدستور. كما أثار الوضع الأمني التي تمر به الجزائر (تفجيرات 11 أفريل 2007، والعمليات الإرهابية، محاكمة بعض الإرهابيين الذين ألقوا عليهم القبض،... الخ) على نوعية الأخبار التي نشرت خلال فترة الدراسة حيث أملت الظروف الأمنية نوعا معينا من الأخبار في صحف الدراسة.

ويلاحظ على المعالجات الإخبارية لقيمة الصراع في صحف الدراسة تلوينها للقيمة بما يتفق وتوجهاتها والأهداف المرجو تحقيقها من خلال التركيز على أجزاء معينة في الخبر، أو عن طريق تغيير عنوان الخبر نفسه، بين الصفحة الأولى والصفحة الداخلية، أو بين الصفحة الأولى والصفحة الأخيرة،

فضلا عن الاختلاف بين صحف الدراسة حول المعلومات المقدمة في الأخبار التي تناولت الأحداث نفسها.

كما يلاحظ على طرق معالجة صحف الدراسة للأخبار المتضمنة قيمة الصراع، الاكتفاء بنقل الأحداث، أي التأكيد على فعل الكارثة بدل المساهمة في مواجهتها.

جدول رقم (17):

توزيع قيمة القرب على المؤشرات الفرعية لها.

المادة الخبرية				مؤشرات القيمة الخبرية		
الشروق اليومي		الخبر		القرب الخبر	القيمة الخبرية	
%	ك	%	ك			
13.11%	16	14.96%	19	السيكولوجي	127	
86.88%	106	85.03%	108	الجغرافي	37.57%	
46.22%	49	42.59%	46	الوسط	الشروق اليومي	
18.86%	20	25.92%	28	الغرب		
37.73%	40	40.74%	44	الشرق		122
7.54%	8	10.18%	11	الجنوب		41.78%

يتضح من تحليل مضمون المواد الخبرية المنشورة في صحف الدراسة، أن قيمة القرب جاءت في المرتبة الثالثة في كلا الصحيفتين (الخبر، والشروق اليومي) وذلك بنسبة 37.57%، و41.78% على التوالي.

وتمثلت المؤشرات الفرعية لهذه القيمة في القرب الجغرافي، حيث بلغت نسبتها 85.03% في صحيفة الخبر، و86.88% في يومية الشروق، فضلا عن الاهتمام بقيمة القرب البسيكولوجي في كلا الصحيفتين (الخبر، والشروق اليومي) وذلك بنسبة 14.96%، و13.11% على التوالي.

كما يكشف الجدول أعلاه عن توزيع المادة الخبرية في صحف الدراسة طبقا لما أحرزته من تكرارات للمجال الجغرافي على النحو الآتي:

جاءت الأخبار المتعلقة بالمناطق الوسطى (الولايات الوسطى) في المركز الأول في كلا الصحيفتين، حيث بلغت نسبة الاهتمام بها 42.59% في صحيفة الخبر، و 46.22% في يومية الشروق، ثم الأخبار التي تطرقت للمناطق الشرقية وذلك بنسبة 40.74% في صحيفة الخبر، و 37.73% في جريدة الشروق اليومي.

وتأتي الأخبار التي تناولت أحداث ووقائع المناطق الغربية في المركز الثالث في كلا الصحيفتين (الخبر، والشروق اليومي) وذلك بنسبة 25.92%، و 18.86% على التوالي، وتحتل الأخبار التي تعرضت لمناطق الجنوب آخر الترتيب بنسبة 10.18% في جريدة الخبر، و 7.54% في يومية الشروق.

وتكشف نتائج تحليل المضمون عن اهتمام صحف الدراسة بقيمة القرب النفسي أو البسيكولوجي، من خلال رصد الأخبار المتعلقة بالجزائريين المقيمين أو المتواجدين في مختلف بقاع العالم^(*)، فضلا عن الاهتمام بمختلف المنطق الجغرافية وإن تفاوتت درجة الاهتمام من منطقة لأخرى. ويعد الاهتمام بقيمة القرب أمرا صحيا بالنسبة للصحافة، حيث يساعد ذلك على ربط القارئ بالصحيفة، بيد أنه لوحظ تزايد نسبة الأخبار التي تخص الصحيفة، والعاملين فيها، مما يوجد فئة أخرى من النخب التي تحرص الصحيفة

(*) بعض النماذج:

- راسلوا رئيس المجلس الشعبي لمحادثة الخارجية في الأمر. السجناء الجزائريون في ليبيا يطالبون بتحويلهم لسجون الجزائر. (جريدة الشروق اليومي / 17 أكتوبر 2007 / العدد 2124).
- إجلاء 14 عائلة فقدت ممتلكاتها وأصبحت في العراق. حرائق كاليفورنيا تشرد أكثر من 70 جزائريا. (جريدة الشروق اليومي / 27 أكتوبر 2007 / العدد 2132).
- قبض عليه في الرمادي بتهمة الإرهاب. القضاء العراقي يحكم بالإعدام على جزائري قتل أمريكيين. (جريدة الشروق اليومي / 10 ماي 2007 / العدد 1989).
- بعد إقالة خنفر، الكفاءات الجزائرية في الواجحة. خديجة بن قنة مرشحة لإدارة قناة "الجزيرة" (جريدة الشروق اليومي / 20 ماي 2007 / العدد 1997).
- اضربوا عن الطعام للمطالبة بتسوية وضعيتهم. اعتقال 120 شخص بفرنسا أغلبهم جزائريون. (جريدة الخبر / 2 أوت 2007 / العدد 5081).
- ارتفع عددهم إلى 45 جزائريا. عائلات المعتقلين بسوريا تطالب بتدخل رئيس الجمهورية. (جريدة الخبر / 21 جوان 2007 / العدد 5045).

على نشر أخبارهم، بغض النظر عن مدى أهميتها بالنسبة للقرار^(*).

وكشفت نتائج تحليل المضمون، اهتمام صحف الدراسة، بالمناطق الوسطى والشرقية بالدرجة الأولى، تليها المناطق الغربية، ثم الجنوب الجزائري، وقد يرجع ذلك إلى توزيع القائمين بالاتصال على مناطق وجهات معينة دون غيرها، مما يؤدي إلى نشر أخبار بعض الجهات التي غالباً ما يتركز توزيع الصحفيين عليها، وهو ما يعني سيادة أخبار منطقة على غيرها من الأخبار، كما أوضحته نتائج تحليل المضمون.

وقد يرجع تصدر أخبار المناطق الوسطى مقارنة بباقي المناطق، إلى تواجد كل مؤسسات الدولة بالجزائر العاصمة، أين تتم صناعة واتخاذ القرارات، فضلاً عن تواجد الصحف، التي تتميز بطابعها الوطني، بالجزائر (العاصمة)، مما يسهل عليها عملية تغطية مختلف الأحداث التي تقع في هذه المناطق، وقد يعود الاختلاف في تغطية أحداث المناطق الوطنية، بالدرجة الأولى إلى وجود أو عدم وجود مراسلين يقومون بنقل أخبار مختلف مناطق الوطن.

(*) بعض النماذج: بمنحها مركز الكواكي للتحولات الديمقراطية لأول مرة: الأمير الحسن بن طلال يسلم علي جري جائزة "الزيتونة الفضية" (جريدة الخبر /23 جوان 2007/ العدد 5046).

جدول رقم (18):

توزيع قيمة الشهرة على المؤشرات الفرعية لها.

المادة الخبرية				مؤشرات القيمة الخبرية	
الشروق اليومي		الخبر		الشهرة الخبر	الشهرة الموقع
%	ك	%	ك		
50%	40	56.98%	53	رسمي	93 %27.51
33.75%	27	35.48%	33	غير رسمي	
2.5%	2	8.60%	8	حزبي	
21.25%	17	6.45%	6	تخصص ما	
1.25%	1	0%	0	شهرة الشيء	
93.75%	75	94.62%	88	القضية	الشروق اليومي 80 %27.39
2.5%	2	1.07%	1	الشخص	
3.75%	3	4.30%	4	الاثنان معا	

تبين من تحليل مضمون المواد الخبرية المنشورة في صحف الدراسة، أن قيمة الشهرة جاءت في المرتبة السادسة في جريدة الخبر بنسبة 27.51%، في حين احتلت هذه القيمة المرتبة السابعة في صحيفة الشروق اليومي بنسبة 27.39%.

وعن نوعية النخب التي ركزت عليها المادة الخبرية المنشورة في صحف الدراسة، اتضح أنها تمثلت في نشر أخبار الشخصيات والمسؤولين الرسميين بنسبة 56.98% في جريدة الخبر، و50% في صحيفة الشروق اليومي، يليها أخبار الشخصيات غير الرسمية بنسبة 35.48% في صحيفة الخبر، و33.75% في يومية الشروق.

وبينما تقدمت أخبار القيادات الحزبية أخبار الشخصيات المشهورة في مجالات الفن والرياضة وغيرها من التخصصات في صحيفة الخبر، حيث بلغت

نسبة الفئة الأولى من الأخبار 8.60%، ونسبة الفئة الثانية 6.45%، وقد عكست نتائج تحليل المادة الخبرية في الشروق اليومي، تقدم أخبار الشخصيات المشهورة في مجالات الفن والرياضة وغيرها من التخصصات الأخبار المتعلقة بالقيادات الحزبية وذلك بنسبة 21.25%، و 2.5% على التوالي، واحتل آخر الترتيب في يومية الشروق الأخبار المتعلقة بشهرة الشيء بنسبة 1.25% (*).

وعن طبيعة توجه المادة الخبرية المتضمنة قيمة الشهرة، اتضح أن معظم الأخبار المنشورة في صحف الدراسة ركزت على القضية، حيث بلغت نسبتها 93.75% في صحيفة الشروق اليومي، و 94.62% في جريدة الخبر، محتلة بذلك المرتبة الأولى، بينما جاء في المرتبة الثانية الأخبار التي تركز على الجانب الموضوعي والشخصي معا في كلا الصحيفتين (الخبر، والشروق اليومي) وذلك بنسبة 4.30%، و 3.75% على التوالي، وجاءت الأخبار التي تركز على الجانب الشخصي في المرتبة الثالثة في كلا الصحيفتين (الشروق اليومي، والخبر) بنسبة 2.5%، و 1.07% على التوالي.

وأظهرت نتائج التحليل أن قيمة الشهرة توسطت باقي القيم الخبرية، ويمكن تفسير ذلك بأن صحف الدراسة تبدي تمسكها بهذه القيمة، وإن لم تنصدر مصفوفة القيم الخبرية، إذا وضعت في موقف المقارنة معها وذلك من قبيل "الشهرة لها بريقها"، أو من باب "من غير الشهرة تبقى الأخبار ميتة"، إذ لا بد من التمييز بين الشخصيات المشهورة والناس العاديين.

كما اتضح من خلال تحليل المواد الخبرية المنشورة في صحف الدراسة أن هذه الأخيرة قد ركزت على الشخصيات الرسمية بالدرجة الأولى، الأمر الذي

(* أنظر:

• كانت ستباع في سوق الخضار بتلمسان بـ 400 مليون سنتيم.
الدرك يسترجع رأس "نيفرتيني" ومجسم قائد حرب إنجليزي بتلمسان.
جريدة الشروق اليومي/05 سبتمبر 2007/ العدد 2090.

يجمع فرص المشاركة الشعبية، خاصة وأن الشخصيات الرسمية تلجأ في سبيل المحافظة على مراكزها الوظيفية إلى الإدلاء بالأخبار التي تحمي سياستها، والتعتميم على غيرها من الأخبار، كما كشف تحليل المضمون سيطرة الصفات السلبية في هذه الفئة على الصفات الإيجابية، في الوقت الذي يجب أن نسعى إلى إبراز نوعيات معينة من النخب تتسم بالأمانة والجدية وإجادة العمل، ويفضل التركيز على النخب في المجالات الإنتاجية حتى لا نوحى للقارئ بأنه يعيش في مجتمع لا أمل فيه، مما قد ينعكس على نفسية القارئ الذي قد يصبح شخصا سلبيا بالدرجة الأولى.

إن الاعتماد الزائد على الأخبار المتضمنة قيمة الشهرة، قد يؤدي بالصحافة إلى التتبع الروتيني الملل لأخبار هذه النخب لمجرد شهرتها، وإفراغ الأحداث من سياقها، فضلا عن أن التركيز في تغطية بعض الأحداث على الشخص وليس الوقائع، يقلل من قيمة الفعل الجماعي ويهدد حقوق بعض المنتجين، بينما يفترض التركيز على الحقائق والوقائع والنتائج وربطها سلبا أو إيجابا بما يفعله الشخص، وهو ما يسمح للقارئ بتكوين حكمه الشخصي على ما يراه من أعمال وانجازات.

جدول رقم (19):

توزيع قيمة الاهتمامات الإنسانية على المؤشرات الفرعية لها.

المادة الخبرية		مؤشرات القيمة الخبرية		الاهتمامات الإنسانية الخبر
الشروق اليومي	ك	الخبير	ك	
%	ك	%	ك	67
13.33%	10	19.40%	13	حاجات وغرائز إنسانية
40%	30	17.91%	12	عواطف وشغف القراء
0%	0	0%	0	عمل جماعي
0%	0	0%	0	تجربة فردية
61.33%	46	70.14%	47	هموم ومعاناة الناس

ينتضح من تحليل مضمون المواد الخبرية في صحف الدراسة، أن قيمة الاهتمامات الإنسانية احتلت المرتبة السابعة في جريدة الخبر بنسبة 19.82%، في

حين أتت هذه القيمة في المرتبة الثامنة في صحيفة الشروق اليومي بنسبة 25.68% من إجمالي القيم الخبرية.

وتمثلت المؤشرات الفرعية لهذه القيمة في نشر الأخبار التي تتحدث عن هموم ومعاناة الناس^(*) وذلك بنسبة 70.14% في جريدة الخبر، و61.33% في صحيفة الشروق اليومي، متصدرة بذلك المؤشرات الفرعية لهذه القيمة.

وبينما جاءت الأخبار التي تخاطب حاجات وغرائز القراء^(**) في المرتبة الثانية في جريدة الخبر بنسبة 19.40%، أتى هذا النوع من الأخبار في المركز الثالث في جريدة الشروق اليومي بنسبة 13.33%.

واحتلت الأخبار التي تمس عواطف وشغف القراء^(***) الترتيب الثاني في صحيفة الشروق اليومي بنسبة 40%، وجاء هذا النوع من الأخبار في المرتبة الثالثة في جريدة الخبر بنسبة 17.91%، ولم تول صحف الدراسة أي اهتمام بالأخبار التي تنقل أحداثا عن أعمال جماعية، أو الأخبار التي تنقل للقراء بعض التجارب الفردية.

وتشير نتائج تحليل المضمون إلى احتلال هذه القيمة (الاهتمامات الإنسانية) لمراكز متأخرة نوعا ما في مصفوفة القيم التي تتبناها الخبر ويومية الشروق،

(*) بعض النماذج:

- البناية القديمة لعنابة. أربعون ألف مواطن يواجهون خطر انهيار بنايتهم (جريدة الخبر / 20 نوفمبر 2007 / العدد 5173).
- من نتائج التلوث البيئي: 20% من الجزائريين مصابون بأمراض الحساسية (جريدة الخبر / 25 نوفمبر 2007 / العدد 5151).
- أسعار السكر مهددة بالارتفاع و النقاية تدق ناقوس الخطر (جريدة الشروق اليومي / 13 مارس 2007 / العدد 1940).
- وزارة التجارة تدعوهم للانتظار والمنتجون يرفضون الوعود ويطالبون باللموس، طوابير أمام محلات المواد الغذائية من أجل الحصول على أكياس الحليب (جريدة الشروق اليومي / 12 ماي 2007 / العدد 1990).

(**) بعض النماذج:

- مخططات استعجالية لتفادي العطش في الولايات الغربية، تيارت وبلعباس وعين تموشنت أكثر المناطق تضررا. (جريدة الخبر / 10 ماي 2007 / العدد 5009).
- تحسبا لشهر رمضان الحكومة تغمر السوق لمواجهة ارتفاع الأسعار، استيراد 23 ألف طن من اللحوم و20 ألف طن من البطاطا (جريدة الخبر / 20 أوت 2007 / العدد 5096).
- القائمة تخص مرضى السكري، الضغط والقلب، الضمان الاجتماعي يقرر تعويض 400 دواء جديد (جريدة الشروق اليومي / 23 جوان 2007 / العدد 2026).

(***) بعض النماذج:

- يسخرون من المساجد ويتجهجون على الشعائر الإسلامية، قساوسة يشنون حملة شعواء ضد أضحية العيد في الجزائر، (جريدة الشروق اليومي / 12 نوفمبر 2007 / العدد 2146).

ومن ثم يمكن القول أن صحف الدراسة ومن خلال عينة التحليل لا تُعنى بالإثارة العاطفية، فضلا عن عدم اهتمامها بالقدر الكافي بالبعد الإنساني للخبر. وكشفت نتائج تحليل المضمون أن معظم الأخبار التي تضمنت هذه القيمة دارت حول ما يمس هموم ومعاناة الناس، كمشكل السكن، انتشار الأمراض، ارتفاع أسعار المواد الغذائية، سوء الخدمات.... الخ وأظهرت نتائج تحليل المضمون تقدم الأخبار التي تمس حاجات وغرائز القراء الأخبار التي تخاطب عواطف وشغف القراء في جريدة الخبر، بينما تقدمت الأخبار التي تهتم بعواطف وشغف القراء الأخبار المتعلقة بتلبية حاجات وغرائز القراء في صحيفة الشروق اليومي، مما يكشف عن سعي هذه الجريدة لتحريك عاطفة القارئ، للحصول على استجابات عاطفية معينة، أو التركيز على الأخبار ذات الخلفية العاطفية، في حين تهتم جريدة الخبر بنقل الأخبار التي من شأنها تلبية حاجات القارئ.

جدول رقم (20):

توزيع قيمة الأهمية على المؤشرات الفرعية لها.

المادة الخبرية		مؤشرات القيمة الخبرية		الأهمية الخبر
الشروق اليومي	الخبر			
%	ك	%	ك	
25.92%	14	32.07%	17	53
66.66%	36	52.83%	28	15.68
11.11%	6	18.86%	10	54
				18.49

جاءت قيمة الأهمية في المرتبة الثامنة في جريدة الخبر بنسبة 15.68%، في حين احتلت هذه القيمة المرتبة العاشرة في جريدة الشروق اليومي بنسبة 18.49% من إجمالي القيم الخبرية.

وتمثلت هذه القيمة في نشر أخبار تخاطب اهتمامات أكبر عدد من القراء^(*) بنسبة 66.66% في يومية الشروق، و52.83% في صحيفة الخبر، تليها نشر أخبار بعض القضايا التي تمس مصالح عدد كبير من القراء^(**) بنسبة 32.07% في صحيفة الخبر، و25.92% في يومية الشروق اليومي، وأخيرا الأخبار التي ترتبط بقضايا جماهيرية^(***) أو التي تهتم الجمهور بنسبة 18.86% في جريدة الخبر، و11.11% في يومية الشروق.

ورغم أن الاهتمام بهذه القيمة يعد أمرا أساسيا في تشجيع المواطنين على المشاركة، وتعظيم مساهمة الصحافة في الاهتمام بالأخبار التي تهتم الجمهور وتخاطب اهتماماته ومصالحه، ومن ثم المساهمة في عملية تنمية المجتمع، إلا أن نتائج تحليل المضمون كشفت عدم اهتمام صحف الدراسة بقيمة الأهمية مقارنة بباقي القيم التي تصدرت مصفوفة القيم الخيرية في صحف الدراسة، حيث احتلت قيمة الأهمية مرتبة متأخرة خاصة في جريدة الشروق اليومي، مما يكشف عدم اهتمام هذه الأخيرة بهذه القيمة.

وكشف تحليل مضمون المواد الخيرية المنشورة في صحف الدراسة، عن ارتفاع نسبة الأخبار التي تعد من بين اهتمامات القراء كأخبار الرياضة والفن، والتي هي في الأساس نوعية من الأخبار لا تمس الاحتياجات الفعلية للمواطنين، وذلك في ظل غياب معرفة حقيقية باهتمامات واحتياجات الجمهور من الأخبار، إذ لا توجد دراسات تهتم برصد ما يحتاجه وما يريده الجمهور الجزائري، مما

(*) بعض النماذج:

- الضحية حددت دعوى إثبات النسب و طالبت بـ 12 سنة من النفقة، الشاب خالد مطلوب أمام القضاء الفرنسي للاعتراف بابنه.(جريدة الشروق اليومي / 24 ديسمبر 2007 / العدد 2180).
- الفاف ترتقب منحة بخمسين ألف دولار لمواجهة البرازيل.(جريدة الخبر / 12 مارس 2007 / العدد 4959).
- التدهور المفاجئ للأحوال الجوية سيستمر اليوم.(جريدة الشروق اليومي / 12 أوت 2007 / العدد 2069).

(**) بعض النماذج:

- تدابير بيداغوجية وتربوية لفائدة تلاميذ البكالوريا، فتح الثانويات بعد أوقات العمل للأقسام النهائية (جريدة الخبر / 21 مارس 2007 / العدد 4967).

(***) وزير التضامن الوطني من تيارت، رفع منحة تشغيل الشباب إلى 6 آلاف دينار جزائري قبل الخريف القادم (جريدة الشروق 23 جوان 2007 / العدد 2026).

يجعل القائمون بالاتصال يبنون تصوراتهم عن اهتمامات واحتياجات الجمهور من منطلق ذاتي أو خاص دون الاستناد إلى دراسات علمية.

ويجب أن نفهم قيمة الأهمية على أساس أنها لا تقتصر على الفائدة الذاتية أو المصلحة العامة فقط، وإنما تشمل الجوانب السلبية أيضاً، فعندما ينشر خبر عن ارتفاع قسيمة السيارات(*) أو عن ارتفاع أسعار السلع الغذائية في الجزائر، فإن مثل هذه الأخبار تمثل أهمية خاصة بالنسبة للمستهلك، كما أن نسبة الأهمية تتفاوت بمقدار التأثير الذي تحدثه مثل هذه القرارات على الناس، سواء كان التأثير نفسياً أو اقتصادياً أو اجتماعياً.

جدول رقم (21):

توزيع قيمة الأنية على المؤشرات الفرعية لها.

المادة الخبرية				مؤشرات القيمة الفرعية	
الشروق اليومي		الخبر		الانفراد	الأنية
%	ك	%	ك		
%1.61	1	%2	2		الخبر 100
%3.22	2	%3	3	التوقيت كمحدد للحدث	%29.58
%9.67	6	%9	9	ينبئ عن حدث أو قرار	الشروق اليومي 62
%41.93	26	%63	63	الإعلان عن جديد في حدث جار	
%43.54	27	%25	25	ردا على ما نُشر	%21.23

يتضح من نتائج تحليل المادة الخبرية المنشورة في صحف الدراسة، أن قيمة الأنية تأتي في المرتبة الخامسة في جريدة الخبر بنسبة 29.58%، في حين احتلت هذه القيمة المرتبة التاسعة في يومية الشروق بنسبة 21.23%.

(*) أنظر: رفع قيمة قسيمة السيارات وقروض ميسرة للإطارات (جريدة الخبر / 13 سبتمبر 2007 / العدد 5117).

وتمثلت المؤشرات الفرعية لهذه القيمة في التركيز على نشر الأخبار التي يُعلن فيها عن عنصر أو عناصر جديدة في قضية أو في حدث جارٍ^(*)، حيث احتل هذا المؤشر الفرعي المرتبة الأولى في جريدة الخبر بنسبة 63%، في حين جاء اهتمام صحيفة الشروق اليومي بهذا المؤشر الفرعي في المرتبة الثانية بنسبة 41.93%.

وبينما اهتمت الشروق اليومي بالدرجة الأولى بالأخبار التي تمثل رداً على ما نشر أو ما وقع من أحداث^(**) بنسبة 43.54%، جاء هذا المؤشر الفرعي في المرتبة الثانية من حيث اهتمام جريدة الخبر به وذلك بنسبة 25%. وتأتي الأخبار التي تتبى عن حدث أو قرار في المرتبة الثالثة في كلا الصحيفتين (الشروق اليومي، والخبر)، بنسبة 9.67%، و9% على التوالي. وتحتل الأخبار التي يتدخل فيها عنصر التوقيت^(***) كمحدد ومقوم أساسي لنشرها المرتبة الرابعة في كلا الصحيفتين (الخبر، والشروق اليومي) بنسبة 3%، و3.22% على التوالي، وتأتي قيمة الأفراد^(****) في نشر الأخبار في آخر الترتيب بنسبة 2% في جريدة الخبر، و1.61% في يومية الشروق.

(*) بعض النماذج:

- لمواجهة احتكار الخواص. الحكومة تقرر وقف حوصصة وحدات إنتاج الحليب. (جريدة الخبر / 05 مارس 2007 / العدد 4953).
- عناصر جديدة في التحقيق حول اعتداءات 11 أبريل. السيارة التي فجرت قصر الحكومة انطلقت من يراقي. (جريدة الخبر / 24 أبريل 2007 / العدد 4996).
- بعد الحديث عن مفاوضات مع واشنطن. الجزائر ترفض استقبال معتقلي غوانتانامو. (جريدة الخبر / 02 ماي 2007 / العدد 5002).
- تمار يقترح تنازلات إضافية لتسريع الحوصصة. تطهير المؤسسات ماليا وإلغاء شرط "الحفاظ على اليد العاملة". (جريدة الشروق اليومي / 28 أوت 2007 / العدد 2083).
- مدير الوظيف العمومي يكشف لـ "الشروق": الزيادة في الأجور لن تطبق قبل فيفري، المراجعات ستطبق مرحليا حسب القطاعات وبأثر رجعي (جريدة الشروق اليومي / 24 ديسمبر 2007 / العدد 2180).
- (**) بعض النماذج:
- عبادو يشن هجوماً على "أعوان الاستعمار". المجاهدون يطالبون بوتفليقة بالرد على كوشنير، (جريدة الخبر / 06 ديسمبر 2007 / العدد 5187).
- الأسرة الثورية تطالب بسحب ما قاله وبالاعتذار. كوشنير قام بتصرف لا أخلاقي على أرض الوطن. (جريدة الشروق اليومي / 06 ديسمبر 2007 / العدد 2167).
- الخارجية تستدعي القائم بالاتصال في السفارة الأمريكية. أزمة دبلوماسية بين الجزائر وواشنطن. (جريدة الشروق اليومي / 16 أبريل 2007 / العدد 1969).
- (***) بعض النماذج:
- المركزية النقابية اتفقت مع الحكومة على زيادة أخرى في الأجور. عشرون ألف عامل يتلقون أجورهم المتأخرة قبل 10 ماي الجاري. (جريدة الشروق / 02 ماي 2007 / العدد 1982).
- قبل يوم واحد من انقضاء المهلة. أصحاب السيارات يطالبون بتوفير وتمديد آجال اقتناء القسيمة. (جريدة الخبر / 31 مارس 2007 / العدد 4975).
- قبل أربعة أيام من احتجاج أساتذة التعليم العالي. الوزارة تطالب لقاء للتفاوض والجلس يصر على الاحتجاج. (جريدة الخبر / 17 نوفمبر 2007 / العدد 5144).
- (****) بعض النماذج:
- الخبر تنفرد بنشر محتوى دفتر الشروط. إجراءات صارمة لتصدير النفايات الحديدية. (جريدة الخبر / 25 فيفري 2007 / العدد 4946).
- الخبر تنفرد بنشر تفاصيل تقرير مجلس المحاسبة. تلاعب بالفواتير وصفقات مشبوهة في المجلس الشعبي الوطني. (جريدة الخبر / 09 أكتوبر 2007 / العدد 5139).

تتحكم المصادر الرسمية في فعالية هذه القيمة، حيث تحجب بعض الأخبار عن الصحف، وتتفرد وكالة الأنباء الجزائرية بنشرها على سبيل المثال، فتأتي بعض الأخبار على النحو الآتي، استنادا لوكالة الأنباء الجزائرية، كما تتدخل بعض قرارات حظر النشر في إمكانية نشر بعض الأخبار في حينها في حالة عدم التأكد من المصدر، أو بطلب من هذا الأخير، وكذا يأتي حجب بعض الأخبار تحرزا لمضاعفاتها السياسية أو تخوفا من كشف أنشطة مازالت في دور الاكتمال ويخشى من أن يؤدي النشر عنها إلى حدوث مضاعفات أو ردود أفعال غير مستحبة خاصة فيما يتعلق بالقضايا الأمنية التي لم تستكمل التحقيقات فيها أو القضايا المطروحة على المحاكم وذلك لدواعي خاصة بإجراءات التحقيق.

ويمكن القول أن ثمة عوامل عديدة تتحكم في تقرير هذه القيمة الخبرية، وهي عوامل سياسية وصحفية وأخرى مرتبطة بطبيعة الخبر ذاته، ويظهر تأثير البعد السياسي على توقيت نشر بعض الأخبار، سواء عن طريق تسريب بعض المصادر لأخبار معينة في توقيتات معينة، لخدمة مصالحها أو التصريح ببعض الأخبار لاستطلاع تصورات الرأي العام عنها، فيما يعرف ببالونات الاختبار، وثمة اعتبارات زمنية تحكم هذه القيمة الخبرية في صحف الدراسة، فأخبار الدخول الاجتماعي، إعداد الميزانية السنوية، الحج، رمضان،... الخ لها توقيتات معينة، وهو ما يجعل بعض الأخبار التي تنشرها الصحافة بصفة عامة تتسم بالروتينية والموسمية، فضلا عن تأثير الأحداث العريضة على هذه القيمة الخبرية، ففي الفترة التي اختيرت كعينة للدراسة، صادفت الباحثة بعض الأحداث العريضة التي فرضت نفسها على الصحافة، كحاكمة عبد المؤمن خليفة، والانتخابات التشريعية والمحلية، بالإضافة إلى بعض المواقف السياسية التي بدأت تلوح في تلك الفترة بخصوص إمكانية تعديل الدستور، فضلا عن الأحداث الأمنية متمثلة خاصة في الأخبار المتعلقة بالإرهاب.

وتؤثر الإمكانيات المادية وطباعة الصحيفة في تقرير تواجد هذه القيمة في صحف الدراسة، إذ أن الصحافة تفتقد للإمكانيات التي تمكنها من نقل بعض الأحداث بسرعة، فعلى سبيل المثال، لا تملك صحف الدراسة مراسلين في كل ولايات الجزائر لتغطية مختلف الأحداث والقضايا التي تقع، فهي قد تتأخر في نشر بعض الأخبار بحكم هذه الاعتبارات.

وبصفة عامة، كلما زاد تواجد هذه القيمة في العمل الصحفي، زادت حيويته وقدرته على ربط الجمهور بالأحداث والوقائع، وإعلامهم بما يمس حياتهم، إلا أنها ترتبط غالبا بعوامل سياسية، وتتعلق أحيانا أخرى بمصادر الصحفي حيث يصعب في الكثير من الأحيان نشر بعض الأخبار في توقيتاتها نظرا لعدم تمكن القائم بالاتصال من التأكد من الخبر في ظل غياب تصريحات رسمية حول الأحداث، وقد تلجأ بعض الصحف إلى استخدام ما يسمى بالتغطية الإخبارية التكهنية لأحداث قد لا تقع، وهو ما يؤثر في مصداقيتها، كما أن الأخبار التي تنشر ردا على ما نشر، كالقول أن مصدر مسؤول ينفي ما نشر في صحيفة كذا، من شأنه التقليل من مصداقية الصحيفة وقيمتها الإعلامية.

ويتضح من تحليل المواد الخبرية في صحف الدراسة، أن الاهتمام بقيمة الانفراد الصحفي تقوم أساسا على الوثائق والمستندات الرسمية المتعلقة بصفة خاصة بالفساد والسلبات، ومن ثم يمكن القول أن صحف الدراسة أكثر ميلا لنشر الأخبار الانفرادية ذات الطابع السياسي أكثر من الاهتمام بنشر الأخبار التي تتضمن سبقا صحفيا عن قضية ذات طابع شعبي جماهيري.

9 - قيمة السلبية:

توضح نتائج تحليل مضمون المادة الخبرية المنشورة في صحف الدراسة، أن نسبة الأخبار السلبية بلغت 31.65% في جريدة الخبر، وبلغت نسبتها في الشروق اليومي 30.82% من إجمالي القيم الخبرية.

وأظهرت نتائج التحليل اهتمام صحيفة الخبر والشروق اليومي بالأخبار السلبية، حيث احتلت المرتبة الرابعة في مصفوفة القيم الخبرية في يومية الخبر، وجاءت في المرتبة الخامسة في يومية الشروق، فضلا عن تأثر صحف الدراسة بمصفوفة القيم الخبرية المتبناة في الإعلام الغربي والذي يولي أهمية كبيرة للأخبار السلبية على حساب الأخبار الإيجابية.

وتتضمن الأخبار السلبية أحداث الحروب والمعارك والفيضات والمجاعات والتمرد والاغتيالات، وربما يعود اهتمام صحف الدراسة بالأخبار السلبية أكثر من الأخبار الإيجابية للاعتبارات التالية:

- تساعد الأخبار السلبية على تسويق الصحافة اليومية أكثر من الأخبار الإيجابية.

- تشبع الأخبار السلبية احتياجات الجمهور للأخبار.

- يعد الفشل والإخفاق جدير بالاهتمام والتقديم إخباريا لأنه خروج عن المألوف و يعكس وضعا غير عادي.

- يكشف الحدث السلبي عن نفسه بصورة أكثر سهولة، ويستغرق وقتا أقل من الحدث الإيجابي، فعلى سبيل المثال قارن بين الوقت المطلوب لبناء سد والوقت المطلوب لتهديمه.

- إن الأخبار السلبية تكون أكثر سهولة من حيث الإجماع عليها وعدم غموضها.

- يكون التنبؤ بالأخبار السلبية بصفة أقل من الإيجابية.

ومن التفسيرات البسيطة والهامة لسيطرة الأخبار السلبية ما تقدم به هاسنكس وميلر حيث اعتبرا اليوم الحافل بالأخبار السلبية هو يوم إخباري جيد، ويوضح الباحثان أن كمية الأخبار السلبية في الإعلام تفوق فعليا كمية الأخبار

الإيجابية والحيادية معا وأن الأخبار السلبية تحصل على معالجة أفضل في جميع وسائل الإعلام الإخبارية⁽¹⁾.

ورغم تعارض النتيجة التي تم التوصل إليها والمتمثلة في اهتمام صحف الدراسة بالأخبار السلبية مع مفهوم الخبر ووظيفته في الدول النامية والذي يختلف عن مفهومه ووظيفته في الدول الغربية، إذ تنظر الدول النامية للأخبار باعتبارها خدمة عامة، إلا أنها تتفق مع الاتجاه القائل بأن الأخبار السلبية تعتبر من المعايير المهمة التي تنتقى على أساسها الأخبار، حيث ركزت صحيفتا الخبر والشروق اليومي على أرقام الضحايا والفساد، اللذان أثرا في مستوى التغطية الإخبارية وليس مجرد ذكر الخبر فقط، فقد اهتم القارئون بالاتصال في صحف الدراسة على إبراز الأرقام والأعداد في المانشيت، أو في عناوين الأخبار المنشورة خلال فترة الدراسة.

10 - قيمة الإيجابية:

توضح نتائج تحليل مضمون المواد الخبرية المنشورة في صحف الدراسة، أن قيمة الإيجابية تأتي في المرتبة السادسة في يومية الشروق بنسبة 29.79%، في حين تحتل هذه القيمة المرتبة التاسعة في جريدة الخبر بنسبة 13.60% من إجمالي القيم الخبرية.

وتكشف نتائج الدراسة التحليلية عن توسط قيمة الإيجابية لمصفوفة القيم الخبرية في يومية الشروق (المرتبة السادسة)، والتي تُعنى بنشر الأخبار الجيدة ذات الإيقاع المتفائل، كأخبار عن إنجازات وتقدم في مجال ما، بينما احتلت هذه القيمة مرتبة متأخرة في ترتيب القيم الخبرية في جريدة الخبر.

(1) Haskins B. Jack and Miller, *Reliability of the News for Analysis of the Good and Bad News Dimension*, Journalism Quarterly, vol. 16, n° 3, 1984, pp. 3-13-65.

وتشير النتائج السابقة إلى أن قيمة الايجابية، أتت من حيث الترتيب بعد قيمة السلبية التي احتلت المرتبة الرابعة في جريدة الخبر، وجاءت في المركز الخامس في صحيفة الشروق اليومي، وقد يعود ذلك إلى طبيعة ملكية صحف الدراسة، فضلا عن وجود هامش من الحرية بالنسبة للقائمين بالاتصال في نشر بعض الأخبار التي تمس بنواحي القصور والإخفاق في سياسة الحكومة، وربما كان دافع الحاجة إلى التغيير وراء التركيز على مثل هذه النوعية من الأخبار.

كما تبين نتائج تحليل مضمون المواد الخبرية المنشورة في جريدة الشروق اليومي، أن قيمة الايجابية أتت مباشرة بعد قيمة السلبية، ما يفسر محاولة القائمين بالاتصال تحقيق التوازن بين ما هو ايجابي وسلبي.

وربما يعود عدم اهتمام جريدة الخبر بقيمة الايجابية التي جاءت في مركز متأخر في مصفوفة القيم الخبرية، من منطلق أن الأخبار الايجابية تعد شيئا عاديا بالنسبة للقائمين بالاتصال على مستوى الصحيفة، ويمكن أن يمر هذا النوع من الأخبار دون التفات إليها لأنها لا تمثل شيئا جديدا، وقد يعود ذلك إلى تبني جريدة الخبر، لمصفوفة القيم الخبرية السائدة في الإعلام الغربي، والذي يرى أن الأخبار الايجابية لا تستحق الذكر، فضلا عن أن هذا النوع من الأخبار قد يكون ايجابيا لدى بعض الناس، وليس كذلك بالنسبة للآخرين^(*).

أظهرت نتائج تحليل مضمون المواد الخبرية المنشورة في جريدة الشروق اليومي، أن أغلب الأخبار الايجابية تمحورت حول تغطية الأحداث التي تمس بالانجازات التي حققها جهاز الأمن الجزائري في إطار مكافحة الإرهاب، تليها الأخبار الايجابية في الميدان الاجتماعي، حيث تناولت الصحيفة الإجراءات والتدابير المتخذة في مكافحة ظاهرتي الهجرة غير الشرعية، وتجارة

(*) بعض النماذج:

• في إطار التكفل بهم اجتماعيا. 4 ملايين سنتيم شهريا لإسكان القضاة، (الشروق اليومي/ 28 أوت 2007/ العدد 2083).

المخدرات، فضلا عن الاهتمام بتحسين بعض الجوانب الاجتماعية في حياة المواطنين^(*)، ثم أتت الأخبار الاقتصادية^(**) المتضمنة قيمة الايجابية، وتمحورت حول الزيادة في الأجور، أو الانجازات المحققة على مستوى بعض المؤسسات الحكومية مثل سوناطراك، وأخيرا جاءت الأخبار السياسية المتضمنة قيمة الايجابية، كالخبر المتعلق باعتراف قسنطيني بحق 18 ألف من معتقلي محتشدات الصحراء في التعويض^(***)، كما نشرت الجريدة بعض الأخبار عن النجاح الذي حققته بعض الكفاءات الجزائرية في الخارج^(****).

أما بالنسبة لجريدة الخبر، فقد كشف تحليل مضمون المواد الخبرية، أن الصحيفة اهتمت بالدرجة الأولى بالأخبار المتضمنة للانجازات المحققة أمنيا في إطار مكافحة الإرهاب أو الكشف عن بعض الإجراءات الأمنية التي تسعى إلى حماية المواطن الجزائري^(*****)، تليها الأخبار الاقتصادية التي تعلقته أساسا بنشاط بعض المؤسسات الاقتصادية، ويأتي على رأسها شركة

(*) بعض النماذج:

• القائمة تخص مرضى السكري، الضغط والقلب. الضمان الاجتماعي يقرر تعويض 400 دواء جديدا. (الشروق اليومي / 23 جوان 2007 / العدد 2026).

• بعض المساجين استفادوا من قروض لإعادة الإدماج الاجتماعي. (الشروق اليومي / 13 مارس 2007 / العدد 1940).

• وزارة العدل تقترح استفادة المرحح عنهم من صندوق الزكاة إعانات للزواج. (الشروق اليومي / 21 مارس 2007 / العدد 1947).

(**) بعض النماذج:

• المركزية النقابية اتفقت مع الحكومة على زيادة أخرى في الأجور. عشرون ألف عامل يتلقون أجورهم المتأخرة قبل 10 ماي الجاري. (الشروق اليومي 02 ماي 2007، العدد 1982).

• وزير التضامن الوطني من تيارت. رفع منحة تشغيل الشباب إل 6 آلاف دج قبل الحزيف القادم. (الشروق اليومي / 23 جوان 2007 / العدد 2026).

(***) بعض النماذج:

• يخشون الإصابة بالإشعاع النووي ويطالبون بالحقوق المادية والمعنوية. قسنطيني يعترف بحق 18 ألفا من معتقلي محتشدات الصحراء في التعويض. (الشروق اليومي / 04 نوفمبر 2007 / العدد 2139).

(****) بعض النماذج:

• بعد إقالة وضاح خنفر، الكفاءات الجزائرية في الواجبة. خديجة بن قنة مرشحة لإدارة قناة الجزيرة. (الشروق اليومي / 20 ماي 2007 / العدد 1997).

(*****) بعض النماذج:

• قيادة الدرك، موازاة مع اتخاذها إجراءات أمنية جديدة. فتح ملفات استخدام القصر في العمليات الانتخابية (جريدة الخبر / 13 سبتمبر 2007 / العدد 5117).

• وزير النقل دشنه أمس بعد إعادة ترميمه. سكانير يكشف المتفجرات بمطار الجزائر الداخلي. جريدة الخبر / 4 نوفمبر 2007 / العدد 5159.

سوناطراك في علاقاتها مع المؤسسات الأجنبية^(*)، فضلا عن نشر أخبار ذات البعد الايجابي، كسحب حق استغلال بعض المستثمرات الفلاحية بعد أن تبين أنها انحرفت عن مهمتها الأساسية، والانفراد في نشر محتوى دفتر الشروط المتعلقة بتبني الدولة الجزائرية لإجراءات صارمة لتصدير النفايات الحديدية.

كما اهتمت جريدة الخبر بنشر بعض الأخبار المتعلقة بتسوية الأجور المتأخرة، فضلا عن بعض الانجازات في الميدان الاقتصادي كإنشاء سد على مستوى ولاية جيجل، ودعم الدولة لسكنات البيع بالإيجار، واستيراد بعض المواد الأساسية لمواجهة ارتفاع الأسعار، التوظيف..... الخ.

وجاءت الأخبار الاجتماعية^(**)، المتضمنة لقيمة الايجابية في الترتيب الثالث في جريدة الخبر، تليها الأخبار السياسية ويتضح من خلال تحليل مضمون المواد الخيرية المنشورة في الصحف الدراسة والمتضمنة لقيمة الايجابية ما يلي:

- ارتبط ارتفاع نسبة الاهتمام بقيمة الايجابية بصفة أساسية ببعض الأحداث العريضة التي عرفتها الجزائر خلال فترة التحليل، ويأتي على رأسها الانجازات المحققة على الصعيد الأمني في إطار مكافحة الإرهاب، حيث أنه إذا استثنينا الأخبار الايجابية المتعلقة بالجانب الأمني، فإن ترتيب قيمة الايجابية سيتراجع إلى المراتب الأخيرة.

- ومنه يمكن القول أن قيمة الايجابية لا تشكل عنصرا أساسيا بالنسبة لمصنوفة القيم الخيرية التي تتبناها صحف الدراسة.

(*) بعض النماذج:

• اعتبرت كبادرة لحسن النية. مدريد ترفع التقييد على تسويق الغاز الجزائري في السوق الاسبانية. (جريدة الخبر/ 9 أكتوبر 2007 / العدد 5139).

• في ذكرى عيد العمال. سيدي السعيد يعلن عن تسوية الأجور المتأخرة. (جريدة الخبر / 2 ماي 2007 / العدد 5002).

(**) بعض النماذج:

• تدابير بيداغوجية وتربوية لفائدة تلاميذ البكالوريا. فتح الثانويات بعد أوقات العمل للأقسام النهائية (جريدة الخبر/ 21 مارس 2007 / العدد 4967).

11 - قيمة الإثارة:

يكشف تحليل مضمون المواد الخبرية المنشورة في صحف الدراسة، أن قيمة الإثارة، جاءت في مقدمة القيم الخبرية، حيث احتلت المرتبة الرابعة في يومية الشروق بنسبة 35.95%، وجاءت في المرتبة الخامسة في جريدة الخبر بنسبة 29.88%.

ويرجع تزايد نسبة هذه القيمة في صحف الدراسة إلى معايير اختيار ونشر الأخبار في تلك الصحف، والتي تقوم أساساً على السعي إلى إبراز هذه القيمة لجذب انتباه أكبر عدد من القراء، فضلاً عن أن مختلف الباحثين في مجال القيم الخبرية يرون أن الإثارة تعد من بين أهم العناصر في مصفوفة القيم الخبرية.

وقد يعود الاهتمام المتزايد بهذه القيمة في صحف الدراسة إلى أن عمر التعددية السياسية في الجزائر لا يزال في بداية عهده، وأنه من الطبيعي أن تتزايد حدة النبرة بفعل جدة التجربة، بالإضافة إلى أن حجم المشكلات التي تتواجد في المجتمع تتطلب هذه الصيغة استصراخاً واستنهاضاً للقراء وفضحاً للفساد المتفشي في المجتمع.

وعلى الرغم من تفاوت تبني هذا العنصر كقيمة خبرية بين المحررين في صحف الدراسة، فإن ثمة تصور سائد بينهم بأن قيمة الخبر تتزايد بتزايد عنصر الإثارة فيه، وقد رتب القائمون بالاتصال في صحف الدراسة، قيمة الإثارة ضمن العناصر التي يرون أنها مهمة جداً، حيث يولي 57.5% من صحفيي الخبر، و62.5% من نظرائهم في يومية الشروق أهمية كبيرة لقيمة الإثارة في عملية النشر⁽¹⁾.

ويلاحظ من خلال تحليل الأخبار المنشورة في صحف الدراسة، اهتمام القائمين بالاتصال على مستوى هذه المؤسسات بقيمة الإثارة، وذلك من خلال

(1) انظر نتائج الدراسة الميدانية، جدول رقم (25)، ص 391.

التركيز على أخبار الفضائح، تليها أخبار الجرائم، وتأتي الأخبار المتعلقة بالجنس في الترتيب الأخير بالنسبة لهذه القيمة، نظرا لطبيعة المجتمع الجزائري الذي لا يفضل هذا النوع من الأخبار، لاعتبارات دينية، وأخرى تتعلق بقيم وتقاليد المجتمع الجزائري.

وقد يفضي الاهتمام المتزايد بهذه القيمة لآثار سلبية قد تحيد الصحافة عن أداء دورها المنوط بها، كما تؤدي إلى إفراغ الحدث من مضمونه الحقيقي، فضلا عن عدم تحري الدقة، والتعجيل بنشر بعض الأحداث قبل أوانها، وتبني وجهات نظر أحادية، وتغيب الحقائق، وإلهاء الجماهير وتعبئتهم حول أمور واهية، ورسم صور إعلامية غير صحيحة عن بعض القضايا مما يؤثر على مستقبل الراسل الإعلامية عن طريق التضخيم والتحويل، وإحالة الجوهريات إلى فرعيات، وافتعال الأحداث والمواقف والتعميم.

12 - قيمة الغرابة والطرافة:

يتضح من تحليل المواد الخبرية المنشورة في صحف الدراسة، أن قيمة الغرابة والطرافة جاءت في المرتبة الثانية عشرة في صحيفة الخبر، ويومية الشروق بنسبة 0.59%، و 2.39% على التوالي.

وتفسر هذه النتائج احتلال قيمة الغرابة والطرافة للمراتب الأخيرة في صحف الدراسة (المرتبة ما قبل الأخيرة في الشروق اليومي، والمرتبة الأخيرة في الخبر)، كما كشف تحليل مضمون المواد الخبرية، أن الجريدتين توظف قيمة الغرابة والطرافة في القضايا الاجتماعية والإنسانية^(*).

وأظهرت الدراسة الميدانية عدم اهتمام القارئ بالاتصال في صحف الدراسة بهذه القيمة الخبرية، ومن ثم يمكن القول أن صحفيي الخبر والشروق اليومي لا ينظرون إلى قيمة الخبر على أنها تتزايد بقدرة الخبر على الخروج عن المألوف، وهذا ما يفسر ترتيب القارئ بالاتصال في صحف الدراسة لقيمة

(*) بعض النماذج:

• حررت فواتير 80 مقاولا باسمه. بطال تطالبه مصلحة الضرائب بـ 8 ملايين. (جريدة الشروق اليومي / 13 جوان 2007 / العدد 1940).

• 6 أشهر حسا نافذة للمتهم. إشتغل 11 سنة ضابطا في الجمارك بموية شقيقه. (جريدة الشروق اليومي / 22 جانفي 2007 / العدد 1897).

الغرابية والطرافة ضمن مصفوفة القيم الخيرية المهمة إلى حد ما⁽¹⁾، وقد يعود ذلك إلى أن الإسراف في هذه القيمة قد يفضي إلى آثار سلبية، تتمثل بصفة أساسية في إلهاء القراء عن القضايا الحيوية، وتوجيه اهتمامهم إلى كل ما هو شاذ وغير مألوف وغريب، ومن ثم تزييف الوعي، واهتزاز النظام القيمي في المجتمع.

13 - قيمة السيادة الوطنية:

يتبين من تحليل المواد الخيرية المنشورة في صحف الدراسة، أن قيمة السيادة الوطنية جاءت في المرتبة الحادية عشرة في جريدة الخبر بنسبة 2.07%، بينما احتلت هذه القيمة المرتبة الثالثة عشرة في يومية الشروق بنسبة 1.36% .

وتبين نتائج تحليل المضمون اهتمام صحف الدراسة بقيمة السيادة الوطنية كلما دعت الضرورة إلى ذلك^(*)، أي من خلال بعض الأحداث التي يستدعي الأمر الرد عليها دفاعاً عن السيادة الوطنية، كما لم تكتف صحف الدراسة بنشر الأخبار المتعلقة بهذه القيمة من خلال التصريحات الرسمية فقط، بل قامت بنشر ردود بعض المنظمات والاتحادات^(**) حول بعض القضايا التي تمس بالسيادة الوطنية، مما يعزز المعالجات المتعددة للقضايا المتعلقة بهذه القيمة.

(1) انظر نتائج الدراسة الميدانية جدول رقم (25). ص 391.

(*) بعض النماذج:

• وصفت تحذيراتها بغير المقبولة. الخارجية تستدعي القائم بالأعمال في السفارة الأمريكية.

جاء هذا الخبر رداً على التحذيرات التي وجهتها السفارة الأمريكية لرعاياها بالجزائر، من احتمال وقوع ضربات إرهابية، وجاء في الخبر ما يلي: "في هذا الصدد، أبلغت الخارجية الجزائرية الطرف الأمريكي بواجب الاحترام الصارم لسيادة الدولة، وكذا مبدأ عدم التدخل في شؤونها الداخلية." (جريدة الخبر / 16 أبريل 2007 / العدد 4989).

• المستشار رزاق بارة في تصريح للخبر. لن نقبل الشروط الأمريكية.

جاء في الخبر: "أكد المستشار لدى رئاسة الجمهورية، السيد كمال رزاق بارة، المكلف بملف معتقلي غوانتانامو، في اتصال هاتفي مع "الخبر"، وجود "شروط أمريكية" تصاحب عملية الإفراج عن المعتقلين لكنه أكد رفض الجزائر لها، على اعتبار أنها تتعارض مع مفهومنا للسيادة الوطنية." (جريدة الخبر / 2/ ماي 2007 / العدد 5002).

(**) بعض النماذج:

• كتاب التربية المدنية للسنة الخامسة ابتدائي طبع مبنورا. حذف مقطع "يا فرنسا" من النشيد الوطني.

جاء في الخبر أن مزيان مريان، رئيس النقابة الوطنية لأساتذة التعليم الثانوي والتقني، اعتبر المساس بالنشيد الوطني "أمراً مفضوحاً ولا يمكن السكوت عنه"، كونه شيئاً مقدساً ويمس بالسيادة الوطنية، التي ضحى من أجلها مليون ونصف مليون شهيد لأجل أن تعيش الجزائر حرة ومستقلة. (جريدة الخبر / 17 أكتوبر 2007 / العدد 5144).

• الأسرة الثورية تطالب بسحب ما قاله وبالاعتذار. كوشنير قام بتصرف لا أخلاقي على أرض الوطن. جاء في الخبر أن الاتحاد الوطني لأبناء المجاهدين، وصف ما قام به كوشنير بالأخلاقي على أرض الوطن الطاهرة، كما اعتبره إهانة وتحد للشعب الجزائري وسيادته فوق أرضه. (الشروق اليومي / 6 ديسمبر 2007 / العدد 2167).

14 - قيمة التنمية:

يكشف تحليل مضمون المواد الخبرية المنشورة في صحيفتي الخبر والشروق اليومي، عن احتلال قيمة التنمية للمرتبة الحادية عشرة في جريدة الخبر بنسبة 2.66% من إجمالي القيم الخبرية، في حين جاءت هذه القيمة في المرتبة الثالثة عشرة في يومية الشروق بنسبة 1.02%.

ورغم أن التنمية تشكل ضرورة ملحة وأهمية كبيرة، إذ لا بد من ذلك من أجل البناء ودفع عجلة التقدم، ورغم أن الخبر يعد واحدا من المصادر الوطنية في عمليات التنمية، من منطلق أن واقع البلدان النامية وحاجاتها إلى استخدام وسائل الإعلام سلاحا يساعد على تحقيق خطط التنمية والقضاء على مسافات التخلف، إلا أن نتائج تحليل مضمون الأخبار المنشورة في صحيفتي الخبر والشروق اليومي، كشفت عن عدم اهتمام الصحيفتين بقيمة التنمية، حيث جاءت في مرتبة متأخرة في كلا الصحيفتين.

15 - قيمة المصالحة الوطنية:

يكشف تحليل مضمون المواد الخبرية المنشورة في صحف الدراسة، أن قيمة المصالحة الوطنية، جاءت في مراتب متأخرة في مصفوفة القيم الخبرية، حيث احتلت المرتبة العاشرة في جريدة الخبر بنسبة 3.55%، وأتت في المرتبة الحادية عشرة في يومية الشروق بنسبة 4.45%.

وأظهرت نتائج تحليل المضمون أن الموضوعات السياسية والأمنية جاءت الأكثر تضمنا لقيمة المصالحة الوطنية في صحف الدراسة (الخبر ويومية الشروق)، وذلك بنسبة (50%، 30.76%) و(41.66%، 53.84%)⁽¹⁾ على التوالي.

(1) أنظر جدول رقم (22)، ص 329.

وفي الوقت الذي احتلت فيه الموضوعات السياسية المتضمنة لقيمة المصالحة الوطنية المرتبة الأولى في جريدة الخبر، تلتها الموضوعات الأمنية المتضمنة للقيمة نفسها، جاءت الموضوعات الأمنية المتضمنة لقيمة المصالحة الوطنية في المرتبة الأولى في جريدة الشروق اليومي، ثم أتت الموضوعات السياسية المتضمنة لقيمة المصالحة الوطنية في المرتبة الثانية⁽¹⁾

تعد سياسة المصالحة الوطنية من أهم السياسات التي اعتمدها الدولة الجزائرية لمعالجة الأزمتهن الأمنية والسياسية، وذلك عقب وقف المسار الانتخابي، وكانت قد سبقته هذه الخطوة سياسة الوئام المدني وقبلها سياسة الرحمة، حيث دعت سياسة المصالحة الوطنية إلى تبني الأساليب السلمية لحل النزاعات الداخلية وإيقاف العنف والابتعاد عن الحلول العسكرية المحضه.

وكان رئيس الجمهورية عبد العزيز بوتفليقة قد أعلن عن اعتماده استفتاء الشعب حول مشروع العفو الشامل، وذلك في خطابه الذي ألقاه بمناسبة الذكرى الـ 50 لاندلاع الثورة التحريرية، أي في 1 نوفمبر 2004، وأكد على ذلك في خطابه الذي ألقاه أثناء الندوة الدولية حول الديمقراطية والإرهاب بمديرد بتاريخ 09 مارس 2005، إلا أن الرئيس سرعان ما تراجع عن هذا المشروع واستبدله بمشروع " الميثاق من أجل السلم والمصالحة الوطنية"⁽²⁾، ففي خطاب ألقاه أمام إطارات الأمة بقصر الأمم بتاريخ 14 أوت 2005، أعلن عن هذا الميثاق وعن اعتماده عرضه على الاستفتاء يوم 29 سبتمبر من نفس السنة⁽³⁾، وذلك بعد الدعم والتزكية الجماعية لسياسة الوئام المدني التي أثمرت النجاح بعودة الأمن والأمان⁽⁴⁾.

(1) انظر جدول رقم (23)، ص 335.

(2) عزوق نعيمة، سياسة الوئام المدني بين المبدأ والواقع، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الجزائر -كلية العلوم السياسية والإعلام- قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية) الجزائر، 2006م، ص 213.

(3) www.ikhwan.net/forum /9 juin 2009/ à 10h.30mn.

(4) Ibid.

نقلت صحف الدراسة موقف السلطات الجزائرية ومختلف التنظيمات من المصالحة الوطنية، والتي تدرج في إطار توجيهات رئيس الجمهورية، بإبقاء أبواب المصالحة

مفتوحة واستمرار العمل بميثاق السلم والمصالحة الوطنية⁽¹⁾، فضلا عن حرص رئيس الجمهورية على مواصلة نهج المصالحة⁽²⁾، كما دافع رئيس الجمهورية على خيار المصالحة الذي اعتبرها اختيارا استراتيجيا⁽³⁾، و نقلت صحيفة الخبر، تأكيد رئيس أركان الجيش الوطني الشعبي، على أن المصالحة الوطنية أعطت نتائجها⁽⁴⁾، فضلا عن موقف الشيخ عبد الرحمان شيبان، الذي أعلن مساندته لميثاق السلم والمصالحة الوطنية عند ميلاده، داعيا المجتمع الجزائري إلى التمسك أكثر بميثاق السلم والمصالحة الوطنية، وذلك عقب التفجيرات التي استهدفت قصر الحكومة ومحافظة الشرطة لباب الزوار⁽⁵⁾، كما رصدت جريدة الخبر موقف الأحزاب السياسية الداعمة للمصالحة الوطنية، من

(1) انظر الخبر:

السلطات تتخذ إجراءات لسلامة التائبين الجدد وإرهابيون يعلقون نشاطهم. القاعدة في بلاد المغرب الإسلامي في مواجهة أزمة هيكلية. الشروق اليومي / 02 ماي 2007 / العدد: 1982.

(2) انظر الخبر:

اجتماع مجلس الأمن.

الفريق قايد صالح يعلن الحرب على الحرقاة والانتحاريين.

الخبر / 1 أكتوبر 2007 / العدد: 5132.

(3) انظر الخبر:

في ذكرى عيد العمال

سيددي السعيد يعلن عن تسوية الأجر المتأخرة .

الخبر / 02 ماي 2007 / العدد: 5002.

(4) انظر الخبر:

اجتماع مجلس الأمن.

الفريق قايد صالح يعلن الحرب على الحرقاة والانتحاريين.

الخبر / 1 أكتوبر 2007 / العدد: 5132.

(5) انظر الخبر:

الشيخ شيبان:

الإرهابيون مألهم جهنم

الخبر / 16 أبريل 2007 / العدد: 4989.

خلال استنكارها للتفجيرات الإرهابية، مجددة تمسكها بالمصالحة الوطنية⁽¹⁾، كما دعا أمين عام التجمع الوطني الديمقراطي إلى ضرورة استكمال المصالحة⁽²⁾، ومن جهته، دعا رابح كبير إلى المشاركة في الانتخابات التشريعية، تفويتها للفرصة على أعداء المصالحة الوطنية⁽³⁾.

وعلى صعيد آخر، يرى محامي الجماعات الإسلامية في مصر منتصر الزيات أن خيار المصالحة الوطنية في الجزائر مكسبا كبيرا لدفع الجماعات المسلحة إلى عدم تبني المزيد من الخيارات الصدامية المفلسة⁽⁴⁾، كما نقلت يومية الخبر موقف خبراء اللجنة الفرعية لحقوق الإنسان التابعة للأمم المتحدة من عدم وجود انسجام بين مقررات السلم والمصالحة الوطنية وبين الواقع، في إشارة منها إلى منع أشخاص من الممارسة السياسية مدى الحياة⁽⁵⁾.

(1) انظر الخبر:

العاصمة ستكتفي بتجمع شعبي داخل القاعة البيضوية مسيرات للتنديد بالإرهاب عبر كل الولايات. الخبر / 16 أبريل 2007 / العدد: 4989.

(2) انظر الخبر:

أويحي يفتح النار على بن أشنهو، بلخادم والأفلان. البنوك الأجنبية لا تمول الاستثمار.

الخبر / 27 أكتوبر 2007 / العدد: 5153.

(3) انظر الخبر:

الفييس و التشريعات.

الاستحقاق التشريعي يصعد الانقسام داخل تيار "الإنقاذ".

الخبر / 12 ماي 2007 / العدد: 5010.

(4) انظر الخبر:

محامي الجماعات الإسلامية في مصر منتصر الزيات في تصريح للشروق:

على بن لادن أن يتبرأ من تفجيرات القاعدة في الجزائر.

الشروق اليومي / 10 ماي 2007 / العدد: 1989.

(5) انظر الخبر:

وزارة الشؤون الدينية تؤكد أنه لا يضر بغير المسلمين.

الأمم المتحدة منشغلة بقانون الشعائر وإقصاء "الإنقاذ" مناضلي الفييس.

الخبر / 25 أكتوبر 2007 / العدد: 5151.

جدول رقم (22):

توزيع طبيعة المادة الخيرية المنشورة في جريدة الخبر على القيم الخيرية.

القيمة الموضوع	الشهرة		الضخامة أو الحجم		الصراع		الاهتمامات الإنسانية		الأهمية		القرب		الآنية		السلبية		الإيجابية		الإثارة		الغرابية و الطرافة		السيادة الوطنية		المصالحة الوطنية		التنمية	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
سياسي	55	59.13	73	36.13	63	37.5	8	11.94	4	7.54	18	14.17	39	38	39	36.44	3	6.52	36	35.64	1	50	6	85.71	6	50	2	22.22
امني	11	11.82	19	9.40	43	25.59	7	10.44	0	0	43	33.85	14	14	5.60	6	36.95	17	12.87	13	0	0	1	14.28	5	41.66	0	0
اقتصادي	12	12.90	45	22.27	22	13.09	14	20.89	14	26.41	19	14.96	28	28	31.77	34	26.08	12	23.76	24	0	0	0	0	0	5	55.55	
اجتماعي	9	9.67	53	26.23	16	9.52	36	53.73	14	26.41	39	30.70	14	14	23.36	25	28.26	13	22.77	23	1	50	0	0	1	8.33	2	22.22
ديني	0	0	2	0.99	0	0	0	0	0	0	2	1.57	0	0	0.93	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ثقافي	1	1.07	2	0.99	0	0	0	0	0	0	1	0.78	0	0	0.93	1	0	0	0.99	1	0	0	0	0	0	0	0	0
رياضي	5	5.37	4	1.98	22	13.09	0	0	21	39.62	3	2.36	5	5	0.93	1	0	0	3.96	4	0	0	0	0	0	0	0	0
آخر	0	0	4	1.98	2	1.19	2	2.98	0	0	2	1.57	0	0	0	0	2.17	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
المجموع	93	100	202	100	168	100	67	100	53	100	127	100	100	100	107	100	46	100	101	100	2	100	7	100	12	100	9	100

يوضح الجدول أعلاه توزيع الموضوعات المنشورة في جريدة الخبر على القيم الخبرية:

قيمة الشهرة:

تصدرت الأخبار السياسية المتضمنة قيمة الشهرة قائمة ترتيب الموضوعات الأكثر استخداماً لهذه القيمة بنسبة 59.13%، واحتلت الأخبار الاقتصادية التي تحمل قيمة الشهرة المرتبة الثانية بنسبة 12.90%، وأتت الأخبار الأمنية المتضمنة القيمة نفسها في المرتبة الثالثة بنسبة 11.82%، وجاءت الأخبار الاجتماعية في المرتبة الرابعة بنسبة 9.67%، ونجد في المرتبة الخامسة الأخبار الرياضية بنسبة 5.37%، واحتلت الأخبار الثقافية المرتبة السادسة بنسبة 1.07%، بينما جاءت الأخبار الدينية خالية من قيمة الشهرة.

قيمة الضخامة أو الحجم:

احتلت الأخبار السياسية المتضمنة قيمة الضخامة أو الحجم المرتبة الأولى بنسبة 36.13% من إجمالي الأخبار المنشورة بالصحيفة، وأتت الأخبار الاجتماعية التي تحمل قيمة الضخامة في المرتبة الثانية بنسبة 26.23%، وجاءت الأخبار الاقتصادية المتضمنة القيمة نفسها في المرتبة الثالثة بنسبة 22.27%، واحتلت الأخبار الأمنية المرتبة الرابعة بنسبة 9.40%، وأتت الأخبار الرياضية والمتنوعة في المرتبة الخامسة بنسبة 1.98% لكل نوع منها، وتقاسمت الأخبار الدينية والثقافية المرتبة السادسة بنسبة 0.99% لكل نوع منها.

قيمة الصراع:

جاءت أعلى نسبة في قيمة الصراع من الموضوعات الخبرية السياسية وذلك بنسبة 37.5%، واحتلت الموضوعات الأمنية المرتبة الثانية بنسبة 25.59%، وتقاسمت الأخبار الاقتصادية والرياضية المتضمنة قيمة الصراع المرتبة الثالثة بنسبة 13.09% لكل واحدة منها، وأتت الأخبار الاجتماعية في

المرتبة الرابعة بنسبة 9.52%، ونجد في المرتبة الخامسة الموضوعات المتنوعة بنسبة 1.19%، في حين جاءت الموضوعات الدينية والثقافية خالية من قيمة الصراع.

قيمة الاهتمامات الإنسانية:

جاءت أعلى نسبة استخدماً لقيمة الاهتمامات الإنسانية في الأخبار الاجتماعية وذلك بنسبة 53.73% محتلة بذلك المرتبة الأولى، وأتت الموضوعات الاقتصادية المتضمنة لهذه القيمة في المرتبة الثانية بنسبة 20.89%، واحتلت الموضوعات السياسية المرتبة الثالثة بنسبة 11.94%، ونجد الموضوعات الأمنية في المرتبة الرابعة بنسبة 10.44%، وجاءت الأخبار المتنوعة في المرتبة الخامسة بنسبة 2.98%، بينما لم تتضمن الموضوعات الدينية والثقافية والرياضية قيمة الاهتمامات الإنسانية.

قيمة الأهمية:

تصدرت الأخبار الرياضية المتضمنة قيمة الأهمية قائمة ترتيب الموضوعات الأكثر استخداماً لهذه القيمة بنسبة 39.62%، يلي ذلك الموضوعات الاقتصادية والاجتماعية بنسبة 26.41% لكل نوع منها، ثم الأخبار السياسية بنسبة 7.54%، في حين أتت الموضوعات الأمنية، والدينية والثقافية خالية من قيمة الأهمية.

قيمة القرب:

جاءت الموضوعات الأمنية المتضمنة قيمة القرب في المرتبة الأولى بنسبة 33.85%، وأتت الأخبار الاجتماعية في المرتبة الثانية بنسبة 30.70%، وتقاسمت الموضوعات الاقتصادية والسياسية المرتبة الثالثة بنسبة 14.96% و14.17% على التوالي، واحتلت الموضوعات الرياضية المرتبة الرابعة بنسبة

2.36%، ونجد في المرتبة الخامسة كل من الأخبار الدينية والمتنوعة بنسبة 1.57% لكل نوع منها، وجاء في آخر الترتيب الموضوعات الثقافية التي تحمل قيمة القبح بنسبة 0.78% من إجمالي الأخبار المنشورة في صحيفة الخبر.

قيمة الأنية:

احتلت الموضوعات السياسية المتضمنة قيمة التوقيت المرتبة الأولى بنسبة 38%، تليها الموضوعات الاقتصادية بنسبة 28%، ثم الأخبار الأمنية والاجتماعية بنسبة 14% لكل نوع منها، متنوعة بالأخبار الرياضية بنسبة 5%، بينما لم تحتو باقي الموضوعات على قيمة التوقيت.

قيمة السلبية:

تصدرت الموضوعات السياسية المتضمنة قيمة السلبية قائمة ترتيب الموضوعات الأكثر استخداماً لهذه القيمة بنسبة 36.44%، وجاءت الموضوعات الاقتصادية في المرتبة الثانية بنسبة 31.77%، واحتلت الموضوعات الاجتماعية المرتبة الثالثة بنسبة 23.36%، وأتت الأخبار الأمنية في المرتبة الرابعة بنسبة 5.60%، وتقاسمت كل من الموضوعات الدينية، الثقافية والرياضية المرتبة الخامسة بنسبة 0.93% لكل نوع منها.

قيمة الإيجابية:

إن أعلى نسبة استخداماً لقيمة الإيجابية جاءت في الأخبار الأمنية بنسبة 36.95%، تليها الأخبار الاجتماعية بنسبة 28.26%، ثم الأخبار الاقتصادية بنسبة 26.08%، فالأخبار السياسية بنسبة 6.52%، وأخيراً نجد الأخبار المتنوعة بنسبة 2.17%، بينما لم تتضمن الأخبار الدينية، الرياضية، والثقافية قيمة الإيجابية.

قيمة الإثارة:

جاءت الموضوعات السياسية المتضمنة قيمة الإثارة في المرتبة الأولى بنسبة 35.64% من إجمالي الأخبار المنشورة في صحيفة الخبر خلال فترة التحليل، واحتلت الموضوعات الاقتصادية المرتبة الثانية بنسبة 23.76%، وأتت الأخبار الاجتماعية في المرتبة الثالثة بنسبة 22.77%، ونجد في المرتبة الرابعة الموضوعات الأمنية بنسبة 12.87%، وجاءت الموضوعات الرياضية في الترتيب الخامس بنسبة 3.96%، ومتبوعة بالموضوعات الثقافية بنسبة 0.99%، في حين جاءت الأخبار الدينية والمتنوعة خالية من قيمة الإثارة.

قيمة الغرابة والطرافة:

لم تنتشر جريدة الخبر خلال فترة التحليل إلا خبرين تضمنا قيمة الغرابة والطرافة، توزعا بين الموضوعات السياسية والاجتماعية بنسبة 50% لكل نوع منها.

قيمة السيادة الوطنية:

تصدرت الأخبار السياسية المتضمنة قيمة السيادة الوطنية قائمة ترتيب الموضوعات الأكثر استخداما لهذه القيمة بنسبة 85.71%، يلي ذلك الأخبار الأمنية بنسبة 14.28%، في حين لم تتضمن باقي الموضوعات قيمة السيادة الوطنية.

قيمة المصالح الوطنية:

إن أعلى نسبة استخداما لقيمة المصالح الوطنية جاءت في الأخبار السياسية بنسبة 50%، تليها الأخبار الأمنية بنسبة 41.66%، ثم الأخبار الاجتماعية بنسبة 8.33%، في حين لم تحتو باقي الموضوعات على قيمة المصالح الوطنية.

قيمة التنمية:

تصدرت الأخبار الاقتصادية المتضمنة قيمة التنمية قائمة ترتيب الموضوعات الأكثر استخداماً لهذه القيمة بنسبة 55.55%، وتقاسمت الموضوعات السياسية والاجتماعية المرتبة الثانية بنسبة 22.22% لكل واحدة منها، بينما لم تتضمن باقي الموضوعات قيمة التنمية.

جدول رقم (23):

توزيع طبيعة المادة المنشورة في جريدة الشروق اليومي على القيم الخبرية.

القيمة الموضوع	الشهرة		الضخامة أو الحجم		الصراع		الاهتمامات الإنسانية		الأهمية		القرب		الآنية		السلبية		الإيجابية		الإثارة		الغرابية والطفرة		السيادة الوطنية		المصلحة الوطنية		التنمية	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
سياسي	39	48.75	51	27.71	38	26.57	3	4	7	12.96	9	7.37	23	37.09	25	27.77	5	5.74	32	30.47	0	0	3	75	4	30.76	0	0
أمني	13	16.25	30	16.30	48	33.56	5	6.66	1	1.85	37	30.32	10	16.12	6	6.66	47	54.02	12	11.42	1	14.28	0	0	7	53.84	0	0
اقتصادي	6	7.5	26	14.13	12	8.39	10	13.33	6	11.11	5	4.09	9	14.51	17	18.88	3	3.44	15	14.28	0	0	1	25	1	7.69	1	33.33
اجتماعي	5	6.25	61	33.15	27	18.88	49	65.33	9	16.66	59	48.36	9	14.51	36	40	29	33.33	35	33.33	3	42.85	0	0	0	66.66	2	66.66
ديني	4	5	6	3.26	5	3.49	3	4	0	0	2	1.63	4	6.45	3	3.33	0	0	0	0	1	14.28	0	0	1	7.69	0	0
ثقافي	8	10	3	1.63	1	0.69	5	6.66	14	25.92	4	3.27	2	3.22	1	1.11	3	3.44	6	5.71	0	0	0	0	0	0	0	0
رياضي	3	3.75	3	1.63	10	6.99	0	0	14	25.92	1	0.81	1	1.61	1	1.11	0	0	5	4.76	1	14.28	0	0	0	0	0	0
آخر	2	2.5	4	2.17	2	1.39	0	0	3	5.55	5	4.09	4	6.45	1	1.11	0	0	0	0	1	14.28	0	0	0	0	0	0
المجموع	80	100	184	100	143	100	75	100	54	100	122	100	62	100	90	100	87	100	105	100	7	100	4	100	13	100	3	100

يبين الجدول أعلاه توزيع الموضوعات المنشورة في يومية الشروق على

القيم الخبرية:

قيمة الشهرة:

تصدرت الموضوعات السياسية المتضمنة قيمة الشهرة قائمة ترتيب الموضوعات الأكثر استخداماً لهذه القيمة بنسبة 48.75%، واحتلت الموضوعات الأمنية المرتبة الثانية بنسبة 16.25%، وجاءت الأخبار الثقافية في المرتبة الثالثة بنسبة 10%، ونجد في المرتبة الرابعة الموضوعات الاقتصادية بنسبة 7.5%، وأتت الموضوعات الاجتماعية في المرتبة الخامسة بنسبة 6.25%، واحتلت الأخبار الدينية المرتبة السادسة بنسبة 5%، وجاءت الموضوعات الرياضية في المرتبة السابعة بنسبة 3.75%، ونجد في آخر الترتيب الموضوعات المتنوعة بنسبة 2.5%.

قيمة الضخامة أو الحجم:

جاءت أعلى نسبة في قيمة الضخامة أو الحجم من الموضوعات الخبرية الاجتماعية بنسبة 33.15% من إجمالي الأخبار المنشورة في يومية الشروق، واحتلت الموضوعات السياسية المرتبة الثانية بنسبة 27.71%، وأتت الموضوعات الأمنية في المرتبة الثالثة بنسبة 16.30%، وجاءت الموضوعات الاقتصادية في المرتبة الرابعة بنسبة 14.13%، ونجد في المرتبة الخامسة الموضوعات الدينية بنسبة 3.26%، في حين تقاسمت الموضوعات الثقافية والرياضية المرتبة السابعة بنسبة 1.63% لكل نوع منها.

قيمة الصراع:

جاءت أعلى نسبة استخداماً لقيمة الصراع في الأخبار الأمنية بنسبة 33.56% محتلة بذلك المرتبة الأولى، واحتلت الموضوعات السياسية

المتضمنة قيمة الصراع المرتبة الثانية بنسبة 26.57%، وأتت الأخبار الاجتماعية في المرتبة الثالثة بنسبة 18.88%، ونجد في المرتبة الرابعة الموضوعات الاقتصادية بنسبة 8.39%، وجاءت الأخبار الرياضية في المرتبة الخامسة بنسبة 6.99%، واحتلت الأخبار الدينية المرتبة السادسة بنسبة 3.49%، وأتت الأخبار المتنوعة في المرتبة السابعة بنسبة 1.39%، وأخيرا نجد الأخبار الثقافية في المرتبة الثامنة بنسبة 0.69%.

قيمة الاهتمامات الإنسانية:

تصدرت الأخبار الاجتماعية المتضمنة قيمة الاهتمامات الإنسانية قائمة ترتيب الموضوعات الأكثر استخداما لهذه القيمة بنسبة 65.33%، تليها الموضوعات الاقتصادية بنسبة 13.33%، ثم الموضوعات الثقافية والأمنية بنسبة 6.66% لكل نوع منها، وأخيرا نجد الموضوعات السياسية والدينية بنسبة 4% لكل نوع منها، في حين لم تتضمن الأخبار الرياضية والمتنوعة قيمة الاهتمامات الإنسانية.

قيمة الأهمية:

إن أعلى نسبة استخداما لقيمة الأهمية جاءت في الأخبار الرياضية والثقافية بنسبة 25.92% لكل نوع منها، واحتلت الموضوعات الاجتماعية المرتبة الثانية بنسبة 16.66%، وجاءت الموضوعات السياسية في المرتبة الثالثة بنسبة 12.96%، وأتت الأخبار الاقتصادية في المرتبة الرابعة بنسبة 11.11%، ونجد في المرتبة الخامسة الموضوعات المتنوعة بنسبة 5.55%، وجاءت الموضوعات الأمنية في المرتبة السادسة بنسبة 1.85%، بينما لم تتضمن الأخبار الدينية قيمة الأهمية.

قيمة القرب:

تصدرت الأخبار الاجتماعية المتضمنة قيمة القرب قائمة الترتيب الموضوعات الأكثر استخداماً لهذه القيمة بنسبة 48.36%، واحتلت الموضوعات الأمنية المرتبة الثانية بنسبة 30.32%، وجاءت الموضوعات السياسية في المرتبة الثالثة بنسبة 7.37%، وتقاسمت الأخبار الاقتصادية والمتنوعة المرتبة الرابعة بنسبة 4.09% لكل نوع منها، وأتت الموضوعات الثقافية في المرتبة الخامسة بنسبة 3.27%، واحتلت الموضوعات الدينية المرتبة السادسة بنسبة 1.63%، وجاءت الموضوعات الرياضية المتضمنة لقيمة القرب في المرتبة السابعة بنسبة 0.81% من إجمالي الأخبار المنشورة في يومية الشروق.

قيمة الأنية:

تصدرت الموضوعات السياسية المتضمنة قيمة التوقيت قائمة ترتيب الموضوعات الأكثر استخداماً لهذه القيمة بنسبة 37.09%، تليها الموضوعات الأمنية بنسبة 16.12%، ثم الموضوعات الاقتصادية والاجتماعية بنسبة 14.51% لكل نوع منها، متبوعة بالأخبار الدينية والمتنوعة بنسبة 6.45% لكل نوع منها، ثم الأخبار الثقافية بنسبة 3.22%، وأخيراً الأخبار الرياضية بنسبة 1.61%.

قيمة السلبية:

بلغت نسبة الموضوعات الاجتماعية المتضمنة قيمة السلبية نسبة 40% محتلة بذلك المرتبة الأولى ضمن الموضوعات الأكثر استخداماً لهذه القيمة، وجاءت الموضوعات السياسية في المرتبة الثانية بنسبة 27.77%، واحتلت الموضوعات الاقتصادية المرتبة الثالثة بنسبة 18.88%، و أتت الأخبار الأمنية المتضمنة القيمة نفسها في المرتبة الرابعة بنسبة 6.66%، ونجد في المرتبة

الخامسة الموضوعات الدينية بنسبة 3.33%، وتقاسمت الموضوعات الثقافية والرياضية والمتنوعة المرتبة السادسة بنسبة 1.11% لكل نوع منها.

قيمة الإيجابية:

تصدرت الموضوعات الأمنية المتضمنة قيمة الإيجابية قائمة ترتيب الموضوعات الأكثر استخداماً لهذه القيمة بنسبة 54.02%، تليها الموضوعات الاجتماعية بنسبة 33.33%، ثم الموضوعات السياسية بنسبة 5.74%، وأتت الموضوعات الاقتصادية والثقافية في آخر الترتيب بنسبة 3.44% لكل نوع منها، بينما لم تتضمن الموضوعات الدينية والرياضية والمتنوعة قيمة الإيجابية.

قيمة الإثارة:

احتلت الأخبار الاجتماعية المتضمنة قيمة الإثارة قائمة ترتيب الموضوعات الأكثر استخداماً لهذه القيمة بنسبة 33.33%، وجاءت الأخبار السياسية في المرتبة الثانية بنسبة 30.47%، وأتت الموضوعات الاقتصادية في المرتبة الثالثة بنسبة 14.28%، ونجد في المرتبة الرابعة الأخبار الأمنية بنسبة 11.42%، وبلغت نسبة الأخبار الثقافية المتضمنة قيمة الإثارة 5.71% محتلة بذلك المرتبة الخامسة، وجاء في آخر الترتيب الأخبار الرياضية بنسبة 4.76%.

قيمة الغرابة والطرافة:

تصدرت الأخبار الاجتماعية المتضمنة قيمة الغرابة والطرافة قائمة ترتيب الموضوعات الأكثر استخداماً لهذه القيمة بنسبة 42.85%، وتقاسمت الموضوعات الأمنية، الدينية، الرياضية والمتنوعة المرتبة الثانية بنسبة 14.28% لكل نوع منها، بينما جاءت باقي الموضوعات (السياسية، الاقتصادية والثقافية) خالية من قيمة الغرابة والطرافة.

قيمة السيادة الوطنية :

حازت الأخبار السياسية المتضمنة قيمة السيادة الوطنية على أكبر نسبة استخداماً لهذه القيمة حيث بلغت 75% من إجمالي المواد الخبرية المنشورة بجريدة الشروق اليومي، تليها الموضوعات الاقتصادية بنسبة 25%، بينما لم تتضمن باقي الموضوعات (الأمنية، الاجتماعية، الدينية، الثقافية والرياضية) قيمة السيادة الوطنية.

قيمة المصالح الوطنية :

تقدمت الأخبار الأمنية باقي الموضوعات من حيث استخدامها لقيمة المصالح الوطنية محتلة المرتبة الأولى بنسبة 53.84%، تليها الأخبار السياسية بنسبة 30.76%، ثم الموضوعات الاقتصادية والدينية بنسبة 07.69% لكل نوع منها، بينما لم تتضمن باقي الموضوعات قيمة المصالح الوطنية.

نتائج الدراسة التحليلية:

- أظهرت نتائج تحليل المضمون، ارتفاع نسبة الأخبار التي صيغت وفق القصة الإخبارية (الخبر البسيط)، وهو ما يعني اعتماد القائمين بالاتصال في صحف الدراسة على الأخبار البسيطة، والسريعة، والسهلة الحصول عليها، والتي تتناول واقعة واحدة.
- كشف تحليل المضمون اعتماد القائمين بالاتصال في صحف الدراسة بدرجة أساسية على قالب الهرم المقلوب في صياغة المادة الخبرية، وهو القالب الذي يمكن الصحفي من تقديم أهم معلومة في مقدمة الخبر، وتعكس عملية كتابة القصص الخبرية وفق قوالب محددة مسبقا، تدخل الصحفي في الحقائق المطروحة، وفقا لرؤيته لأهميتها.
- أوضحت نتائج تحليل المضمون غلبة الأخبار السياسية على ما عداها من أخبار في صحيفة الخبر، ربما لما لها من قيمة إخبارية كبيرة، وهي نوعية من الأخبار تستقى غالبا من المصادر الرسمية، ومن جهات معينة، كما غلبت الأخبار الاجتماعية، على ما عداها من أخبار في صحيفة الشروق اليومي، وتتفق هذه النتيجة مع ما ذكره معظم الصحفيين من عينة الدراسة من أن طبيعة الموضوع تتحكم بشكل كبير فيما تنشره صحفهم من أخبار.
- أظهرت نتائج تحليل المضمون أن احتلال الأخبار السياسية، والاجتماعية، والأمنية، والاقتصادية للمراتب الأولى في كلا الصحيفتين، لم يتح الفرصة أمام النواعيات الأخرى من الأخبار (الدينية، الثقافية، الرياضية) للظهور بشكل يمكن أن يحدث قدرا من التوازن في تناول مختلف الأحداث والمواضيع، بالإضافة إلى أن صحف الدراسة لم تهتم إطلاقا بالأخبار ذات الطابع العلمي.

• تبين ارتفاع نسبة الأخبار المجردة في صحف الدراسة، ما يفسر سعي الصحفيين إلى الالتزام بنقل الحقائق والأحداث كما وقعت، كما كشف تحليل مضمون المواد الخبرية أن نسبة كبيرة من المواد افتقرت للشرح والتفسير، مما يقلل من قدرتها على أن تقدم معارف متكاملة للقارئ تسمح له بتكوين رؤى صحيحة عن الأحداث والوقائع التي تدور حوله، الأمر الذي يستدعي ضرورة تجاوز الصحفي للدور التقليدي له، وهو تقديم تقرير حالي للقراء عن الأحداث الراهنة، إلى القيام بدور حيوي ونشط، أي نشر ما وراء التقرير البسيط عن الحدث، ومحاولة وضع هذا الحدث في إطار يعطيه معنى، والوصول إلى خلاصات واستنتاجات لدلالات الحدث ومغزاه.

• أوضحت الدراسة التحليلية اعتماد صحف الدراسة على الصحفيين كمصادر أساسية في عرض الأخبار، الأمر الذي يعد مؤشرا إيجابيا، لكن ذلك قد يؤدي إلى محدودية مصادر الصحيفة، كما قد لا يسمح بخلق مناخ حي للحوار بين مختلف المصادر التي يمكن الاعتماد عليها للحصول على المعلومات.

• أظهرت نتائج تحليل المضمون اعتماد القارئ بالاتصال في صحف الدراسة بدرجة كبيرة على المصادر المعلومة للحصول على الأخبار، ومن ثم يأتي هذا النوع في مقدمة مصادر صحيفتي الخبر والشروق اليومي، لكن هذا لا ينفي اعتماد الصحفيين على المصادر المجهلة، التي يتم اللجوء إليها في ظل حرمان الصحافة من معرفة الحقائق، الأمر الذي ينعكس على أداء الصحفيين لعملهم بدرجة كبيرة، وعلى قدرتهم على نقل الحقائق كاملة للجمهور، ومن ثم تقديمهم صورة سلبية عن الواقع.

• اتضح أن نسبة كبيرة من المواد المنشورة في صحف الدراسة هي من الأخبار المعروفة مسبقا - كما عبر عن ذلك القارئون بالاتصال في الدراسة

الميدانية - ومن الأخبار المتوقع حدوثها، وهو ما يتضح من غلبة التغطية التقريرية (التسجيلية) على ما عداها من أنواع التغطية الصحفية (التمهيدية والمتابعة)، ومن ثم يتم تغطية الأخبار بشكل روتيني وبزوايا محددة من قبل، تتفق غالبا مع السياسة التحريرية لصحفيهم، وهو ما يوجه المادة التحريرية سواء من حيث نوعية الحقائق المطروحة والقيم التي تتبناها، كما تجعل المنتج النهائي يتسم غالبا بالتكرارية والروتينية، التي تفقده الحيوية والقدرة على التنويع والتأثير والفعالية.

• جاءت القيم الخبرية في صحف الدراسة مرتبة على النحو الآتي:

جريدة الخبر: الضخامة والحجم، الصراع، القرب، السلبية، الأنية، الإثارة، الشهرة، الاهتمامات الإنسانية، الأهمية، الإيجابية، المصالحة الوطنية، السيادة الوطنية، التنمية، الغرابة والطرافة.

يومية الشروق: الضخامة والحجم، الصراع، القرب، الإثارة، السلبية، الإيجابية، الشهرة، الاهتمامات الإنسانية، التوقيت، الأهمية، المصالحة الوطنية، الغرابة والطرافة، السيادة الوطنية والتنمية.

• اتضح أن القيم الخبرية ذات التوجه الاجتماعي (الأهمية، الاهتمامات الإنسانية)، أتت في مراتب متأخرة في مصفوفة القيم الخبرية مقارنة بالقيم ذات التوجه المهني، باستثناء قيمة القرب التي جاءت في مرتبة متقدمة، وقد يعود ذلك لأن الدراسة تناولت الأخبار الداخلية المنشورة في صحف يومية، فضلا عن تراجع القيم المرتبطة بعملية التنمية، بينما جاءت القيم الخبرية ذات التوجه المهني في المراتب الأولى (الضخامة والحجم، الصراع، الإثارة، الشهرة).

• توضح نتائج تحليل المضمون اهتمام الصحفيين بالقيم الخبرية ذات التوجه المهني، وغلبة طابع النقل والتوصيل على اختياراتهم، مع تراجع العناية

بالقيم ذات التوجه الاجتماعي، كما تبين النتائج وجود تشابه كبير بين منظومة القيم الخبرية التي تتبناها صحف الدراسة، وبين منظومة وسائل الإعلام الغربية للقيم الخبرية، كما تكشف الدراسة عن بعض التناقض بين ما يراه القارئون بالاتصال مهما و ما هو مطبق فعلياً، فبينما رتبت قيمة الصراع على أنها مهمة إلى حد ما في تصور صحفيي الشروق اليومي، فإن تحليل المضمون كشف على أنها تحتل المرتبة الثانية بعد قيمة الضخامة والحجم من اهتمام الجريدة، وفي الوقت الذي صنف فيه القارئون بالاتصال في الخبر قيمة القرب ضمن العناصر المهمة إلى حد ما كشفت الدراسة التحليلية عن احتلال هذه القيمة للمرتبة الثالثة.

• أظهرت الدراسة التحليلية تبني صحف الدراسة للقيم الخبرية التي تسعى لتقويض السياسة القائمة وتندد بسلبياتها، كما تُعنى بالأخبار التي قد يترتب على نشرها تأثيرات، كما تهتم بأخبار الفساد، الإهمال والإرهاب.

• كشف تحليل المضمون توسط قيمة الشهرة لمصفوفة القيم الخبرية المتبناة في صحف الدراسة (المرتبة السادسة في الخبر، والسابعة في الشروق اليومي)، كما تركزت الأخبار التي تضمنت قيمة الشهرة على أخبار الشخصيات والمسؤولين الرسميين بالدرجة الأولى، فضلاً عن اعتماد معظم الأخبار المنشورة على الجانب الموضوعي بالإضافة إلى سيطرة الصفات السلبية في تناول صحف الدراسة للأخبار المتضمنة لقيمة الشهرة.

• تصدرت قيمة الضخامة والحجم منظومة العناصر الخبرية في صحيفتي الخبر والشروق اليومي، واحتلت الأخبار التي تركز على ضخامة الأطراف الموجه لها الخبر قائمة ترتيب المؤشرات الفرعية لقيمة الضخامة والحجم، تليها الأخبار التي يمثل ضخامة الرقم فيها مقوماً أساسياً لنشرها، ثم الأخبار

المتعلقة بأحداث ذات أهمية وضخامة، متنوعة بالأخبار التي تشير إلى ضخامة عدد المشاركين في الحدث.

• كشف تحليل المضمون تركيز الأخبار المتضمنة لقيمة الضخامة والحجم على الأحداث التي تشمل نداء، أو طلب مساعدة، أو التشديد على الأرقام التي تكشف عجزا وإخفاقا في الأداء الاقتصادي، كما احتوت هذه الفئة على الأخبار المتضمنة لعدد المشاركين في المظاهرات والاحتجاجات والاضطرابات.

• أتت قيمة الصراع في مقدمة مصفوفة القيم الخيرية في صحف الدراسة، محتلة المرتبة الثانية بعد قيمة الضخامة والحجم، واحتلت أخبار النزاعات والمنافسة صدارة المؤشرات الفرعية لقيمة الصراع، تليها الأخبار التي تناولت قضايا الإرهاب، وجاءت الأخبار التي تناولت خلافات في الرأي في الترتيب الثالث في صحيفة الخبر، بينما جاءت الأخبار التي تطرقت للكوارث الطبيعية في المرتبة نفسها - الثالثة - في يومية الشروق، وأتت أخبار المظاهرات والإضرابات والاحتجاجات في الترتيب الرابع في كلا الصحيفتين، واحتلت أخبار المعارك والاعتقالات المركز الخامس في صحف الدراسة فضلا عن الأخبار التي تناولت خلافات في الرأي في صحيفة الشروق اليومي، في حين احتلت أخبار الكوارث الطبيعية آخر الترتيب في جريدة الخبر.

• كشف تحليل المضمون اهتمام صحيفتي الخبر والشروق اليومي بقيمة الصراع حيث شكلت مواضيع الصراع مادة صحفية جيدة، سعت من خلالها صحف الدراسة إلى إبراز الخلافات الموجودة على الساحة الجزائرية، من خلال التركيز على الأحداث العريضة منها محاكمة عبد المؤمن خليفة، والاستحقاقات التشريعية والمحلية وما انجر عنها من خلافات حزبية، بالإضافة

إلى انعكاسات الوضع الأمني، ما أفرز نوعية معينة من الأخبار أملتھا الظروف التي مرت بها الجزائر.

• أظهرت نتائج تحليل المضمون أن قيمة الاهتمامات الإنسانية جاءت في مركز متأخر نوعا ما في مصفوفة القيم الخبرية في صحف الدراسة، كما تناولت الأخبار المتضمنة لهذه القيمة ما يمس هموم ومعاناة الناس، كمشكل السكن، انتشار الأمراض، ارتفاع الأسعار، سوء الخدمات... الخ.

• كشفت الدراسة التحليلية عدم الاهتمام بقيمة الأهمية التي جاءت في مراتب متأخرة في صحف الدراسة، رغم أنها تُعد من القيم ذات التوجه الاجتماعي، أي من بين القيم التي تخاطب اهتمامات الجمهور ومصالحه، وأوضح تحليل المضمون ارتفاع نسبة الأخبار التي تعكس اهتمامات عدد كبير من القراء، تليها الأخبار التي تخاطب مصالح عدد كبير من القراء، ثم الأخبار التي ترتبط بقضية جماهيرية.

• احتلت قيمة القرب المرتبة الثالثة في مصفوفة القيم الخبرية، ما يفسر اهتمام صحف الدراسة بهذه القيمة، ويعتبر احتلال قيمة القرب لهذه المرتبة أمرا صحيا في الصحافة، حيث تسعى صحف الدراسة من خلال إيلاء أهمية لقيمة القرب إلى ربط القارئ بالصحافة، وجاء الاهتمام بهذه القيمة في شقيها الجغرافي والنفسي، وإن أظهر تحليل المضمون تركيز صحيفتي الخبر والشروق اليومي على الجانب الجغرافي بنسبة 85.03%، 86.88% على التوالي.

• كشف تحليل المضمون اهتمام صحف الدراسة بتغطية الأحداث التي وقعت في المناطق الوسطى والشرقية بالدرجة الأولى، تليها المناطق الغربية، ثم المناطق الجنوبية، ويظهر اهتمام صحف الدراسة بقيمة القرب في شقها

البيسيكولوجي من خلال رصد أخبار الجزائريين المقيمين أو المتواجدين في مختلف بلدان العالم.

• احتلت قيمة الآنية المرتبة الخامسة في جريدة الخبر، بينما أتت في المركز التاسع في صحيفة الشروق اليومي، وتعكس النتائج المتحصل عليها اهتمام القارئ بالاتصال في الخبر بهذه القيمة التي تتدرج ضمن العناصر الخبرية ذات التوجه المهني، بينما احتلت قيمة التوقيت مركزاً متأخراً في مصفوفة القيم الخبرية المتبناة في الشروق اليومي والتي ركزت من خلالها على الأخبار التي تمثل رداً على ما نُشر أو ما حدث، في حين اهتمت الخبر في المركز الأول بالأخبار التي يعلن فيها عن عنصر أو عناصر جديدة في واقعة جارية، تليها الأخبار التي تنبئ عن حدث أو قرار، ثم الأخبار التي يتدخل فيها عنصر التوقيت كمحدد ومقوم أساسي لنشرها، وجاء في آخر الترتيب الأخبار التي انفردت بصف الدراسة بنشرها. وتتحكم عوامل عديدة (سياسية، صحفية، وأخرى مرتبطة بطبيعة الخبر ذاته) في تقرير هذه القيمة التي تعد عنصراً رئيسياً في ترشيح الأخبار للنشر.

• احتلت قيمة السلبية المرتبة الرابعة في جريدة الخبر، وأتت في المركز السادس في الشروق اليومي، أي أنها جاءت في مقدمة القيم الخبرية في صحيفة الخبر، بينما توسطت العناصر الخبرية في الشروق اليومي، ما يفسر تأثر صحف الدراسة بمصفوفة القيم الخبرية الغربية التي تولي أهمية للأخبار السلبية.

• أوضحت نتائج تحليل مضمون المادة الخبرية المتضمنة لهذه القيمة تركيزها على العيوب وأوجه القصور التي تنتقد الأوضاع والسياسات القائمة، وربما تطلبت الحاجة إلى التغيير التركيز على مثل هذه النوعية من الأخبار.

- توسطت قيمة الإيجابية مصفوفة القيم الخبرية في يومية الشروق (المرتبة الخامسة)، في حين جاءت في مرتبة متأخرة نوعا ما في ترتيب القيم الخبرية في صحيفة الخبر (المرتبة الثامنة).
- وأظهرت نتائج تحليل مضمون المواد الخبرية المنشورة في الشروق اليومي، أن أغلب الأخبار الإيجابية تمحورت حول تغطية الأحداث التي تمس بالإنجازات التي حققها جهاز الأمن في إطار مكافحة الإرهاب، تليها الأخبار الإيجابية في الميدان الاجتماعي حيث تناولت الصحيفة بدرجة أساسية طرق التصدي لمكافحة ظاهرتي الهجرة غير الشرعية وتجارة المخدرات فضلا عن الاهتمام بالإجراءات التي من شأنها تحسين بعض الجوانب الاجتماعية، الاقتصادية والسياسية في حياة المواطنين، كما اهتمت جريدة الخبر بالدرجة الأولى بالأخبار الإيجابية ذات الطابع الأمني، تليها الأخبار الاقتصادية، ثم الأخبار الاجتماعية وأخيرا الأخبار السياسية.
- جاءت قيمة الإثارة في مراتب متقدمة في صحيفتي الشروق اليومي والخبر حيث احتلت المرتبة الرابعة والخامسة على التوالي.
- وتعد قيمة الإثارة من أهم العناصر في مصفوفة القيم الخبرية فضلا عن أن قيمة الخبر تتزايد بتزايد عنصر الإثارة، وتسعى صحف الدراسة من خلال توظيفها لهذه القيمة إلى جذب أكبر عدد من القراء.
- وأظهرت الدراسة الميدانية اهتمام القارئ بالاتصال بهذه القيمة التي رُتبت من العناصر المهمة جدا في تقرير نشر الأخبار، وكشف تحليل المضمون تركيز صحف الدراسة في الأخبار المتضمنة لهذه القيمة على أخبار الفضائح، تليها أخبار الجرائم، وبدرجة أقل أخبار الجنس وذلك لاعتبارات دينية، وأخرى تتعلق بعبادات وتقاليد المجتمع الجزائري.

• كشف تحليل المضمون عن احتلال قيمة الطرافة والغرابة لمراكز متأخرة في صفح الدراسة حيث جاءت في المرتبة ما قبل الأخيرة في الشروق اليومي، وأتت في المرتبة الأخيرة في الخبر، وهو ما عكسته نتائج الدراسة الميدانية إذ صنف القارئون بالاتصال في صفح الدراسة قيمة الغرابة والطرافة من القيم المهمة إلى حد ما في تقرير نشر الأخبار، ومن ثم يمكن القول أن الصحفيين لا ينظرون إلى قيمة الخبر على أنها تتزايد بقدرة الخبر على الخروج عن المألوف، كما أظهرت الدراسة التحليلية توظيف الجريدتين لقيمة الغرابة والطرافة في القضايا الاجتماعية والإنسانية.

• احتلت قيمة السيادة الوطنية مراكز متأخرة في مصفوفة القيم الخبرية المتبناة في صفح الدراسة، إذ جاءت في المرتبة الحادية عشرة في الخبر، وأتت في المرتبة الثالثة عشرة في الشروق اليومي.

• وأظهرت نتائج تحليل المضمون توظيف صفح الدراسة لقيمة السيادة الوطنية كلما استدعى الأمر الرد على الأحداث التي تمس بالسيادة الوطنية، مثل الخبر الذي نشرته صحيفة الخبر بتاريخ 16 أبريل 2007، في عددها رقم 4989، بعنوان "وصفت تحذيراتها بغير المقبولة: الخارجية تستدعي القائم بالأعمال في السفارة الأمريكية"، وذلك على خلفية الإعلان الذي نشرته السفارة عبر موقعها الإلكتروني تحذر من خلاله الرعايا الأمريكيين من وقوع تفجيرات إرهابية، وفي هذا الصدد أبلغت الخارجية الجزائرية الطرف الأمريكي بواجب الاحترام الصارم لسيادة الدولة الجزائرية فضلا عن عدم التدخل في شؤونها الخارجية، وكذا الخبر الذي نُشر في الجريدة نفسها بتاريخ 2 ماي 2007، في عددها رقم 5002، بعنوان "بعد الحديث عن مفاوضات مع واشنطن: الجزائر ترفض استقبال معتقلي غوانتانامو" حيث أشارت الجريدة على لسان رزاق بارة

المستشار لدى الرئاسة، المكلف بملف معتقلي غوانتانامو، في تأكيد منه أن الجزائر لن تقبل بأي شروط تمس بسيادة الجزائر، وأن ما تقبل به الدول الأخرى ليس بالضرورة مقبولا لدى الجزائر، رافضا الشروط الأمريكية على اعتبار أنها تتعارض مع مفهوم الجزائر للسيادة الوطنية.

• جاءت قيمة التنمية في المرتبة الحادية عشرة في صحيفة الخبر، وأتت في المرتبة الثالثة عشرة في الشروق اليومي، وكشف تحليل المضمون عن عدم اهتمام الصحفيين بهذه القيمة الخبرية حيث احتلت مراتب متأخرة في صحف الدراسة رغم ما تمثله من أهمية.

• تساعد القيم الخبرية على أداء العمل الصحفي، بشكل منظم، فهي تحدد المواد التي ستنقى وستنشر، وكيفية معالجتها، وهو ما يسهل بالتالي على الصحفي والصحيفة عمليات التعامل مع الأحداث، وفرزها، واختيارها، ومعالجتها.

الفصل الثاني

القائم بالاتصال في جريدتي الخبر والشروق

المبحث الأول: الخصائص الأساسية للقائمين بالاتصال في صحف الدراسة.

المبحث الثاني: التوجهات المهنية للقائمين بالاتصال، وتصوراتهم لمفاهيم الخبر والقيم الخبرية ولمعايير النشر.

المبحث الثالث: العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في صحف الدراسة.

المبحث الرابع: مدى تأثير صحف الدراسة بمناخ التعددية الإعلامية في الجزائر.

المبحث الأول: الخصائص الأساسية للقائمين بالاتصال في صحف الدراسة.

يدور موضوع هذا المبحث حول تحديد الخصائص الأساسية للقائمين بالاتصال في صحف الدراسة، وهي الخصائص الاجتماعية والثقافية والاقتصادية باعتبار أن لها تأثيرها غير المباشر على اختيارهم المهني من ناحية، وعلى رؤيتهم لمختلف القضايا المجتمعية.

ويشمل المبحث الأول العناصر التالية:

1- الخصائص الديموغرافية، والتي تضم خصائص مثل النوع، السن والحالة الاجتماعية. وبرغم أن أفراد العينة يتصفون بهذه الخصائص، إلا أنهم لم يبذلوا جهداً في اكتسابها، غير أنها وإن كانت ذات طبيعة فطرية، إلا أنها تؤثر بلا شك على مواقفهم، وعلى اتجاهاتهم نحو قضايا أو موضوعات معينة.

2- الخصائص التأهيلية، وتضم تلك الخصائص التي تشير إلى تأهيل الشخصية الإعلامية. وتضم خصائص مثل المستوى التعليمي، التخصص العلمي، الدرجات التعليمية والدورات التدريبية التي حصل عليها القائمون بالاتصال، وكذلك اللغات التي يجيدونها، باعتبار أن اكتساب الشخصية الإعلامية لهذه الخصائص يرفع من قدرتها على أداء العمل الإعلامي.

3- الخصائص الاجتماعية ويدخل في هذا الإطار بالنسبة لدراستنا مستوى الدخل الشهري ومصادره، فيما لا شك فيه أن انتماء الشخص لسياق اجتماعي معين سوف يؤثر إلى حد كبير على طبيعة القضايا الإعلامية التي يتصدى لها.

أولا - الخصائص الاجتماعية والثقافية والاقتصادية للصحفيين:

• الجنس والسن والحالة الاجتماعية:

جدول رقم (1):

توزيع المبحوثين حسب الجنس.

الإجمالي		أنثى		ذكر		الجنس العدد والنسبة
الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	
40	40	16	09	24	31	العدد
%100	%100	%40	%22.5	%60	%77.5	النسبة

تبلغ نسبة الصحفيين الذكور في جريدة الخبر 77.5%، وبلغت نسبتهم في الشروق اليومي 60%، بينما بلغت نسبة الإناث في الخبر 22.5%، وفي الشروق اليومي 40%.

جدول رقم (2):

توزيع المبحوثين حسب السن.

الإجمالي		60 سنة فأكثر		من 50 إلى أقل من 60 سنة		من 40 إلى أقل من 50 سنة		من 30 إلى أقل من 40 سنة		من 20 إلى أقل من 30 سنة		السن العدد والنسبة
الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	
40	40	0	0	1	4	3	10	21	20	15	6	العدد
%100	10%	%0	%0	2.5%	%10	7.5%	%25	52.5%	%50	37.5%	15%	النسبة

بالنسبة لجريدة الشروق اليومي:

تبين النتائج أن 52.5% من صحفيي الشروق اليومي يتراوح سنهم من 30 إلى أقل من 40 سنة، تليها الفئة العمرية التي يتراوح سنها من 20 إلى أقل من 30 سنة بنسبة 37.5%، ثم الفئة التي يتراوح سنها من 40 إلى أقل من 50 سنة

بنسبة 7.5%، وأخيرا الفئة العمرية التي يتراوح سنها من 50 إلى أقل من 60 سنة بنسبة 2.5%، في حين لا يوجد ولا صحفي يفوق عمره 60 سنة.

بالنسبة لجريدة الخبر:

تبين النتائج أن 50% من صحفيي الخبر يتراوح سنهم من 30 إلى أقل من 40 سنة، تليها الفئة التي يتراوح سنها من 40 إلى أقل من 50 سنة بنسبة 25%، ثم الفئة التي يتراوح سنها من 20 إلى أقل من 30 سنة بنسبة 15%، وأخيرا الفئة التي يتراوح سنها من 50 إلى أقل من 60 سنة بنسبة 10%، في حين لا يوجد ولا صحفي يفوق عمره 60 سنة.

وتكشف النتائج عن سيطرة الفئة التي يتراوح سنها من 30 إلى أقل من 40 سنة على النشاط الصحفي في كلا الصحيفتين، وهو مؤشر إيجابي على اهتمام هذه المؤسسات بوجود العناصر الشابة القادرة على العمل وبذل الجهد، إلى جانب الاستعانة بالخبرة من أصحاب الأعمار السنية الأكبر.

جدول رقم (3):

توزيع المبحوثين حسب الحالة الاجتماعية.

الإجمالي		أرمل		مطلق		متزوج		أعزب		السن العدد والنسبة
الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	
40	40	0	0	1	0	20	27	19	13	العدد
%100	%100	%0	%0	%2.5	%0	%50	%67.5	%47.5	%32.5	النسبة

بلغت نسبة الصحفيين المتزوجين في جريدة الخبر 67.5%، وبلغت نسبة هذه الفئة في الشروق اليومي 50%، بينما بلغت نسبة الصحفيين من غير المتزوجين في الخبر 32.5%، وكانت نسبتهم في يومية الشروق 47.5%، وبلغت نسبة المطلقين في الشروق اليومي 2.5%، وهو ما يعني أن نسبة كبيرة من

المبوهون من الموزوجين، وفي ذات الوقت فإن نسبة الصحفيين غير الموزوجين هي نسبة كبيرة أيضاً، نظراً لتأخر سن الزواج في الجزائر، بسبب ضعف الدخل ونقص الإمكانيات، هذا من جهة، ومن جهة أخرى، فإن الحالة الاجتماعية للصحفيين قد تؤثر على مواقفهم وتوجهاتهم العامة، ومن ثم على اختياراتهم ومعاييرهم الصحفية.

تعد المرحلة العمرية، الجنس، الحالة الاجتماعية، من بين العوامل التي قد تؤثر بطريقة مباشرة على أداء الصحفيين، وعلى توجهاتهم المهنية، وقد يكون لهذه العوامل تأثيراً غير مباشر، بمعنى أنه قد يتم بلا وعي من قبل الصحفيين، أو أن هذه العوامل تعمل بشكل آلي وتلقائي، فعلى سبيل المثال، فإن غلبة الذكور في صحيفة الخبر، والشيء نفسه بالنسبة للشروق اليومي^(*)، قد يكون له تأثيراً على اختيارات المضمون، وعلى طبيعة المواضيع المطروحة، وعلى طرق معالجتها، فضلاً عن أنه غالباً ما يتم توزيع الصحفيين (الذكور) على الأقسام الدولية والوطنية والرياضية، في حين أن النسبة الكبيرة من الإناث توزع على قسمي المجتمع والثقافة^(**).

كما أن انتماء الصحفيين لفئات عمرية متقاربة، حيث نجد أن 50% من صحفيي الخبر تقع أعمارهم ما بين 30 إلى أقل من 40 سنة، و25% يتراوح سنهم من 40 إلى أقل من 50 سنة، أما بالنسبة للشروق اليومي، فنجد 52.5% من صحفييها من الفئة العمرية التي يتراوح سنها من 30 إلى أقل من 40 سنة، وأن 37.5% تقع أعمارهم ما بين 20 إلى أقل من 30 سنة، قد سمح بزيادة تقاسم الخبرة، والقيم، والانتماء لأجيال متقاربة في الفكر.

(*) انظر الجدول رقم (1)، ص353.

(**) تم التوصل إلى ذلك من خلال الملاحظة، حيث قضت الباحثة ما يقارب 3 أشهر بكل جريدة (الخبر والشروق اليومي) وذلك عند قيامها بتوزيع استمارة استبيان.

وقد تؤثر الحالة الاجتماعية للصحفيين على المواقف التي يتبناها هؤلاء، حيث كشفت نتائج التحليل الكمي أن 67.5% من صحفيي الخبر، و50% من نظرائهم في الشروق اليومي، من المتزوجين، مما قد ينعكس على المواضيع المنتقاة، وعلى رؤية الصحفي، والتي قد تختلف عن نظرة غير المتزوجين بحكم الاهتمامات والمسؤوليات.

لكن وفي ظل غياب دراسة للقائم بالاتصال في الجزائر، والتي من شأنها تقديم توصيف لوضعية الصحفيين، يصعب تحديد الانتماء الاجتماعي لهذه الفئة، حيث أن مثل هذه الدراسات سيمكن من رسم ملامح عامة للصحفيين الجزائريين، ومن ثم إمكانية دراسة تأثير ذلك على المنتج الصحفي في الجزائر.

ثانيا - الخصائص التعليمية والثقافية.

جدول رقم (4):

توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي.

المستوى		أقل من ليسانس		ليسانس		ماجستير		دكتوراه		الإجمالي
العدد	النسبة	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الشروق
0	0%	0	0	3	8	0	0	40	40	40
0	0%	0	0	37	32	3	8	40	40	40
0	0%	0	0	92.5%	80%	7.5%	20%	100%	100%	100%

بلغت نسبة الصحفيين الحاصلين على شهادة ليسانس في جريدة الخبر 92.5%، وفي الشروق اليومي 80%، وبلغت نسبة الحاصلين على درجة الماجستير 20% في الشروق اليومي، و7.5% في صحيفة الخبر.

وتشير النتائج إلى أن أغلبية الصحفيين من الحاصلين على شهادة ليسانس، وهو المستوى المطلوب لممارسة مهنة الصحافة في الجزائر، مع وجود فئة (وبنسبة أكبر في الشروق اليومي مقارنة مع الخبر) من حاملي شهادة الماجستير الذين فضلوا العمل في المجال الصحفي.

جدول رقم (5):

توزيع المبحوثين حسب التخصص العلمي.

الإجمالي		تخصصات أخرى		إعلام		التخصص العدد والنسبة
الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	
40	40	17	18	23	22	العدد
%100	%100	%42.5	%45	%57.5	%55	النسبة

بلغت نسبة صحفيي الخبر الحاصلين على شهادة ليسانس في علوم الإعلام والاتصال 55%، وبلغت نسبتهم في يومية الشروق 57.5%، بينما بلغت نسبة الصحفيين من خريجي التخصصات الأخرى 45% في صحيفة الخبر، و42.5% في يومية الشروق.

توضح النتائج أن معظم الصحفيين من الحاصلين على شهادة ليسانس في علوم الإعلام والاتصال وربما يكون هذا العامل بمثابة مؤشر إيجابي لممارسة مهنة الصحافة في الجزائر، حيث أن التخصص في مجال الإعلام يزيد من درجة الثقة بالنفس، حول كيفية أداء الصحفيين لعملهم، وقدراتهم الإخبارية، والتي عادة ما تُبنى وفق ما اكتسبوه خلال مراحل التحصيل الجامعي. وفي نفس الوقت، نسجل ارتفاع نسبة الحاصلين على شهادة ليسانس في تخصصات أخرى، مما قد ينعكس على قدرة هؤلاء على تفهم متطلبات العمل الصحفي وعلى ثقتهم باختياراتهم وقدراتهم الصحفية، مقارنة بالصحفيين الحاصلين على شهادات تخصص في علوم الإعلام والاتصال.

جدول رقم (6):

توزيع المبحوثين حسب سنوات الخبرة.

الإجمالي		أكثر من 20 سنة		من 15 إلى أقل من 20 سنة		من 10 إلى أقل من 15 سنة		من 5 إلى أقل من 10 سنوات		أقل من 5 سنوات		الخبرة العدد والنسبة
الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	
40	40	1	5	0	8	11	12	17	10	11	5	العدد
%100	%100	%2.5	%12.5	%0	%20	%27.5	%30	%42.5	%25	%27.5	%12.5	النسبة

بالنسبة للشروق اليومي:

تراوحت سنوات الخبرة في العمل الصحفي ما بين 5 إلى أقل من 10 سنوات عند 42.5% من المبحوثين، يليهم 27.5% تراوحت خبرتهم ما بين 10 إلى أقل من 15 سنة، والنسبة نفسها بالنسبة للذين تقل خبرتهم عن 5 سنوات، وهناك 2.5% تفوق خبرتهم 20 سنة.

بالنسبة لجريدة الخبر:

تراوحت سنوات الخبرة في العمل الصحفي ما بين 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة عند 30% من المبحوثين، يليهم 25% تراوحت خبرتهم ما بين 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات، وهناك 20% تراوحت خبرتهم ما بين 15 سنة إلى أقل من 20 سنة، و12.5% تفوق خبرتهم في الميدان 20 سنة، و12.5% تقل خبرتهم عن 5 سنوات.

تشير النتائج السابقة إلى ارتفاع نسبة الذين تتراوح خبرتهم في الميدان من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات في يومية الشروق، في حين نجد أن النسبة المرتفعة عند صحفيي الخبر هم الذين تتراوح خبرتهم في الميدان من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة.

ونجد في المرتبة الثانية الفئة التي تتراوح خبرتها ما بين 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة في يومية الشروق، في حين تحتل المرتبة الثانية في جريدة الخبر الفئة التي تتراوح خبرتها من 5 إلى أقل من 10 سنوات.

وتأتي في المرتبة الثالثة في جريدة الخبر الفئة التي تتراوح خبرتها في الميدان من 15 سنة إلى أقل من 20 سنة، في حين لا يوجد ولا صحفي واحد يتمتع بهذه الخبرة في جريدة الشروق اليومي.

ونجد أن نسبة الذين تقل خبرتهم في الميدان عن 5 سنوات مرتفعة في الشروق اليومي، بينما لا تتعدى نسبة هذه الفئة 12.5% في جريدة الخبر.

جدول رقم (7):

توزيع الباحثين وفقا لالتحاقهم بدورات تدريبية.

الإجمالي		لا		نعم		الإجابة العدد والنسبة
الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	
40	40	17	22	23	18	العدد
%100	%100	%42.5	%55	%57.5	%45	النسبة

بلغت نسبة الصحفيين المستفيدين من دورات تدريبية في يومية الشروق 57.5%، وبلغت نسبتهم في جريدة الخبر 45%، بينما لم يحصل 55% من صحفيي الخبر، و42.5% من نظرائهم في الشروق اليومي على دورات تدريبية.

يتضح من إجابات الصحفيين أن أكثر من نصف صحفيي الشروق اليومي حصلوا على دورات تدريبية كما استفاد ما يقارب نصف القائمين بالاتصال في جريدة الخبر من دورات تدريبية، وهو ما يفسر بصفة عامة نقص في فرص التدريب المتوفرة أمام الصحفيين.

وعن الشق الثاني من السؤال رقم (7)، تبين من إجابات الصحفيين أن معظم التدريبات التي تلقوها كانت بإشراف أوروبي أو أمريكي، وإن نظمت من طرف الجزائر، إلا أن الجهة التي تولت وأشرفت على التدريب غالباً ما تنتمي إلى دول أوروبا الغربية (فرنسا، بريطانيا، ألمانيا، بلجيكا، السويد....) أو إلى الولايات المتحدة الأمريكية، مما قد ينعكس على طريقة المعالجة الإعلامية، والتي تتأثر بميزات وخصائص الإعلام الغربي ونظرة الإعلاميين الغربيين إلى الأنواع الصحفية وعلى رأسها الخبر، بالإضافة إلى مساهمة الدول العربية في تدريب الصحفيين في صحف الدراسة، كالمغرب، الأردن، ومصر، كما امتدت فترة التبرص من يوم واحد إلى سنة.

أما عن المواضيع التي شكلت أرضية التدريب، فتعلقت بفنيات التحرير الصحفي بصفة عامة، ابتداء من الخبر والتقارير، وصولاً إلى الريبورتاج، الحديث، التعليق، التحقيق، والعمود.... الخ.

وما يمكن ملاحظته هو ارتباط مواضيع التدريب الصحفي بتوجهات معينة، كموضوع تأثير وسائل الإعلام في العلاقات الدولية، أو العلاقة بين الجزائر والاتحاد الأوروبي، ودور الإعلام المغربي في متابعة ملفات الهجرة إلى أوروبا، وملف اللاجئين في أعين الصحف في البلدان العربية، فضلاً عن ارتباط بعض مواضيع التدريب بمناسبات معينة، مثل تغطية الانتخابات الرئاسية 2005، والأنواع الصحفية المستعملة في تغطية الانتخابات الرئاسية وهذا بمناسبة العهدة الثالثة لرئيس الجمهورية عبد العزيز بوتفليقة، هذا بالإضافة إلى حصول بعض الصحفيين على تدريبات في تخصصات معينة كالتعريف بالمصطلحات العسكرية، الجوانب القانونية وتغطية الجلسات القضائية، والمعالجة الإعلامية للأخبار الاقتصادية.

جدول رقم (8):

توزيع المبحوثين وفقا لنوع اللغات التي يتقنونها.

اللغة	التكرار		النسبة	
	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق
الفرنسية	40	40	%100	%100
الإنجليزية	24	21	%52.5	%60
الإسبانية	03	3	%7.5	%7.5
الألمانية	0	2	%5	%

أجاب 100% من القائمين بالاتصال في صحف الدراسة أنهم يتقنون اللغة الفرنسية، وبهذا تحتل اللغة الفرنسية المرتبة الأولى، ويتقن 60% من صحفيي الخبر و52.5% من نظرائهم في يومية الشروق اللغة الإنجليزية، محتلة بذلك المرتبة الثانية، وتأتي اللغة الإسبانية في المرتبة الثالثة بنسبة 7.5% في كلا الصحيفتين، فضلا عن إتقان 5% من صحفيي يومية الشروق للغة الألمانية.

اتضح من الإجابات أن كل أفراد مجتمع البحث في كلا الصحيفتين يتقنون^(*) اللغة الفرنسية، وهو أمر منطقي باعتبار أن اللغة الفرنسية تحتل المرتبة الثانية بعد العربية، باعتبارها موروث استعماري وتأتي في المرتبة الثانية، اللغة الإنجليزية، وهو ما يعكس توجهات السياسة التعليمية في الجزائر، وتحتل اللغة الإسبانية المرتبة الثالثة، وتأتي الألمانية في المرتبة الرابعة.

وتشير النتائج السابقة، إلى أن معرفة القائمين بالاتصال للغات الأجنبية يعد مقوما أساسيا في إطلاعهم على خبرات مختلفة، لتطوير أدائهم الصحفي، وقدراتهم على تقييم المواد الخيرية الأجنبية لانتقاء ما يتلاءم مع احتياجات المجتمع الجزائري.

(*) استعمل مصطلح الإتقان للدلالة على معرفة اللغة، لأن عملية إتقان لغة ما ربما تحتاج إلى إجراء اختبارات للتأكد منها.

ثالثاً - الأوضاع الاقتصادية للصحفيين.

جدول رقم (9):

توزيع المبحوثين وفقاً لمصادر الدخل الشهري.

النسبة		التكرار		مصادر الدخل
الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	
100%	100%	40	40	المرتب
10%	12.5%	04	05	عمل إضافي في الصحافة
2.5%	5%	01	02	مشروع خاص خارج إطار العمل الصحفي
0%	%	0	0	أخرى

يكشف الجدول أعلاه اعتماد المبحوثين (في صحف الدراسة) وبنسبة 100% على الراتب كمصدر دخل رئيسي، ويعتمد 12.5% من صحفيي الخبر، و10% من نظرائهم في الشروق اليومي على الراتب كمصدر دخل رئيسي فضلاً عن ممارسة عمل إضافي في الصحافة، ونجد أن 5% من القائمين بالاتصال في الخبر، و2.5% من نظرائهم في الشروق اليومي، يعتمدون على الراتب كمصدر دخل رئيسي بالإضافة إلى امتلاك مشروع خاص خارج إطار العمل الصحفي.

جدول رقم (10):

توزيع الصحفيين لدى رضاهم عن العائد المادي للعمل الصحفي.

الإجمالي		إلى حد ما		لا		نعم		الإجابة العدد والنسبة
الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	
40	40	14	11	20	28	6	1	العدد
100%	100%	35%	27.5%	50%	70%	15%	2.5%	النسبة

يتعلق الجدول أعلاه بالشعور عن الرضا عن العائد المادي للعمل الصحفي، وتكشف إجابات الصحفيين أن 70% من القائمين بالاتصال في جريدة الخبر، و50% من نظرائهم في يومية الشروق غير راضين عن العائد المادي، فيما أبدى 35% من صحفيي الشروق و27.5% من نظرائهم في الخبر رضاهم عن العائد المادي إلى حد ما، وقال 15% من محرري الشروق، و2.5% من نظرائهم في الخبر أنهم راضون عن العائد المادي للعمل الصحفي.

جدول رقم (11):

أسباب عدم الرضا عن العائد المادي.

النسبة		التكرار		أسباب عدم الرضا
الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	
32.5%	55%	13	22	لأنه لا يساوي الجهد المبذول.
27.5%	50%	11	20	لأنه لا يكفي متطلبات الحياة اليومية.
20%	25%	08	10	لعدم وجود قواعد ثابتة في تحديد الأجور.
7.5%	20%	3	08	لأنه لا يتساوى مع مرتبات الوظائف الأخرى.
0%	15%	0	06	لأن هناك فروق مادية كبيرة بين مرتبات المؤسسات.

يُرجع 55% من صحفيي الخبر، و32.5% من نظرائهم في يومية الشروق، أسباب عدم الرضا عن العائد المادي إلى أنه لا يساوي الجهد المبذول، فيما يرى 50% من القائمين بالاتصال في الخبر، و27.5% من نظرائهم في يومية الشروق أن السبب يعود إلى أن العائد المادي لا يكفي متطلبات الحياة اليومية، ويكمن عدم الرضا عن العائد المادي حسب 25% من صحفيي الخبر، و20% من نظرائهم في الشروق اليومي في عدم وجود قواعد ثابتة في تحديد الأجور، ويرجع 20% من محرري الخبر، و7.5% من نظرائهم في الشروق اليومي سبب عدم الرضا عن العائد المادي للعمل الصحفي، إلى أنه لا يتساوى مع مرتبات الوظائف الأخرى،

في حين يرى 15% من صحفيي الخبر أن عدم الرضا عن العائد المادي مرده وجود فروق مادية كبيرة بين مرتبات المؤسسات.

أوضحت نتائج التحليل اعتماد المبحوثين في صحف الدراسة وبشكل أساسي على الراتب كمصدر دخل، وأعربت نسبة مرتفعة عن عدم رضاها عن العائد المادي للعمل الصحفي، أو عن رضاها إلى حد ما، مما قد ينعكس وبشكل مباشر على أداء الصحفي لعمله.

ورتب الصحفيون أسباب عدم رضاهم عن العائد المادي حسب الأهمية، إلى أنه لا يساوي الجهد المبذول، فضلا عن أنه لا يكفي متطلبات الحياة اليومية، ثم لعدم وجود قواعد ثابتة في تحديد الأجور، بالإضافة إلى أنه لا يتساوى مع مرتبات الوظائف الأخرى، وعزا 15% من صحفيي الخبر سبب عدم رضاهم عن العائد المادي إلى وجود فروق مادية كبيرة بين مرتبات المؤسسات.

ويربط بعض الباحثين بين الرضا عن الراتب وبين نوعية أداء العمل، فالصحفي الذي يعاني من ضعف راتبه، قد يدفعه ذلك إلى القيام بأكثر من عمل، مما قد يشتت جهده، وينعكس على دقة وكفاءة عمله، هذا من جهة، ومن جهة أخرى، فإن حصول الصحفيين على راتب كبير، قد يدفعهم ذلك إلى بذل مجهود أكبر، ويساعدهم على تقديم مادة إعلامية جيدة، لكن في المقابل، قد يكون ارتفاع الراتب سببا في تبني الصحفيين للسياسية التحريرية لصحفهم.

ورغم تفاوت رؤية الأفراد للرضا الوظيفي، إذ قد يراه البعض في تقدير واحترام المؤسسة للصحفي، وقد يراه البعض الآخر في الحصول على المكافآت، أو في كلاهما معاً، أو قد تلجأ المؤسسة إلى البحث عن الطرق الممكنة لتعويض ضعف الراتب لتحقيق الرضا الوظيفي للصحفي، يبقى أن الشعور بالرضا عن العائد المادي (الراتب) هو الذي يمكن الصحفيين من تقييم مدى ملائمة العمل لهم، وقد توصلت إحدى الدراسات حول الوضعية الاجتماعية والمهنية للصحفيين

الجزائريين من أن ضعف الراتب يقف وراء تنقل الصحفيين بين مختلف الوسائل الإعلامية فضلا عن أن تدني مستوى الأجور ينعكس سلبا على الاستقرار في المهنة، وقد يتحول الأجر إلى وسيلة ضغط ومساومة مما يؤثر على الأداء المهني للصحفي⁽¹⁾.

(1) بشير الدين مرغاد، الوضعية الاجتماعية والمهنية للصحفيين الجزائريين من 1990 إلى 2005، دراسة مسحية على عينة من صحفيي الصحافة المكتوبة اليومية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الجزائر - كلية العلوم السياسية والإعلام - قسم علوم الإعلام والاتصال) الجزائر، 2007 ص

المبحث الثاني: التوجهات المهنية للقائمين بالاتصال، وتصورتهم لمفاهيم الخبر والقيح

الخبرية ولعابير النشر.

ويشمل المبحث الثاني العناصر الآتية:

1- الخصائص التي تربط الشخصية الإعلامية بالعمل الإعلامي ذاته، ويدخل في هذا الإطار اختيار العمل الإعلامي، والأسباب التي كانت وراء هذا الاختيار، وأساليب الالتحاق بالعمل الإعلامي، ورؤية القائم بالاتصال لنجاحه حالياً وكما ينبغي.

2- تصورات القائمين بالاتصال لبعض المفاهيم المتعلقة بالعمل الإعلامي، ويدخل في هذا الإطار، فهم المبحوث لماهية الخبر، باعتباره العمود الفقري للدراسة، ولبقية الأنواع الصحفية، وفهمه لماهية القيم الخبرية، ولنوعية الأخبار التي تنشر في صحف المبحوثين.

3- الخصائص المتعلقة بدور الصحفي في معالجة الأخبار، وموقفه من المادة الإخبارية التي لا يستطيع نشرها، ومصير المادة الخبرية بعد تسليمها، وموقع الصحفي بين العناصر الأكثر فاعلية في تحديد الأخبار المنشورة.

4- معابير النشر، ويدخل في هذا الإطار تصور القائمين بالاتصال للمعابير التي ينبغي أن تحكم عملية انتقاء ونشر الأخبار والجوانب التي يجب أن تراعى عند نشر الأخبار.

أولاً - التوجهات المهنية للصحفيين

1- مدى اختيار الصحفيين لعملهم في الصحافة عن قناعة.

جدول رقم (12):

مدى اختيار المبحوثين للعمل بالصحافة عن قناعة.

الإجمالي		لا		نعم		الإجابة العدد والنسبة
الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	
40	40	3	06	34	37	العدد
%100	%100	%7.5	%15	%85	%92.5	النسبة

أجاب 92.5% من صحفيي الشروق اليومي، و85% من نظرائهم في جريدة الخبر، أنهم اختاروا العمل بالصحافة عن قناعة، في حين ذكر 15% من القائمين بالاتصال في الخبر، و7.5% من نظرائهم في يومية الشروق، أنهم لم يختاروا العمل بالصحافة عن قناعة.

وتعد إجابات الصحفيين مؤشرا إيجابيا حيث أن معظمهم اختار العمل بالصحافة عن قناعة، إذ ينعكس ذلك على مردود الصحفيين في العمل، وربما يكون اختيار العمل بالصحافة عن قناعة دافعا لبذل جهود أكبر مقارنة بما قد يقدمه الصحفيون الذين لم يختاروا العمل بالصحافة عن قناعة، فبدافع حب العمل يحاولون تفهم طبيعة المهنة التي يزاولها، والدور المنتظر منهم من خلال ممارستهم للصحافة، والمسؤولية الملقاة على عاتقهم.

جدول رقم (13):

سبب اختيار العمل بالصحافة.

السبب	التكرار		النسبة	
	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق
يلائم ميولك.	30	31	75%	77.5%
يلائم تخصصك.	10	13	25%	32.5%
تأثرت بشخصية إعلامية ناجحة.	01	2	2.5%	5%
مصدر دخل جيد.	0	0	0%	0%
يتيح الشهرة والنفوذ.	1	1	2.5%	2.5%

رتب الصحفيون الأسباب التي كانت وراء اختيارهم بالعمل بالصحافة على

النحو الآتي:

جاءت ميول الصحفيين في المرتبة الأولى في كلا الصحيفتين (الشروق اليومي، الخبر) بنسبة 77.5%، و 75% على التوالي، واحتل التخصص في المجال الإعلامي المرتبة الثانية بنسبة 32.5% بالنسبة للقائمين بالاتصال في الشروق اليومي، و 25% بالنسبة لنظرائهم في جريدة الخبر.

وأى تأثر الصحفيين بشخصية إعلامية ناجحة كسبب في اختيار مهنة الصحافة في المرتبة الثالثة في كلا الصحيفتين بنسبة 5% في الشروق اليومي، و 2.5% في جريدة الخبر، كما رأى 2.5% من صحفيي الخبر أن الصحافة تتيح الشهرة والنفوذ، إذ احتل هذا السبب المرتبة الثالثة من بين الخيارات المطروحة بالنسبة للقائمين بالاتصال في الخبر، والمرتبة الرابعة بالنسبة لنظرائهم في الشروق اليومي وذلك بنسبة 2.5%، وامتنع المبحوثين عن اختيار السبب الذي يعتبر مهنة الصحافة مصدر دخل جيد، والذي قد يكون دافعا وراء ممارستهم لمهنة الصحافة.

تشير إجابات الصحفيين إلى أن الميول والتخصص في المجال الإعلامي تقدا عن بقية أسباب الالتحاق بالعمل بصحف الدراسة، إذ أن معظم المبحوثين كان لديهم ميلا لممارسة العمل الصحفي، فضلا عن التخصص في المجال الإعلامي.

وتعتبر النتائج المتحصل عليها بمثابة مؤشرات صحية عن ممارسة العمل الصحفي في صحف الدراسة.

2- أساليب حصول الصحفيين على عملهم في الصحافة.

جدول رقم (14):

الأسلوب الذي حصل بواسطته الصحفي على عمله.

النسبة		التكرار		الأسلوب
الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	
		ق		
32.5%	20%	13	08	بفضل المؤهل الجامعي في التخصص.
12.5%	27.5%	5	11	قبول طلبك للعمل.
27.5%	27.5%	11	11	بواسطة علاقتك الخاصة.
35%	35%	14	14	بفضل تجربتك في الميدان.
15%	20%	06	08	بالصدفة.

توضح النتائج المشار إليها في الجدول أعلاه، أن التجربة في المجال الإعلامي تأتي على رأس الأساليب التي حصل بواسطتها الصحفيون على عملهم، إذ بلغت نسبة القائمين بذلك 35% في كلا الصحيفتين، ويأتي في المرتبة الثانية المؤهل الجامعي بالنسبة لصحفيي يومية الشروق بنسبة 32.5%، بينما احتلت العلاقات الخاصة وقبول الطلب للعمل المرتبة الثانية بالنسبة للقائمين بالاتصال في جريدة الخبر، وذلك بنسبة 27.2% لكل سبب منهما، في حين تأتي

العلاقات الخاصة في المرتبة الثالثة بالنسبة لصحفيي الشروق اليومي بنسبة 27.5%.

ويأتي المؤهل الجامعي في المرتبة الثالثة، فضلا عن الصدفة من بين الأساليب التي حصل بواسطتها صحفيو الخبر على عملهم بنسبة 20% لكل سبب منهما، في حين احتلت الصدفة المرتبة الرابعة بالنسبة لصحفيي يومية الشروق بنسبة 15%، وقبول الطلب للعمل في المرتبة الخامسة بنسبة 12.5%.

وتشير هذه النتائج إلى الاعتماد على التجربة للاتحاق بمهنة الصحافة، حيث تعد التجربة شرطاً أساسياً في عروض العمل بالنسبة للمؤسسات الخاصة، فضلا عن المؤهل الجامعي، لكن هذا لا ينفي أن بعض الصحفيين أعربوا صراحة عن تدخل المعارف والعلاقات الخاصة لحصولهم على وظائفهم، وهو أمر واقع، وهذا ما توصلت إليه دراسة بشير الدين مرغاد حول الوضعية الاجتماعية والمهنية للصحفيين الجزائريين من أن هناك تراجع في إجراء المسابقات في عملية التوظيف في الصحافة المكتوبة مع تزايد التوظيف عن طريق الوساطة⁽¹⁾، لكن تجدر الإشارة إلى أن الأمر ليس بنفس الحدة مما هو عليه واقع التوظيف في القطاع العام خاصة في مجال السمعي - البصري، وهو ما يؤدي إلى ممارسة مهنة الصحافة من طرف أشخاص غير مؤهلين لذلك.

3- الطريقة المثلى للاتحاق بمهنة الصحافة.

اتضح من إجابات الصحفيين عن السؤال رقم (9)، والمتعلق بمعرفة وجهة نظر الصحفيين في الطريقة المثلى التي ينبغي إتباعها للاتحاق بمهنة الصحافة، أن هناك شبه إجماع على ضرورة حصول الصحفي على المؤهل الجامعي في علوم الإعلام والاتصال لممارسة المهنة، وقد يرجع ذلك إلى الأرضية النظرية التي يتلقاها خريجو الصحافة فيما يتعلق بتقنيات الكتابة

(1) بشير الدين مرغاد، مرجع سابق، ص 332.

الصحفية فضلا عن الإطار العام الذي يحدد ممارسة مهنة الصحافة، وتأتي في المرتبة الثانية التجربة كشرط أساسي للاتحاق بالمهنة، إذ أن العامل الأول وحده غير كاف إذا لم يدعم بالتجربة والخبرة الميدانية لممارسة مهنة الصحافة.

وترى فئة أخرى من الصحفيين، أن إجراء مسابقة في الميدان تعد الطريقة المثلى للاتحاق بمهنة الصحافة، إذ من خلالها يتم انتقاء أحسن الصحفيين بطريقة موضوعية، وإعطاء الفرص للجميع لإبراز الكفاءات والقدرات والمؤهلات عوض الاكتفاء بالشهادة والتخصص في الإعلام.

وترى فئة ثالثة من الصحفيين، أنه وفي ظل استفحال ظاهرة البطالة في الجزائر، يبقى أن أفضل طريقة للاتحاق بمهنة الصحافة هو نسج علاقات شخصية مع المسؤولين على المؤسسات الإعلامية، هذا ما قد يضر بمهنة الصحافة وينعكس على قدرات الصحفيين في انتقاء ونشر الأخبار، وتحتل الموهبة وحب المهنة آخر العوامل التي يمكن أن يُعتد بها لممارسة العمل الصحفي في الجزائر.

4- رؤية الصحفيين لعوامل نجاح القائمين بالاتصال (حاليا)

جدول رقم (15):

رؤية الصحفيين لعوامل نجاح القائم بالاتصال حاليا.

النسبة		التكرار		عوامل النجاح
الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	
52.5%	40%	21	16	مدى ارتباطه بالسلطة.
42.5%	60%	17	24	مدى إتقانه للعمل.
35%	40%	14	16	مدى ارتباطه بالقراء.
70%	70%	28	28	علاقته الشخصية خارج المؤسسة.
47.5%	47.5%	19	19	الخبرة والموهبة.
52.5%	40%	21	16	نوعية الإنتاج.

يوضح الجدول أعلاه رؤية الصحفيين لعوامل نجاح القائم بالاتصال حالياً، وتتصدر العلاقة الشخصية للصحفي خارج المؤسسة هذه العوامل بنسبة 70% بالنسبة لصحفي الخبر، والنسبة نفسها بالنسبة لنظرائهم في الشروق اليومي، ويأتي عامل إتقان الصحفي لعمله في المرتبة الثانية بالنسبة لصحفي الخبر بنسبة 60%، ويحتل عاملاً الارتباط بالسلطة ونوعية الإنتاج المرتبة الثانية بالنسبة لصحفي الشروق اليومي بنسبة 52.5% لكل عنصر، وتأتي الخبرة والموهبة في المرتبة الثالثة بالنسبة للقائمين بالاتصال في صحف الدراسة بنسبة 47.5% لكليهما، ويأتي في الترتيب الأخير بالنسبة ليومية الخبر الارتباط بالسلطة، والارتباط بالقراء، ونوعية الإنتاج بنسبة 40% لكل عنصر، ويحتل عامل إتقان العمل المرتبة الرابعة بالنسبة لصحفي يومية الشروق بنسبة 42.5% ويأتي في الترتيب الأخير الارتباط بالقراء بنسبة 35%.

5- رؤية الصحفيين لعوامل نجاح القائمين بالاتصال (كما ينبغي)

جدول رقم (16):

رؤية الصحفيين لعوامل نجاح القائم بالاتصال كما ينبغي.

عوامل النجاح	التكرار		النسبة	
	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق
الموهبة	32	25	80%	62.5%
الخبرة	31	35	77.5%	87.5%
الدراسة	16	17	40%	42.5%
المنصب	4	2	10%	5%
نوعية الإنتاج	22	21	55%	52.5%
الارتباط بالسلطة	5	7	12.5%	17.5%
الارتباط بالقراء	10	13	25%	32.5%

يوضح الجدول أعلاه رؤية الصحفيين لعوامل نجاح القائم بالاتصال - كما ينبغي أو كما يجب -، إذ احتلت الموهبة المرتبة الأولى بالنسبة لصحفي الخبر بنسبة 80%، وجاءت الموهبة في المرتبة الثانية بالنسبة لصحفي يومية الشروق بنسبة 62.5%، وأتت الخبرة على رأس العوامل التي يرى صحفيو الشروق اليومي أنها تقف وراء نجاح الصحفي - كما ينبغي - بنسبة 87.5%، واحتل عامل الخبرة المرتبة الثانية بالنسبة لصحفي الخبر بنسبة 77.5%، وجاءت نوعية الإنتاج في المرتبة الثالثة بالنسبة للمبجوثين في صحف الدراسة (الخبر، الشروق اليومي) بنسبة 55%، و52.5% على التوالي، وأتت الدراسة في المرتبة الرابعة بنسبة 40% بالنسبة للقائمين بالاتصال في جريدة الخبر، و42.5% بالنسبة لنظرائهم في الشروق اليومي، ونجد الارتباط بالقراء في المرتبة الخامسة بنسبة 25% بالنسبة لصحفي الخبر، و32.5% بالنسبة لنظرائهم في الشروق اليومي، وجاء الارتباط بالسلطة في الترتيب السادس بنسبة 17.5% بالنسبة للقائمين بالاتصال في الشروق اليومي، و12.5% لنظرائهم في الخبر، واحتل المنصب آخر الترتيب في عوامل نجاح القائم بالاتصال - كما ينبغي - وذلك بنسبة 10% بالنسبة لصحفي الخبر، و5% بالنسبة لنظرائهم في يومية الشروق.

تشير نتائج التحليل إلى أن الخبرة والموهبة، ونوعية الإنتاج والدراسة، والارتباط بالقراء، وبالسلطة، والمنصب، تعد بالترتيب، وإن قدم صحفيو الخبر الموهبة عن الخبرة، عوامل مهمة في تصورهم لنجاح الصحفي - كما يجب أو كما ينبغي - لكن في ذات الوقت أوضحوا بأن العلاقة الشخصية للصحفي خارج مؤسسته تأتي على رأس عوامل نجاحه حالياً، ويحتل عامل إتقان العمل المرتبة الثانية بالنسبة لصحفي الخبر، والمرتبة الرابعة في ترتيب عوامل نجاح الصحفي بالنسبة للقائمين بالاتصال في يومية الشروق، ويأتي عاملا الارتباط بالسلطة

ونوعية الإنتاج في المرتبة الثانية بالنسبة لصحفي الشروق اليومي، وجاءت الموهبة والخبرة في المرتبة الثالثة في كلا الصحيفتين، وتحتل نوعية الإنتاج، الارتباط بالسلطة، وبالقراء المرتبة الرابعة في صحفية الخبر، ويأتي الارتباط بالقراء في آخر الترتيب في يومية الشروق.

وتفسر النتائج السالفة الذكر تراجع عناصر مهمة في تقرير مدى نجاح الصحفي حالياً، مثل مدى ارتباطه بالقراء والخبرة، والموهبة حيث حلت مكانهم عوامل أخرى كالعلاقة الشخصية للصحفي خارج المؤسسة، مما قد يؤثر على العمل الصحفي، ومنه على العملية الإخبارية.

ثانياً: تصور المبحوثين لفهوم الخبر والقيم الخبرية.

1- تعريف الخبر

جدول رقم (17):

مفهوم الخبر بالنسبة للمبحوثين.

النسبة		التكرار		التكرار / النسبة	التعريف
الشروق	الخبر	الشروق	الخبر		
25%	42.5%	10	17		الخبر هو أخبار الناس وإعلامهم بأهم ما يدور حولهم من أحداث ووقائع.
65%	50%	26	20		تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء تثير اهتمامهم بقدر ما تساهم في تنمية المجتمع وترقيته.
2.5%	0%	1	0		الخبر هو الإثارة والخروج عن المألوف.
7.5%	7.5%	3	3		كل ما سبق.

يوضح الجدول أعلاه مفهوم الخبر بالنسبة للمبحوثين، حيث تبني 65% من صحفيي الشروق اليومي، و50% من نظرائهم في الخبر، التعريف الذي يرى أن الخبر هو تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة

تمس مصالح أكبر عدد من القراء تثير اهتمامهم بقدر ما تساهم في تنمية المجتمع وترقيته، ويعرف 42.5% من القائمين بالاتصال في الخبر، و25% من نظرائهم في يومية الشروق، الخبر على أنه إخبار الناس وإعلامهم بأهم ما يدور حولهم من أحداث ووقائع، ويرى 7.5% من المبحوثين في كلا الصحيفتين أن الخبر هو كل التعريفات المقترحة من طرف الباحثة، في حين تبني 2.5% من صحفيي الشروق اليومي، التعريف الذي يرى أن الخبر هو الإثارة والخروج عن المألوف، بينما لم يتبن ولا صحفي واحد من القائمين بالاتصال في الخبر هذا التعريف.

إن تعريفات الصحفيين في صحف الدراسة لماهية الخبر، تختلف عن التعريفات الغربية للخبر، فهو في تصورهم تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء تثير اهتمامهم بقدر ما تساهم في تنمية المجتمع وترقيته، وهو ما يتفق عن إعراب أغلبية المبحوثين عن عدم رضاهم عن القيم المتبناة من طرف صحفهم بل ورغبتهم في تغييرها، وهو ما يؤكد أن الصحفيين يتبنون تعريفا للخبر حسب ما يتفق وقناعتهم، فإنهم في ذات الوقت غير راضيين عن حصاد الممارسات الإخبارية التي يقومون بها، أي أن هناك فجوة بين المفهوم وبين عملية التطبيق الخاضعة لسياسة الصحيفة والمبنية أساساً على تحقيق الربح دون مراعاة للاعتبارات المهنية أو الأخلاقية، أو ما يسمى بالانفصال الواضح بين المفهوم النظري الذي يتصوره الصحفي، وبين الواقع والممارسة العملية، مما يكشف عن تناقض وازدواجية واضحة بين ما يريده الصحفيون على المستوى اللفظي عن مدلول الخبر لديهم، وبين حقيقة ممارستهم العملية التي تتأثر بضغط شديدة، حيث تمتد رؤية الصحفيين في تعريفهم للخبر إلى أبعاد تنموية من منظور أنهم

ينتمون إلى دولة من دول العالم الثالث، حيث يُعول على الصحفي في تحقيق عملية التنمية، وأن مجاله يمكن أن يمتد للاهتمام بالقضايا والمشروعات التنموية.

2- مفهوم القيم الخبرية.

صعب على عدد ليس بقليل من الصحفيين الإجابة عن السؤال المفتوح رقم (19) والمتعلق بتحديد معنى القيم الخبرية، حيث برز الخلط واضحاً بين صفات الخبر والقيم الخبرية، كالقول بأن القيم الخبرية هي الدقة، والموضوعية والمصادقية، والأمانة والحياد في نقل المعلومات والأحداث، والخلط بين القيم الخبرية وطريقة بناء الخبر أو ما يسمى إعلامياً بالقوالب الفنية لكتابة الأخبار، كما ربط بعض الصحفيين تعريفهم للقيم الخبرية بالشقيقات الست، وهي الأسئلة التي يفترض أن يجيب عنها الخبر الصحفي، في حين تمكنت فئة قليلة جداً من القول بأن القيم الخبرية هي المعايير المادية والذهنية التي يتم على أساسها تحويل الحدث إلى خبر صحفي، أو أنها تتمثل في السلبية والانفراد والأهمية.

لكن هذا لا يعني أن الصحفيين يجهلون القيم الخبرية، إنهم يوظفونها ويضمنونها في مادتهم الخبرية، وربما تتم العملية بشكل آلي، حيث تعود القائمون بالاتصال على اختيار نوعية ما من القيم الخبرية التي تعكس توجهات المؤسسة الإعلامية وسياساتها.

3- نوعية الأخبار التي تنشر أو لا تنشر حسب المبحوثين.

أ. الأخبار التي لا تُنشر.

اتفقت إجابات الصحفيين وإلى حد كبير في الإجابة عن السؤال المفتوح رقم (20) والمتعلق بالأخبار التي لا تُنشر في صحف المبحوثين، على أنها تتعلق أساساً بالأخبار التي تمس بالحياة الشخصية للأفراد، أو القيم الدينية والأخلاقية للمجتمع الجزائري أو تلك التي تهدد وحدة التراب الوطني، أو تمس باستقرار المجتمع، فضلاً عن الأخبار التي قد تُهدد مصالح المساهمين، أو التي تثير رد

فعل الأشخاص النافذين في السلطة، أو الأخبار المناهية لما ورد في الدستور الجزائري، بالإضافة إلى أخبار الفضائح والدعارة والجرائم الشاذة والجنسية وجرائم العرض، والأخبار غير الموضوعية وغير الموثقة المصدر.

وفي نفس الوقت، نفى بعض الصحفيين عدم نشر صحيفتهم لبعض الأخبار مبررين ذلك بأنه ليس هناك أخبار ممنوعة من النشر، وأنه لا توجد مجالات محظور نشر أخبار عنها، فضلا عن عدم وجود معيار ثابت ومقنن لما هو محظور النشر عنه.

ب. الأخبار التي تُنشر ويرى القائمون بالاتصال أنها غير صالحة للنشر.

جاءت إجابات الصحفيين واضحة فيما يتعلق بالسؤال المفتوح رقم (21) والذي ينص على تحديد الأخبار التي تُنشر، ويرى القائمون بالاتصال أنها غير صالحة للنشر، مركزين بالدرجة الأولى على الأخبار التي تمس بالحياة الشخصية للأفراد (مثل أخبار الفضائح، الإثارة، الجريمة...) لأن نشر مثل هذه المواضيع يعد انتهاكاً لحق الجمهور في الخصوصية، مبررين بأن هذا النوع من الأخبار لا يفيد القارئ الجزائري، ولا يدخل ضمن انشغالاته واهتماماته وطموحاته، في حين تلجأ الجريدة إلى هذا النوع من الأخبار لأمر تجارية بحتة.

وقد تبدو إجابات الصحفيين متناقضة، فبينما نفوا في السؤال السابق نشر هذا النوع من الأخبار (الفضائح، الإثارة، الجريمة...)، أكدوا نشرها في هذا السؤال، لكن الأمر ليس كذلك، إذ يحمل القائمون بالاتصال في صحف الدراسة مسؤولية نشر هذه النوعية من الأخبار إلى المسؤولين على الأجهزة الإعلامية.

وذكر بعض الصحفيين أن صحيفتهم تلجأ إلى نشر الأخبار الدعائية والإشهارية، والتركيز على النقائص والعيوب، أو ما يسمى بالأخبار السلبية وتتجاهل الجوانب الإيجابية في الأحداث، ويمكن تفسير هذه النقطة بأن صحف الدراسة تسير على خطى الإعلام الغربي الذي يركز على السلبي بدلا من

الإيجابي، فالإنجازات حسب التصور الغربي للإعلام لا تستحق الذكر، لأن المنتظر من الصحافة يتمثل على وجه الخصوص في فضح العيوب وكشف النقائص.

وتعد قوائم الأخبار التي سردها الصحفيون على أنها تُنشر، لكنهم يرون عدم نشرها في صحيفتهم، بمثابة انتقادات للممارسة الإخبارية في صحفهم، والتي تتنافى أحياناً مع قواعد المهنة وأخلاقياتها، وتكشف عن عدم رضا الصحفيين عن الرسالة الإعلامية التي يقدمونها للمتلقين، ومن ثم درجة اقتناعهم بها، وهو ما يقلل من قدرتهم على التأثير والفعالية.

ج. الأخبار التي لا تُنشر، ويرى القائمون بالاتصال أنها صالحة للنشر.

لم يجب أكثر من ثلثي مجتمع البحث عن السؤال المفتوح رقم (22) والمتعلق بنوعية الأخبار التي لا تُنشر في صحفهم، ويرون أنها صالحة للنشر، في حين ذكر الصحفيون الآخرون عدم اهتمام الجريدة بأخبار المناطق النائية، إذ يتم التركيز فقط على المدن الكبيرة وبعض القرى، كما لا تتطرق الصحف للأخبار الدينية، أو تلك التي تتعارض مع السياسة التحريرية للصحيفة، ويرى الصحفيون أن جرائمهم لا تهتم بمعاناة المواطن البسيط، وبعض فئات المجتمع كالطفل والمرأة.

ويتضح مما سبق، أنه في إطار تركيز صحف الدراسة على نوعية معينة من الأخبار (الفضائح، الإثارة،.....) فإنها لا تهتم بالمقابل بأنواع أخرى من الأخبار، ويرى صحفيوها ضرورة الإكثار من نشرها لتحقيق التوازن في عملية النشر حتى تتطرق الجريدة لكل المجالات، وتمس كل فئات المجتمع.

ثالثاً - دور الصحفي في العملية الإخبارية.

1- دور الصحفي في معالجة الأخبار.

جدول رقم (18):

الدور الذي ينبغي أن يقوم به الصحفي في معالجة الأخبار.

النسبة		التكرار		التكرار	دور الصحفي
الشروق	الخبر	الشروق	الخبر		
		ق			
55%	77.5%	22	31		يكتفي بتقديم الوقائع والحقائق والمعلومات.
30%	20%	12	8		تحليل الوقائع.
40%	30%	16	12		الانتقاء من بين الحقائق والوقائع.
12.5%	7.5%	5	3		تفسير الوقائع.
30%	25%	12	10		شرح الوقائع.
5%	5%	2	2		إبداء الرأي فيها.
12.5%	7.5%	5	3		أكثر من مهمة.

يكشف الجدول أعلاه على تبني معظم الصحفيين لدور الناقل للمعلومات والحقائق والأحداث، حيث بلغت نسبة القائمين بأن دورهم هو الاكتفاء بتقديم الوقائع والمعلومات 77.5% في جريدة الخبر، و55% في يومية الشروق. وفي المرتبة الثانية، جاءت الفئة التي ترى أن دورها يكمن في القيام بعملية الانتقاء بين الوقائع والحقائق بنسبة 40% في يومية الشروق، و30% في صحيفة الخبر. واحتلت الفئة التي تبنت دور "المحلل" و"الشارح" للمعلومات والأحداث والوقائع المرتبة الثالثة في يومية الشروق بنسبة 30% لكل دور، كما احتلت فئة "الشارح" المرتبة نفسها في يومية الخبر بنسبة 25%، وأتت فئة المحلل في المرتبة الرابعة بنسبة 20%.

وفي المرتبة الخامسة، جاءت الفئة التي تبنت دور "المفسر"، فضلا عن الفئة التي ترى أن دورها لا يقتصر على جانب واحد وإنما القيام بأكثر من مهمة

بنسبة 7.5% لكل دور في جريدة الخبر، واحتلت هاتان الفئتان المرتبة الرابعة بين خيارات الأدوار التي تبناها صحيفو يومية الشروق بنسبة 12.5% لكل دور، في حين احتلت الفئة التي تبنت دور صاحب الرأي المرتبة الخامسة في يومية الشروق، حيث بلغت نسبة القائلين بأن دورهم هو إبداء الرأي في الوقائع المطروحة 5%، وجاءت هذه الفئة في المرتبة السادسة في جريدة الخبر بنسبة 5%.

ويتضح مما سبق:

- ارتفاع نسبة القائلين بأن دور الصحفي، هو دور الناقل، خاصة بالنسبة لصحفيي الخبر، وهو الدور الذي اصطلح على تسميته "بالمحايد"، وتبعاً لهذا المنظور تصدر الأخبار بصورة طبيعية عن الأحداث والوقائع، ويكفي أن يكون القائم بالاتصال شاهداً على العملية، وينقل بإخلاص وصدق الصورة الصحيحة عنها للجمهور، وهنا تصبح علاقة الصحفي أو القائم بالاتصال بالمعلومات علاقة محايدة ومجردة. كما أن علاقته بمصادر الأخبار تكون علاقة صريحة وأمينية، ويمكن القول بأن تبني هذا الدور قد يسمح للمصادر بالتدخل وبتقدير ما يُنشر وما لا يُنشر.

- كما لم ينف صحيفو الخبر والشروق اليومي تبني بعضهم لدور المشارك وهو المنظور الثاني، إذ عبر عنه الصحفيون في عملية الانتقاء بين الحقائق والوقائع، وتبعاً لهذا المنظور لن يكون من المتوقع أن تظهر المعلومات الجديرة بالنشر بصورة طبيعية وتفرض نفسها، وذلك لأنه من المفترض أن القائم بالاتصال سيفرض وجهة نظره في اختيار أكثر الأخبار أهمية، وفي هذه الحالة تكون علاقته بمصادر الأخبار محددة بصورة واضحة، فهم يقدمون له الأخبار، ولكن عليه أن ينتقي بدقة من بينها ما يستحق النشر، كما عليه أن يقدم الخلفية

اللازمة والتفسير الملائم الذي يعطي للأحداث معنى، وهذا ما عبر عنه بدور المفسر، والمحلل للوقائع والأحداث.

ويدل هذا على أن القائمين بالاتصال في صحف الدراسة ومع إدراكهم لأهمية الدور الحيادي والموضوعي للإعلام في المجتمع، فهم أيضاً يدركون أهمية أن يكون للإعلام دور نقدي، وربما تقودنا نتائج التحليل إلى القول بأن هناك تداخل في إدراك مفهوم الدور لدى القائمين بالاتصال حيث توجد تعددية في الأدوار.

2- موقف الصحفي من المادة الإخبارية التي لا يستطيع نشرها

جدول رقم (19): موقف الصحفي في حالة وجود تناقض بين متطلبات العمل الإعلامي في المؤسسة التي يعمل بها ووجهة نظره الذاتية أو آرائه.

النسبة		التكرار		التكرار / النسبة	موقف الصحفي
الشروق	الخبر	الشروق	الخبر		
17.5%	35%	7	14		تلتزم بأرائك ووجهة نظرك وتصر عليها.
70%	55%	28	22		توفق بين الاثنين.
12.5%	5%	5	2		تعتذر عن أداء العمل.
0%	5%	0	2		متطلبات المؤسسة أولاً.
100%	100%	40	40		الإجمالي

يوضح الجدول أعلاه موقف الصحفي في حالة وجود تناقض بين متطلبات العمل الإعلامي في المؤسسة التي يعمل بها ووجهة نظره الذاتية أو آرائه، حيث جاءت الإجابات على النحو الآتي:

أجاب 70% من صحفيي يومية الشروق، و55% من نظرائهم في جريدة الخبر، أنهم يحاولون التوفيق بين متطلبات العمل الإعلامي في المؤسسة التي يعملون بها ووجهة نظرهم وآرائهم في حالة وجود تناقض بينهما، في حين عبر

35% من القائمين بالاتصال في جريدة الخبر، و17.5% من نظرائهم في الشروق اليومي، بأنهم يلتزمون بآرائهم ووجهات نظرهم ويصرون عليها في حالة وجود تناقض بين الطرفين، واعتذر 12.5% من محرري الشروق اليومي، و5% من نظرائهم في جريدة الخبر، عن أداء العمل الصحفي في حالة وجود اختلاف أو تناقض بين متطلبات العمل الإعلامي في المؤسسة التي يعملون بها ووجهة نظرهم الذاتية أو آرائهم، ورأى 5% من صحفيي الخبر، أنه في حالة وجود تناقض بين الطرفين (المؤسسة الإعلامية، والصحفي) فإن الأولوية تُعطى لمتطلبات المؤسسة.

وتشير النتائج إلى أن معظم الصحفيين يحاولون التوفيق بين متطلبات العمل الإعلامي في المؤسسة التي يعملون بها ووجهات نظرهم الذاتية وآرائهم في حالة وجود تناقض بينهما، مما يفسر استعداد الصحفيين للتنازل عن بعض قناعتهم لصالح المؤسسة التي يعملون بها، ربما من باب عدم الاصطدام مع سياسة الصحيفة ومسؤوليها، أو لأنهم يرون أن الجريدة التي يعملون بها تمنح الصحفي حرية أكبر في النشر مقارنة مع باقي الجرائد الموجودة في الساحة الإعلامية الجزائرية، والتي نجدها إما تابعة للقطاع العام، أو أنه حديثه الناشئة، أو بدافع الحفاظ على مناصبهم في ظل أزمة الشغل التي تعاني منها الجزائر، وقد ينعكس هذا الطرح سلباً على مصداقية المادة الخبرية التي تقدم للجمهور، والتي من المفروض أن تتصف بالموضوعية والدقة والأمانة.

في حين يصر بعض الصحفيين على الالتزام بآرائهم ووجهة نظرهم، وقد يرجح ذلك إلى مكانة هؤلاء في الصحيفة التي يعملون بها، وربما نظرا لخبرتهم وتجربتهم في المجال الإعلامي يصعب التأثير عليهم، فضلا عن أنه لا يمكن للمؤسسة الإعلامية الاستغناء عنهم بسهولة.

ورأى البعض الآخر أن أحسن طريقة لتفادي التصادم بين الصحفي والمؤسسة الإعلامية التي يعمل بها في حالة وجود تناقض بينهما هو الاعتذار عن أداء العمل، وبهذه الطريقة يحتفظ الصحفي بأرائه ووجهة نظره، ولا يتنازل عن ذلك استجابة لمتطلبات المؤسسة.

ورأت فئة أخرى من القائمين بالاتصال أن متطلبات المؤسسة تُؤخذ بعين الاعتبار ولها الأولوية مقارنة بأراء الصحفيين ووجهات نظرهم، ومن ثم يُعد هذا تعبيراً صريحاً عن إذعان الصحفي للسياسة التحريرية للمؤسسة التي يعمل بها.

3- مصير المادة الخبرية بعد تسليمها.

جدول رقم (20):

التغييرات التي تطرأ على المادة الخبرية بعد تسليمها.

النسبة		التكرار		التكرار / النسبة	ما الذي يطرأ على المادة الخبرية
الشروق	الخبر	الشروق	الخبر		
0%	0%	0	0		يتم تغييرها بالكامل.
0%	5%	0	2		تدمج مع مواد أخرى.
20%	15%	8	6		تحذف العناوين أو الفقرات.
45%	50%	18	20		تطرأ عليها بعض التغييرات.
5%	0%	2	0		يضاف لها أبعاد جديدة.
50%	55%	20	22		تنشر كما هي.
0%	0%	0	0		تحوّل لخدمة غرض معين.

يوضح الجدول أعلاه مصير المادة الخبرية بعد تسليمها، وجاءت النتائج

التفصيلية كما يلي:

- أجاب 55% من القائمين بالاتصال في جريدة الخبر أن المادة الخبرية تنشر كما هي بعد تسليمها، وقال بذلك 50% من صحفيي الشروق اليومي.

- أجاب 50% من صحفيي الخبر أن المادة الخبرية تطرأ عليها بعض التغيرات، وصرح بذلك 45% من القائمين بالاتصال في يومية الشروق.
- ذكر 20% من محرري الشروق اليومي، على أنه يتم حذف العناوين أو الفقرات من موادهم الخبرية بعد تسليمها، ووافق 15% من نظرائهم في جريدة الخبر على ذلك.
- أجاب 5% من القائمين بالاتصال في جريدة الخبر بأن موادهم الخبرية بعد تسليمها تدمج مع مواد أخرى، في حين عبرت نفس النسبة من صحفيي الشروق اليومي على أنه يتم إضافة أبعاد أخرى للمادة الخبرية بعد تسليمها.
- وتشير النتائج إلى أن حوالي نصف مجتمع البحث أجابوا بأن المادة الخبرية بعد تسليمها تنشر كما هي، لكن هذا لا يعني أن النصف الآخر من مجتمع البحث ذكروا أنه تطرأ تعديلات على موادهم الخبرية، وعلى عدة مستويات، منها أن المادة الخبرية بعد تسليمها تحذف منها العناوين أو الفقرات، أو تدمج مع مواد أخرى، أو تضاف إليها أبعاد جديدة، لتغيير أو تعديل المواد الخبرية التي يجمعها ويحررها الصحفيون.
- وتكشف إجابات الصحفيين عن تراجع دور الصحفي في تقرير نشر مواد الخبرية كما هي، فضلا عن تعرض المادة الخبرية إلى مراجعات كثيرة، ومرورها عبر عدة بوابات، لكل واحدة منها رؤيتها وتصورها للحدث، وقد يؤدي ذلك إلى تحريف أو تغيير الوقائع والأحداث، مما ينعكس على دقة المعلومات وقدرة الخبر على تصوير الواقع وتمثيله من جهة، ومن جهة أخرى، فإن تكرار عملية المراجعة يحد من حرية الصحفي ويدفعه إلى إنتاج أنماط إخبارية متشابهة مع ما يراه المسؤولون، أو يتفق مع توجهاتهم.

4- المسؤول عن ترتيب قائمة الأخبار الداخلية المرشحة للنشر.

جدول رقم (21):

المسؤول عن ترتيب قائمة الأخبار الداخلية المرشحة للنشر.

المسؤول العدد والنسبة	رئيس التحرير		رئيس القسم		سياسية الصحيفة		المحرر		الأحداث نفسها		الإجمالي	
	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق
العدد	19	17	6	11	9	9	1	0	5	3	40	40
النسبة	47.5%	42.5%	15%	27.5%	22.5%	22.5%	2.5%	0%	12.5%	7.5%	100%	100%

أجاب 47.5% من صحفيي الخبر و 42.5% من نظرائهم في يومية الشروق أن رئيس التحرير يعد المسؤول الأول عن ترتيب قائمة الأخبار الداخلية المرشحة للنشر، ويأتي في المرتبة الثانية في يومية الشروق رئيس القسم بنسبة 27.5%، بينما تحتل سياسة التحرير المرتبة الثانية في صحيفة الخبر بنسبة 22.5%، ويحتل رئيس القسم المرتبة الثالثة في جريدة الخبر بنسبة 15%، وتأتي السياسة التحريرية في المرتبة الثالثة في يومية الشروق بنسبة 22.5%، وتحتل الأحداث المرتبة الرابعة في كلا الصحفتين بنسبة 12.5% في صحيفة الخبر، و 7.5% في يومية الشروق، ويأتي المحرر في آخر الترتيب بنسبة 2.5% في جريدة الخبر، في حين لا يشارك ولا صحفي واحد من الشروق اليومي في ترتيب قائمة الأخبار الداخلية المرشحة للنشر.

- أظهرت إجابات الصحفيين وجود اتفاق كبير بين القائمين بالاتصال في ترتيب الجهات المسؤولة عن إعداد الأخبار الداخلية المرشحة للنشر.
- أوضحت نتائج التحليل في صحف الدراسة، بأن دور الصحفي محدود في إطار عوامل أخرى ذات أولوية، حيث يأتي دور المحرر في آخر الترتيب، بعد رئيس التحرير، رئيس القسم، سياسة الصحيفة، وطبيعة الأحداث نفسها.

وتشير هذه النتائج إلى تدخل عوامل عديدة في تقرير نشر أو حجب الأخبار، وتراجع دور المحرر الذي من المفروض أن يكون عصب العملية الإخبارية باعتباره المسؤول الأول عن جمع المادة وانتقائها، إلا أن تحجيم دوره يؤدي إلى تولي جهات أخرى مسألة الانتقاء والاختيار، ومن ثم قد يصبح دوره إدارياً مع اختلاف في عدد ساعات العمل، مما قد يقتل لديه روح الإبداع والابتكار التي يتطلبها العمل الصحفي، بهدف كسر الرتابة والروتين من جراء تكرار العملية نفسها يومياً.

رابعاً: معايير النشر

1- الجوانب التي يجب أن يراعيها الصحفيون عند انتقاء وجمع الأخبار الداخلية.

جدول رقم (22):

الجوانب التي يجب مراعاتها عند انتقاء وجمع الأخبار الداخلية.

التكرار		النسبة / الترتيب		التكرار		الجوانب
الخبر	الشرو	ن/الخبر	ت/الخبر	ن/الشرو	ت/الشرو	
33	34	82.5 %	1	85 %	1	أن تكون من مصدر موثوق.
1	2	2.5 %	4	5 %	2	أن تتناسب مع السياسة التحريرية للصحيفة.
0	1	0 %	5	2.5 %	3	ما تجد طريقها للنشر في الصحيفة.
0	0	0 %	5	0 %	4	أن يكون موضوعها مثيراً أو غريباً.
4	2	10 %	2	5 %	2	أن تحقق سبق الصحفي.
2	0	5 %	3	0 %	4	تتفق مع اهتمامات القراء.
0	1	0 %	5	2.5 %	3	ألا تتعارض مع قوانين الصحافة.

يبين الجدول أعلاه ترتيب الصحفيين للجوانب التي يجب مراعاتها عند انتقاء وجمع الأخبار الداخلية.

بالنسبة للشروق اليومي:

احتلت الأخبار التي يكون مصدرها موثوقاً المرتبة الأولى بنسبة 85%، وجاء في المرتبة الثانية الأخبار التي تتناسب مع السياسة التحريرية للصحيفة، فضلا عن الأخبار التي تحقق سبق الصحفي بنسبة 5% لكل عنصر منهما، وأتى في الترتيب الثالث الأخبار التي تجد طريقها للنشر في صحيفة الشروق اليومي فضلا عن الأخبار التي لا تتعارض مع قوانين الصحافة بنسبة 2.5% لكل عنصر، بينما لم يعر صحفيو يومية الشروق أي أهمية للعناصر المتمثلة في أن يكون موضوع الخبر مثيرا أو غريباً، و أن تتفق الأخبار مع اهتمامات القراء، كوامل يجب مراعاتها عند انتقاء وجمع الأخبار الداخلية.

بالنسبة لجريدة الخبر:

جاء على رأس الترتيب الأخبار المنتقاة من مصدر موثوق بنسبة 82.5%، واحتلت الأخبار التي تحقق سبق الصحفي المرتبة الثانية بنسبة 10%، وأتت الأخبار التي تتفق مع اهتمامات القراء في المرتبة الثالثة بنسبة 5%، واحتلت الأخبار التي تتناسب مع السياسة التحريرية لصحيفة الخبر المرتبة الرابعة بنسبة 2.5%، بينما لم يعر القائمون بالاتصال في جريدة الخبر أي أهمية للعناصر المتمثلة في أن يكون موضوع الخبر مثيرا أو غريباً، و ألا تتعارض الأخبار مع قوانين الصحافة، والاهتمام بالأخبار التي تجد طريقها للنشر في الصحيفة، كوامل يجب مراعاتها عند انتقاء وجمع الأخبار الداخلية.

تشير نتائج الدراسة إلى حرص وتأکید المبحوثين على أن تكون الأخبار المنتقاة والمرشحة للنشر من مصادر موثوق بها، وجاء في المرتبة الثانية الاهتمام بتحقيق سبق الصحفي، بينما تراجع حرصهم عند انتقائهم وجمعهم للمادة الخبرية أن تعكس هذه الأخيرة اهتمامات القراء، وهي المهمة التي أنشئت من أجلها الصحافة، فضلا عن تراجع الاهتمام بالسياسة التحريرية للصحيفة، لكن

هذه الأخيرة قد تفرض نفسها عند نشر الأخبار، بينما لم يعر الصحفيون أي اهتمام للأخبار التي تجد طريقها للنشر في الصحيفة، والأخبار المثيرة والغريبة، رغم تأكيدهم على أن هذا النوع من الأخبار ينشر بكثرة في صحفهم، فضلا عن عدم اهتمامهم بأن لا تتعارض الأخبار المنتقاة مع قوانين الصحافة، إلا أنه يمكن القول أن هذا النوع من الأخبار يسقطه الصحفي من إنتاجه بطريقة آلية.

2- الجوانب التي يجب أن يراعيها الصحفيون عند تحرير ونشر الأخبار الداخلية.

جدول رقم (23):

الجوانب التي يجب أن يراعيها الصحفيون عند تحرير ونشر الأخبار الداخلية.

التكرار		النسبة / الترتيب		التكرار		الجوانب
الخبر	الشرو	ن/الخبر	ت/الخبر	الخبر	الشرو	
28	26	70%	1	65%	1	الموضوعية
7	4	17.5%	2	10%	3	الأمانة
4	6	10%	3	15%	2	الدقة
0	0	0%	5	0%	5	ما يدعم سياسة الدولة
0	1	0%	5	2.5%	4	عدم التجريح
0	1	0%	5	2.5%	4	ما يدعم سياسة الصحيفة
0	0	0%	5	0%	5	ما لا يمس علاقة الصحفيين بالمصادر
0	1	0%	5	2.5%	4	ما يحمي قيم المجتمع
1	1	2.5%	4	2.5%	4	ما يلفت انتباه القراء.

يبين الجدول أعلاه الجوانب التي يجب أن يراعيها الصحفيون عند تحرير

ونشر الأخبار الداخلية:

بالنسبة لجريدة الخبر:

رتب صحفيو الخبر الجوانب التي يجب مراعاتها عند تحرير ونشر الأخبار

الداخلية على النحو الآتي:

جاءت الموضوعية على رأس الترتيب بنسبة 70%، تليها الأمانة في المرتبة الثانية بنسبة 17.5%، ونجد في المرتبة الثالثة الدقة بنسبة 10%، واحتلت الأخبار التي تلفت انتباه القراء المرتبة الرابعة بنسبة 2.5%، في حين لم يُول صحفيو الخبر أي أهمية للجوانب المتمثلة في تدعيم سياسة الدولة، وفي تدعيم سياسة الصحيفة، وما لا يمس علاقة الصحفيين بالمصادر، وما يحمي قيم المجتمع، فضلا عن عدم التجريح، كجوانب يجب مراعاتها عند تحرير ونشر الأخبار الداخلية.

بالنسبة للشروق اليومي:

تصدرت الموضوعية الجوانب التي يجب مراعاتها عند تحرير ونشر الأخبار الداخلية بالنسبة لصحفيي يومية الشروق وذلك بنسبة 65%، تليها الدقة بنسبة 15%، ثم الأمانة في الترتيب الثالث بنسبة 10%، وجاء في المرتبة الرابعة ما يدعم سياسة الصحيفة، وما يحمي قيم المجتمع، وما يلفت انتباه القراء، فضلا عن عدم التجريح بنسبة 2.5% لكل عنصر، بينما لم يعر صحفيو يومية الشروق أي أهمية للعناصر المتمثلة في تدعيم سياسة الدولة، وما لا يمس علاقة الصحفيين بالمصادر، كجوانب يجب مراعاتها عند تحرير ونشر الأخبار الداخلية.

تشير النتائج إلى تأكيد القائمين بالاتصال على ضرورة مراعاة المبادئ والأخلاقيات الصحفية عند تحرير ونشر الأخبار وأهمها الموضوعية، الأمانة، والدقة بالنسبة للمبجوثين في كلا الصحيفتين، تلاها التأكيد على عدم التجريح، وما يدعم سياسة الصحفية، وما يحمي قيم المجتمع، وما يلفت انتباه القراء بالنسبة للشروق اليومي، ورتب القائمون بالاتصال في صحيفة الخبر الأخبار التي تلفت انتباه القراء في المرتبة الرابعة، بينما لم يعر صحفيو الخبر أهمية لمبدأ عدم التجريح، وما يدعم سياسة الصحيفة، بالإضافة إلى ما يحمي قيم المجتمع

وتقاليد، كما لم تشكل سياسة الدولة، وما يمس علاقة المبحوثين بالمصادر أي أهمية تذكر، بينما لا يرى القائمون بالاتصال في يومية الشروق أهمية لعنصري تدعيم سياسة الدولة وما لا يمس علاقة الصحفيين بالمصادر كجوانب يجب مراعاتها عند تحرير ونشر الأخبار الداخلية.

ونستنتج مما سبق أن الصحفيين يعطون أهمية كبيرة للمبادئ والأخلاقيات المهنية، التي تنص على ضرورة التحلي بالموضوعية كشرط أساسي لممارسة العمل الصحفي، والدقة في نقل المعلومات، والأمانة في التعامل مع المادة الخبرية، رغم ما تحمله هذه المصطلحات من غموض، وما تحتوي عليه من تشويش دلالي، فالموضوعية على سبيل المثال، قد تضمن للنخبة الوصول إلى الجماهير من خلال الأخبار، وعرض وجهات نظرها، حيث أنها تعني أن الصحفيين لابد أن يعتمدوا على المصادر النخبوية الموثوق بها في أي قضية محل جدل ونقاش⁽¹⁾، فضلا عن أنه كثيرا ما يعتقد الصحفي أن الدقة والأمانة تعني النقل الصحيح لما جاء في تقارير المؤسسات الحكومية، بينما تكون المعلومات الواردة في تقارير هذه المؤسسات غير حقيقية، وغير واقعية وبالتالي غير دقيقة.

كما سجلنا من خلال ترتيب الصحفيين للجوانب التي يجب مراعاتها عند تحرير ونشر الأخبار الداخلية تراجع قيم المجتمع، وهي ظاهرة قد تنعكس سلبا على الصحافة الجزائرية.

(1) MC. Nair. B.: *The Sociology of Journalism* (U.S.A: Oxford University Press, 1998) p.137.

نقلا عن سليمان صالح، إشكالية الموضوعية في وسائل الإعلام، دراسة نقدية، المجلة المصرية للرأي العام، (جامعة القاهرة - كلية الإعلام - المجلد الثاني - العدد الثالث - 2001م)، ص911.

3- الأخبار التي تجد طريقها للنشر.

جدول رقم (24):

ترتيب المبحوثين للأخبار التي تجد طريقها للنشر.

النسبة / الترتيب		التكرار		التكرار		نوعية الأخبار
ت/الشروق	ن/الشروق	ت/الخبر	ن/الخبر	الشروق	الخبر	
2	%30	3	%12.5	12	5	ما يتفق مع سياسة الصحيفة ذاتها.
6	%0	6	%2.5	0	1	ما يرفه عن الناس.
1	%32.5	1	%35	13	14	ما يمس اهتمامات الجمهور واحتياجاته.
6	%0	7	%0	0	0	ما لا يترك تأثيراً اجتماعياً أو سياسياً.
6	%0	4	%10	0	4	ما يعارض الحكومة.
4	%10	2	%25	4	10	ما يرتبط بسياسة الدولة.
4	%10	4	%10	4	4	ما ينقل للناس الحقائق.
3	%15	5	%5	6	2	ما يحدث فرقة إعلامية.
5	%2.5	7	%0	1	0	ما يرتبط بنوعية المصدر أو شخصيته.
6	%0	7	%0	0	0	ما لم تنشره صحافة القطاع العام.

يوضح الجدول ترتيب الصحفيين للأخبار التي تجد طريقها للنشر:

بالنسبة لجريدة الخبر:

رتب صحفيو الخبر الأخبار التي تمس اهتمامات الجمهور واحتياجاته في المرتبة الأولى بنسبة 35%، تليها الأخبار التي ترتبط بسياسة الدولة بنسبة 25%، وجاءت الأخبار التي تتفق مع سياسة الصحيفة في المرتبة الثالثة بنسبة 12.5%، وأتت الأخبار التي تعارض الحكومة، وما ينقل للناس الحقائق في الترتيب الرابع بنسبة 10% لكل عنصر، ورتب صحفيو الخبر الأخبار التي تحدث فرقة إعلامية في المرتبة الخامسة بنسبة 5%، بينما لم يعر القائمون بالاتصال في جريدة الخبر أهمية للأخبار التي تترك تأثيراً اجتماعياً أو سياسياً، وتلك التي ترتبط بنوعية المصدر وشخصيته، فضلاً عن ما لم تنشره صحافة القطاع العام.

بالنسبة للشروق اليومي:

رتب صحفيو الشروق اليومي اهتمامات الجمهور واحتياجاته في المرتبة الأولى وذلك بنسبة 32.5%، وجاءت الأخبار التي تتفق مع سياسة الصحيفة في المرتبة الثانية بنسبة 30%، واحتلت الأخبار التي تحدث فرقة إعلامية الترتيب الثالث بنسبة 15%، يليها في الترتيب الرابع الأخبار التي ترتبط بسياسة الدولة، وما ينقل للناس الحقائق بنسبة 10% لكل نوع، ورُتبت الأخبار التي ترتبط بنوعية المصدر أو شخصيته في المرتبة الخامسة بنسبة 2.5%، في حين لم يعر صحفيو يومية الشروق أهمية للأخبار التي ترفه عن الناس، والتي لا تترك تأثيراً اجتماعياً أو سياسياً، والتي تعارض الحكومة، فضلا عن الأخبار التي لم تنشرها صحافة القطاع العام.

وتدل النتائج السابقة على تأكيد الصحفيين على أن معظم الأخبار التي تنشر في صحف الدراسة تحاول التعبير عن اهتمامات الجمهور واحتياجاته، ومن ثم ارتفاع نسبة الاهتمام بالأخبار التي تعكس انشغالات القراء، وهو مؤشر إيجابي، ويعبر عن حالة صحية في الصحافة الجزائرية.

وتراجع الاهتمام بالأخبار التي تترك تأثيراً اجتماعياً أو سياسياً، أو تلك التي لم تنشرها صحافة القطاع العام، حيث عبر الصحفيون بذلك على أن دور الصحافة الجزائرية الخاصة لا يكمن في سد فراغ صحافة القطاع العام.

وفي الوقت الذي يبرز فيه الاهتمام بالأخبار التي ترتبط بسياسة الدولة بين مصفوفة اهتمامات صحفيي الخبر، تميل الكفة للأخبار التي ترتبط بسياسة الصحيفة بالنسبة لصحفيي الشروق، وإن سلما أنه في أغلب الأحيان لا تخرج سياسة الصحيفة عن سياسة الدولة.

خامسا - المعايير التي تتحكم في النشر.

1- القيم الخبرية

جدول رقم (25):

رؤية الصحفيين لدى تحكم العناصر الخبرية في النشر.

غير مهمة إطلاقا		غير مهمة		إلى حد ما		مهمة		مهمة جدا		الدرجة العناصر										
الشروق		الخبر		الشروق		الخبر		الشروق			الخبر									
ن	ع	ن	ع	ن	ع	ن	ع	ن	ع		ن	ع								
%2.5	1	% 2.5	1	%2.5	1	%2.5	1	%5	2	%10	4	%27.5	11	%27.5	11	%62.5	25	%57.5	23	الإثارة والتشويق
%0	0	% 0	0	%0	0	%0	0	%0	0	% 0	0	%10	4	%12.5	5	%90	36	%87.5	35	الإنفراد
%5	2	%12.5	5	%5	2	%10	4	%27.5	11	%47.5	19	%27.5	11	%17.5	7	%35	14	%12.5	5	الشهرة
%15	6	%17.5	7	%20	8	%22.5	9	%42.5	17	%25	10	%15	6	%15	6	% 7.5	3	%20	8	الصلة والقرب
%0	0	%7.5	3	% 0	0	%5	2	%20	8	%22.5	9	%40	16	%30	12	%40	16	%35	14	ما يناسب سياسة الصحيفة
%0	0	%0	0	% 2.5	1	%2.5	1	%10	4	%2.5	1	%30	12	%25	10	%57.5	23	%70	28	ما يهم عددا كبيرا من الناس
%0	0	%2.5	1	% 7.5	3	%10	4	%42.5	17	%37.5	15	%30	12	%32.5	13	%20	8	%17.5	7	الغرابية والطفرة
%5	2	%0	0	%5	2	%5	2	%20	8	%17.5	7	%45	18	%32.5	13	%25	10	%45	18	ما يكشف انحرافا ما
%2.5	1	%5	2	%10	4	%0	0	%15	6	%27.5	11	%42.5	17	%27.5	11	%30	12	%40	16	قيم المجتمع
%10	4	% 10	4	%12.5	5	%10	4	%30	12	%25	10	%35	14	%22.5	9	%12.5	5	%32.5	13	الصراع

يكشف الجدول أعلاه عن الدرجة التي منحها صحفيو الخبر والشروق اليومي للعناصر الخبرية:

بالنسبة لجريدة الخبر:

يمكن تقسيم العناصر الخبرية حسب درجة الأهمية إلى مستويين:

المستوى الأول: يعكس ترتيب الصحفيين للعناصر الخبرية التي يرون أنها مهمة جداً) وتتمثل في: الإثارة والتشويق (57.5%) ما يناسب سياسة الصحيفة (35%)، ما يهم عددًا كبيرًا من الناس (70%)، ما يكشف انحرافًا ما (45%)، فضلًا عن قيم المجتمع (40%)، الصراع (32.5%)، والانفراد (87.5%).

المستوى الثاني: ويعكس ترتيب الصحفيين للعناصر الخبرية التي يرون أنها مهمة (إلى حد ما) وتتمثل في: الشهرة (47.5%) الصلة والقرب (25%)، والغرابة والطفافة (37.5%).

بالنسبة للشروق اليومي:

يمكن تقسيم العناصر الخبرية حسب درجة الأهمية إلى ثلاثة مستويات:

المستوى الأول: ويعكس ترتيب الصحفيين للعناصر الخبرية التي يرون أنها مهمة جداً) وتتمثل في: الإثارة والتشويق (62.5%) الانفراد (90%)، الشهرة (35%)، ما يناسب سياسة الصحيفة (40%)، وما يهم عددًا كبيرًا من الناس (57.5%).

المستوى الثاني: يعكس تصور الصحفيين للعناصر الخبرية التي تعد مهمة) لنشر الخبر في: ما يكشف انحرافًا ما (45%)، قيم المجتمع (42.5%)، فضلًا عن قيمة الصراع (35%).

المستوى الثالث: ويضم القيم الخبرية التي يرى الصحفيون أنها مهمة (إلى حد ما) وتتمثل في: الصلة والقرب (42.5%) والغرابة والطفافة (42.5%).

يشير تصنيف الصحفيين للعناصر الخبرية، إلى وجود تقارب كبير بين تصور صحفيي الخبر والشروق اليومي للقيم الخبرية، مع اختلاف في ترتيب قيم المجتمع، الصراع، وما يكشف انحراف ما، والتي صنفت على أنها مهمة جداً بالنسبة للقائمين بالاتصال في صحيفة الخبر، في حين اكتفى صحفيو يومية الشروق بالقول بأنها مهمة، فضلاً عن قيمة الشهرة التي اعتبرت مهمة جداً بالنسبة لصحفيي الشروق اليومي، بينما صنفت على أنها مهمة إلى حد ما بالنسبة للقائمين بالاتصال في يومية الخبر.

ويكشف ترتيب الصحفيين للقيم الخبرية التي تعكسها صحف الدراسة عن وجود تشابه كبير بينها وبين المنظومة الغربية للقيم الخبرية.

2- المعايير التي تتحكم في النشر.

جدول رقم (26):

المعايير التي تتحكم في النشر.

لا تتحكم				تتحكم إلى حد ما				تتحكم				تتحكم بشكل كبير				الدرجة المعايير
الشروق		الخبر		الشروق		الخبر		الشروق		الخبر		الشروق		الخبر		
ن	ع	ن	ع	ن	ع	ن	ع	ن	ع	ن	ع	ن	ع	ن	ع	
0%	0	0%	0	7.5%	3	2.5%	1	17.5%	7	17.5%	7	75%	30	80%	32	موضوع الخبر.
0%	0	0%	0	22.5%	9	17.5%	7	47.5%	19	50%	20	30%	12	32.5%	13	المساحة المخصصة للأخبار.
0%	0	7.5%	3	22.5%	9	15%	6	42.5%	17	40%	16	35%	14	37.5%	15	مصدر الخبر وشخصيته.
0%	0	5%	2	7.5%	3	22.5%	9	47.5%	19	32.5%	13	45%	18	40%	16	سياسة التحرير.
12.5%	5	22.5%	9	27.5%	11	42.5%	17	40%	16	22.5%	9	20%	8	12.5%	5	طبيعة النظام الإعلامي.
22.5%	9	27.5%	11	50%	20	37.5%	15	17.5%	7	25%	10	10%	4	10%	4	رغبات الصحفي.
2.5%	1	2.5%	1	30%	12	32.5%	13	25%	10	30%	12	42.5%	17	35%	14	رغبة القراء واحتياجاتهم.
0%	0	5%	2	12.5%	5	15%	6	37.5%	15	25%	10	50%	20	55%	22	المساحة المخصصة للإشهار.

يوضح الجدول أعلاه تصنيف الصحفيين للمعايير التي تتحكم في النشر، والتي يمكن تقسيمها حسب إجابات المبحوثين إلى ثلاث فئات:

الفئة الأولى - المعايير التي تتحكم بشكل كبير في النشر

صنف 80% من صحفيي الخبر، و75% من نظرائهم في الشروق اليومي موضوع الخبر من المعايير التي تتحكم بشكل كبير في النشر، كما رتب القائمون بالاتصال في يومية الشروق وجريدة الخبر رغبات القراء واحتياجاتهم من المعايير التي تتحكم بشكل كبير في النشر وذلك بنسبة 42.5%، و35% على التوالي، فضلا عن المساحة المخصصة للإشهار التي تتحكم بدورها بشكل كبير في النشر بنسبة 55% في جريدة الخبر، و50% في يومية الشروق.

ورأى 40% من محرري الخبر، أن سياسة التحرير تتحكم بدورها بشكل كبير في النشر، في حين يرى 47.5% من صحفيي يومية الشروق أن سياسة التحرير تتحكم في عملية النشر.

الفئة الثانية - المعايير التي تتحكم في النشر.

رأى 50% من القائمين بالاتصال في الخبر، و47.5% من نظرائهم في الشروق اليومي، أن المساحة المخصصة للأخبار تتحكم في النشر، وأجاب 42.5% من صحفيي يومية الشروق، و40% من محرري الخبر، أن مصدر الخبر وشخصيته تتحكم بدورها في عملية النشر، وذكر 40% من صحفيي الشروق اليومي أن طبيعة النظام الإعلامي في الجزائر تتحكم في عملية النشر، في حين أجاب 42.5% من القائمين بالاتصال في الخبر أن هذا العنصر يتحكم في النشر إلى حد ما.

الفئة الثالثة - المعايير التي تتحكم في النشر إلى حد ما

أجاب 50% من صحفيي يومية الشروق، و37.5% من نظرائهم في جريدة الخبر، أن رغبات الصحفي تتحكم إلى حد ما في عملية النشر، وذكر 27.5% من القائمين بالاتصال في صحيفة الخبر، و22.5% من نظرائهم في الشروق اليومي أن رغبات الصحفي لا تتحكم في عملية النشر.

تعد قيمة مصلحة الجمهور واحتياجاته مقياساً أساسياً لقيم الأخبار، حيث تظل مهمة وسائل الإعلام هي التعرف على احتياجات الجمهور، ومن ثم يعد هذا المعيار من العوامل المؤثرة والتي تتحكم بشكل كبير في توجيه المادة الإخبارية التي تنشرها وسائل الإعلام، لكن على القائمين بالاتصال في صحف الدراسة التفريق بين رغبات القراء واحتياجاتهم، فهناك تحول في اتجاهات الصحافة من الأخبار أو المعلومات عن الأحداث والقضايا التي تهتم القراء كمواطنين وأعضاء في المجتمع إلى المعلومات التي تهتم القراء كمستهلكين وأفراد. إن هذا لا يعني إعطاء الجمهور ما يريد، بل إعطاء القراء ما يستهلكونه، وخلال هذه العملية تختفي روح الصحافة، فكلما كانت وسائل الإعلام تخاطب الجمهور كزبائن أو مستهلكين لهم مصالح خاصة، وليس كمواطنين يتقاسمون مصالح حيوية في الحياة العامة، فإن ذلك سيؤدي إلى التقليل من دور الصحافة.

اعتبر الصحفيون أن المساحة المخصصة للإشهار، تعد من المعايير التي تتحكم بشكل كبير في النشر، فالصحف تعتمد بالدرجة الأولى على عائدات الإشهار لضمان استقرارها المادي وبقائها في السوق.

وقد تلجأ الصحف في سبيل تحقيق المزيد من عائدات المادية إلى الاستغناء عن بعض المواد الإعلامية لحساب الإشهار، وذلك خوفاً من وقوع الصحيفة تحت رحمة الضغوط الاقتصادية.

لقد أكدت التجربة الإعلامية في الجزائر، اختفاء بعض عناوين من الساحة الإعلامية في الجزائر بسبب عدم استطاعتها تسديد ديونها، وقد عانت صحيفة الخبر في بداية تأسيسها من ضغوط مادية حادة، كادت أن تختفي على إثرها، وما اضطرارها لنشر بيان^(*) الجبهة الإسلامية للإنقاذ (الفييس) المحلّة، على شكل إشهار، إلا دليلاً على الأزمة المالية التي مرت بها الجريدة، فالصحيفة تباع بنصف تكلفتها وربما أقل، إضافة إلى التكاليف الأخرى (الورق، الطباعة، أجور الموظفين، تكاليف التغطية الصحفية) مما يدفع بالصحف إلى سد هذا العجز عن طريق الإشهار.

هذا ما يجعلها عرضة للعديد من الضغوط وقد تضطر الصحف وفي الكثير من الأحيان إلى تمرير المادة الإشهارية على حساب المادة الإعلامية، خاصة في ظل عدم وجود أي جهة تقوم بعمل رقابي على حجم الإشهار في الصحف والذي يفوق بكثير حجم المواد التحريرية، فضلاً عن أنه عندما تتخذ القرارات التحريرية الخاصة بنشر المضمون بناء على معدلات التوزيع أو الحاجة إلى بيع المزيد من النسخ، أو الحصول على المزيد من الإشهار فإن المنتج النهائي لا يعتبر صحافة.

لكن الصحف قد تشعر ببعض الاستقرار المادي، إذ كلما زاد توازنها المادي استطاعت مقاومة المعلن، وقد يفسر هذا الطرح اختلاف تصنيف الصحفيين لضغط المعلنين وإعلاناتهم، إذا اعتبره القائمون بالاتصال في الشروق اليومي على أنه يمثل ضغطاً قوياً جداً على عمل الصحفي، في حين يرى صحفيو الخبر أنه يمثل ضغطاً قوياً على الصحفي لأن جريدة الخبر حققت استقراراً مادياً مقارنة بيومية الشروق.

(*) نشر البيان على شكل إشهار في عهد رئيس التحرير السابق لجريدة الخبر، الصحفي والأستاذ زايدي سقية.

وبغض النظر عن الآثار السلبية للإشهار والتي تنعكس بصفة أساسية على حجم أو نوع المواضيع الإعلامية الموجهة للنشر من خلالها تقليصها، أو اختصارها، أو إلغائها لصالح المادة الإشهارية، ومن ثم حرمان الجمهور من حق الإطلاع عليها، فإن للإشهار آثار سلبية أخرى تمس مباشرة قيم المجتمع حيث يساهم في نشر القيم الاستهلاكية على حساب القيم الإنتاجية.

وافق الصحفيون على أن المادة المخصصة للأخبار تتحكم في عملية النشر، إذ تدفع بالصحفي إلى تطويع مادته الخبرية حسب المساحة المخصصة للموضوع، أو من خلال تدخل رؤساء التحرير في تقرير المساحة المخصصة للأخبار، وفي تذكير الصحفيين بضرورة إعادة كتابة الموضوع لمرات عديدة، أو تلخيصه، أو إلغاء بعض الفقرات، بما يتناسب مع المساحة المخصصة للنشر.

وقد تتجاهل الصحيفة نشر أخبار قد تكون مهمة، بدافع عامل المساحة، كما قد تكون مسألة توفير مساحات للنشر مجالاً للصراع والخلافات بين الأقسام والصحفيين، وقد تكون المساحة المخصصة للإشهار وراء تقلص المساحة المخصصة للأخبار الدولية، فضلاً عن أن نظرة المسؤولين للأخبار الدولية قد تغيرت وذلك من منطلق أن القارئ يهتم كثيراً بالأخبار التي تمسه مباشرة، وهو ما يسفر في النهاية عن منتج إخباري تمت غربلته ودمجه واختصاره وحذف أجزاء منه بما يتناسب مع المساحة المخصصة للأخبار.

يتحكم نوع المصدر وشخصيته في تقرير نشر خبر من عدمه، ولم يعارض ذلك ولا صحفي واحد من الشروق اليومي، وعارض فقط 7.5% من القائمين بالاتصال في الخبر ذلك، حيث تطبق معايير معينة على نوعية المصدر، إذ يفضل الصحفيون بصفة عامة المصادر الرسمية، من منطلق أنها الجهة التي تملك المعلومات والأخبار، أو لأنها السبيل الصحيح لمصادقية الخبر، فضلاً عن

أن الصحفي بهذه الطريقة يحمي نفسه من جلب أخبار من مصادر غير رسمية قد تعرضه للمساءلة، إذ أنه كلما ارتقى المصدر المسؤول الذي يصرح بالخبر، زادت إمكانية نشر أخباره، فتصريح وزير معين يؤخذ بعين الاعتبار مما قد يدلي به الأمين العام للوزارة، وهكذا يعتمد على تقديم المصادر حسب المناصب التي تحتلها.

وفي المجالات الأخرى كالفن والرياضة وغيرها تتدخل عوامل عديدة منها شهرة الفنان أو اللاعب، وعلاقته بالصحف....الخ، في تقرير نشر الخبر من عدمه، هذا ما قد يحرم جماعات وفئات والعديد من الأفراد من إمكانية نشر أخبارهم وآرائهم، فالاعتماد على النخبة والمصادر الحكومية، يحد من تنوع وتعدد المعلومات التي يمكن أن تتوفر للقراء، وهو ما يفسر محدودية مشاركتهم في العملية، فضلا عن أنه قد تتعارض رغبات وأهداف المصادر مع حق المواطنين في الحصول على المعلومات هذا من جهة، لكن من جهة أخرى، قد تتدخل عوامل عديدة في أداء المصدر لدوره، مثل صدور قرارات بعدم التعامل مع الصحفيين، أو ضرورة لجوء المصادر إلى جهات معينة قبل الإدلاء بأي تصريح.

تحدد طبيعة النظام الإعلامي القائم علاقة الصحفي بمؤسسات الدولة، وعلاقته بالجمهور، كما يضع النظام الإعلامي لأي دولة وذلك حسب توجهاتها ونظرتها لدور الإعلام في المجتمع، الخطوط الحمراء والخضراء التي يمكن للصحفي مناقشتها أو التوقف عندها في حالة شعور القائم بالاتصال بأنه تجاوز ما يُسمح به.

ويمكن أن نفسر أن هامش الحرية في الجزائر عرف تذبذبا وذلك حسب المراحل المختلفة التي مرت بها البلاد. فقد شهدت مثلاً فترة رئيس الحكومة

السابق، مولود حمروش وهي الفترة التي صدر فيها قانون الإعلام الجديد في 3 أفريل 1990، نوعاً من الحرية والتنوع في طرح الآراء والأفكار، مما انعكس على مصداقية المادة الخبرية مقارنة بمراحل أخرى، كفترة وزير الداخلية السابق أمزيان شريف، الذي أصدر سنة 1994 مرسوماً يقيد عمل الصحفيين ومنع نشر الأخبار الأمنية غير المرخصة.

وتراجعت حرية الصحافة في عهده مقارنة مع ما كانت عليه في بداية التسعينيات، حيث شرعت السلطة آنذاك في تطبيق الرقابة المباشرة وغير المباشرة بسن تشريعات وقوانين بهدف تضيق حرية الصحافة، بدافع الحفاظ على الأمن والنظام، نظراً للظروف الاستثنائية التي مرت بها الجزائر آنذاك. وأهم ما ميز هذه المرحلة تدهور العلاقة بين السلطة والصحافة وبالتالي تدهور الحريات العامة وحرية التعبير والركود التام لنشاطات الأحزاب.

وفي عهد رئيس الحكومة السابق رضا مالك يمكن الحديث عن انسجام إلى حد ما بين خطاب الحكومة والصحف التي واصلت ص دورها فيما يعكس نجاح السلطة في كسب معركة إدخال الصحافة إلى بيت الطاعة ويؤرخ إلى بداية جديدة يتم فيها التراجع، مثلما يتم فيها الحد من انسياب المادة الإعلامية على النحو الذي يسمح ببروز صحافة حرة في أجواء طبيعية⁽¹⁾.

فرغم تبني الجزائر للتعددية الإعلامية في بداية التسعينيات من العقد الماضي، إلا أن الصحافة الجزائرية مازالت تعاني من قيود السلطة، سواء كانت قيوداً مباشرة أو غير مباشرة.

ورغم هامش الحرية المتاح أمام الصحفيين في الصحافة الجزائرية الخاصة، إلا أن التطبيق العملي يكشف عن مفهوم التبعية للسلطة، فوسائل

(1) إسماعيل مرازقة، الاتصال السياسي في ظل التعددية السياسية والإعلامية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الجزائر - معهد علوم الإعلام والاتصال)، 1995 م، ص 259.

الإعلام الخاصة تدور في فلك السلطة، وفي إطار الخطوط العامة، والمحددات الرئيسية، وإن كانت هذه الصحف تستطيع أن تخرج قليلا عن هذه المحددات في المسائل الإجرائية والتنفيذية، وهي تتفاوت من صحيفة لأخرى ومن صحفي لآخر.

وتشير النتائج السابقة إلى تحكم موضوع الخبر، المساحة المخصصة للأخبار، مصدر الخبر وشخصيته، وسياسة التحرير ورغبة القراء واحتياجاتهم، فضلا عن المساحة المخصصة للإشهار، في حين تراجع دور الصحفي مقارنة بالعوامل الأخرى، وهو ما من شأنه أن يفسر أن القائم بالاتصال هو آخر من يقرر مصير المادة الخبرية، التي تتعرض لضغوط سياسية واقتصادية بالدرجة الأولى، ومن ثم فالصحفي ليس هو الحكم النهائي عن ملائمة الخبر للنشر من عدمه

المبحث الثالث: العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في صحف الدراسة.

ويشمل هذا المبحث العناصر الآتية:

- 1- مناخ العمل الصحفي وتأثيره على القائم بالاتصال، ويدخل في هذا الإطار مدى استعداد القائمين بالاتصال لترك الوظيفة الحالية والانتقال للعمل في مؤسسات إعلامية أخرى، والدوافع التي تقف وراء ذلك، والتعرض للفصل أو الإنذار وأسبابهما.
- 2- ترتيب الصحفيين لمختلف المصادر التي يعتمدون عليها في الحصول على الأخبار، ودورهم إزاء هذه المصادر، ومتى يلجؤون إلى تجهيل المصادر وتأثير ذلك على عملية انتقاء ونشر الأخبار.
- 3- يتناول الجزء الثالث من المبحث الثالث موقف الصحفيين من السياسة التحريرية لصحفتهم، ومدى وصول تعليمات وسياسة التحرير للقائمين بالاتصال، ومدى مشاركتهم في إرساء قواعد ومبادئ السياسة التحريرية لصحفتهم.
- 4- تأثير قيم المجتمع وتقاليدته على القائمين بالاتصال، ويدخل في هذا الإطار موقف الصحفيين من الأخبار التي لها تأثير سلبي على قيم المجتمع وتقاليدته، ومدى الاعتماد على الجمهور كمصدر للأخبار.
- 5- ترتيب القائمين بالاتصال لطبيعة الضغوط المؤثرة على عملهم، وعلاقتهم برؤسائهم، ورؤيتهم لتأثير الضغوط التنظيمية والروتينية على أدائهم لعملهم.

أولاً: مناخ العمل الصحفي وتأثيره على القائم بالاتصال.

1- مدى الاستعداد لترك الوظيفة

جدول رقم (27):

مدى استعداد المبحوثين لترك الوظيفة التي يشغلونها حالياً.

الإجمالي		لا		نعم		الإجابة العدد والنسبة
الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	
40	40	0	1	40	39	العدد
%100	%100	%0	%2.5	%100	%97.5	النسبة

عبر صحفيو الشروق اليومي عن استعدادهم لترك الوظيفة التي يشغلونها حالياً وذلك بنسبة 100%، وأجاب 97.5% من صحفيي الخبر بنعم عن استعدادهم لترك الوظيفة الحالية.

جدول رقم (28):

الدوافع التي تقف وراء ترك الصحفيين لوظائفهم والانتقال للعمل في مؤسسات إعلامية أخرى.

النسبة		التكرار		التكرار / النسبة	الدوافع
الشروق	الخبر	الشروق	الخبر		
%60	%67.5	24	27	زيادة في المرتب.	
% 60	% 50	24	20	توافر ظروف عمل أفضل.	
% 7.5	% 2.5	3	1	حتى بدون زيادة في المرتب أو توافر ظروف عمل أفضل.	
% 25	% 2.5	10	1	توفر حرية أكبر في النشر.	

اعتبر الصحفيون أن الزيادة في المرتب تأتي على رأس الدوافع التي تقف وراء استعدادهم لترك وظائفهم والانتقال للعمل في مؤسسات إعلامية أخرى وذلك بنسبة 67.5% في جريدة الخبر، و60% لنظرائهم في يومية الشروق، يلي ذلك توافر ظروف عمل أفضل حيث عبر عن ذلك 60% من صحفيي يومية الشروق، و50% من نظرائهم في جريدة الخبر، وعبر 25% من القائمين

بالاتصال في يومية الشروق و2.5% من نظرائهم في الخبر عن استعدادهم لترك الوظيفة الحالية في حالة توفر حرية أكبر في النشر، وأبدى 7.5% من صحفيي الشروق، و2.5% من نظرائهم في الخبر استعدادهم لترك الوظيفة الحالية حتى بدون زيادة في المرتب أو توافر ظروف عمل أفضل.

تشير إجابات القائمين بالاتصال إلى عدم رضاهم عن مناخ العمل الصحفي، وإلى استعداد الأغلبية لترك وظائفهم والانتقال إلى مؤسسات إعلامية أخرى، في حالة توفر بعض الظروف التي يأتي على رأسها الزيادة في الراتب، يليها توافر ظروف عمل أفضل، ولم تعبر سوى نسبة قليلة من المبحوثين عن استعدادهم لترك الوظيفة التي يشغلونها حالياً حتى بدون زيادة في المرتب أو توافر ظروف عمل أفضل، أما مسألة توفر حرية أكبر في النشر، فقد احتل هذا العامل الترتيب الثالث في يومية الشروق، والرابع في جريدة الخبر، مما يفسر أن السبب الرئيسي الذي يقف وراء استعداد الصحفيين لترك وظائفهم الحالية والعمل في مؤسسات إعلامية أخرى يكمن في الزيادة في الراتب.

2- التعرض للفصل أو الإنذار

جدول رقم (29):

التعرض للفصل أو الإنذار وأسبابه.

الإجمالي		لا		نعم		الإجابة العدد والنسبة
الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	
40	40	31	31	9	9	العدد
%100	%100	%77.5	%77.5	%22.5	%22.5	النسبة

يوضح الجدول أعلاه، عدم تعرض أغلب القائمين بالاتصال في صحف الدراسة للفصل أو الإنذار وذلك بنسبة 77.5% في كلا الصحيفتين، في حين عبر 22.5% في كلا الصحيفتين عن تعرضهم للفصل أو الإنذار، وتعد نسبة هامة في كل الحالات.

جدول رقم (30):

أسباب الفصل أو الإنذار.

النسبة		التكرار		التكرار / النسبة	أسباب الفصل أو التقصير
الشروق	الخبر	الشروق	الخبر		
11.11 %	22.22 %	1	2		الخطأ أو التقصير في أداء العمل.
0 %	33.33 %	0	3		الخلافا السياسي مع المؤسسة.
11.11 %	0 %	1	0		منافسة الزملاء.
22.22 %	33.33 %	2	3		الخلافا حول السياسة التحريرية.
66.66 %	66.66 %	6	6		تعنت الرؤساء.

بالنسبة لصحيفة الخبر:

يوضح الجدول أعلاه، أن تعنت الرؤساء يأتي على رأس الأسباب التي تقف وراء تعرض الصحفيين للفصل أو الإنذار بنسبة 66.66%، يلي ذلك الخلافا السياسي مع المؤسسة فضلا عن الخلافا حول السياسة التحريرية بنسبة 33.33% لكل سبب، ثم الخطأ والتقصير في أداء العمل بنسبة 22.22%، في حين لم تشكل منافسة الزملاء سببا في تعرض أي صحفي للفصل أو الإنذار.

بالنسبة للشروق اليومي:

يكشف الجدول أعلاه، على أن تعنت الرؤساء يأتي على رأس الأسباب التي تقف وراء تعرض صحفيي يومية الشروق للفصل أو الإنذار بنسبة 66.66%، يلي ذلك الخلافا حول السياسة التحريرية بنسبة 22.22%، ثم الخطأ أو التقصير في أداء العمل، فضلا عن منافسة الزملاء بنسبة 11.11% لكل سبب.

وعلى الرغم من أن نسبة كبيرة قالت بأنها لم تتعرض للفصل أو الإنذار، إلا أن نسبة معتبرة، حوالي ربع مجتمع البحث، صرحت بأنها تعرضت لذلك، ويأتي تعنت الرؤساء على رأس الأسباب التي كانت وراء فصل الصحفيين أو

توجيه الإنذار لهم، ويأتي الخلاف حول السياسة التحريرية في المرتبة الثانية، والخطأ والتقصير في أداء العمل في المرتبة الثالثة، واختلف صحيفيو الجريدتين في ترتيب الخلاف السياسي مع المؤسسة، إذ احتل هذا العنصر المرتبة الثانية في صحيفة الخبر، في حين أتى هذا العنصر في المرتبة الأخيرة في يومية الشروق، وبينما احتل عامل منافسة الزملاء المرتبة الأخيرة في صحيفة الخبر، جاء في المرتبة الثالثة في الشروق اليومي.

وتتفق هذه النتائج مع ما توصلنا إليه سابقا حول عدم توافر مناخ جيد للعمل، يسمح بتهيئة ظروف أفضل لإجادة المنتج الصحفي.

ثانياً: تأثير المصادر على القائم بالاتصال.

جدول رقم (31):

ترتيب الصحفيين للمصادر الإعلامية التي يعتمدون عليها في الحصول على الأخبار الداخلية.

النسبة / الترتيب				التكرار		المصادر
ت/الشروق	ن/الشروق	ت/الخبر	ن/الخبر	الشروق	الخبر	
1	%32.5	2	%27.5	13	11	وكالات الأنباء.
3	%22.5	4	%12.5	9	5	آراء الجمهور.
4	%15	3	%20	6	8	الانترنت.
5	%2.5	5	%2.5	1	1	الإذاعة والتلفزيون.
2	%27.5	1	%37.5	11	15	الهيئات والوزارات.
6	%0	6	%0	0	0	صحف القطاع الخاص.
6	%0	6	%0	0	0	صحف القطاع العام.

يوضح الجدول أعلاه ترتيب الصحفيين للمصادر الإعلامية التي يعتمدون عليها في الحصول على الأخبار الداخلية والتي جاءت على النحو الآتي:

- بينما احتلت الوزارات والهيئات الترتيب الأول بين خيارات المصادر في صحيفة الخبر بنسبة 37.5%، أتى هذا المصدر في المرتبة الثانية في يومية الشروق بنسبة 27.5%.
- بينما احتلت وكالة الأنباء المرتبة الثانية في جريدة الخبر بنسبة 27.5%، جاءت على رأس الترتيب في صحيفة الشروق اليومي بنسبة 32.5%.
- رتب صحفيو الشروق اليومي آراء الجمهور في المرتبة الثالثة بنسبة 22.5%، في حين احتل هذا المصدر المرتبة الرابعة في صحيفة الخبر بنسبة 12.5%.
- صنّف صحفيو الخبر الانترنت في المرتبة الثالثة بنسبة 20%، وجاء هذا المصدر في المرتبة الرابعة بنسبة 15% في يومية الشروق.

• رتب القائمون بالاتصال في صحف الدراسة الإذاعة والتلفزيون كمصادر لجمع الأخبار في المرتبة الخامسة بنسبة 2.5% في كلا الصحيفتين، في حين أظهرت إجابات القائمين بالاتصال عدم اعتمادهم على صحف القطاع الخاص والعام في حصولهم على الأخبار الداخلية.

من الناحية النظرية يتوافر لوسائل الإعلام عدد غير محدود من المصادر تزودها بالمادة الصحفية، لكن عمليا فإن الصحفيين يعتمدون بالدرجة الأولى على الوزارات والهيئات ووكالات الأنباء، وإن تقدمت هذه الأخيرة عن الوزارات والهيئات في صحفية الشروق اليومي، حيث تمت وكالة الأنباء ووسائل الإعلام بفيض مستمر ومتدفق من الأخبار، ويستقبل الصحفيون المعلومات والأخبار وهم جالسين في مكاتبهم، وهو ما يساعد على التقليل من حجم الجهد الذي يبذلونه في تغطية الكثير من الأحداث، هذا من جهة، ومن جهة أخرى، فإن أسلوب تحرير البرقية لا يكلف الصحفي أحيانا سوى تغيير العنوان، وحذف بعض الرموز (الكود) التي تحملها أي برقية كالتاريخ والتوقيت... الخ، وفي أسوء الحالات يقوم الصحفيون بترجمة البرقية، ثم ترسل مباشرة إلى مصلحة التصفيف، فضلا عن أن وكالة الأنباء تساعد الصحف في تخصيص مساحات معينة يمكن ملؤها من خلال الأخبار التي ثبتها، خاصة وأنه في بعض الأحيان تكون وكالة الأنباء السبابة في معرفة الأخبار وعلى وجه الخصوص تصريحات المسؤولين، لكن قد يؤدي هذا الاعتماد إلى أقلمة خيارات الصحفيين العاملين بهذه الوسائل وفقا لما تبته إليها هذه الوكالات من أخبار، بالإضافة إلى تحجيم دور الصحفي بحيث يتحول إلى موظف إداري، يكفي في أغلب الأحيان بترجمة البرقية أو تغيير عنوان الخبر.

وتعد الهيئات والوزارات بالنسبة للصحفي من المصادر الحية والرسمية، وقد يرجع اعتماد القائمين بالاتصال على هذا النوع من المصادر، إلى الجهود التي تبذلها المصادر الرسمية لاحتواء عملية نشر الأخبار، أو إلى محدودية المصادر التنظيمية ومحدودية المادة المتوافرة، وظروف إنتاج الصحيفة، فضلا عن أن الصحفي يرى أن الأسلوب الوحيد الذي يمكن أن يجنبه الوقوع في جلب أخبار خاطئة أو غير صحيحة أو غير دقيقة يكمن في التوجه مباشرة إلى المصادر الرسمية والروتينية.

وهكذا فإنه حتى ولو أراد الصحفيون أن يكونوا موضوعيين، وكافحوا من أجل ذلك، فإن المصادر التي يعتمدون عليها، لا يمكن أن تكون موضوعية، بل إنها تسعى دائما إلى استغلال الصحفيين لتحقيق أهداف ومصالح معينة، وتوصيل معلومات معينة إلى الجمهور، كما أنه من الصعب جدا على الصحفيين التأكد من صدق المصادر، وقدرات هذه المصادر على الإخبار بالحقيقة. يضاف إلى ذلك أن مفهوم الموضوعية نفسه قد دفع بالصحفيين إلى الاعتماد بشكل مكثف على المصادر الرسمية، وهذا يؤدي إلى التركيز على وجهة النظر الرسمية، والتبرير المستمر للأعمال التي تقوم بها الحكومة وأجهزتها.

رتب صحيفيو يومية الشروق آراء الجمهور في المرتبة الثالثة بين خيارات المصادر، وقد يرجع ذلك إلى استقبال صحفيي الشروق للعديد من المواطنين بمقر الجريدة لنقل انشغالاتهم واهتماماتهم، في حين رتب صحيفيو الخبر الانترنت في المرتبة الثالثة، وقد تعود أسباب الاعتماد على هذه الوسيلة الحديثة إلى سرعة نقلها للمعلومة، دون بذل الكثير من الجهد في سبيل الحصول عليها.

وبالرغم من المزايا المعلوماتية للإنترنت، فإن هناك العديد من المحاذير، فالمعلومات على الانترنت يمكن أن تضلل، كما تفيد، ولا يمكن التأكد من دقتها،

ولا معرفة مصدرها، كما أن مصادرها يمكن أن تزيّف المعلومات، فضلا عن أن الانترنت لا تقوم بدور المقيم لأهمية المعلومة، كما أن التعامل معها يقضي إجراء فحص مزدوج للمعلومات ولمصادرها ولمصادقيتها، ولمرجعيتها. أما بالنسبة للاعتماد على الإذاعة والتلفزيون، فقد يرجع القائمون بالاتصال إليها كمصدر لجمع المعلومات، في استقاء الأخبار الرياضية فقط. ويرجع عدم اهتمام الصحفيين بالمصادر الأخرى، ويأتي على رأسها صحف القطاع الخاص ربما من باب تجنب التقليد، أو لأن صحف الدراسة هي الأكثر انتشارا مقارنة بالصحف الخاصة الأخرى التي تعتبر حديثة النشأة. أما بالنسبة لعدم الاستناد إلى صحف القطاع العام في جلب الأخبار إلى أنها موالية للسلطة، ومن ثم فإن أخبارها تستخدم بالدرجة الأولى لخدمة من هم في سدة الحكم.

3- دور الصحفي إزاء المصدر.

جدول رقم (32):

دور الصحفي إزاء المصدر.

النسبة / الترتيب				التكرار		التكرار	دور الصحفي
ت/الشروق	ن/الشروق	ت/الخبر	ن/الخبر	الشروق	الخبر		
1	%55	1	%62.5	22	25		نقل ما يصرح به المصدر.
4	%7.5	4	%7.5	3	3		متابعة الأخبار التي يصرح بها المصدر.
3	% 10	3	%10	4	4		التنقيب في عمل المصدر بحثا عن الأفضل.
5	%5	5	%2.5	2	1		مناقشة المصدر في عمله.
6	% 0	6	% 0	0	0		تلبية مطالب المصدر وكسب ثقته.
2	%22.5	2	%17.5	9	7		صناعة الخبر مع المصدر.

تكشف قراءة المعطيات المتعلقة بالجدول رقم (32) عن تبني المبحوثين لدور الناقل لما يصرح به المصدر، حيث يأتي على رأس ترتيب الصحفيين

لدورهم إزاء المصدر بنسبة 62.5% في صحيفة الخبر، و55% في يومية الشروق.

وتحتل المرتبة الثانية الفئة التي ترى أن دورها يكمن في صناعة الخبر مع المصدر، بنسبة 22.5% في جريدة الشروق اليومي، و17.5% في صحيفة الخبر. وتأتي الفئة التي ترى أن دورها يتمثل في التنقيب في عمل المصدر بحثاً عن الأفضل في المرتبة الثالثة بنسبة 10% في كلا الصحفيتين، بينما احتلت الفئة التي ترى أن دورها هو متابعة الأخبار التي يصرح بها المصدر المرتبة الرابعة بنسبة 7.5% في كلا الجريدتين، واحتلت الفئة التي ترى أن دورها يكمن في مناقشة المصدر المرتبة الخامسة بنسبة 5% في يومية الشروق، و2.5% في جريدة الخبر، بينما لا يرى القائمون بالاتصال في صحف الدراسة أن دورهم يكمن في تلبية مطالب المصدر وكسب ثقته.

وتشير النتائج المتحصل عليها إلى تبني الصحفيين لدور النقل والتوصيل الذي ينعكس على اتصاف الخبر بالرتابة والروتينية والميل إلى الطابع البروتوكولي والخلو من التحليلات، فضلاً عن أنه يحدد دور الصحفي في الاتصال بالمصادر المختلفة، وتدوين ما يقدمونه إليه من أخبار، إلى درجة أن المصادر أصبحت تعرف نوعية الأخبار التي يريدها الصحفي، ومن ثم تعتمد المصادر إلى توفيرها له، في حين تراجع دور الصحفي في المشاركة في صنع الأخبار والبحث عنها، حيث يتسم هذا النوع من المادة الصحفية بالتعمق في التحليل نظراً لأن الصحفي يحاول الاجتهاد والشرح وتفسير أسباب وخلفيات الخبر، ومن ثم فهو يشارك في صناعة الخبر، فضلاً عن تراجع دور الصحفي في التنقيب في عمل المصدر بحثاً عن الأفضل، بالإضافة إلى تراجع دور متابعة

الأخبار التي يصرح بها المصدر، مما قد ينعكس على نوعية الأخبار التي ينتجها الصحفي.

4- اللجوء إلى تجهيل المصادر.

جدول رقم (33):

لجوء الصحفيين إلى تجهيل المصادر.

النسبة / الترتيب				التكرار		السبب
ت/الشروق	ن/الشروق	ت/الخبر	ن/الخبر	الشروق	الخبر	
1	%57.5	1	%62.5	23	25	لحماية المصدر.
3	%7.5	4	%2.5	3	1	لغياب مصدر معروف.
4	%5	3	%7.5	2	3	لبناء الثقة بينك وبين المصدر.
4	%5	4	%2.5	2	1	لتحقيق سبق الصحفي.
4	%5	4	%2.5	2	1	لخدمة المصلحة العامة.
2	%20	2	%22.5	8	9	لحماية نفسك.

تكشف قراءة المعطيات المتعلقة بالجدول رقم (33) والتي توضح ترتيب الصحفيين للأسباب التي تقف وراء تجهيل المصادر، أن حماية الصحفي للمصدر تأتي على رأس هذه الأسباب بنسبة %62.5 في صحيفة الخبر، و%57.5 في يومية الشروق، يلي ذلك حماية الصحفي لنفسه بنسبة %22.5 في صحيفة الخبر، و%20 في يومية الشروق.

وأتى في المرتبة الثالثة في يومية الشروق غياب مصدر معروف يمكن إسناد الأخبار إليه بنسبة %7.5 في حين جاء هذا السبب في آخر الترتيب في صحيفة الخبر بنسبة %2.5.

ورتب صحفيو الخبر عنصر بناء الثقة بين القائم بالاتصال والمصدر في المرتبة الثالثة من أسباب لجوء الصحفيين إلى تجهيل المصادر بنسبة %7.5، وجاء هذا السبب في آخر الترتيب في يومية الشروق، فضلا عن تحقيق سبق

الصحفي، وخدمة المصلحة العامة، وذلك بنسبة 5% لكل عنصر، كما جاء في آخر ترتيب بالنسبة لصحيفة الخبر الأسباب التي تقف وراء تجهيل المصادر، تحقيق المصلحة العامة، والسبق الصحفي، وذلك بنسبة 2.5% لكل عنصر.

تؤدي ظاهرة تجهيل المصادر إلى عدم تصديق المعلومات والأخبار التي تنشرها الصحف، انطلاقاً من أنه كلما كان مصدر الخبر معروفاً، كلما ازدادت ثقة القارئ به ومن ثم تصديقه، وأنه كلما كان مصدر الخبر معروفاً قلت الإشاعات والأقوال، فضلاً عن أن الخبر المجهول المصدر لا يفي بحق القارئ في معرفة متكاملة وصحيحة.

وقد دافع صحفيو الخبر والشروق اليومي عن ظاهرة تجهيل المصادر، بأن مرجعها الأساسي يكمن في رغبتهم في حماية مصادرهم، يلي ذلك حماية الصحفي لنفسه، خاصة وأن هذا الحق غير مكفول في قانون الإعلام الساري المفعول، وأنه من المفروض أن تعكف اللجنة المستقلة، التي يزعم وزير الاتصال إنشائها قصد إعداد قانون الإعلام الجديد، على إقرار حق عدم الكشف عن المصدر لأول مرة لأجل حماية الصحفيين⁽¹⁾، وعبر البعض منهم بأن مرجعها يتمثل في القيود التي يعاني منها الصحفي في الحصول على المعلومات، أو لبناء الثقة بين الصحفي وبين المصدر، وأي كانت المبررات المقدمة لتفسير ظاهرة تجهيل الصحفي لمصادر الأخبار، فهي لا تتفق مع قيم المهنة وأخلاقيات العمل الصحفي، حيث يعد ذكر مصدر الخبر من المقومات الأساسية التي ترشح المادة الصحفية للنشر أو الدفن، وقد تؤدي عملية تجهيل الصحفي للمصدر إلى فقدان الصحافة لمصداقيتها، فضلاً عن أن الاعتماد على مصادر تطلب عدم

(1) جريدة الخبر / 24 ماي 2011 / العدد 6364.

الكشف عن أسمائها لابد أن يكون الاستثناء وليس القاعدة، فمن حق الجمهور معرفة المصدر حتى يستطيع تقييم المعلومات.

ثالثاً: تأثير الجمهور على القائمين بالاتصال.

1- الامتناع عن نشر أخبار لها تأثير سلبي على قيم المجتمع وتقاليده.

جدول رقم (34):

موقف الصحفيين من الأخبار التي لها تأثير سلبي على قيم المجتمع وتقاليده وامتنعوا عن نشرها.

الإجمالي		لا		نعم		الإجابة العدد والنسبة
الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	
40	40	20	19	20	21	العدد
%100	%100	%50	%47.5	%50	%52.5	النسبة

يوضح الجدول أعلاه موقف الصحفيين من الأخبار التي لها تأثير سلبي على قيم المجتمع وتقاليده وامتنعوا عن نشرها، حيث أجاب 52.5% من صحفيي الخبر، و50% من نظرائهم في الشروق اليومي، أنهم امتنعوا عن نشر أخبار رأوا أنها لا تتفق مع قيم المجتمع وتقاليده، وأنه في حالة نشرها قد تحدث تأثيراً سلبياً على المجتمع، في حين ذكر 50% من القائمين بالاتصال في الشروق اليومي، و47.5% من محرري الخبر، أنهم لم يمتنعوا عن نشر أخبار قد يكون لها تأثيراً سلبياً على المجتمع.

وعندما سُئل الصحفيون عن نوعية الأخبار التي تحصلوا عليها ولكنها لم تنشر، أوضحوا بأنه تتعلق بقضايا تمس الأخلاق والذمم والآداب العامة بالدرجة الأولى، فضلاً عن بعض المواضيع التي تسيء للدين الإسلامي، بالإضافة إلى بعض الآفات الاجتماعية (مخدرات، دعارة،...). ورأى الصحفيون أن تناول مثل هذه المواضيع يضر بالمجتمع أكثر مما ينفعه، ويساهم في الترويج

لها وانتشارها، وهو ما يشير إلى أن قيم المجتمع وتقاليدته تمثل أحد العوامل المؤثرة في توجيه العملية الإخبارية في صحف الدراسة.

وتفسر النتائج السابقة اقتناع الصحفيين بأهمية التركيز على الأخبار التي تهم القراء وتمس احتياجاتهم، حيث اعتبرها الصحفيون من العوامل المؤثرة وبشكل كبير في نشر الأخبار، فضلا عن أن الصحفيين رتبوا الأخبار التي تمس اهتمامات الجمهور واحتياجاته في المرتبة الأولى من حيث اعتبارها من الأكثر الأخبار التي تجد طريقها للنشر، مما قد يفسر اهتمام صحف الدراسة بتلبية احتياجات المواطنين.

2- الاعتماد على الجمهور كمصدر للأخبار.

جدول رقم (35):

مدى اعتماد الصحفيين على الجمهور كمصدر للأخبار.

الإجمالي		لا أعتد إطلاقا		إلى حد ما		نادراً		إلى حد كبير		الدرجة والنسبة
الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	
40	40	3	1	16	18	12	13	9	8	العدد
%100	%100	%7.5	%2.5	%40	%45	%30	%32.5	%22.5	%20	النسبة

يوضح الجدول أعلاه مدى اعتماد الصحفيين على الجمهور كمصدر لجمع الأخبار، حيث أجاب 45% من صحفيي الخبر، و40% من نظرائهم في الشروق اليومي، أنهم يعتمدون إلى حد ما على الجمهور كمصدر للمعلومات.

وأجاب 32.5% من صحفيي الخبر و30% من نظرائهم في الشروق اليومي، أنه نادراً ما يعد الجمهور مصدراً للأخبار.

وعبر 20% من صحفيي الخبر، و22.5% من نظرائهم في الشروق اليومي، أنهم يعتمدون إلى حد كبير على الجمهور كمصدر للحصول على المعلومات.

في حين أجاب 7.5% من صحفيي يومية الشروق، و2.5% من القائمين بالاتصال في يومية الخبر، أنهم لا يعتمدون إطلاقاً على الجمهور كمصدر للأخبار.

وتفسر هذه النتائج أن أغلبية القائمين بالاتصال في صحف الدراسة، لا يستندون إلى الجمهور كمصدر إخباري، حيث يحتل المرتبة الثالثة في ترتيب صحفيي الشروق اليومي للمصادر التي يعتمدون عليها في الحصول على الأخبار الداخلية، وجاء الاعتماد على هذا المصدر في الترتيب الرابع في جريدة الخبر.

وتوضح النتائج المتحصل عليها التوجه الرأسي في تدفق المعلومات، من المصادر عبر الصحفي إلى الجمهور، وإلى عدم وجود اتصال متبادل في الاتجاهين، رغم أن الأمر يتعلق بالأخبار الداخلية التي من المفروض، أن يكون الجمهور طرفاً فيها، أو مصدرًا أساسياً لها، لكن النتائج أوضحت أن دور الجمهور محدودًا، أو أنه نادرًا ما يظهر أو يأخذ دوره، ومن ثم يتحول إلى متلقي سلبي.

كما يؤكد هذا الطرح النتائج المتعلقة بمدى ارتباط الصحفيين بالقراء كعامل لنجاحهم، حيث احتل عامل الارتباط بالقراء المرتبة الخامسة بين عوامل نجاح القائمين بالاتصال- كما ينبغي- في صحيفتي الخبر والشروق اليومي، بينما جاء في الترتيب الأخير من بين العوامل التي يرون أنها سائدة حالياً كمقوم لنجاح الصحفيين حيث جاء في المرتبة الأولى عامل الارتباط بالسلطة، وهو ما يشير إلى تراجع نظرة الصحفيين للجمهور كأحد العوامل الأساسية في تقرير معايير نشر واختيار المادة الصحفية، رغم أنه من المفروض - أو هكذا يفترض - أن تهتم الصحف بالجمهور، باعتباره مستهلك المنتج الإعلامي، والمعني بالتأثير وحتى تضمن عدم انصرافه عن شراء الجريدة أو مقاطعتها، كما حدث في بداية

التسعينيات لصحيفة الخبر عندما شنت عليها الجبهة الإسلامية للإنقاذ المُحَلَّة - الفيس - حملة لمقاطعة شراء الجريدة، مما تسبب لها في خسائر مادية معتبرة.

رابعاً: تأثير السياسة التحريرية على القائم بالاتصال.

1- تقديم توصيف حول أهم ملامح السياسة التحريرية في صحف المبحوثين.

لم يجب أغلبية المبحوثين عن السؤال المفتوح رقم (30) والمتعلق بتقديم توصيف لأهم ملامح السياسة التحريرية لصحف الدراسة، إذ امتنع حوالي 50% من القائمين بالاتصال في الشروق اليومي، وحوالي 70% من نظرائهم في جريدة الخبر عن الإجابة عن هذا السؤال، مما يفسر صعوبة في الإجابة، ووجود خلط في الدلالة والمقصود من السياسة التحريرية، وإلى غموضها عند البعض كالقول صراحة بأنها غير واضحة، أو غامضة تتأرجح بين المحافظة والتحرر، واكتفى البعض الآخر من المبحوثين بتقديم إطار عام من المفاهيم والمعلومات لتحديد ما يعتقدون أنه يمثل سياسة تحرير صحيفتهم، حيث يرى البعض أن السياسة التحريرية لصحفهم مبنية على كسب أكبر قدر من القراء، والدفاع عن قيم المجتمع وتقاليده، كما ربط البعض الآخر السياسة التحريرية بالقيم المهنية التي تؤطر العمل الصحفي كالموضوعية، الدقة، وعدم التحيز في نقل المعلومات والأخبار، واعتبرت فئة أخرى أن الإثارة والتشويق وكشف الفضائح تعد بمثابة السمات الرئيسية للسياسة التحريرية لصحفهم.

وترى فئة أخرى أنه رغم انتماء صحف الدراسة إلى الصحافة الجزائرية الخاصة، إلا أن سياستها التحريرية تؤيد النظام الحالي، ولا تحاول معارضته، أو الاصطدام مع القوى النافذة مالياً وسياسياً.

إن وضوح سياسة تحرير أي صحيفة من شأنه أن يسهل العمل على الصحفي، لأن إدراكها يشكل في حد ذاته قيمة خبرية لدى القائم بالاتصال يلتزم بها، في انتقاء وعرض الأخبار، وتوجيهها وجهة معينة.

2- وصول تعليمات وسياسة التحرير للصحفي.

جدول رقم (36):

مدى وصول تعليمات وسياسة التحرير للصحفي.

الإجابة		تصليني بشكل جيد		إلى حد ما		لا تصلني بشكل جيد		لا تصلني إطلاقاً		الإجمالي
العدد والنسبة		الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	
العدد		14	9	18	22	6	7	2	2	40
النسبة		35%	22.5%	45%	55%	15%	17.5%	5%	5%	100%

تكشف قراءة المعطيات السابقة عن ما يلي:

- رأى 55% من صحفيي الشروق اليومي، و45% من نظرائهم في جريدة الخبر، أن تعليمات وسياسة التحرير تصل إلى حد ما إليهم.
- وأجاب 35% من القائمين بالاتصال في الخبر، و22.5% من نظرائهم في الشروق اليومي، أن السياسة التحريرية تصل وبشكل جيد إليهم، بينما ذكر 17.5% من صحفيي الشروق اليومي، و15% من نظرائهم في صحيفة الخبر، أن تعليمات وسياسة التحرير لا تصل بشكل جيد إليهم.
- وقال 5% من القائمين بالاتصال في كلا الصحيفتين، أن تعليمات وسياسة التحرير لا تصل إطلاقاً إليهم.

ويمكن أن نستشف من خلال النسب المعروضة أن أكثر من نصف مجتمع البحث لا تصلهم تعليمات السياسة التحريرية ولو بدرجات متفاوتة (محدودة، لا تصل بشكل جيد، لا تصل إطلاقاً) وهو ما يتفق مع النتائج السابقة المتمثلة في عدم تمكن المبحوثين من الإجابة عن السؤال المفتوح المتعلق بتقديم توصيف عن أهم ملامح السياسة التحريرية لصحفهم وهذا ما يؤثر سلباً على القائمين

بالاتصال، لأنه كلما كانت سياسة التحرير واضحة وتصل بشكل جيد إلى المحررين، كلما سهل عليهم عملية استيعابهم لمهامهم.

3- المشاركة في رسم السياسة التحريرية.

جدول رقم (37):

مدى مشاركة الصحفيين في رسم السياسة التحريرية.

الإجمالي		لا يسمح لنا بالمشاركة		لا أشرك		نادرا		إلى حد ما		بدرجة كبيرة		الدرجة العدد والنسبة
الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	
40	40	7	7	5	7	4	3	20	17	4	6	العدد
%100	%100	%17.5	%17.5	%12.5	%17.5	%10	%7.5	%50	%42.5	%10	%15	النسبة

توضح نتائج الجدول أعلاه أن 50% من صحفيي الشروق اليومي، و42.5% من نظرائهم في الخبر يشاركون إلى حد ما في رسم السياسة التحريرية لصحيفتهم، وأعرب 17.5% من المبحوثين في كلا الصحيفتين أنه لا يُسمح لهم بالمشاركة في تحديد المبادئ الأساسية لصفحهم، وأجاب 17.5% من القائمين بالاتصال في جريدة الخبر، و12.5% من نظرائهم في الشروق اليومي على عدم مشاركتهم في رسم السياسة التحريرية للصحيفة، بينما عبر 15% من صحفيي الخبر، و10% من نظرائهم في الشروق اليومي عن مشاركتهم وبدرجة كبيرة في رسم السياسة التحريرية لصفحهم، في حين أجاب 10% من محرري يومية الشروق، و7.5% من نظرائهم في الخبر على أنه نادراً ما يشاركون في هذه العملية.

أظهرت نتائج التحليل أن نسبة قليلة من الصحفيين يشاركون بدرجة كبيرة في رسم السياسة التحريرية لصفحهم، أما أغلبية أفراد مجتمع البحث فقد أعربوا عن مشاركتهم المحدودة، أو عدم مشاركتهم، أو أنه نادراً ما يشاركون، أو لا

يسمح لهم بالمشاركة، وهو ما يفسر أن دور الصحفي في عملية انتقاء ونشر الأخبار محدود، وينحصر في القيام بدور موزع البريد فقط. وتشير النتائج السابقة إلى خضوع القائم بالاتصال لسياسة التحرير التي تقرر الحقائق والمعلومات التي تنشر، وتعمل على تطويع المادة التحريرية بما يتفق وتوجهاتها، ومواقف مالكيها ومموليها، والدفاع عنها، والسعي للحفاظ على مصالحهم، وهو ما يؤثر على طبيعة المضمون المطروح في وسائل الإعلام.

خامسا - الضغوط التي تؤثر على القائم بالاتصال.

جدول رقم (38):

الضغوط التي تؤثر على عمل الصحفي.

الدرجة		قوي جدا		قوي		متوسط		محدود		ليس لها تأثير	
		الخبير	الشروق	الخبير	الشروق	الخبير	الشروق	الخبير	الشروق	الخبير	الشروق
الضغط	ع	ن	ع	ع	ن	ع	ن	ع	ع	ن	ع
الضغط من السلطة	12	30%	13	7	17.5%	9	22.5%	5	12.5%	7	17.5%
نقص الموارد والإمكانيات	15	37.5%	4	10%	7	17.5%	10	25%	8	20%	12
الصراع على الترقية	5	12.5%	2	5%	9	22.5%	6	15%	6	15%	6
المعلنون وإعلاناتهم	11	27.5%	14	35%	12	30%	5	12.5%	7	17.5%	4
الزملاء في العمل	4	10%	3	7.5%	5	12.5%	2	5%	11	27.5%	15
الأخلاقيات المهنية	16	40%	14	35%	6	15%	10	25%	7	17.5%	5
الضغط من الرؤساء	7	17.5%	7	17.5%	8	20%	12	30%	14	35%	13
قيم المجتمع وتقاليد	14	35%	13	32.5%	10	25%	6	15%	8	20%	9
السياسة التحريرية	9	22.5%	14	35%	11	27.5%	15	37.5%	8	20%	5
المصادر	9	22.5%	4	10%	7	17.5%	15	37.5%	10	25%	7
عامل الزمن	16	40%	8	20%	6	15%	18	45%	6	15%	8
التكنولوجيا	8	20%	0	0%	7	17.5%	9	22.5%	12	30%	10

يبين الجدول أعلاه درجة تأثير بعض الضغوط على عمل الصحفي والتي جاءت على النحو الآتي:

- صنف صحفيو الخبر والشروق اليومي الضغط من السلطة على أنه قوي جداً، وذلك بنسبة 30% و 32.5% على التوالي.
- اعتبر صحفيو الخبر أن ضغط نقص الموارد والإمكانيات يعد قوياً جداً على القائم بالاتصال وذلك بنسبة 37.5%، في حين اعتبره صحفيو الشروق اليومي بأنه متوسط التأثير وذلك بنسبة 30%.
- رأى القائمون بالاتصال أن الصراع على الترقية ليس له تأثير على عمل الصحفي، وذلك بنسبة 40% في جريدة الخبر، و 37.5% في يومية الشروق.
- اعتبر صحفيو الشروق اليومي أن ضغط المعلنين وإعلاناتهم يعد قوياً جداً على عمل الصحفي وذلك بنسبة 35%، في حين اعتبره القائمون بالاتصال في الخبر على أنه ذو تأثير قوي وذلك بنسبة 30%.
- اعتبر ضغط الزملاء في العمل محدود التأثير بالنسبة للمبحوثين، وذلك بنسبة 42.5% في يومية الشروق، و 37.5% في جريدة الخبر.
- صنف صحفيو الخبر والشروق اليومي الأخلاقيات المهنية من العوامل التي تمارس ضغطاً قوياً جداً على الصحفي وذلك بنسبة 40%، و 35% على التوالي.
- رأى القائمون بالاتصال في صحف الدراسة (الخبر، ويومية الشروق) بأن ضغط الرؤساء متوسط التأثير، وذلك بنسبة 35%، و 32.5% على التوالي.
- أجاب 32.5% من المبحوثين في يومية الشروق، و 35% من نظرائهم في صحيفة الخبر، أن قيم المجتمع وتقاليدته تمارس ضغطاً قوياً على القائمين بالاتصال.

- قال 37.5% من صحفيي يومية الشروق، و 27.5% من نظرائهم في جريدة الخبر، أن السياسة التحريرية تمارس ضغطاً قويا على القائم بالاتصال.
 - اعتبر 37.5% من صحفيي الشروق اليومي أن المصادر تمارس ضغطاً قويا على القائم بالاتصال، في حين رأى 27.5% من صحفيي الخبر أن المصادر ذات تأثير محدود.
 - رأى 40% من صحفيي الخبر أن عامل الزمن يعد من الضغوط القوية جداً، واعتبر 45% من القائمين بالاتصال في يومية الشروق أن هذا العنصر من العوامل التي تمارس ضغطاً قويا.
 - قال 30% من صحفيي الخبر أن عامل التكنولوجيا يعد من الضغوط المتوسطة التأثير، في حين يرى 27.5% من صحفيي يومية الشروق بأن هذا العامل ليس له تأثير.
- يمكن تصنيف إجابات القائمين بالاتصال في كلا الصحيفتين فيما يتعلق بنوعية الضغوط التي تؤثر على عملهم على النحو الآتي:

1- الضغوط التي صنفت على أنها قوية جداً.

اتفقت إجابات الصحفيين على اعتبار الضغط من السلطة والأخلاقيات المهنية في فئة الضغوط ذات التأثير القوي جداً.

يظهر ضغط السلطة في القوانين والميكانيزمات التشريعية التي تسنها الجهة الحاكمة لإحكام سيطرتها على المجال الإعلامي، باعتباره يمثل سلطة قوية في المجتمع، ومن خلال عملية التنبيه واللوم والعتاب على بعض ما تنشره الصحف، وقد يتخذ أشكالاً مختلفة ومتنوعة، وإن كان تأثير السلطة في أغلب الأحيان غير ظاهر وغير مباشر، لعدم احتكاك الصحفيين مباشرة بالسلطة السياسية.

فرغم أن جريدتي الخبر والشروق اليومي تنتمي إلى القطاع الخاص، إلا أنهما تعانيان من ضغط السلطة، مما قد يُفسر على أنه رغم التعددية الإعلامية في الجزائر، إلا أن قطاع الإعلام لم يتحرر من ضغط أو قيد السلطة، وأن هامش الحرية الذي يتمتع به الصحفيون مازال ضعيفا، وإن بدا غير ذلك.

لكن غالبا ما يتفق الباحثون، أن السلطة تمارس ضغطاً على وسائل الإعلام، وإن اختلفت درجته من مجتمع لآخر، حسب طبيعة النظام الإعلامي القائم، والإيديولوجية السائدة، والنظرة إلى دور الإعلام، وذلك انطلاقاً من أنه ليس هناك أيديولوجية للسلطة، وأخرى لوسائل الإعلام، باعتبار أن المؤسسات الصحفية والقائمين بالاتصال جزء من النظام القائم، فضلا عن أنه مصدر من مصادر المعلومات التي ترجع إليها وسائل الإعلام للحصول على المعلومات والأخبار.

وقد تلجأ السلطة للإشهار لممارسة ضغطها على وسائل الإعلام، ففي حكومة بلعيد عبد السلام، على سبيل المثال، تم الاستناد إلى الجانب القانوني لوضع إطار يسمح بموجبه للسلطة أن تتدخل في توزيع الإشهار على الصحف بحسب مواقفها، وهو ما يعكسه المنشور الصادر بتاريخ 19/8/1992 والذي يحمل الرقم 626 الذي ألزم المعلنين بعدم التعامل المباشر مع وسائل الإعلام، ثم ألحق بمنشور آخر مكمل يكرس هيمنة السلطة، واحتكار الإشهار ومواصلة عملية الضغط على الصحافة سعياً منها لتليين مواقفها أو تعديلها على الأقل باتجاه ما يخدم السلطة السياسية، حيث كان المنشور المكمل كفيلاً بترسيخ مبدأ حق الوكالة الوطنية للنشر والإشهار في الاستئثار بتوزيع الإشهار وهو ما يطرح أكثر من تساؤل عن المعايير التي استفادت بموجبها صحيفة وحرمت منه أخرى،

ولعل هذه المعايير هي بالدرجة الأولى ذات طابع سياسي، تخضع إلى مدى توافق الخط الافتتاحي للصحف مع مواقف الحكومة وسياساتها⁽¹⁾.

إن ميل السلطة إلى ممارسة قدر من الضغوط على القائمين بالاتصال نابع من أن هؤلاء لهم القدرة على تشكيل وعي الجماهير، وإذا ما تركت لهم الفرصة والحريات المناسبة في أعمالهم فإنهم بالضرورة يثيرون المتاعب للنظم الحاكمة من خلال قدرتهم على النقد وعلى فضح وكشف الفساد المتفشي على مستويات مختلفة، وهو ما سيؤثر على علاقة الجمهور بالسلطة.

كما تمارس الأخلاقيات المهنية ضغوطاً قوياً جداً على العمل الصحفي، والتي تعتبر بالنسبة للقائم بالاتصال، بمثابة قيم لا يجب تخطيها.

ورتب صحفيو الخبر عامل الزمن ونقص الموارد والإمكانيات بمثابة ضغوط قوية جداً على عمل الصحفي، في حين صنف القائمون بالاتصال في يومية الشروق نقص الموارد والإمكانيات من العوامل ذات التأثير المتوسط، وعامل الزمن من الضغوط القوية، إذ يعد عنصر الوقت من القواعد الروتينية، التي تؤثر بشكل مباشر على كيفية انتقاء المادة الخبرية ويعاني من هذا الضغط على وجه الخصوص الصحف التي تصدر يومياً، مقارنة مع الأسبوعيات والمجلات.

وصنف صحفيو الشروق اليومي ضغط المعلنين وإعلاناتهم فضلاً عن قيم المجتمع وتقاليدته من الضغوط ذات التأثير القوي جداً، في حين اعتبر القائمون بالاتصال في الخبر ضغط الأشهار على أنه قوي وقيم المجتمع وتقاليدته ذات تأثير متوسط.

(1) إسماعيل مرازقة، مرجع سابق، ص 283.

ويعد ضغط المعلنين وإعلاناتهم، من أشد العوامل تأثيراً على الصحيفة، باعتبارها المصدر الرئيسي الذي تعتمد عليه لضمان استمرارها، وربما يعود الاختلاف في درجة التأثير التي منحت لهذا العامل من طرف صحفيي مجتمع البحث، إلى أن صحيفة الخبر استقرت مادياً مقارنة مع الشروق اليومي، وربما لو طرح السؤال منذ حوالي 15 سنة على صحفيي الخبر، لكانت الإجابة متطابقة بين المبحوثين.

وإذا سلمنا بأن تأثير الإشهار يختلف من وسيلة إعلامية إلى أخرى، إلا أنها كانت الوسيلة الإعلامية، فيجب إرساء الأسس والقواعد التي تحكم العلاقة بين المعلن ووسائل الإعلام، فمن الأهمية بمكان أن تتحرر المعلومة والرأي من ضغط المعلن، وأن تمارس الوسيلة الإعلامية سيطرتها على المضمون الذي تقدمه. كما يجب أن تتحرر وسائل الإعلام من ضغوط الإشهار الذي يؤثر على نوعية الرسالة الإعلامية وتوازنها بصفة عامة.

ونلمس زيادة درجة توجه الصحفيين للمحافظة على قيم المجتمع وتقاليده، ومما لا شك فيه أن ذلك يشكل ضغطاً على القائم بالاتصال لأن وسائل الإعلام قد تحمي القيم الجيدة والقيم الرديئة، فبعض الموضوعات التي تتجنبها وسائل الإعلام بدافع حماية قيم المجتمع، يمكن أن تصبح محوراً للجدل الذي قد يساعد على تحقيق الاتفاق، في حين أن تجنب وسائل الإعلام لبعض المعلومات هو في حقيقة الأمر مجرد حماية أو تبرير أو تستر على إهمال وانحراف أو فساد بعض أفراد النخبة. هذا بالإضافة إلى أن تجنب بعض الموضوعات قد يضيق أو يحد من مجال الحرية والاختيار الفردي، أو قد يقلل من إمكانية التكيف وتحقيق أهداف المجتمع.

2- الضغوط التي صنفت على أنها قوية:

اتفقت إجابات الصحفيين على اعتبار السياسة التحريرية من الضغوط التي تمارس تأثيراً قوياً على القائمين بالاتصال. لكل جريدة سياسة، سواء دونتها أو لم تدونها، وهي غير مطروحة للنقاش، وإن تعارضت مع اتجاهات الصحفيين، وتؤثر السياسة التحريرية للصحف على الطريقة التي يطرح ويعالج من خلالها الصحفي مختلف الأحداث، وبالرغم من عدم وجود توجهات صريحة لفرض هذه السياسة، فإن مالك/مالكي الصحيفة ينفذون سياستهم، وعالية فإن الصحفيين يؤسسون قراراتهم ليس بناء على معاييرهم الشخصية أو حسب الضغوط الروتينية فحسب، بل أيضاً بناء على قرارات المؤسسة.

كما صنف صحفيو يومية الشروق المصادر من الضغوط التي تمارس تأثيراً قوياً على عمل الصحفي، في حين اعتبرت المصادر ذات تأثير محدود بالنسبة للقائمين بالاتصال في جريدة الخبر.

تمثل المصادر مادة خصبة لمعظم المواد الصحفية، ويعاني الصحفيون في الجزائر من صعوبة الوصول إلى المصادر، وهو ما يؤثر على قدرتهم في معرفة نوعية معينة من الأخبار، بسبب استحالة اختراق سياج معين من المعلومات، وليس بسبب ضعف الكفاءة المهنية، وهو ما ينعكس على تقييم الأخبار وتفسيرها.

3- الضغوط التي صنفت على أنها ذات تأثير متوسط:

صنف أفراد مجتمع البحث الضغط من الرؤساء على أنه متوسط التأثير، كما اعتبر صحفيو الخبر أن عامل التكنولوجيا متوسط التأثير، في حين رتب على أن لا تأثير له بالنسبة للقائمين بالاتصال في يومية الشروق، وقد يرجع هذا إلى سعي الصحفيين للتحكم في هذا المجال، خاصة وأن المسؤولين على

المؤسسات الإعلامية يحرصون على برمجة دورات تدريبية لصحفيهم في هذا المجال.

4- الضغوط التي صنفت على أنها محدودة التأثير والتي ليس لها تأثير:

صنف القائمون بالاتصال في كلا الصحيفتين ضغط الزملاء في العمل على أنه محدود التأثير، والصراع على الترقية على أنه ليس له تأثير يذكر، وقد توصلت دراسة بشير الدين مرغاد إلى وجود اعتبارات مهنية في الترقيات، ويعتبر عامل الخبرة أهم عامل يؤخذ بعين الاعتبار في الترقية⁽¹⁾.

(1) بشير الدين مرغاد، مرجع سابق، ص 342.

تأثير القواعد التنظيمية على القائم بالاتصال.

جدول رقم (39):

مدى تأثير القواعد التنظيمية على القائم بالاتصال.

لا أوافق				إلى حد ما				أوافق				الدرجة العوامل
الشروق		الخبر		الشروق		الخبر		الشروق		الخبر		
ن	ع	ن	ع	ن	ع	ن	ع	ن	ع	ن	ع	
5%	2	0%	0	25%	10	30%	12	70%	28	70%	28	اجتماع الصباح غالبا ما ينتهي إلى تحديد ما سينشر في العدد القادم
22.5%	9	20%	8	57.5%	23	45%	18	20%	8	35%	14	يعتمد في نشر الأخبار الداخلية على توزيع الصحفيين على المصادر
12.5%	5	25%	10	65%	26	55%	22	22.5%	9	20%	8	نسبة كبيرة من الأخبار التي يكلف بها الصحفيون متوقع حدوثها
20%	8	17.5%	7	32.5%	13	45%	18	47.5%	19	37.5%	15	يفضل معظم الصحفيين الأخبار السريعة والسهولة الحصول عليها

يوضح الجدول أعلاه مدى تأثير القواعد التنظيمية على القارئ بالاتصال، وتكشف قراءة المعطيات عن موافقة 70% من الصحفيين في كلا الصحيفتين على أن اجتماع الصباح غالباً ما ينتهي إلى تحديد ما سينشر في العدد القادم.

ووافق 57.5% من صحفيي يومية الشروق، و45% من نظرائهم في جريدة الخبر، على أنه يُعتمد إلى حد ما في نشر الأخبار الداخلية على توزيع الصحفيين على المصادر، كما عبر 65% من القائمين بالاتصال في يومية الشروق، و55% من نظرائهم في جريدة الخبر عن موافقتهم إلى حد ما على أن نسبة كبيرة من الأخبار التي يُكلف بها الصحفيون متوقع حدوثها.

بينما وافق صحفيو الشروق اليومي على أن معظم القائمين بالاتصال يفضلون الأخبار السريعة والسهلة الحصول عليها بنسبة 47.5%، ووافق 45% من صحفيي الخبر على ذلك إلى حد ما.

تعتبر عملية ضبط المحتوى الإعلامي، أبعد ما تكون عبارة عن ردود فعل عشوائية، لأحداث عشوائية، فالمؤسسة الصحفية مثلها مثل أي مؤسسة أخرى، مطالبة بتنظيم وجدولة العمل وتحديد المواضيع والأخبار التي يجب أن تُتجزز لتُنتشر في اليوم الموالي. وأن مجرد الإخلال بنقطة واحدة من نقاط التخطيط المسبق من طرف طاقم الجريدة، قد يعرض الصحيفة لخسائر مادية ومعنوية كتأخير موعد الصدور.

واتضح من إجابات الصحفيين حول دور الممارسات الروتينية في توجيه الأخبار والقيم الخبرية، موافقة القائمين بالاتصال على أن اجتماع الصباح غالباً ما ينتهي إلى تحديد ما سينشر في العدد القادم، ويمكن تفسير ذلك بأن عملية جمع الأخبار ونشرها تتم طبقاً لما هو متوقع من أحداث، حيث تقوم الصحف بتوزيع صحفييها على الأماكن المتوقعة للأحداث، ومن ثم يمكن القول بأن معظم الأخبار التي يتم جمعها، تتكون من أحداث معروفة مسبقاً.

وبصفة عامة، فإن توزيع الصحفيين يمس بشكل أساسي المواقع والهيئات الحكومية، مما قد ينعكس على تشابه وسائل الإعلام في توزيع صحفيها، لتغطية نشاطات حكومية، أو رسمية، من هيئات أو مؤسسات الدولة، سواء عن طريق إرسال دعوات، أو برقيات، أو فاكسات، أو بيانات، وتسفر هذه العملية عن إنتاج محتوى متشابه وكأنه صور كربونية من بعضها البعض. وبهذه الطريقة تتحول عملية جمع الأخبار إلى روتين، وإلى الاستخدام المكثف لنوعيات معينة من الأخبار، فضلا عن تفضيل قصص إخبارية جاهزة، يتم إسنادها إلى مصدر رسمي، أو تقوم على حضور الصحفي نفسه وقائع الحدث.

إن ضغط الروتين على العمل الصحفي من شأنه أن يحدد الزاوية التي ينظر من خلالها الصحفي للخبر، ويجعل بعض القيم تظهر بصفة مستمرة، وربما بطريقة آلية، نظرا لإتباع المؤسسة نمطًا معينًا وشبه ثابت في طريقة تنظيم العمل، وقد ينعكس ذلك سلبيًا على بعض القيم التي "تدفن" أو "تجيب" جراء هذا التنظيم، الذي غالبا ما يتفق مع السياسة التحريرية للصحيفة.

كما وافق الصحفيون إلى حد ما، على أنه يُعتمد في نشر الأخبار الداخلية على توزيع الصحفيين على المصادر للحصول على الأخبار، بدلا من البحث عنها، خاصة الاعتماد على المصادر المؤسسية المتاحة غالبا للصحفي، ويكشف توزيع الصحفيين على المصادر وجود فجوات جغرافية (تغطية مناطق جغرافية دون غيرها)، هذا ما عبر عنه القائمون بالاتصال في إجاباتهم عن السؤال المفتوح رقم (22) والمتعلق بالمواد الصحفية التي لا تُنشر في صحيفتهم ويرون أنها صالحة للنشر، حيث ذكر الصحفيون إهمال تغطية أحداث بعض المناطق الجغرافية خاصة النائية منها.

كما يؤدي الاعتماد على توزيع الصحفيين على المصادر للحصول على الأخبار الداخلية إلى تقديم منتج إعلامي متشابه إلى حد ما.

كما وافق القائمون بالاتصال إلى حد ما على أن نسبة كبيرة من الأخبار التي يكفون بها متوقع حدوثها، فالأخبار لا تحتاج فقط لأن تجمع، لكن لا بد أن يتم التخطيط لها، وما اجتماعات التحرير الصباحية، التي يتم فيها وضع خطط العمل اليومية، إلا دليل على ذلك، حيث يتم فيها التخطيط طبقاً لما هو متوقع من أحداث في هذا اليوم، لكن قد يكون التخطيط لتوقع حدوث بعض الأحداث مخالفاً لما سيكون، أو بتعبير آخر قد تخرج وقائع الحدث بدرجة كبيرة عن التصورات المسبقة لها، كالحالة التي وصفها الباحث البريطاني هالوران حول تغطية وسائل الإعلام للمظاهرات المعارضة لحرب الفيتنام في لندن 1968 خير مثال على ذلك.

إن اعتماد الصحفيين على الأخبار المتوقعة حدوثها، يفرض نوعاً معيناً من التغطية الإخبارية على ما عداها، إذ تفرض التغطية التسجيلية نفسها في هذه الحالة، كما يفرض توقع حدوث أحداث معينة وموضوعات محددة سلفاً، نفسها على قرارات النشر.

ووافق حوالي نصف صحفيي الشروق اليومي على أنهم يفضلون الأخبار السريعة والسهلة الحصول عليها، واعتبر حوالي نصف القائمين بالاتصال في صحيفة الخبر بأن ذلك صحيح إلى حد ما، مما يفسر غلبة الأخبار البسيطة على المضمون الإخباري، وأن الصحفيين يفضلون تناول أحداث وليس عمليات.

موقف الصحفيين من المادة الخبرية التي لا يستطيعون نشرها في صحفهم.

جدول رقم (40):

موقف الصحفيين من المادة الخبرية التي لا يستطيعون نشرها في صحفهم.

النسبة		التكرار		التكرار / النسبة	موقف الصحفي
الشروق	الخبر	الشروق	الخبر		
20%	25%	8	10		امتنع من البداية.
67.5%	60%	27	24		أقدمها للصحيفة وأحاول نشرها.
12.5%	15%	5	6		أبلغ بها زميل في صحيفة أخرى.
100%	100%	40	40		الإجمالي.

تكشف إجابات الصحفيين عن موقفهم من المواد التي يعرفون أنها لن تُنشر في صحيفتهم، حيث أجاب 67.5% من صحفيي الشروق اليومي، و60% من نظرائهم في الخبر، أنهم يحصلون على المادة الخبرية ويحاولون نشرها في صحيفتهم، بينما ذكر 25% من القائمين بالاتصال في الخبر، و20% من نظرائهم في يومية الشروق، بأنهم يمتنعون منذ البداية عن جلبها، وعبر 15% من محرري الخبر، و12.5% من صحفيي الشروق اليومي، بأنهم يبلغون بها زملاء في صحف أخرى.

وتشير إجابات الصحفيين إلى وجود قوالب معينة وجاهزة مسبقاً عن أنواع الأخبار التي يمكن أن تنشرها الصحيفة، وتلك التي لا يمكن أن تمر عبر حراس البوابة، فما على الصحفي إلا إتباع التقاليد الموجودة داخل المؤسسة، والانخراط في العقلية الجماعية المسيطرة على توجهات الصحيفة، وهذا ما يفسر خضوع معايير انتقاء واختيار الأخبار إلى توجهات تقليدية، مما قد يقلص من حرية الصحفي ويقف عائقاً أمامه في التجديد والابتكار، ومن ثم تقديم أنماط إخبارية مكررة وروتينية وسطحية، وذلك حسب التقاليد المتبعة في الصحيفة.

موقف الصحفي من بعض العبارات المتصلة بالمهنة

الجدول رقم (41):

موقف الصحفي من بعض العبارات المتصلة بالمهنة.

أعترض		لا رأي لي				إلى حد ما				أوافق				الدرجة	العبارة	
الشروق		الخبر		الشروق		الخبر		الشروق		الخبر		الشروق				الخبر
ن	ع	ن	ع	ن	ع	ن	ع	ن	ع	ن	ع	ن	ع	ن	ع	
10%	4	12.5%	5	2.5%	1	7.5%	3	42.5%	17	30%	12	45%	18	50%	20	تمنع القناعة السياسية المحرر من أن يكون موضوعيًا في عمله.
7.5%	3	2.5%	1	7.5%	3	5%	2	37.5%	15	42.5%	17	47.5%	19	50%	20	تؤثر الاعتبارات المهنية على عمل الصحفي.
17.5%	7	7.5%	3	5%	2	5%	2	15%	6	17.5%	7	62.5%	25	70%	28	على الصحفي ألا يستمر في العمل بصحيفة ما لو كان يختلف مع سياساتها.
0%	0	2.5%	1	0%	0	7.5%	3	20%	8	22.5%	9	80%	32	67.5%	27	الدورات التدريبية التي تقام للصحفيين مفيدة.
2.5%	1	5%	2	0%	0	0%	0	12.5%	5	2.5%	1	85%	34	92.5%	37	لا يجب أن يفشي المحرر هوية مصدر أخباره مهما كانت الأسباب.
7.5%	3	2.5%	1	2.5%	1	7.5%	3	32.5%	13	30%	12	57.5%	23	60%	24	قيم التزام الصحفيين بمسؤولياتهم إزاء الجمهور تتراجع.
5%	2	10%	4	0%	0	0%	0	30%	12	25%	10	65%	26	65%	26	إرضاء الصحفيين للمصدر يضر كثيرا بسمعة المهنة.
75%	30	80%	32	10%	4	5%	2	12.5%	5	10%	4	2.5%	1	5%	2	من حق المصدر الإطلاع على الخبر قبل نشره.
7.5%	3	0%	0	2.5%	1	0%	0	22.5%	9	15%	6	67.5%	27	85%	34	ضعف الدخل المادي للصحفيين ينعكس على أدائهم المهني.
7.5%	3	7.5%	3	12.5%	5	7.5%	3	32.5%	13	35%	14	47.5%	19	50%	20	المراجعات الكثيرة للمواد الصحفية تحد من حرية الصحفي.

يوضح الجدول أعلاه موقف الصحفيين من بعض العبارات المتصلة بالمهنة والتي جاءت على النحو الآتي:

- وافق 50% من صحفيي الخبر، و45% من نظرائهم في الشروق اليومي، على أن القناعة السياسية تمنع المحرر من أن يكون موضوعياً في عمله.

- ووافق 50% من القائمين بالاتصال في الخبر، و47.5% من نظرائهم في الشروق اليومي بأن الاعتبارات المهنية تؤثر على عمل الصحفي.

- وأيد 70% من محرري الخبر، و62.5% من نظرائهم في الشروق اليومي، فكرة أنه على الصحفي عدم الاستمرار في العمل بصحيفة ما لو كان يختلف مع سياستها.

- وقال 80% من صحفيي يومية الشروق، و67.5% من نظرائهم في الخبر، أن الدورات التدريبية التي تقام للصحفيين مفيدة.

- ورأى 92.5% من محرري الخبر، و85% من نظرائهم في يومية الشروق، أنه على الصحفي عدم إفشاء هوية مصادر أخباره مهما كانت الأسباب.

- وذكر 60% من القائمين بالاتصال في الخبر، و57.5% من نظرائهم في الشروق اليومي، أن قيم التزام الصحفيين بمسؤولياتهم إزاء الجمهور تتراجع.

- ووافق 65% من صحفيي الخبر على أن إرضاء المصدر يضر كثيراً بسمعة المهنة، كما وافق على ذلك 65% من القائمين بالاتصال في يومية الشروق.

- واعتبر 85% من القائمين بالاتصال في الخبر، و67.5% من نظرائهم في الشروق اليومي، أن ضعف الدخل المادي للصحفيين ينعكس على أدائهم المهني.

- وأجاب 50% من محرري الخبر، و47.5% من نظرائهم في الشروق اليومي، أن المراجعات الكثيرة للمواد الصحفية تحد من حرية الصحفي.
 - في حين اعترض 80% من صحفيي الخبر، و75% من نظرائهم في الشروق اليومي على أنه من حق المصدر الإطلاع على الخبر قبل نشره.
- تشير النتائج السابقة إلى أن القناعة السياسية للصحفي تمنعه من أن يكون موضوعيا وغير متحيز، مما كانت الجهة التي ينتمي إليها، أو مقتنع بها، حيث تؤثر القناعة السياسية والانتماء السياسي للقائم بالاتصال على موضوعيته في نقل الحقائق والمعلومات.
- يحاول الصحفيون التمسك بمبدأ الموضوعية من خلال الحياد في نقل الحقائق والمعلومات، وعدم التحيز لأي جهة أثناء تغطيتهم لمختلف الأحداث، وفي هذا الإطار، قرر ليونارد دواني رئيس التحرير التنفيذي للواشنطن بوست أن يحمي الموضوعية بالوسائل التالية:
- أنا لا أمارس حقي في الانتخابات.
 - باعتباري صانع القرار الأخير في التغطية الإخبارية في الواشنطن بوست، أرفض أن أقرر حتى بشكل شخصي أي من المرشحين يمكن أن يكون أحسن رئيس إذا أصبح عضوا في مجلس المدينة، أو أن اتخذ موقفا في أي قضية مثل الإجهاض أو فرض الضرائب، أنا أريد أن يظل عقلي مفتوحاً لكل الأطراف ولكل الاحتمالات. ويضيف داووني أن هذا هو اختياره وأنه لا يفرضه على أولئك الذين يعملون معه⁽¹⁾، لكن رغم ذلك تبقى إشكالية الموضوعية تثير الكثير من التساؤلات.

وأيد الصحفيون فكرة أنه على الصحفي ألا يستمر في العمل بصحيفة لو كان يختلف مع سياستها، حيث تعد مسألة مزاوله مهنة الصحافة في مؤسسات

(1) سليمان صالح، إشكالية الموضوعية في وسائل الإعلام، دراسة مقارنة، مرجع سابق، ص94.

إعلامية لا يتفق الصحفي مع سياستها، بمثابة الإعلان عن الامتثال لأفكار وآراء تختلف نسبيا أو كليا مع قناعاته، ويضطر الصحفي إلى الانصياع للسياسة التحريرية للصحيفة التي تتعارض مع مبادئه وتوجهاته، ومن ثم يجد القائم بالاتصال نفسه مضطرا لتقديم منتج إعلامي غير مقتنع به، فكيف سيكون الأمر بالنسبة للقارئ.

وتكشف إجابات الصحفيين عن موافقتهم عن تراجع قيم الالتزام المهني لديهم تجاه القارئ، وتخلي معظمهم عن مسؤولياتهم الاجتماعية تجاه الجمهور بفعل الضغوط المتزايدة عليهم.

ووافق الصحفيون على أن ضعف دخلهم المادي ينعكس على أدائهم المهني، بحيث يدفع بهم ذلك إلى العمل في أكثر من صحيفة، هذا ما عبر عنه 10% من صحفيي الشروق اليومي، و12.5% من نظرائهم في جريدة الخبر، مما قد ينعكس على إجادة العمل وإتقانه، فيتحول الصحفي إلى موظف إداري، عليه إنتاج كم من المواضيع في هذه الصحيفة، وكما آخر في صحيفة أخرى، وهكذا، فضلا عن أن ضعف الدخل المادي للصحفيين دفع بعضهم إلى العمل في إطار مشروع خاص خارج العمل الصحفي.

واعتبر الصحفيون أن المراجعات الكثيرة للمواد الصحفية تحد من حرية الصحفي، بمعنى أن المادة الخبرية تمر عبر العديد من البوابات، وكل حارس بوابة يضع بصمته على المادة الخبرية، إما بالإضافة أو الحذف أو التعديل، لتقرير المنتج الذي سيخرج للجمهور، وبهذه الطريقة يحد حراس البوابة من حرية الصحفي من خلال التدخل في عمله.

في حين اعترض الصحفيون على أنه من حق المصدر الإطلاع على الخبر قبل نشره، وإن حدث واطلع المصدر على ما سيكتبه الصحفي قبل النشر، فإن ذلك ينم عن عدم وجود ثقة بين الطرفين، حيث أنه من المفروض أن تكون

العلاقة بينهما وطيدة وقوية، فيقوم المصدر بمد الصحفي بالمعلومات التي يحتاجها، وفي المقابل، يتجنب القائم بالاتصال تعريض المصدر للخطر بسبب تعاونه معه، إذ وافق الصحفيون وبنسبة عالية على أنه يجب على المحرر أن لا يفشي هوية مصادر أخباره مهما كانت الأسباب، ويكون ذلك من خلال التكتّم وعدم الإفصاح عن المصادر التي استقى منها الأخبار، فمن حق الصحفي أن يمتنع عن ذكر أسماء مصدر أخباره، بل أكثر من ذلك فهو مطالب بحماية مصادره، وعدم نشر أي خبر طُلب منه عدم نشره، أو طُلب منه عدم ذكر الأسماء في الخبر، وعليه في هذه الحالة تحمل المسؤولية، إما بالتكتّم عن ذكر ما طلب منه عدم ذكره، أو أن يسقط الخبر من اعتباره.

وتعد مطالبة المصادر بمراجعة الخبر قبل نشره تدخلا مباشراً في عمل الصحفي، وهو ما يحدث في بعض أو في الكثير من الأحيان، حسب طبيعة الموضوع، ونوعية المصدر، وشخصية الصحفي، والمؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها، خاصة عندما يتعلق الأمر بالشؤون السياسية والأمنية.

وتمارس المصادر بهذه الطريقة ضغطاً على الصحفي، سواء في حالة ما إذا طلبت منه مراجعة المادة الخبرية قبل نشرها، أو الرجوع إليها للحصول على موافقتها قبل النشر، مما يفسر تدخل المصادر في صياغة الأخبار، والتأثير على الصحفي لتبني زوايا معينة في الطرح والمعالجة.

وتشير النتائج السابقة، إلى أن الصحفي يواجه ضغوطات عديدة عند جمعه وانتقائه وتحريره للمادة الخبرية، إذا أراد أن يقدم منتجاً يقتنع به أولاً، ويقنع به القارئ ثانياً.

تصور الصحفيين لعلاقتهم برؤسائهم.

جدول رقم (42):

تصور الصحفيين لعلاقتهم برؤسائهم.

لا يتصفون				نادرا				إلى حد ما				بدرجة كبيرة				الدرجة
الشروق		الخبر		الشروق		الخبر		الشروق		الخبر		الشروق		الخبر		
ن	ع	ن	ع	ن	ع	ن	ع	ن	ع	ن	ع	ن	ع	ن	ع	
																تصور الصحفيين
10%	4	2.5%	1	10%	4	7.5%	3	52.5%	21	47.5%	19	27.5%	11	42.5%	17	الجدية وإجادة العمل.
0%	0	2.5%	1	2.5%	1	7.5%	3	27.5%	11	37.5%	15	70%	28	52.5%	21	التمسك بالمنصب.
2.5%	1	5%	2	7.5%	3	12.5%	5	25%	10	32.5%	13	65%	26	50%	20	الخوف من نشر ما لا يتفق مع سياسة الصحيفة.
7.5%	3	5%	2	25%	10	12.5%	5	55%	22	50%	20	12.5%	5	32.5%	13	مناقشة المضمون مع الصحفيين.
22.5%	9	12.5%	5	37.5%	15	27.5%	11	32.5%	13	40%	16	7.5%	3	20%	8	توفير معايير موضوعية للمكافأة.
7.5%	3	12.5%	5	20%	8	20%	8	32.5%	13	35%	14	40%	16	32.5%	13	سيطرة العلاقات الشخصية عليهم.
15%	6	27.5%	11	25%	10	25%	10	32.5%	13	37.5%	15	27.5%	11	10%	4	عدم فهمهم لطبيعة العمل.
22.5%	9	12.5%	5	32.5%	13	7.5%	3	35%	14	60%	24	10%	4	20%	8	يفصلون بين العمل والعلاقات الشخصية.
20%	8	7.5%	3	27.5%	11	15%	6	42.5%	17	55%	22	10%	4	22.5%	9	تقديم انتقادات إيجابية.
15%	6	7.5%	3	22.5%	9	22.5%	9	45%	18	45%	18	17.5%	7	25%	10	التفهم والتعاون.
20%	8	5%	2	20%	8	35%	14	52.5%	21	45%	18	7.5%	3	15%	6	تقديم المساعدة والنصيحة.
35%	14	10%	4	30%	12	35%	14	27.5%	11	42.5%	17	7.5%	3	12.5%	5	المكافأة والتحفيز.

يوضح الجدول أعلاه تصور الصحفيين لعلاقتهم برؤسائهم والتي جاءت على النحو الآتي:

- أجاب 52.5% من أفراد مجتمع البحث في الشروق اليومي، بأن رؤسائهم يتصفون بالجدية وإجادة العمل إلى حد ما، ووافق 47.5% من القائمين بالاتصال في جريدة الخبر على ذلك.

- رأى 70% من صحفيي يومية الشروق بأن رؤسائهم يتمسكون بمناصبهم بدرجة كبيرة، ووافق 52.5% من محرري الخبر على ذلك.

- ذكر 65% من صحفيي الشروق اليومي بأن رؤسائهم يخافون من نشر ما لا يتفق مع سياسة الصحيفة، ووافق 50% من نظرائهم في الخبر على ذلك.

- رأى 55% من القائمين بالاتصال في يومية الشروق بأن رؤسائهم يناقشون إلى حد ما المضمون الإخباري مع الصحفيين، وتبنى 50% من صحفيي الخبر ذلك.

- أجاب 37.5% من محرري الشروق اليومي بأن رؤسائهم نادراً ما يوفرون معايير موضوعية للمكافأة، وذكر 40% من صحفيي الخبر بأن رؤسائهم يوفرون ذلك إلى حد ما.

- رأى 40% من صحفيي يومية الشروق بأن علاقة رؤسائهم مع الآخرين تتحدد بناء على العلاقات الشخصية بدرجة كبيرة، في حين رأى صحفيو الخبر بأن علاقة رؤسائهم مع الآخرين تتحدد بناء على العلاقات الشخصية إلى حد ما وذلك بنسبة 35%.

- رأى 32.5% من صحفيي الشروق اليومي بأن رؤسائهم لا يفهمون طبيعة العمل الصحفي إلى حد ما، ووافق 37.5% من نظرائهم في جريدة الخبر على ذلك.

• أجاب 60% من القائمين بالاتصال في الخبر بأن رؤسائهم يفصلون بين العمل والعلاقات الشخصية إلى حد ما، واعتبر 35% من نظرائهم في يومية الشروق أن ذلك صحيح.

• رأى 55% من صحفيي الخبر أن رؤسائهم يقدمون إلى حد ما انتقادات إيجابية لعملهم، ووافق 42.5% من صحفيي يومية الشروق على ذلك.

• أجاب 45% من صحفيي الخبر أن رؤسائهم يقدمون إلى حد ما المساعدة والنصيحة للصحفيين، ووافق على ذلك 52.5% من محرري يومية الشروق.

• بينما رأى 42.5% من صحفيي الخبر بأن رؤسائهم يتصفون إلى حد ما بمكافأة وتحفيز الصحفيين الذين أثبتوا جدارة في عملهم، رأى 35% من صحفيي يومية الشروق أن رؤسائهم لا يتصفون بذلك.

وتكشف هذه الإجابات عن ما يلي:

• وجود اتفاق إلى حد كبير بين صحفيي الخبر والشروق اليومي عن تصورهم لرؤسائهم.

• أوضحت الإجابات وجود تصور سلبي لدى الصحفيين عن رؤسائهم.

• تتعكس رؤية الصحفيين لرؤسائهم على جودة العمل الإخباري ودقته،

وعن عدم وجود مناخ يسمح بتقديم مادة إخبارية فعالة ومؤثرة، ترتقي إلى

مستوى المسؤولية الملقاة على عاتق الصحفيين، خاصة عندما يتعلق الأمر

بالصحافة الخاصة، التي من المفروض أن تتدارك النقص في المجال الإعلامي

الذي يعاني منه هذا القطاع، وألا تكرر وتجتر الخطاب المتداول في وسائل

الإعلام التابعة للقطاع العام.

تتفاوت الضغوط التي تؤثر على القائمين بالاتصال ومن ثم على طبيعة

المنتج الصحفي باختلاف المصادر التي تنبعث منها، فهناك ضغوط تفرضها

السلطة السياسية في المجتمع، من خلال سن القوانين والتشريعات التي تحكم

النظام الإعلامي، كما أن هناك ضغوطاً يفرضها النظام الاجتماعي الذي يعمل في إطاره الصحفيون وذلك بمحاولة الحفاظ على قيم المجتمع وتقاليدته، وعدم المجازفة بما هو مقبول أو مرفوض من طرف المجتمع.

وتأتي كثير من هذه الضغوط من واقع العملية الاتصالية نفسها، أي من المصادر التي يستقي منها الصحفي معلوماته، وقد تأتي هذه الضغوط من المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها القائم بالاتصال، أو من المؤسسات الإعلامية الأخرى والتي قد تكون منافسة لمؤسسته، أو تأتي هذه الضغوط أيضاً من الجمهور الذي يتوجه له القائم بالاتصال برسائلته الإعلامية، أو من المعلنين وإعلاناتهم.

وهناك أيضاً ضغوط ذاتية تتعلق بالصحفي، إلى جانب القيم التي يعتنقها ومستوى معرفته، بالإضافة إلى الضغوط المهنية المتعلقة بالمناخ الذي يعمل فيه الصحفي وعلاقته بالرؤساء والزملاء، فضلا عن الضغوط الاقتصادية.

ومهما تباين أصل هذه الضغوط، فهناك عامل مشترك يجمع بينهم، وهو أن هذه الضغوط تعرقل مسيرة عملية الاتصال، وتؤثر على نوعية الحقائق والوقائع التي من حق الجمهور أن يطلع عليها.

المبحث الرابع: مدى تاثر صحف الدراسة بمناخ التعددية الإعلامية في الجزائر.

ويشمل هذا المبحث العناصر التالية :

1. ثقة الجمهور في الصحافة الجزائرية الخاصة، انطلاقا من أن الصحافة أنشئت أساسا للتعبير عن إشغالات واهتمامات القراء، وإلى أي مدى يرى الصحفيون أن القارئ الجزائري يثق بوسائل الإعلام الخاصة.
2. نواحي القصور في الصحافة الجزائرية الخاصة، ويُعنى هذا الجزء برصد انتقادات الصحفيين لأعمالهم، وموقفهم من المواد التي ينشرونها، ومدى اقتناعهم بالرسالة التي يؤذونها.
3. مدى التأثير بمناخ التعددية، ونحاول من خلال هذا الجزء التعرض لآراء الصحفيين حول التغييرات التي عرفها قطاع الإعلام في الجزائر بعد التعددية، بهدف معرفة تصورات القائمين بالاتصال للدور الذي تلعبه الصحافة الجزائرية في إطار التعددية الإعلامية.

أولاً - ثقة الجمهور في الصحافة الجزائرية الخاصة حسب الصحفيين.

جدول رقم (43):

ثقة الجمهور في الصحافة الجزائرية الخاصة حسب الصحفيين.

الإجمالي		لا		إلى حد ما		نعم		الإجابة العدد النسبة
الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	الشروق	الخبر	
40	40	0	0	13	7	27	33	العدد
%100	%100	%0	%0	%32.5	17.5	%67.5	%82.5	النسبة

يعتقد 82.5% من صحفيي الخبر، و67.5% من نظرائهم في الشروق اليومي، أن الجمهور يثق في صحفهم، وهو ما يعني أن نسبة كبيرة من الصحفيين ترى أن صحف الدراسة تُحظى بثقة القراء، ويرى 32.5% من القائمين بالاتصال في الشروق اليومي، و17.5% من صحفيي الخبر، أن صحفهم تُحظى بثقة الجمهور إلى حد ما، في حين لم ير ولا صحفي واحد وفي كلا الجريدتين، أن صحيفته ليست محل ثقة.

وتشير النتائج إلى ارتفاع ثقة الصحفيين بقدرة ما يقدمونه للقراء، ومن ثم إمكانية التأثير عليهم وتوجيههم، وفيما يتعلق بالسبب الذي يقف حسب اعتقادهم وراء ثقة الجمهور في الجريدة، لم يجب حوالي نصف مجتمع البحث عن السؤال، في حين عزا البعض منهم ذلك إلى أن صحفهم تحرص على تلبية رغبات القراء والاستجابة الدائمة لانشغالاتهم واحتياجاتهم، وأرجعت فئة أخرى ثقة القراء في الجريدة إلى عدد سحبها وتوزيعها، بينما رأت فئة أخرى أن مراعاة الصحفيين للمعايير المهنية (الصدق، الموضوعية، الدقة،...) يعد من العوامل الأساسية التي تجعل الجريدة محل ثقة، بينما يرى الصحفيون الذين أجابوا بأن الصحيفة محل ثقة الجمهور إلى حد ما إلى أن ذلك يرجع لانحياز الصحف أحيانا للسلطة، وجنوحها للإثارة، وعدم اتصافها بالموضوعية في

معالجة المادة الخبرية، وتشير النتائج المتحصل عليها، إلى أن الصحفيين يميلون بدرجة كبيرة في أحكامهم إلى حواسمهم وغرائزهم المبنية على التخمين، وعلى ما يتصورونه، ولا تستند إلى دراسات علمية، عن تصور الصحفيين عن جمهورهم، فهناك دراسات قليلة حتى لا نقول نادرة التي اهتمت بهذا الجانب، أما الدراسات التي عُينت بمعرفة تصورات الجمهور لما يقدمه له الصحفيون من أخبار فهي أقل، وهو ما ينعكس على صعوبة تحديد درجة ثقة الجمهور بالصحيفة.

وتعتبر رؤية الصحفي للجمهور، أحد المعايير الأساسية للقيمة الخبرية، حيث أنه متضمن في معظم العناصر الخبرية، وأنه معيار متفق عليه بإجماع الصحفيين، من حيث تأكيدهم على أن الخبر هو ما يهم أكبر عدد من أفراد المجتمع، ورغم هذه الأهمية، فإن الصحف لا تعطيه حقه من الدراسة والبحث، إذ أن نسبة الاعتماد على الجمهور كمصدر للمعلومات محدودة، فضلا عن عدم قيام الصحف بالمسوح الميدانية لمعرفة رد فعل الجمهور تجاه ما تنشره الصحف، وهل تقوم بتلبية احتياجات القراء، أم أنها بعيدة عن جمهورها، حيث تختلف الرؤى في بلدان العالم الثالث حول المقصود بتلبية ما يحتاجه الجمهور، وما يريده، فالبعض يرى أن دور وسائل الإعلام هي قيادة الجمهور، وتوجيهه، فيما يبسر عليه شؤون حياته، ويسهم في تنويره، فإن البعض الآخر يميل أكثر إلى تلبية رغبات الجمهور، والفئة الثالثة ترى ضرورة المزاجية بين الموقفين.

وتكتفي الصحف حاليا بدراسة بريد القراء باعتباره رد الجمهور على الرسائل الإعلامية التي يوجهها الصحفي في مختلف المجالات وأنها الطريقة الوحيدة، وإن كانت غير كافية لمعرفة رد الجمهور.

ثانيا - نواحي القصور في الصحافة الجزائرية الخاصة.

جدول رقم (44):

نواحي القصور في الصحافة الجزائرية الخاصة .

الإجمالي				لا				إلى حد ما				نعم				الموقف
الشروق		الخبر		الشروق		الخبر		الشروق		الخبر		الشروق		الخبر		
ن	ع	ن	ع	ن	ع	ن	ع	ن	ع	ن	ع	ن	ع	ن	ع	
100%	40	100%	40	2.5%	1	12.5%	5	20%	8	40%	16	77.5%	31	47.5%	19	تقديمها "جزء" من الحقيقة.
100%	40	100%	40	2.5%	1	5%	2	35%	14	57.5%	23	62.5%	25	37.5%	15	خضوعها التام للمتغير السياسي.
100%	40	100%	40	0%	0	5%	2	15%	6	27.5%	11	85%	34	67.5%	27	جنوحها إلى الإثارة.
100%	40	100%	40	5%	2	15%	6	45%	18	47.5%	19	50%	20	37.5%	15	روتينية الأخبار وسطحيتها.
100%	40	100%	40	25%	10	37.5%	15	40%	16	42.5%	17	35%	14	20%	8	ميل الأخبار إلى الدعاية الشخصية.
100%	40	100%	40	12.5%	5	10%	4	37.5%	15	37.5%	15	50%	20	52.5%	21	عدم جدية تصريحات المسؤولين للصحف.
100%	40	100%	40	25%	10	17.5%	7	42.5%	17	52.5%	21	32.5%	13	30%	12	عدم وضوح سياستها.
100%	40	100%	40	30%	12	20%	8	45%	18	45%	18	25%	10	35%	14	محاولاتها فرض الوصاية الأبوية على القراء.
100%	40	100%	40	22.5%	9	32.5%	13	47.5%	19	42.5%	17	30%	12	25%	10	تمحور أخبارها حول المصادر الرسمية.
100%	40	100%	40	50%	20	37.5%	15	35%	14	50%	20	15%	6	12.5%	5	خلو أخبارها من الفائدة.
100%	40	100%	40	27.5%	11	25%	10	50%	20	45%	18	22.5%	9	30%	12	تراخي الصحفيين عن القيام بأدوارهم.

يوضح الجدول أعلاه نواحي القصور في الصحافة الجزائرية الخاصة:

بالنسبة لجريدة الخبر:

- أجاب 47.5% من صحفيي الخبر بـ "نعم" على أن الصحافة الجزائرية الخاصة تقدم جزء من الحقيقة، وأجاب 40% منهم بأن ذلك صحيح إلى حد ما، ورأى 12.5% بأن ذلك غير صحيح.
- عبر 57.5% من المبحوثين بأن الصحافة الجزائرية الخاصة تخضع للمتغير السياسي إلى حد ما، وقال 37.5% منهم بأن ذلك صحيح، ونفى 5% ذلك.
- ذكر 67.5% من صحفيي الخبر، بأن الصحافة الجزائرية الخاصة تجنح للإثارة، وقال 27.5% منهم بأن ذلك صحيح إلى حد ما، ورأى 5% بأن ذلك غير صحيح.
- أجاب 47.5% من صحفيي الخبر على اتسام الأخبار التي تقدمها الصحافة الجزائرية الخاصة بالسطحية والروتينية إلى حد ما، وأجاب 37.5% منهم بأن ذلك صحيح، ونفى 15% ذلك.
- أجاب 42.5% من القائمين بالاتصال على ميل أخبار الصحافة الجزائرية الخاصة للدعاية الشخصية إلى حد ما، وأجاب 37.5% منهم بـ "لا" على ذلك، وقال 20% أن ذلك صحيح.
- أجاب 52.5% من صحفيي الخبر بـ "نعم" على عدم جدية تصريحات المسؤولين للصحف، وقال 37.5% منهم أن ذلك صحيح إلى حد ما، ونفى 10% صحة ذلك.
- قال 52.5% من صحفيي الخبر بعدم وضوح السياسة التحريرية للصحافة الجزائرية الخاصة إلى حد ما، وأجاب 30% بنعم على ذلك، ونفى 17.5% صحة ذلك.

- أجاب 45% من القائمين بالاتصال في يومية الخبر على أن الصحافة الجزائرية الخاصة تحاول فرض الوصاية الأبوية على القراء إلى حد ما، وأجاب 35% بنعم على ذلك، في حين نفى 20% ذلك .
- أجاب 42.5% على محور أخبار الصحافة الجزائرية الخاصة حول المصادر الرسمية إلى حد ما، وأجاب 32.5% بـ "لا" على ذلك، ورأى 25% أن ذلك صحيح.
- عبر 50% من المبحوثين عن خلو أخبار الصحافة الجزائرية الخاصة من الفائدة إلى حد ما، وأجاب بـ "لا" 37.5%، ووافق على ذلك 12.5%.
- أجاب 45% من القائمين بالاتصال عن تراخي الصحفيين عن القيام بأدوارهم إلى حد ما، وقال 30% بأن ذلك صحيح، ونفى 25% صحة ذلك.

بالنسبة للشروق اليومي:

- أجاب 77.5% من صحفيي الشروق اليومي بـ "نعم" على أن الصحافة الجزائرية الخاصة تقدم جزء من الحقيقة، وقال 20% بأن ذلك صحيح إلى حد ما، ونفى 2.5% ذلك.
- وافق 62.5% من المبحوثين على خضوع الصحافة الجزائرية الخاصة للمتغير السياسي، وقال 35% بأن ذلك صحيح إلى حد ما، وأجاب 2.5% بـ "لا" على ذلك.
- أجاب 85% من القائمين بالاتصال في الشروق اليومي بـ "نعم" على جنوح الصحافة الجزائرية الخاصة إلى الإثارة، ورأى 15% منهم أن ذلك صحيح إلى حد ما، ولم ينف ولا صحفي واحد ذلك.
- أجاب 50% من الصحفيين بـ "نعم" على اتسام أخبار الصحافة الجزائرية الخاصة بالروتينية والسطحية، وقال 45% بأن ذلك صحيح إلى حد ما، ونفى 5% صحة ذلك.

- ذكر 40% من المبحوثين ميل أخبار الصحافة الجزائرية الخاصة إلى الدعاية الشخصية إلى حد ما، وقال 35% منهم أن ذلك صحيح، ونفى 25% ذلك.
- عبر 50% من صحفيي يومية الشروق عن عدم جدية تصريحات المسؤولين للصحف، وأجاب 37.5% بأن ذلك صحيح إلى حد ما، وقال 12.5% بأن ذلك غير صحيح.
- أجاب 42.5% من القائمين بالاتصال عن عدم وضوح السياسة التحريرية للصحافة الجزائرية الخاصة إلى حد ما، وأجاب 32.5% بـ "نعم" على ذلك، وقال 25% بأن ذلك غير صحيح.
- أجاب 45% من القائمين بالاتصال بأن الصحافة الجزائرية الخاصة تحاول فرض الوصاية الأبوية على القراء إلى حد ما، ونفى 30% ذلك، وأجاب 25% بـ "نعم" على ذلك.
- عبر 47.5% من الصحفيين عن تمحور أخبار الصحافة الجزائرية حول المصادر الرسمية إلى حد ما، وأجاب 30% بـ "نعم" على ذلك، وقال 22.5% بأن ذلك غير صحيح.
- أجاب 50% من القائمين بالاتصال بـ "لا" عن خلو أخبار الصحافة الجزائرية الخاصة من الفائدة، وقال 35% بأن ذلك صحيح إلى حد ما، وأجاب 15% بـ "نعم" على ذلك.
- قال 50% من صحفيي يومية الشروق بتراخي القائمين بالاتصال في الصحافة الجزائرية الخاصة عن القيام بأدوارهم إلى حد ما، ونفى 27.5% ذلك، وأجاب 22.5% بـ "نعم" على ذلك.
- رأى 77.5% من صحفيي يومية الشروق، و47.5% من نظرائهم بجريدة الخبر، أن الصحافة الجزائرية الخاصة تقدم جزء من الحقيقة، وقال 85% من القائمين بالاتصال في يومية الشروق، و67.5% من نظرائهم في جريدة الخبر، أن

الصحافة الجزائرية الخاصة تجنح للإثارة، فضلا عن عدم جدية تصريحات المسؤولين للصحف، حيث عبر عن ذلك 50% من صحفيي يومية الشروق، و52.5% من نظرائهم بجريدة الخبر.

• كما وافق صحفيو يومية الشروق على خضوع الصحافة الجزائرية الخاصة للمتغير السياسي بنسبة 62.5%، وقال 57.5% من القائمين بالاتصال في الخبر أن ذلك صحيح إلى حد ما.

• وأجاب 50% من صحفيي يومية الشروق بـ "نعم" على أن أخبار الصحافة الجزائرية تتسم بالروتينية والسطحية، وأجاب 47.5% من صحفيي الخبر أن ذلك صحيح إلى حد ما. ورأى القائمون بالاتصال في صحف الدراسة، أن الأخبار التي تنشرها الصحافة الجزائرية الخاصة تميل إلى حد ما إلى الدعاية الشخصية، حيث عبر عن ذلك 40% من صحفيي يومية الشروق، و42.5% من نظرائهم في جريدة الخبر، فضلا عن عدم وضوح سياستها إلى حد ما حيث قال بذلك 52.5% من صحفيي جريدة الخبر، و42.5% من نظرائهم في الشروق اليومي، بالإضافة إلى محاولتها فرض الوصاية الأبوية على القراء إلى حد ما وذلك بنسبة 45% في كلا الصحيفتين.

• وعبر 42.5% من القائمين بالاتصال في جريدة الخبر، و45.5% من نظرائهم في الشروق اليومي على تمحور الصحافة الجزائرية الخاصة حول المصادر الرسمية إلى حد ما، وعبر 45% من صحفيي الخبر، و50% من نظرائهم في يومية الشروق عن تراخي القائمين بالاتصال عن القيام بأدوارهم إلى حد ما، ويكمن الاختلاف الوحيد في تصور الصحفيين لأداء الصحافة الجزائرية الخاصة في عنصر خلو أخبارها من الفائدة، حيث اعترض على ذلك 50% من القائمين بالاتصال في صحيفة الشروق اليومي، بينما اعتبر 50% من صحفيي الخبر أن ذلك صحيح إلى حد ما.

تؤكد النتائج الخاصة بهذا السؤال ما تم التوصل إليه في الدراسة، حيث رتب صحفيو مجتمع البحث الضغط من السلطة من الضغوط القوية جداً على عمل الصحفي، فضلاً عن أن الإثارة والتشويق تعد من القيم الخبرية المهمة جداً في انتقاء ونشر الأخبار.

وأوضحت النتائج أن القائمين بالاتصال في الصحافة الجزائرية الخاصة يرون أن السياسة التحريرية لصحفهم غير واضحة، حيث تعذر على الكثير منهم الإجابة عن هذا السؤال، كما أظهرت نتائج ترتيب الصحفيين لمصادر أخبارهم تمحورها حول المصادر الرسمية، حيث تصدر ترتيب وكالة الأنباء قائمة مصادر صحفيي يومية الشروق، وجاء في المرتبة الثانية الوزارات والهيئات، بينما تقدمت الوزارات والهيئات على وكالة الأنباء في صحيفة الخبر.

وتشير النتائج السابقة إلى انتقادات حادة من قبل الصحفيين لأعمالهم، ما يبين تبنى جهات نظر واحدة، وعدم وضوح رسالتهم، وجنوح الصحافة الجزائرية الخاصة للإثارة وروتينية وسطحية المواد التي ينشرونها، فضلاً عن ظاهرة الوصاية التي يمارسها الصحفيون على أساس أنهم أكثر وعياً من رجل الشارع، مما يفسر تراجع مصداقية الصحافة الجزائرية الخاصة، خاصة وأنها تبقى المنفذ الوحيد الذي يعتمد عليه في تطور الصحافة الجزائرية بصفة عامة في ظل انعدام التعددية الإعلامية في مجال السمعى - البصري، وحتى لا تغلف الصحافة الجزائرية الخاصة بغطاء النظام.

ثالثاً - مدى التأثير بمناخ التعددية الإعلامية.

فيما يتعلق بالسؤال رقم (42) أوضح أكثر من نصف مجتمع البحث أن الصحافة الجزائرية الخاصة نجحت وإلى حد كبير في طرح وتغطية أحداث ومواضيع كان يتم تجاهلها في مرحلة ما قبل التعددية، أي في ظل سياسة الحزب الواحد، وأنه من بين مظاهر التعددية ظهور النقد والرأي الآخر، وحصول الصحافة على قدر من الاستقلال عن السلطة، حيث تمكنت الصحافة الجزائرية الخاصة من كسر العديد من الطابوهات التي كانت مصنفة حسب تعبير بعض الصحفيين في خانة الممنوعات خاصة فيما يتعلق بتجاوزات المسؤولين على مستويات شتى، كما استطاعت الصحافة في ظل مناخ التعددية من مناقشة مشاريع الحكومة بطريقة صريحة، ومتابعة سير وتسيير مؤسسات الدولة، فضلا عن التطرق إلى بعض المواضيع كتلك المتعلقة بالشؤون الخارجية والمواضيع الأمنية، والتي كانت في وقت مضى تعد من الخطوط الحمراء التي لا يمكن تجاوزها، بالإضافة إلى تناولها لقضايا الاختلاس والرشوة والفساد، والإرهاب، وصراع السلطة، وهي من المواضيع التي كان يمنع مجرد ذكرها في عهد الأحادية.

ويرى الصحفيون أن الصحافة الجزائرية الخاصة قد تأثرت بمناخ التعددية الإعلامية، وأن ذلك قد انعكس في تناولها لبعض المواضيع التي كانت محظورة في وقت سابق، ومن ثم إمكانية ظهور آراء مغايرة لآراء النظام، مما يفسر زيادة في هامش الحرية.

بيد أن نسبة كبيرة لم توافق على أن التعددية الإعلامية في الجزائر قد أدت إلى زيادة حرص الصحافة على تدعيم مصداقيتها أو كشف الفساد، ولم تتمكن من تغطية العديد من المواضيع التي تهم المواطن وتشغل بال الرأي العام وذلك لأسباب تتعلق بالقيود التي تضعها السلطة في وجه الصحفي كصعوبة

الوصول إلى مصادر المعلومات، واستمرار وجود الرقابة على المنتج الإعلامي، فضلا عن أنها بقيت موالية للسلطة بطريقة غير مباشرة، ويرى أصحاب هذه النظرة أن التعددية الإعلامية في الجزائر هي مجرد أرقام، أما المضمون فإنه لا يختلف عن مضامين صحافة القطاع العام خاصة في التعاطي مع الواقع السياسي، وأن حرية الإعلام مقصورة على أقسام دون أخرى.

وترى فئة ثالثة أنه إذا سلمنا بأن الصحافة الجزائرية الخاصة قد قطعت أشواطاً كبيرة في سبيل خدمة الجمهور والرسالة الإعلامية، فذلك يعود بالدرجة الأولى إلى غياب التعددية الإعلامية في مجال السمع - البصري، وخلو الساحة الإعلامية من صحف المعارضة، حيث بقي المجال مفتوحاً أمام الصحف الخاصة لتغطية هذا النقص، وأنه إذا سلمنا بأنها نجحت في كسر العيد من الطابوهات، فإنها انحازت لخدمة مصالحها الشخصية ولو على حساب القارئ، وخدمة المصادر وعدم المساس بالنافذين مالياً وسياسياً، وهذا ما يتفق مع إجابات الصحفيين عن السؤال المتعلق بالمواضيع التي لا تنشر في صحيفتهم ويرون أنها صالحة للنشر.

وترى الفئة الرابعة أن الصحافة الجزائرية قبل التعددية كانت أهم بكثير من الممارسات الحالية التي أضرت بالمهنة، حيث انصرفت عن أداء دورها الحقيقي وأضحت مؤسسة تجارية بالدرجة الأولى، تبحث عن الإثارة وربح المزيد من الأموال، سواء عن طريق كسب رضا المعننين أو عن طريق إرضاء المسؤولين في السلطة، أو الاثنين معاً.

وتعد هذه التصورات عموماً غير إيجابية عن الدور الذي تلعبه الصحافة الجزائرية في إطار مناخ التعددية الإعلامية.

نتائج الدراسة الميدانية.

- أظهرت نتائج الدراسة الميدانية ارتفاع نسبة الصحفيين الذكور في صحف الدراسة (الخبر 77.5%، والشروق اليومي 60%)، عن نسبة الصحفيين الإناث في كلا الجريدتين، حيث بلغت 22.5%، و 40% على التوالي، مما يؤثر على نوعية الأخبار المنتقاة وعلى القيم الخبرية المتبناة من كلا الجنسين.
- اتضح أن نصف مجتمع البحث في صحف الدراسة (الخبر، والشروق اليومي) من الفئة العمرية التي يتراوح سنها من 30 إلى 40 سنة وذلك بنسبة 50% و 52.5% على التوالي، وهو ما يشير إلى أن معظم القائمين بالاتصال من الفئات القادرة على العمل، فضلا عن أنها من الشريحة التي تتمتع بخبرة في مجال العمل الإعلامي.
- تبين أن نسبة الصحفيين المتزوجين بلغت 67.5% في جريدة الخبر، و 50% في الشروق اليومي، وفي ذات الوقت فإن نسبة الصحفيين غير المتزوجين كانت كبيرة أيضا، حيث بلغت في كلا الصحيفتين (الخبر، والشروق اليومي) 32.5%، و 47.5% على التوالي، وتؤثر الحالة الاجتماعية للقائمين بالاتصال على مواقفهم وتوجهاتهم العامة ومن ثم على اختياراتهم ومعاييرهم الصحفية، وهو ما قد ينعكس على عملية انتقاء ونشر المواد الخبرية.
- تبين أن معظم القائمين بالاتصال في صحف الدراسة (الخبر، والشروق اليومي) من الحاصلين على ليسانس في علوم الإعلام والاتصال، وذلك بنسبة 55%، و 57.5% على التوالي، وهو ما يعد مؤشرا إيجابيا باعتبارهم أكثر قدرة على تفهم متطلبات العمل الصحفي، وأكثر ثقة باختياراتهم وقراراتهم الصحفية، وفي ذات الوقت نجد نسبة الصحفيين الحاصلين على شهادات في تخصصات أخرى بلغت 45% في صحيفة الخبر، و 42.5% في الشروق اليومي،

وهو ما يفسر دخول بعض الصحفيين من غير المؤهلين لميدان الصحافة، مما يؤثر على طبيعة العمل الإعلامي.

• أظهرت نتائج الدراسة ارتفاع نسبة الذين تتراوح خبرتهم من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات في يومية الشروق (42.5%)، في حين نجد أن النسبة المرتفعة عند صحفيي الخبر هم الذين تتراوح خبرتهم في الميدان من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة (30%)، وتنعكس خبرة الصحفي على إدراكه لما هو مطلوب منه بطريقة جيدة، وسريعة، إذ لا يتطلب من الصحفي ذي الخبرة مجهود كبير في فهم طبيعة العمل الصحفي.

• كشفت الدراسة أن نسبة الصحفيين المستفيدين من دورات تدريبية في كلا الصحيفتين (الخبر، والشروق اليومي)، بلغت 45%، و57.5% على التوالي، وتعكس هذه النتائج أن أغلب صحفيي الخبر (55%) لم يحصلوا على تدريبات في المجال الإعلامي، ووصل عدد الذين لم يستفيدوا من دورات تدريبية في جريدة الشروق اليومي 42.5%، وهو ما يفسر بصفة عامة نقص في فرص التدريب المتوفرة أمام الصحفيين، مما قد ينعكس على استفادة القائمين بالاتصال من التطورات الحاصلة في مجال الصحافة.

• تبين أن معظم التدريبات التي استفاد منها القائمون بالاتصال أشرفت عليها الدول الأوروبية والولايات المتحدة الأمريكية، ما قد يسفر عن تأثر الإعلام الجزائري بخصائص ومميزات الإعلام الغربي.

• تشير نتائج الدراسة الميدانية إلى إتقان صحفيي الخبر، والشروق اليومي للغة الفرنسية بالدرجة الأولى، تليها اللغة الانجليزية، ثم الاسبانية، وأخيرا اللغة الألمانية، ويعد معرفة القائمين بالاتصال للغات الأجنبية مؤشرا ايجابيا إذ يمكنهم ذلك من الاستفادة من مختلف الخبرات، فضلا عن انتقاء ما يتلاءم واحتياجات المجتمع الجزائري.

• اتضح أن معظم الصحفيين يعتمدون في مصادر دخلهم على روايتهم الشهرية، كما أعربت نسبة كبيرة منهم عن عدم رضاهم عن العائد المادي، أو عن رضاهم إلى حد ما، وهو ما يتفق مع ترتيب الصحفيين للموارد المادية حيث صنفها صحفيو الخبر على أنها من الضغوط القوية جدا وعدت ذات تأثير متوسط بالنسبة للقائمين بالاتصال في الشروق اليومي، مما يؤثر سلبا على أداء الصحفيين لعملهم.

• تبين اختيار أغلبية القائمين بالاتصال في صحف الدراسة للعمل الصحفي عن قناعة، مما قد ينعكس إيجابا على مردود الصحفيين في العمل، وعلى المهنة بصفة عامة.

• تبين أن التجربة تصدرت أساليب حصول القائمين بالاتصال على عملهم في صحف الدراسة، ويعد ذلك مؤشرا إيجابيا للالتحاق بمهنة الصحافة، لكن هذا لا يفي أن البعض منهم أعربوا صراحة عن تدخل المعارف والعلاقات الخاصة في الحصول على وظائفهم، ما قد ينعكس سلبا على مهنة الصحافة.

• اتضح وجود توجهات إيجابية إزاء الطريقة المثلى التي ينبغي إتباعها للالتحاق بمهنة الصحافة، حيث تبين أن هناك شبه إجماع على ضرورة حصول الصحفي على المؤهل الجامعي في علوم الإعلام والاتصال، فضلا عن التجربة في الميدان، ورأت فئة ثانية من القائمين بالاتصال في صحف الدراسة ضرورة إجراء مسابقة للالتحاق بمهنة الصحافة، في حين رأت فئة ثالثة أن أفضل طريقة للالتحاق بهذه المهنة يكمن في نسج علاقات شخصية مع المسؤولين على المؤسسات الإعلامية، وهو ما يؤدي إلى دخول عدد كبير من غير المؤهلين إلى العمل الإخباري.

• تبين أن موهبة الصحفي، وخبرته (وإن تقدمت الخبرة عن الموهبة بالنسبة لصحفيي الشروق اليومي)، ونوعية إنتاجه، ودراسته، وارتباطه بالقراء،

وارتباطه بالسلطة، تُعد بالترتيب عوامل مهمة في تصور القائمين بالاتصال لنجاح الصحفي - كما ينبغي- ولكن في ذات الوقت أوضحوا بأن نجاح الصحفي - حاليا - يتوقف بالدرجة الأولى على علاقته الشخصية خارج المؤسسة، مع تراجع عوامل مهمة في تقرير نجاح الصحفي حاليا مثل مدى ارتباطه بالقراء.

• وعن تصور الصحفيين لماهية الخبر الصحفي، اتضح تبنيهم للتعريف الذي يشمل أبعادا تنموية، أي أن مجاله يمكن أن يمتد للاهتمام بالقضايا والمشروعات التنموية كعمليات وليس كأحداث، وهو ما يؤكد الانفصال الواضح بين المفهوم النظري الذي يتصورونه، وبين واقع الممارسة العملية. وعن مفهوم القيم الخيرية لدى القائمين بالاتصال في صحف الدراسة، تبين أنه صعب على الكثير منهم تحديد معنى القيم الخيرية، وظهر الخلط واضحا بين مفهوم القيم الخيرية، صفات الخبر وطريقة بنائه.

• وعن نوعية الأخبار التي لا تنشرها صحف الدراسة، فتتعلق أساسا بالأخبار التي تمس بالحياة الشخصية للأفراد، والقيم الدينية والأخلاقية للمجتمع الجزائري، أو تلك التي تهدد وحدة التراب الوطني، والتي تمس باستقرار المجتمع الجزائري، بالإضافة إلى أخبار الفضائح والجرائم.

• وعن نوعية الأخبار التي تنشرها صحف الدراسة التي يرى القائمون بالاتصال عدم نشرها، انتقد الصحفيون نشر الأخبار الشخصية، والأخبار المثيرة والمبتذلة، والفضائح الأخلاقية، إلى آخر انتقاداتهم للممارسات الإخبارية بصحفهم، والتي تنتفي أحيانا مع قواعد المهنة وتقاليدها، ولا تتفق مع قيم الصحافة المسؤولة، وتكشف عن عدم رضا الصحفيين عما يقومون به من أعمال، ومن ثم درجة اقتناعهم بما يقدمونه من إنتاج صحفي.

• زادت نسبة القائمين بالاتصال المتبنين لدور الناقل في صحف الدراسة، وهو دور سلبي يجعل الصحفي مجرد موزع بريد، ناقل للمعلومة، دون محاولة

الاجتهاد أو الشرح أو تفسير الأسباب والخلفيات، ووضع الأخبار في سياقها العام، وسيطرة نموذج الاتصال الرأسي على العمل الصحفي، وهو ما كشف عنه تحليل المضمون حيث جاءت نسبة الأخبار المجردة - التقريرية مرتفعة مقارنة مع نسبة الأخبار التفسيرية والملونة، ولكن هذا لا ينفي إدراك الصحفيين لأهمية الدور النقدي للإعلام.

• وعن تصور القائمين بالاتصال للقيم الخيرية السائدة في صحف الدراسة، ولكيفية معالجتها، من خلال إجاباتهم على طريقة نشر بعض الأخبار في صحفهم، وتصورهم للطريقة التي ينبغي نشرها بها، اتضح أن ثمة تباينا إلى حد ما في الرؤى بين الصحفيين وبين السياسات التحريرية لصحفهم حول معايير الاختيار ونشر الأخبار، ويظهر ذلك في محاولة القائمين بالاتصال تكييف خياراتهم مع التوجهات الأساسية لصحفهم حيث أجاب صحفيو الجريدتين (الشروق اليومي، والخبر) بـ 70%، و 55% على التوالي، أنهم يحاولون التوفيق بين متطلبات العمل الإعلامي ووجهة نظرهم وآرائهم في حالة وجود تناقض بينهما، مما يفسر استعداد الصحفيين للتنازل عن بعض قناعاتهم لصالح المؤسسة التي يعملون بها.

• رتب القائمون بالاتصال دور رئيس التحرير في مقدمة العوامل التي تحدد أولويات النشر، وهو أمر يعكس مركزية السلطة داخل صحف الدراسة، حيث يتحكم رئيس التحرير في تقرير الأخبار المرشحة للنشر.

• وعن موقع الصحفي بين العوامل التي تتحكم في نشر الأخبار، أوضح الصحفيون بأن دورهم محدود في إطار عوامل أخرى ذات أولوية، حيث جاء دور الصحفي في الترتيب الأخير، بعد عوامل أخرى كرئيس التحرير، وسياسة الصحيفة، ورئيس القسم، وطبيعة الأحداث ذاتها، التي تتدخل في تحديد أولويات الأخبار، مما يؤدي إلى تحجيم دور الصحفي وإلى الحيلولة بينه وبين الدعوة لأفكاره واتجاهاته في الصحيفة التي يعمل بها، وهو أمر لا يدفعه

إلى الابتكار، ويجعله يؤدي عملا روتينيا. كما كشفت إجابات الصحفيين عن تراجع دور الصحفي في تقرير نشر المواد الخيرية كما هي، فضلا عن تعرض المادة الخيرية إلى مراجعات كثيرة، تتفق مع توجهات المسؤولين.

• وعن رؤية الصحفيين للجوانب التي يجب مراعاتها عند انتقاء وجمع الأخبار ونشرها، تبين تركيز القائمين بالاتصال على المبادئ والأخلاقيات المهنية التي تحرص على أن تكون المعلومات من مصدر موثوق به، وعلى الموضوعية، والدقة، و الأمانة في نقل المعلومات، في حين كشفت الدراسة الميدانية عن تراجع الاهتمام بمراعاة قيم المجتمع وتقاليد في عملية انتقاء ونشر الأخبار.

• وعن رؤية الصحفيين لأكثر الأخبار التي تجد طريقها للنشر في صحف الدراسة، اتضح أن الأخبار التي تمس اهتمامات الجمهور واحتياجاته جاءت في المرتبة الأولى، مع تراجع الاهتمام بالأخبار التي تترك تأثيرا اجتماعيا أو سياسيا أو تلك التي لم تنشرها صحافة القطاع العام، كما أوضحت النتائج اهتمام صحفيي الخبر بالأخبار التي ترتبط بسياسة الدولة، في حين يولي صحفيو الشروق اليومي أهمية للأخبار التي ترتبط بسياسة صحيفتهم.

• وعن نوعية القيم الخيرية في صحف الدراسة، اتضح وجود تقارب كبير بين تصور صحفيي الخبر والشروق اليومي للقيم الخيرية، حيث عُدت الإثارة والتشويق وما يناسب سياسة الصحيفة، وما يهم عددا كبيرا من الناس، من القيم المهمة جدا بالنسبة للقائمين بالاتصال في كلا الصحيفتين، كما صنفت قيمة الصلة والقرب، والغرابية والطرافة من القيم المهمة إلى حد ما، وفي الوقت الذي اعتبر فيه صحفيو الخبر قيمة الصراع، وقيم المجتمع فضلا عن ما يكشف انحرافا ما من القيم المهمة جدا، صنفها صحفيو الشروق اليومي على أنها من القيم المهمة،

بينما رتب القائمون بالاتصال في جريدة الشروق اليومي قيمة الشهرة على أنها من القيم المهمة، عُدت بالنسبة لصحفي الخبر مهمة إلى حد ما.

• وعن تأثير عامل حصة الأخبار والمساحة في تحديد ما ينشر، أجاب 50% من صحفيي الخبر، و47.5% من نظرائهم في يومية الشروق، بأن المساحة المخصصة بصحفيهم لنشر المادة الخبرية، تتحكم في نشر الأخبار، وهو ما يؤدي إلى نشر أخبار، وتجاهل نشر أخرى قد تكون مهمة، كما قد تمثل قضية توفير مساحات للنشر مجالاً للصراع والخلافات بين الأقسام والصحفيين، وقد تتعرض المساحة المخصصة للأخبار للضغط بفعل تزايد مساحة الإشهار المتوافرة، وهو ما يسفر في النهاية عن منتج إخباري تمت غربلته ودمجه واختصاره وحذف أجزاء منه... الخ لتتفق مع المساحة المخصصة له.

• وعن قنوات القائمين بالاتصال في صحف الدراسة للحصول على الأخبار، اتضح أن الصحفيين يعتمدون بدرجة كبيرة على المصادر الرسمية والروتينية للحصول على الأخبار، حيث تصدرت الهيئات والوزارات ترتيب صحفيي الخبر لمصادرهم، ورتب القائمون بالاتصال في الشروق اليومي وكالة الأنباء في المرتبة الأولى، وهو ما يوضح اعتماد المحررين في صحف الدراسة على المصادر الرسمية، وهو ما يعني كذلك غلبة طرح الرؤى الرسمية للأحداث، وتقليل فرص التعددية في المصادر وفي الآراء المطروحة، فضلاً عن أن الاعتماد على المصادر الرسمية يسفر عن روتينية المادة الخبرية وتكرارها، هذا ما تؤكد تصورات الصحفيين لأدوارهم إزاء المصادر حيث أوضح (62.5% من القائمين بالاتصال في الخبر، و55% من نظرائهم في الشروق اليومي) أن دورهم يتمثل في نقل ما يصرح به المصدر، كما اعتبر 37.5% من محرري صحيفة الشروق اليومي أن ضغط المصادر يعد قويا، بينما يرى صحفيو الخبر أن المصادر تمارس ضغطاً محدوداً، فضلاً عن أن القائمين بالاتصال

أعطوا للمصادر أولوية (40% من صحفيي الخبر، 42.5% من نظرائهم في الشروق اليومي) من بين العوامل التي تتحكم فعليا في النشر، كما أقرّ 65% من الصحفيين في كلا الجريدتين من أن إرضاء القائمين بالاتصال للمصدر يضر كثيرا بسمعة الصحافة.

• أوضحت نتائج الدراسة الميدانية محدودية مشاركة الصحفي في صياغة السياسة التحريرية ووجود فجوة بين الصحفيين ورؤسائهم، مما يفسّر عجز أغلبية القائمين بالاتصال في صحف الدراسة عن تقديم توصيف لأهم ملامح السياسة التحريرية، ووجود خلط في المعلومات والمفاهيم والرؤى في ذات الصحيفة حول دلالة المقصود بالسياسة التحريرية، وإلى غموضها لدى البعض، مما يؤثر على مدى استيعاب الصحفيين لمهامهم ويؤكد خضوعهم لسياسة صحفهم بما في ذلك المعايير السائدة في اختيار وانتقاء الأخبار، وقد عدت سياسة التحرير من المعايير التي تتحكم في نشر الأخبار.

• تبين من نتائج الدراسة الميدانية أنّ السلطة تعدّ من العوامل التي تمارس ضغطاً قوياً على القائمين بالاتصال، إذ يتم هذا التأثير بشكل غير مباشر على الصحفيين، عن طريق رؤساء التحرير والتوجيهات، ومنه يمكن القول أن العامل السياسي يأتي في مقدمة العوامل التي تشكل منظومة القيم الخبرية في صحف الدراسة، كما احتل عامل الارتباط بالسلطة المرتبة الثانية من بين عوامل نجاح القائم بالاتصال حالياً في يومية الشروق، في حين جاء هذا العامل في المرتبة الأخيرة في جريدة الخبر. ويظهر تأثير عامل السلطة من خلال احتكارها للمعلومات، حيث تتحكم المصادر الرسمية في حصول القائمين بالاتصال على المعلومات، رغم ما يُشاع عن مناخ الانفراج وهامش الحرية وعدم ملكية الدولة لصحف الدراسة. كما اتضح أن عامل نقص الموارد والإمكانيات يعدّ من

الضغوط القويّة جدًّا على صحفيي الخبر، في حين اعتبر من الضغوط المتوسطة التأثير على القائمين بالاتصال في الشروق اليومي.

• أوضحت نتائج الدراسة الميدانية، أنّ تأثير الزملاء في العمل محدود على عملهم، كما أجاب 40% من صحفيي الخبر، و37.5% من نظرائهم في الشروق اليومي، بأنّ الصراع على الترقية محدود، وهو ما يؤدي إلى زيادة روح الفريق والشعور بالانتماء، ومن ثم التأثير في صنع القرار داخل جرائدهم، وعلى المستوى العام.

• وفيما يتعلق بدور رؤساء العمل في توجيه العمل الإخباري، أوضحت إجابات الصحفيين أنّ رؤساء العمل يمارسون ضغطا متوسطا، لكنهم يلعبون دورا مهماً في تحديد ما ينشر من أخبار، كما أوضحت الدراسة الميدانية وجود تصور سلبي لدى القائمين بالاتصال عن رؤسائهم في العمل، يتجسد في محدودية التفاهم والتعاون بينهم، ومحدودية مناقشة المضمون الإخباري معهم، أو تقديم انتقادات ايجابية، مما يؤثر على جودة العمل الصحفي ودقته، وعلى تهيئة مناخ جيد لإنتاج مضمون مؤثر وفعال.

• أظهرت النتائج وجود حالة من عدم الرضا التام عن سياسة تقدير الكفاءات الصحفية في صحف الدراسة، حيث لم ير سوى 20% من صحفيي الخبر، و7.5% من نظرائهم في الشروق اليومي، أن رؤساءهم يوفرون معايير موضوعية للمكافأة بدرجة كبيرة، وهو ما يؤدي إلى فقدان الحماس لبذل الجهد في العمل وتجويد الأداء المهني.

• أظهرت نتائج الدراسة الميدانية توزيع الصحفيين على مناطق وجهات دون سواها وخاصة الجهات الرسمية التي غالبا ما يتركز توزيع الصحفيين عليها، وهو ما يعني سيادة أخبارها على غيرها من الجهات، وهو ما أوضحته أيضا نتائج تحليل المضمون، حيث تصدرت الأخبار السياسية باقي الأنواع في جريدة

الخبر، وجاء هذا النوع من الأخبار في المرتبة الثانية بعد الأخبار الاجتماعية في صحيفة الشروق اليومي، وهي نوعية من الأخبار تستقى غالباً من المصادر الرسمية، ومن جهات معينة، فضلاً عن اهتمام صحف الدراسة بتغطية أحداث المناطق الوسطى بسبب قرب الجرائد من الأحداث التي تقع بها، كما اتضح أن نسبة كبيرة من الأخبار التي تنتشر هي من الأخبار المعروفة مسبقاً، وهي من الأخبار المتوقع حدوثها، وهو ما كشف عنه تحليل المضمون، إذ غلبت التغطية التسجيلية (التقريرية) للأحداث على ما عداها من أنواع التغطية الصحفية، ومن ثم يتم تغطيتها بشكل روتيني وبزوايا محددة من قبل، تتفق غالباً مع السياسة التحريرية للصحيفة، وهو ما يوجه المادة الصحفية سواء من حيث نوعية الحقائق المطروحة أو القيم المتبناة، كما ذكر معظم الصحفيين أنهم يفضلون الأخبار المباشرة والسريعة، وهو ما كشفه تحليل مضمون المواد الخيرية المنشورة في صحف الدراسة حيث غلبت الأخبار البسيطة على المضمون الإخباري، وهي أخبار سهلة الحصول عليها، وتتناول غالباً أحداثاً وليس عمليات.

• إن الإجراءات الروتينية تؤدي إلى افتراض وقوع الأخبار في أماكن محددة، وليس في غيرها، وأن القراء مهتمون بأحداث في أماكن محددة، وبأنشطة هيئات بذاتها، وموضوعات معينة، كما يكشف توزيع الصحفيين على المصادر عن وجود فجوات جغرافية (تغطية مناطق جغرافية دون سواها)، وفجوات مكانية (تغطية جهات معينة داخل المدينة مثلاً دون غيرها)، وفجوات زمنية (تغطية فترات معينة من الوقت دون غيرها)، مما يؤدي إلى إعطاء صورة متكررة من أحداث، يتم تغطيتها غالباً، ومن أماكن معروفة، ومن زوايا مألوفة، وبطرق معادة، ومن مصادر معينة، وعن شخوص بعينهم، وقد يؤدي ذلك إلى إهمال أو تغافل أو تناسي الصحفي للأبعاد والدلالات الاجتماعية للحدث... الخ،

والأهم أنها تعطي صورة تتسق مع بناء القوة السائدة في المجتمع، وتعزز استمرار المؤسسات القائمة، وتعوق عملية التغيير في المجتمع.

• وعن مدى موضوعية الأخبار المنشورة في صحف الدراسة، وافق 50% من صحفيي الخبر، و45% من نظرائهم في الشروق اليومي على أن القناعة السياسية للمحرر تمنعه من أن يكون موضوعيا في عمله، كما رأى 47.5% من صحفيي الخبر و77.5% من نظرائهم في يومية الشروق، أن الأخبار التي تنشرها صحفهم تقتصر على تقديم جانب واحد من الحقيقة.

• اتضح من نتائج الدراسة الميدانية، أنه بينما يرى القائمون بالاتصال أن الجمهور يعد من بين المحددات الأساسية للقيمة الخبرية، إلا أنهم لا يتمتعون بمعرفة كافية عن نوعية الجمهور الذي يخاطبونه، ويكتفون بتكوين صورة ذهنية عنه تمثل في معظمها نظرة محدودة.

• وعن اهتمامات واحتياجات الجمهور ك معايير للنشر في صحف الدراسة، اتضح أنه بينما قال الصحفيون بأنهم يسعون لتلبية اهتمامات واحتياجات الجمهور، فإن إجاباتهم عن نوعية الأخبار التي تنشر بكثرة في صحفهم، تكشف عن تركيز صحف الدراسة على موضوعات إخبارية معينة، كشف تحليل المضمون تراجع رغبات الجمهور واحتياجاته كأحد المعايير المهمة في تقرير نشر الأخبار والمفاضلة بينها، وهو ما يعني وجود تصور سلبي لدى الصحفيين عن حصاد أعمالهم فيما يتعلق بالاهتمام بالجمهور وقضاياهم ومشاكله.

• وعن الجمهور كمصدر للأخبار، أوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن الجمهور يأتي في المرتبة الثالثة والرابعة بالنسبة لصحفيي الشروق اليومي والخبر على التوالي، كأحد المصادر التي يعتمد عليها الصحفيون في معرفة الأخبار، ويعكس ذلك التوجه الرأسي لتدفق المعلومات من المصدر عبر الصحفي

إلى الجمهور، وهو ما يؤدي في النهاية إلى سيادة رؤى أطراف معينة، وتحويل الجمهور إلى متلقي سلبي لا مشارك.

• وعن ثقة الجمهور في صحف الدراسة في رؤية الصحفيين، رأى 82.5% من القائمين بالاتصال في صحيفة الخبر، و67.5% من نظرائهم في الشروق اليومي بأن الجمهور يثق في صحف الدراسة.

• وعن العلاقة بالجمهور كمقوم لنجاح الصحفي، اتضح أن ارتباط الصحفيين بالقراء كعامل لنجاحهم جاء في المرتبة الخامسة بين عوامل نجاح الصحفيين - كما ينبغي -، بينما جاء في الترتيب الأخير من حيث العوامل التي يرون أنها سائدة - حالياً - كمقوم لنجاح الصحفي، حيث تصدرتها عوامل أخرى، مثل العلاقة الشخصية للصحفي خارج المؤسسة، وهو ما يشير إلى تراجع نظرة الصحفيين للجمهور كأحد العوامل الأساسية في تقرير معايير نشر واختيار المادة الصحفية.

• وعن محاولة لمعرفة تقييم الصحفيين لأداء صحف الدراسة فيما يتعلق بحقوق الجمهور، وجه القائمون بالاتصال انتقادات حادة لأعمالهم، منها تقديمها جزء من الحقيقة، وخضوعها التام للمتغير السياسي، وجنوحها للإثارة، وروتينية الأخبار وسطحيتها، وميل الأخبار إلى الدعاية الشخصية إلى حد ما، ومحاولة القائمين بالاتصال فرض الوصاية الأبوية على القراء إلى حد ما، كما اعترف 50% من صحفيي الخبر بخلو أخبار صحيفتهم من الفائدة، فضلا عن تراخي الصحفيين عن القيام بأدوارهم إلى حد ما، وهو ما لا يساعد على نجاح الصحافة في تعبئة الجمهور وراء القضايا التي تطرحها.

خاتمة:

كشفت الدراسة التحليلية عن تبني صحيفتي الخبر والشروق اليومي لمصفوفة بالقيم الخبرية التي يضعها القارئون بالاتصال في الحسابان في عملية انتقاء ونشر الأخبار الداخلية، والتي ما هي في النهاية إنتاج للعديد من العوامل، سواء كانت داخلية أو خارجية، والتي ساهمت في إبراز بعض الأخبار وحجب البعض الآخر.

وتمثلت القيم الخبرية في صحيفة الخبر، على التوالي، في الضخامة والحجم، الصراع، القرب، السلبية، الأنية والإثارة، الشهرة، الاهتمامات الإنسانية، الأهمية، الإيجابية، المصالحة الوطنية، السيادة الوطنية والتنمية، والغرابة والطرافة.

وجاءت القيم الخبرية مرتبة في يومية الشروق على النحو الآتي: الضخامة والحجم، الصراع، القرب، الإثارة، السلبية، الإيجابية، الشهرة، الاهتمامات الإنسانية، الأنية، الأهمية، المصالحة الوطنية، الغرابة والطرافة، السيادة الوطنية والتنمية.

وعلى الرغم من عدم الاتفاق على مجموعة القيم الخبرية، أو عدم وجودها مكتوبة ومصاغة في صحف الدراسة، إلا أن طريقة تنشئة الصحفي، وتقاليده الصحيفة وسياستها، تساعد في صياغة هذه المنظومة، التي تعكس تأثيراتها على مراحل العمل الصحفي، وتنظيمه، ونمذجته، وتمكن القيم الخبرية التي تعد بمثابة إطارات الاختيار، والاستبعاد، والتأكيد، والتقديم، الصحفيين من معالجة كمية كبيرة من المعلومات بسرعة، وبشكل روتيني.

وقد أصبحت القيم الخبرية من خلال الممارسة، قابلة للتنبؤ بها إلى حد ما، وهي مدونة مع قليل من الاختلاف، في كتب الدراسات الصحفية، ومن الملاحظ

أن هذه القيم الخبرية مؤسسة على اهتمام محدود بالجمهور، وهي تساعد على مضاهاة الحدث بها وقياسه وفقا لها، ومن ثم تسهل على الصحفي أداء مهامه، بشكل روتيني غالبا.

كما إن الإقرار بمصفوفة القيم المتبناة في صحف الدراسة لا يلغي تأثير الأحداث العريضة في إبراز قيم من خلال الاهتمام بها وتقديمها واستبعاد أخرى وحجبها، وهو ما يجعل مسألة التوزيع الرتبي للقيم الخبرية في صحف الدراسة ومستوى الاهتمام بها، ومن ثم طرح مصفوفة معينة من القيم الخبرية، يخضع للعديد من المعطيات المتعلقة بالمؤسسة بالإضافة إلى الإطار السوسولوجي الذي يحدد الضغوطات والمؤثرات التي يتعرض لها القائم بالاتصال والمضمون الذي ينتجه.

كما أن عملية إنتاج الأخبار تتم من خلال عمل مؤسسي تتوزع فيه الأدوار على كافة العاملين في الصحافة، حيث لا يعتمد في جمع الأخبار، واستقائها، وترشيحها للنشر على قرارات فردية من جانب القائمين بالاتصال اللذين يقومون بالتغطية، فهم جزء من مؤسسة لها روتين يومي، وتوزيع للسلطة والمسؤوليات، والتي تقوم بتحديد المعايير والقواعد التنظيمية والروتينية وغيرها من المعطيات التي تقف وراء دفن وحجب بعض الأخبار وترشيح أخرى للنشر، وهو ما يجعل قرارات الصحفيين غير مستقلة ومحكومة بمجموعة من الشروط والمعايير التي تُحدد بشكل مؤسسي.

يضاف إلى ذلك، أن هذه الصحف لا تعمل في فراغ، فهي محكومة بجملة من الشروط والضغوطات التي يفرضها المجتمع الذي تعمل في إطاره ومن خلاله، هذا الأخير الذي يملئ توجهاته ورؤيته للعمل الصحفي في بيئة تحدها القوانين والتشريعات التي تنظم المهنة والتي لا تخرج عن السياسة العامة للبلد الذي تنتشط أو تعمل فيه هذه الصحف، فضلا عن أن الصحف لا تستطيع أن

تنتشر كل ما يقع في العالم من أحداث، ومنه، فإن ما يصل إلى الجمهور هو نسبة قليلة جداً من المعلومات عن قليل جداً من أحداث العالم، وهذه النسبة القليلة جداً تخضع لعمليات انتقائية عبر مستويات متعددة وفي هذه العمليات الانتقائية لا بد أن يتم إهمال الكثير من الأحداث والمعلومات، والتركيز على أحداث ومعلومات معينة، وبالضرورة، فإن هذه العمليات الانتقائية تحمل الكثير من أوجه التحيز وانعدام العدالة.

كما أنه من الصعب أن تصل إلى الجمهور أي قصة خبرية في شكلها الأصلي، حيث تمر هذه القصة من منتجها إلى الجمهور على عدد من حراس البوابات، الذين يقومون بعمليات الحذف والإضافة والتشكيل النهائي لها وخلال الرحلة التي تقطعها القصة الخبرية، فإنها كثيراً ما تتعرض للاختصار، والحذف، والتشويه، والتركيز على معلومات معينة، ومصادر معينة، وإهمال وجهات نظر معينة أو التقليل من أهميتها.

وقد أصبحت هذه الأطارات ضرورية في عالم الصحافة، ولا يمكن تجنبها، كما تساعد في تقرير وتحديد نوعية الموضوعات، التي سيتم نقلها إلى الجمهور، والتي سيتم الاهتمام بها، وتلك التي ستفرض، وزوايا وعناصر المعالجة، وأي الأشخاص سيهتم بهم، وأي الأخبار سيتم التركيز عليها، فهي ستساعد في التنبؤ بما سيجده الجمهور، جذاباً ومهماً.

قائمة المراجع

أ. المراجع باللغة العربية:

أولاً - الكتب:

- 1- السيد بخت محمد درويش: الصحافة المصرية، قيم الأخبار وتزييف الوعي، ط 1 (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1998م).
- 2- _____ : العمل الصحفي في مصر، دراسة سوسيولوجية للصحفيين المصريين، الطبعة الأولى (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1998م).
- 3- ألبرت ل. هستر، واى لان ج. تو: دليل الصحفي في العالم الثالث، ترجمة كمال عبد الرؤوف (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1982م).
- 4- إبراهيم الداوقى: قانون الإعلام (بغداد: مطبعة وزارة الأوقاف والشؤون الدينية، د.ت.ن.).
- 5- إبراهيم عبد الله ألمسلمي: مدخل إلى الصحافة (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1999م).
- 6- إبراهيم عبد الفتاح عبد النبي: جرائم النخبة (القاهرة: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1992م).
- 7- _____ : الأداء المهني للقائم بالاتصال في الصحافة المصرية، دراسة تقويمية للممارسة الإخبارية (القاهرة: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1991م).
- 8- _____ : سوسيولوجيا الخبر الصحفي: دراسة في انتقاء ونشر الأخبار (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1989م).
- 9- إجلال خليفة: علم التحرير الصحفي وتطبيقاته العملية في وسائل الاتصال بالجمهير، ج1، ط1 (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1980م).

- 10- إسماعيل إبراهيم: فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، الطبعة الثالثة (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003م).
- 11- بيار ألبير: الصحافة، ترجمة فاطمة عبد الله محمود (القاهرة: الهيئة العامة للكتاب، 1987م).
- 12- جاك لول: دليل الصحفي في العالم الثالث، ترجمة كمال عبد الرؤوف (مصر: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1992م).
- 13- جلال الدين الحمامصي: المندوب الصحفي (القاهرة: دار المعارف، 1963م).
- 14- جوليان هاريس، ستانلى جونسون: استقاء الأنباء في صحافة الخبر، ترجمة وديع فلسطين (مصر: دار المعارف، 1960م).
- 15- جون هونبرك: الصحفي المحترف، ترجمة فؤاد موسياني (بيروت: دار المؤسسة الأهلية للطباعة، 1960م).
- 16- جيهان رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام (القاهرة: دار الفكر العربي، 1985م).
- 17- جيهان مكاوي: حرية الفرد وحرية الصحافة (القاهرة: الهيئة المصرية للكتاب، 1981م).
- 18- حسن عماد مكاوي: الأخبار الإذاعية والتلفزيونية (القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، 2009م).
- 19- _____: نظريات الإعلام، الطبعة الأولى (مصر: الدار العربية للنشر والتوزيع، 2009م).
- 20- _____: الأخبار في الراديو والتلفزيون (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1989م).
- 21- حمدي حسن: الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام (القاهرة: دار الفكر العربي، 1991م).

- 22- حسنى نصر، سناء عبد الرحمن: الخبر الصحفي، الطبعة الأولى (القاهرة: دار الكتاب الجامعي، 2003م.).
- 23- خالد مجد الدين محمد: صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية، الطبعة الأولى (القاهرة: د. دار نشر، 2007م.).
- 24- خليل صابات: الصحافة رسالة واستعداد وفن وعلم، الطبعة الثانية (القاهرة: دار المعارف، 1959م.).
- 25- ديفيد راندال: الصحفي العالمي، ترجمة معين الإمام ، الطبعة الأولى (المملكة العربية السعودية: مكتبة العبيكان، 2007 م.).
- 26- راسم الجمال: الاتصال والإعلام في الوطن العربي (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1991 م.).
- 27- رحيم مزيد: قناة الجزيرة وصراع الفضائيات، الطبعة الأولى (القاهرة: الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، 2002م.).
- 28- زيجمونت هنبر: جماليات فن الإخراج، ترجمة هناء عبد الفتاح (القاهرة: الهيئة العامة المصرية للكتاب، 1993م.).
- 29- سامي الشريف: النشرات الإخبارية في الإذاعات العربية، المحتوى والشكل، الطبعة الأولى (القاهرة: دار الوزان، 1989 م.).
- 30- ستيوارت ألان: ثقافة الأخبار، ترجمة هدى فؤاد، الطبعة الأولى (القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2008 م.).
- 31- سعيد محمد السيد، حسن عماد مكاي: الأخبار الإذاعية والتلفزيونية (القاهرة: مركز القاهرة للتعليم المفتوح، 1999م.).
- 32- سلوى زكو: العلاقة التاريخية بين الصحافة والسلطة في العراق (بغداد: مطبعة الجمهورية، 1969م.).

- 33- سليمان صالح: صناعة الأخبار في العالم المعاصر، الطبعة الثانية (القاهرة: دار النشر للجامعات، 1998م.).
- 34- سمير محمد حسين: بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ (القاهرة: عالم الكتب، 1996م.).
- 35- سوزان القليني، هبه السمري: إنتاج البرامج للراديو والتلفزيون، ط1 (القاهرة: مكتبة الشباب، 1993م.).
- 36- شاهيناز طلعت: وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، الطبعة الثانية (مصر: مكتبة الأنجلو المصرية، 1986م.).
- 37- صلاح الدين قبضايا: تحرير وإخراج الصحف (القاهرة: المكتب المصري الحديث، 1985م.).
- 38- عبد الجبار داود البصري: الصحافة والرقابة (بغداد: مطبعة الجمهورية، 1969 م.).
- 39- عبد الجواد سعيد ربيع: فن الخبر الصحفي، الطبعة الأولى (القاهرة: دار الفجر للطباعة والتوزيع، 2005م.).
- 40- عبد الحليم موسى يعقوب: الموضوعية والقيم الإخبارية في الإعلام، ط1 (مصر: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2008م.).
- 41- عبد الستار جواد: فن كتابه الأخبار، الطبعة الثالثة (الأردن: دار مجدلاوى، 2001م.).
- 42- عبد العالي رزاقى: الخبر في الصحافة، الإذاعة، التلفزيون والانترنت (الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، 2004م.).
- 43- عبد اللطيف حمزة: المدخل في فن التحرير الصحفي، الطبعة الخامسة (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2002م.).

- 44- _____: الإعلام له تاريخه ومذاهبه، الطبعة الأولى (القاهرة: دار الفكر العربي، 1965م.).
- 45- _____: المدخل في فن التحرير الصحفي، الطبعة الأولى (القاهرة: دار الفكر العربي، د.ت.ن.).
- 46- عبد الله بدران: الخبر الصحفي في منهج الإعلام الإسلامي، الطبعة الأولى (سوريا: دار المكتبي، 2002 م.).
- 47- عبد الله زلطة: فن الخبر، الأسس النظرية والتطبيقات العلمية، الطبعة الثانية (القاهرة: دار الفكر العربي 2004م.).
- 48- عبد النبي خزعل: فن تحرير الأخبار في الإذاعات الدولية بين التوظيف والموضوعية، الطبعة الثالثة (الأردن: الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع ودار الثقافة للنشر والتوزيع، 2003م.).
- 49- عزيز عبده: الإعلام السياسي والرأي العام، دراسة في ترتيب الأولويات (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004 م.).
- 50- فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، الطبعة الرابعة (القاهرة: عالم الكتب، 2000 م.).
- 51- _____: فن الخبر الصحفي، الطبعة الثالثة (القاهرة: عالم الكتب، 1998 م.).
- 52- _____: انهيار النظام الإعلامي الدولي (القاهرة: عالم الكتب، 1991م.).
- 53- _____: مدخل إلى علم الصحافة (القاهرة: عالم الكتب، 1986م.).
- 54- _____: فن الخبر الصحفي، الطبعة الثانية (جدة: دار الشروق، 1984م.).

- 55- ف. فريزر بوند : مدخل إلى الصحافة، ترجمة راجي صهيون (لبنان: مؤسسة بدران وشركاءه، د.ت.ن).
- 56- فوزية دياب: القيم والعادات الاجتماعية (مصر: دار الكتاب للطباعة والنشر، د.ت.ن).
- 57- كارول ريتش: كتابة الأخبار والتقارير الصحفية، ترجمة عبد الستار جواد (الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، 2002 م.).
- 58- كارولين ديانا لويس: التغطية الإخبارية للتلفزيون، ترجمة محمود شكري العدوي (القاهرة: المكتبة الأكاديمية، 1993 م.).
- 59- كرم شلبي: الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية ، الطبعة الأولى (القاهرة: د. دار نشر، 1984 م.).
- 60- لابيير ستيفن اينز وآخرون: لعبة وسائط الإعلام، السياسة الأمريكية في عصر التلفزيون، ترجمة شحده فارح (عمان: دار البشير، 1999 م.).
- 61- ل. جون مارتن، أنجو جروفنر شودري: نظم الإعلام المقارنة، ترجمة علي درويش، الطبعة الأولى (مصر: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1991 م.).
- 62- ليلى عبد المجيد، محمود علم الدين: فن التحرير الصحفي للوسائل المطبوعة والإلكترونية، الطبعة الأولى (القاهرة: دار السحاب للنشر والتوزيع، 2008 م.).
- 63- محمد أحمد بيومي: علم اجتماع القيم (مصر: دار المعرفة الجامعية د.ت.ن).
- 64- محمد الجوهري، حسين الخولي، فاطمة القليني، منى الفرنواي، أفت حسن آغا، السيد عفيفي وآخرون: علم الاجتماع ودراسة الإعلام والاتصال (الإسكندرية: دار المعارف الجامعية، 1992 م.).

- 65- محمد السيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام، الطبعة الأولى (الرياض: دار الرفاعي، 1983م).
- 66- _____: الإعلام والتنمية (القاهرة: دار المعارف، 1979م).
- 67- _____: الصحافة بين التاريخ والأدب (القاهرة: دار الفكر العربي، 1985 م).
- 68- محمد محمد الزلبناني: القيم الاجتماعية، مدخلا للدراسات الأنثروبولوجية والاجتماعية (مصر: مطبعة الاستقلال الكبرى، 1973م).
- 69- محمد سعد إبراهيم: الصحافة والتنمية السياسية (القاهرة: دار الكتب للنشر والتوزيع، 1999 م).
- 70- محمد شفيق: البحث العلمي، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 1996م).
- 71- محمد عبد البديع السعيد: أثر القنوات الفضائية على القيم الأسرية، الطبعة الأولى (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2009م).
- 72- محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام (جدة: دار الشروق للنشر والتوزيع و الطباعة، 2009م).
- 73- _____: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية: الطبعة الأولى (القاهرة: عالم الكتب، 2004م).
- 74- _____: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط.2 (القاهرة: عالم الكتب، 2004م).
- 75- _____: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الطبعة الثالثة (القاهرة: عالم الكتب، 2004م).
- 76- _____: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الطبعة الأولى (القاهرة: عالم الكتاب، 1997 م).

- 77- محمد لعقاب: الصحفي الناجح: دليل عملي للطلبة والصحفيين (الجزائر: دار هومة، 2004م.).
- 78- محرز حسين غالي: إدارة المؤسسات الصحفية و اقتصادياتها في العالم المعاصر، الطبعة الأولى (القاهرة: دار العالم العربي، 2009م.).
- 79- محمد منير حجاب: الإعلام والتنمية الشاملة (القاهرة: دار افجر للنشر والتوزيع، 1998م.).
- 80- محمود أدهم: فن الخبر، الطبعة الثانية (القاهرة: د.دار نشر، 1987م.).
- 81- _____: فن الخبر، سلسلة فنون التحرير بين النظرية والتطبيق (القاهرة: د.ت.ن.).
- 82- محمود منصور هبيرة: الخبر الصحفي وتطبيقاته (الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب، 2004م.).
- 83- مرعى مذكور: الصحافة الإخبارية، الطبعة الأولى (القاهرة: دار الشروق، 2002 م.).
- 84- منى كشيك: القيم الغائبة في الإعلام (مصر: دار فرحة للنشر والتوزيع، 2003م.).
- 85- ميلفن مينتشر: تحرير الأخبار في الصحافة، والإذاعة، والتلفزيون، ترجمة أديب خضور، الطبعة الأولى (دمشق: د.دار نشر 1992م.).
- 86- نصر الدين العياضي: وسائل الإعلام والمجتمع ظلال وأضواء، الطبعة الأولى (العين: دار الكتاب الجامعي، 2004م.).
- 87- _____: مبادئ أساسية في ثقافة الخبر الصحفي (الجزائر: المؤسسة الجزائرية للطباعة، 1994م.).
- 88- نهى عاطف عدلي العبد: صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي، الطبعة الأولى (القاهرة: دار الفكر العربي، 2007م.).

89- نوال محمد عمر: فن صناعة الخبر في الإذاعة والتلفزيون (القاهرة: دار الفكر العربي، 1993م).

90- هاشم حسن تميمي، فلسفة الخبر الصحفي، دراسة لمفهوم القيم الخبرية في الصحافة العراقية، الطبعة الأولى (الأردن: دار ورد الأردنية للنشر والتوزيع، 2008 م).

ثانيا - الرسائل الجامعية :

1- أحمد حسين محمد حسن، مشكلات القائم بالاتصال في الأنشطة الإعلامية وعلاقتها بالرضا الوظيفي والاستفادة الطلابية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة عين شمس - كلية الآداب) عين شمس، 2005 م.

2- أحمد صلاح الدين أحمد نفادي، أخبار الصفحة الأولى: دراسة مقارنة في المضمون والقائمين بالاتصال في صحف الاتحاد والخليج والبيان بدولة الإمارات العربية المتحدة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الإعلام) القاهرة، 1995م.

3- السيد بخيث محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية: دراسة تطبيقية في الصحافة القومية والحزبية خلال 1987-1990، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الإعلام) القاهرة، 1996م.

4- ألفت حسن آغا، القائمون بالاتصال وقضايا التنمية، دراسة ميدانية لعينة من القائمين بالاتصال في المجتمع المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الآداب) القاهرة، 1991م.

- 5- إسماعيل مرزوقة، الاتصال السياسي في ظل التعددية السياسية الإعلامية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الجزائر - معهد علوم الإعلام والاتصال) الجزائر، 1995م.
- 6- بشير الدين مرغاد، الوضعية الاجتماعية والمهنية للصحفيين الجزائريين من 1990 إلى 2005، دراسة مسحية على عينة من صحفيي الصحافة المكتوبة اليومية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الجزائر - كلية العلوم السياسية والإعلام - قسم علوم الإعلام والاتصال) الجزائر 2007م.
- 7- كمال بديع الحاج، تأثير المواد التلفزيونية الأجنبية على إنتاج المواد الثقافية في التلفزيون المصري و السوري في ظل العولمة، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الإعلام) القاهرة، 2002م.
- 8- حسن عماد عبد المنعم مكاوي، دراسة الخدمة الإخبارية التي يقدمها راديو القاهرة ومقارنتها بالخدمة الإخبارية الموجهة من هيئة الإذاعة البريطانية للمستمع المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الإعلام) القاهرة، 1984م.
- 9- خليل إبراهيم فاخر الضمداوي، بيئة العمل الصحفي في العراق، دراسة تحليلية لتأثير العامل السياسي في القائم بالاتصال، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة بغداد - كلية الإعلام) بغداد، 2008م.
- 10- سامي أحمد محمد المهنا، القيم الإخبارية في الصحافة المصرية: دراسة تحليلية مقارنة لصحف الرياض و الشرق الأوسط السعوديتين والأهرام المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة المنيا - كلية الآداب - قسم الإعلام) مصر، 1999م.

- 11- سمير لعرج، القيم الإخبارية في الصحافة الوطنية العمومية المكتوبة باللغة العربية: دراسة تحليلية للأخبار الداخلية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الجزائر - كلية العلوم السياسية والإعلام) الجزائر، 1995م.
- 12- سميرة محمد الدين الشبخاني، أثر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على تطور فنون الكتابة الصحفية: دراسة تطبيقية على الصحافة المصرية والسورية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الإعلام) القاهرة، 1999م.
- 13- سهام محمد عبد الخالق، معايير تكوين أجندة الأخبار الخارجية في نشرة الأخبار في التلفزيون المصري وتأثيرها على اتجاهات الجمهور نحو النشرة والدول مصدر الأحداث، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الإعلام) القاهرة، 2005م.
- 14- شيرين سلامة السعيد، صور الدول الفاعلة في النظام الدولي: دراسة تحليلية لعينة من الصحف العربية في الفترة من سبتمبر 2001 وحتى عام 2003، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الإعلام) القاهرة، 2008م.
- 15- صابر سليمان عسران، القيم الإسلامية التي يتضمنها المسلسل العربي في التلفزيون المصري: دراسة تحليلية لعينة من المسلسلات المذاعة على القناة الأولى، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الإعلام) القاهرة، 1987م.
- 16- عادل فهمي البيومي، البرامج الدينية في التلفزيون المصري ودورها في التنقيف الديني للشباب، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الإعلام) القاهرة، 1991م.
- 17- عبد الأمير مويت الفيصل، المخبر الصحفي في الصحافة العراقية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة بغداد - كلية الآداب) بغداد، 2000م.

- 18- عبد الفتاح إبراهيم محمود عبد النبي، دور الصحافة في تغيير القيم الاجتماعية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة- كلية الإعلام) القاهرة، 1987م.
- 19- عربي محمد المصري، الأخبار السلبية في التلفزيون وعلاقتها بمستوى القلق السياسي للشباب اللبناني، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة- كلية الإعلام) القاهرة، 2007م.
- 20- عماد الدين علي أحمد جابر، القيم الإخبارية في الصحف المصرية من منظور الصحفيين والجمهور، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة المنيا - كلية الآداب - قسم الإعلام) مصر، 2005م.
- 21- عزوق نعيمة، سياسة الوثام المدني بين المبدأ والواقع، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الجزائر -كلية العلوم السياسية والإعلام- قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية) الجزائر، 2006م. ، ص213.
- 22- فاروق ياسين التريكي، دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة- كلية الإعلام) القاهرة، 1998م.
- 23- محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية: دراسة مقارنة للمضمون والقائم بالاتصال في الصحف القومية والحزبية من 1991- 1994، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة- كلية الإعلام) القاهرة، 1996م.
- 24- مطلق سعود المطيري، التغطية الإعلامية للمراسل الأمريكي لقضايا الشرق الأوسط: دراسة تطبيقية على القائم بالاتصال، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة عين شمس - كلية الآداب - قسم الإعلام) مصر، 2007م.
- 25- نائلة عمارة، المادة الإخبارية في كل من إذاعة مونت كارلو و إذاعة الشرق الأوسط، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة- كلية الإعلام) القاهرة، 1989م.

- 26- نشوة سليمان محمد عقل، تقييم نشرات الأخبار فى قناة النيل الإخبارية المتخصصة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الإعلام) القاهرة، 2002م.
- 27- نهى عاطف عدلي العبد، دور النشرات الإخبارية فى القنوات الفضائية العربية فى ترتيب أولويات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية والعربية والدولية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الإعلام) القاهرة، 2006م.
- 28- نهلة عساف عيسى، العوامل المؤثرة على أداء القائم بالاتصال فى الفيلم التسجيلي، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الإعلام) القاهرة، 1996م.
- 29- هاشم حسن التميمي، القيم الإخبارية فى الصحافة العراقية من 1869-1988، رسالة دكتوراه منشورة (جامعة بغداد - كلية الآداب) بغداد، 1996م.
- 30- هبة ألسمري، النشرة الإخبارية باللغة الإنجليزية فى التلفزيون المصري، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الإعلام) القاهرة، 1987م.
- 31- وريدة علي ملياني، عوامل تشكيل القيم الإخبارية فى التلفزيون الجزائري: دراسة حالة النشرة الرئيسية للمدة الزمنية 1998/1/15-1998/3/15، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة بغداد - كلية الآداب - قسم الإعلام) بغداد، 1999م.
- 32- وليد العشري إبراهيم علي، القيم الإخبارية فى الصحافة الإلكترونية المصرية: دراسة تطبيقية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة طنطا - كلية التربية النوعية - قسم الإعلام التربوي) مصر، 2005م.

ثالثا - البحوث والدراسات المنشورة:

- 1- السيد بخيث محمد درويش، مفهوم حراسة البوابة في الدراسات الإعلامية بعد أكثر من نصف قرن: قراءة مقارنة بين البيئة الإعلامية التقليدية والإلكترونية، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية (جامعة المنيا - كلية الآداب - العدد 43 - 2002م.).
- 2- أسماء حسين حافظ، القائم بالاتصال في الصحافة الإقليمية: دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة - كلية الإعلام - العدد العاشر - 2001م.).
- 3- أمال سعد المتولي، دراسة نقدية لتعريف الخبر في الأدبيات العربية، مجلة البحوث الإعلامية (جامعة الأزهر - العدد 8 - 1998 م.).
- 4- أمال كمال، التوجه المهني لدى القائم بالاتصال، المجلة الاجتماعية القومية (القاهرة - المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية - المجلد 30- العدد 2 و3 - 1993 م.).
- 5- أميمة عمران، معوقات الأداء المهني للمراسل الصحفي، دراسة ميدانية على المرسلين المحليين بالصعيد المصري، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة-كلية الإعلام - العدد 3- 2003م.).
- 6- أماني فهمي، أثر الممارسات الإعلامية للعاملين في أخبار التلفزيون على اتجاهاتهم نحو العمل، مجلة البحوث الإعلامية (جامعة الأزهر-كلية اللغة والآداب - العدد 5 - 1996م.).
- 7- سعيد محمد السيد، التشابه الإخباري وأثره في بناء الإجماع الاجتماعي، مجلة الدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والتعمير (القاهرة - المركز العربي للدراسات الإعلامية - العدد 25 - 1988م.).

- 8- سعيد محمد السيد، الضغوط المهنية و الإدارية على القائم بالاتصال، المجلة العلمية لكلية الإعلام (جامعة القاهرة - كلية الإعلام - العدد 1 - 1989م).
- 9- سليمان صالح، إشكالية الموضوعية في وسائل الإعلام، دراسة نقدية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام (جامعة القاهرة - كلية الإعلام - المجلد الثاني - العدد الثالث - 2001م).
- 10- عبد القادر طاش، تأثير القيم الإخبارية والاعتبارات المهنية في تغطية شؤون الإسلام والعرب في وسائل الإعلام الغربية، مجلة الدراسات الإعلامية (جامعة القاهرة - كلية الإعلام - العدد 91 - 1998م).
- 11- عبد الباسط محمد، عرض تحليلي لمفهوم القيمة في علم الاجتماع، المجلة الاجتماعية القومية (جامعة القاهرة - كلية الآداب - قسم علم الاجتماع - العدد الأول - يناير 1970م).
- 12- مرعي مذكور، تأثير الإعلان على العملية التحريرية في الصحف القومية السعودية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة - كلية الإعلام - العدد السادس - 1990م).
- 13- محمد نجيب الصرايرة، التدفق الإخباري الدولي، مشكلة توازن أم اختلاف مفاهيم، مجلة العلوم الاجتماعية (جامعة الكويت - المجلد 17 - العدد 1 - 1989م).
- 14- ناظم المقدادي، المخاطر المرتبطة بأخلاقيات العمل الإعلامي، مجلة الباحث الإعلامي (جامعة بغداد - كلية الإعلام - العدد الثالث - 2007م).
- 15- قانون وسائل الإعلام الجديد في روسيا الاتحادية، ترجمة الهيئة العامة للاستعلامات، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة - كلية الإعلام - العدد الثاني - 1997).

رابعاً - المعاجم والقواميس

- 1- ابن منظور: لسان العرب، ج5 (القاهرة: دار المعارف د.ت.).
- 2- مجمع اللغة العربية: معجم ألفاظ القرآن الكريم، ج1، ط1 (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1990م.).
- 3- محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، المجلد الثالث والسابع (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003م.).
- 4- محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب 1979م.).

خامساً - البحوث والدراسات غير المنشورة

- 1- أميرة العباسي، رؤية الصحفيين في الصحف الخاصة المصرية لأخلاقيات المهنة، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي التاسع لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2003م.
- 2- عواطف عبد الرحمن، ليلي عبد المجيد، نجوى كامل، القائم بالاتصال في الصحافة المصرية، سلسلة دراسات صحفية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مطابع كلية الإعلام.

سادساً - الجرائد:

جريدة الخبر:

- الخبر / 6 جانفي 2007 / العدد: 4903.
- الخبر / 25 فيفري 2007 / العدد 4946
- الخبر / 05 مارس 2007 / العدد 4953
- الخبر / 12 مارس 2007 / العدد 4959
- الخبر / 21 مارس 2007 / العدد 4967
- الخبر / 31 مارس 2007 / العدد 4975
- الخبر / 16 أبريل 2007 / العدد 4989.
- الخبر / 24 أبريل 2007 / العدد 4996
- الخبر / 02 ماي 2007 / العدد 5002

- الخبير / 10 ماي 2007 / العدد 5009
- الخبير / 12 ماي / 2007 / العدد 5010.
- الخبير / 24 ماي 2011 / العدد 6364
- الخبير / 05 جوان / 2007 / العدد 5031
- الخبير / 21 جوان / 2007 / العدد 5045
- الخبير / 23 جوان / 2007 / العدد 5046
- الخبير / 2 أوت / 2007 / العدد 5081
- الخبير / 20 أوت / 2007 / العدد 5096
- الخبير / 13 سبتمبر / 2007 / العدد 5117
- الخبير / 1 أكتوبر / 2007 / العدد: 5132
- الخبير / 27 أكتوبر / 2007 / العدد: 5152
- الخبير / 25 أكتوبر / 2007 / العدد: 5151
- الخبير / 9 أكتوبر / 2007 / العدد 5139
- الخبير / 17 أكتوبر / 2007 / العدد 5144
- الخبير / 4 نوفمبر / 2007 / العدد 5159
- الخبير / 20 نوفمبر / 2007 / العدد 5173
- الخبير / 25 نوفمبر / 2007 / العدد 5151
- الخبير / 06 ديسمبر / 2007 / العدد 5187
- جريدة الخبير / 22 نوفمبر / 2010 / العدد 6183.
- جريدة الخبير / 11 ديسمبر / 2010 / العدد 6202.

جريدة الشروق اليومي:

- الشروق اليومي / 22 جانفي / 2007 / العدد 1897
- الشروق اليومي / 07 فيفري / 2007 / العدد 1911
- الشروق اليومي / 15 فيفري / 2007 / العدد 1918
- الشروق اليومي / 13 مارس / 2007 / العدد 1940
- الشروق اليومي / 21 مارس / 2007 / العدد 1947
- الشروق اليومي / 16 أفريل / 2007 / العدد 1969
- الشروق اليومي / 02 ماي / 2007 / العدد 1982
- الشروق اليومي / 10 ماي / 2007 / العدد 1989
- الشروق اليومي / 12 ماي / 2007 / العدد 1990
- الشروق اليومي / 20 ماي / 2007 / العدد 1997
- الشروق اليومي / 13 جوان / 2007 / العدد 1940
- الشروق اليومي / 23 جوان / 2007 / العدد 2026
- الشروق اليومي / 12 أوت / 2007 / العدد 2069
- الشروق اليومي / 28 أوت / 2007 / العدد 2083
- الشروق اليومي / 05 سبتمبر / 2007 / العدد 2090.
- الشروق اليومي / 17 أكتوبر / 2007 / العدد 2124
- الشروق اليومي / 27 أكتوبر / 2007 / العدد 2132
- الشروق اليومي / 04 نوفمبر / 2007 / العدد 2139.

- الشروق اليومي / 12 نوفمبر 2007 / العدد 2146
- الشروق اليومي / 06 ديسمبر 2007 / العدد 2167
- الشروق اليومي / 24 ديسمبر 2007 / العدد 2180

سابعا - المواقع الإلكترونية:

- 1- www.google.com/itfc.mireblog.com le 27/02/2007/ à 13h
- 2- www.ikhwan.net/forum/ 9 juin 2009/ à 10h.30mn.

II- المراجع باللغة الفرنسية:

أولا - الكتب

- 1- Albert Pierre : *La Presse française* (Paris: La documentation française,1990).
- 2- Bertrand Claude– Jean : *La déontologie des médias*, 1^{ère} édition (France : Presses Universitaires de France, 1997).
- 3- Cayrol Roland : *Les médias : Presse écrite, radio, télévision*, 1^{ère} édition (France : Presses Universitaires de France, Paris, 1991).
- 4- Coulomb – Gully Marlène : *Les informations télévisées*, 1^{ère} édition (France Presses Universitaires de France : Edition que –jais je ?, 1995).
- 5- Gaillard Philippe : *Technique du journalisme*, 7^{ème} édition, (France Presses Universitaires de France : Edition Que Sais-Je ? 1996).
- 6- Jun qua Daniel : *La presse, le citoyen et l'argent* (France : Edition Gallimard, 1990).
- 7- Mathien Michel : *La presse quotidienne régionale*, 3^{ème} édition (France Presses Universitaire de France, Edition Que Sais-je ? 1993).

ثانيا- المعاجم والقواميس

- 1- Truxillo Jean Paul, Philip Corso : *Dictionnaire de la communication*, (Paris Ed. Armand Colin, 1991).

III. المراجع باللغة الانجليزية:

أولا - الكتب:

- 1- Bisht M.S.: *Journalism Techniques and Practices* (London: Cyber Tech Publications, 2007).
- 2- Brighton Paul and Foy Dennis: *News Values* (London: Sage publications, 2007).
- 3- Hartley John: *Understanding News* (London and New York: Methuen, 1982).
- 4- Mc Quail D.: *Mass Communication Theory, An Introduction*, 3rd ed. (London: Sage Publications, 1994).

- 5- Lewin, K: *Field Theory in Science* (N.Y.: Harper, 1951).
- 6- Lioyol Robert, Guzzo Ghenn: *Writing and Reporting the News Story* (U.S.A.: Library of Congress cataloging-In Publications Data, 2009).
- 7- Meikle Graham: *Interpreting News* (London: Palgrave Macmillan, 2009).
- 8- Mindich D: *Just the Facts* (N.Y.: New York Press University, 1998).
- 9- Paul Manning: *News and News Sources: A Critical Introduction* (London: Sage Publications, 2001).
- 10- Schramm Wilbur: *The Nature of Communication between Humans, the Process and the Effects of Mass Communication* (U.S.A.: Chicago University of Illinois Press, 1977).
- 11- Stein M.L., Susan, Paterno F. and Burnett R. Christopher: *News Writer's Handbook: An Introduction to Journalism*, Second Edition (U.S.A.: Black Well Publishing, 2006).
- 12- Watson James: *Media Communication*, Fourth Edition (Hong Kong: Macmillan Press, 1996).

ثانيا - الرسائل الجامعية:

- 1- Al-Anzi Khaled, *Factors Influencing Chief Editors News Selection in Kuwait Television and Kuwait Radio*, (Southern-Illinois-University-at-Carbondale, 2000, Volume 61 - 08A in Dissertation Abstracts 2001 - 2004).

ثالثا - البحوث والدراسات المنشورة:

- 1- Berkowitz Dan, *T.V. News Sources and News Channels: A Case Study in Agenda Setting*, Journalism Quarterly, vol. 64. n° 2, 1987.
- 2- Bramlett Sharon and Solomon, *Redactors of Job Satisfaction among Black Journalists*, Journalism Quarterly, vol.69, n°3, 1992 .
- 3- Coffery Philippe, *A Qualitative Measure of Bias in Reporting Political News*, Journalism Quarterly, vol. 52, n° 3, 1990.
- 4- Corrigan Dennis, *Value Coding Consensus in Front Pages News*, Journalism Quarterly, vol.67,n°4, 1994.

- 5- Da Costa, Alcino Louis, New Criteria for the Selection of News in African Countries, In UNESCO, News values and Principals of Cross Cultural Communication n°85 , Paris, 1980.
- 6- Frank Essar, Editorial Structures and Works Principals in British and German Newsroom, European Journal of Communication, vol.13, 1998.
- 7- Janowitz Morris, Professional Models in Journalism, the Gatekeeper and the Advocate, Journalism Quarterly, vol.52, n°1 ,1975.
- 8- Judd Robert, The Newspaper in a Suberdana City, Journalism Quarterly, vol.38, 1971.
- 9- Haskins B. Jack and Miller, Reliability of the News for Analysis of the Good and Bad News Dimension, Journalism Quarterly, vol. 16, n° 3, 1984.
- 10- Kathleen A, Hansen, Neuzil Mark and Ward Jean, News Room Topic Journalists Assessment of Effects on News Routines Newspaper Quality, Journalism Quarterly, vol.75, n° 4, 1998.
- 11- Naum Badu and Walter J .Ward, The Nature of News in Four Dimensions, Journalism Quarterly, 1980.
- 12- Mc Leod, Jack M. Searle Hawley. Jr, Professionalization among Newsmen, Journalism Quarterly, vol. 41, n°4, 1964.
- 13- Pay Caster, The Press and Public School Superintendents in California, Journalism Quarterly, Vol. 31, 1954.
- 14- Rag Caster, Newspaper, Gatekeepers and their Sources of News, Public Opinion Quarterly, vol. 22, 1958.
- 15- Rodney Stork, Policy and the Pros; An Organizational Analysis of a Metropolitan Newspaper, Berkley Journal of Sociology, Vol. 7, 1962.
- 16- Stamm Keith and Underwood Doug, The Relationship of Job Satisfaction to News Room Policy Changes, Journalism Quarterly, vol. 90, n° 3, 1993.
- 17- White D, The Gate keeper ; Case Study in the Selection of News, Journalism Quarterly, vol. 27,1950.

18- Zaharo Poulos, Thimios, Cultural Proximity in International News, Coverage 1988 U.S. Presidential Campaign in the Greek Press, Journalism Quarterly, vol.67, 1990.

رابعاً - الدراسات غير المنشورة:

1- Straughan, - Dulcie - Murdock, A Study of News and their Effect on Reader in Third World News, Paper Presented at the Annual Meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, 1987, in The Eric Database 1982-1991.

2- Sylvie-George, Study of Riot: The Effect of News Values and Competition on Coverage by two Competing Daily Newspaper, Paper Presented at the Annual Meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, 1989, in The Eric Database 2004-2009.

قائمة الملاحق

قائمة الملاحق:

- 1- الملحق رقم (1)، التعريفات الإجرائية.
- 2- الملحق رقم (2)، استمارة تحليل المضمون.
- 3- الملحق رقم (3)، استمارة استبيان.
- 4- الملحق رقم (4)، ملاحظات بعض الأساتذة المحكمين.

التعريفات الإجرائية: (ملحق رقم 1)

يقصد بالتعريفات الإجرائية، تحويل المفهوم أو الفكرة النظرية المجردة الواردة في الاستمارة، إلى مفهوم إجرائي أو واقعي يمكن عده أو قياسه بشكل عملي أثناء عملية تحليل مضمون صحف الدراسة.

الأخبار الداخلية:

يقصد بها الأخبار التي تتناول قضايا سياسية، أو اقتصادية، أو اجتماعية، أو ثقافية، أو صحية، أو تعليمية، أو فنية، أو دينية، تقع داخل أو خارج الجزائر لها صلة بالموطن الجزائري، مثل اغتيال جزائري بباريس، تعتبر قضية داخلية رغم أنها وقعت خارج الجزائر.

أولا - فئات الشكل:

الشكل الفني للخبر:

خبر قصير: هي تقارير سريعة حالية عن الأحداث تجيب عن العناصر الرئيسية للحدث بشكل مركز ومختصر دون تقديم تفاصيل الحدث وذلك في فقرة أو فقرتين على الأكثر.

قصة إخبارية: وهي تقارير آنية عن الأحداث المهمة تحتوي على تفاصيل الخبر وجوانبه وتجيب عن التساؤلات الرئيسية، وذلك في أكثر من فقرتين.

قصة إخبارية شاملة: يقصد بها القيام بتغطية إخبارية شاملة لأحداث متعددة متشابهة، يتم عرضها داخل قصة إخبارية واحدة، أو حدث تدور وقائعه في أماكن مختلفة وتشارك فيه أطراف مختلفة.

تقرير: يقوم على عرض وقائع الحدث وتفاصيله مع خلفياته، ويناسب هذا الشكل التغطية التفسيرية.

قصة جانبية: وهي عبارة عن تقارير إخبارية مختصرة ومكثفة وتتصل اتصالا مباشرا بقصة إخبارية مهمة أو تقرير إخباري منشور في الصفحة نفسها

أو في العدد نفسه من الصحيفة، وتبرز هذه القصص عادة الجوانب الأساسية أو ردود فعل اتجاه حدث ما.

صورة خبرية: صورة فوتوغرافية عن شخص أو موضوع مرتبط بمعلومات خبرية.

القوالب الفنية:

ويقصد بالقوالب الفنية الطريقة التي صيغ وفقها الخبر، وهي كما يلي:

قالب الهرم المقلوب: عرض الخبر على أساس البدء بالأهم، فالمهم، فالأقل أهمية.

قالب الهرم المعتدل: يعرض المحرر المادة على أساس العرض المنطقي لوقائع الحدث وفقاً للتسلسل الزمني لوقوعها.

الهرم المقلوب المتدرج: يصلح هذا القالب عادة للبيانات والتصريحات والخطب... الخ، ويحاول الصحفي إبراز الأهم وتدعيمه بشواهد واقتباس من التصريح، ثم المهم، فالأقل أهمية، متبعاً نفس الطريقة إلى غاية الانتهاء من صياغة المادة الخبرية.

ثانياً - فئات المضمون:

فئة موضوع المادة الخبرية:

ويقصد بها المجال الذي ينتمي إليه موضوع المادة الخبرية من بين المجالات المجتمعية المختلفة (السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية... الخ)، وتتضمن الفئات الرئيسية التالية:

الموضوعات السياسية: وتتضمن الموضوعات المتصلة بالنظام السياسي وأفكاره والسلطات والتنظيمات والقوى السياسية المختلفة التي تمارس عملها من خلال النظام وداخله والعلاقات بين هذه الأطراف والقوى السياسية وعلاقات النظام السياسي نفسه بالنظم أو الهيئات والمنظمات السياسية الأخرى.

وتتضمن هذه الفئة كل ما يتعلق بسياسة الدولة الداخلية (مثال: النشاط السياسي المتعلق بسلطات الدولة والأحزاب والانتخابات والحملات والتعيينات والتغييرات والأزمات الداخلية... الخ)، وبالسياسة الخارجية للدولة وتشمل: العلاقات السياسية الدبلوماسية بين الجزائر وباقي الدول والهيئات والمنظمات الدولية وما يتضمنه من أوجه التعاون واتفاقات وزيارات.. الخ.

الموضوعات الأمنية: تشمل هذه الفئة الموضوعات المتعلقة بقضايا الإرهاب فضلا عن الأخبار ذات الطابع الأمني.

الموضوعات الاقتصادية: ويقصد بها الموضوعات التي تتعلق بالنظام الاقتصادي والسياسات الاقتصادية والنشاط الاقتصادي، ويشمل ذلك موضوعات الزراعة والصناعة والتجارة... الخ.

تتضمن هذه الفئة عددا من الموضوعات أهمها: النشاط الاقتصادي (أوجه هذا النشاط في قطاعات الإنتاج)، والمشكلات الاقتصادية الجماهيرية (وهي المشكلات التي تمثل معاناة الفرد الجزائري مثل الغذاء، ارتفاع الأسعار، الأجور، التضخم... الخ)، الفساد الاقتصادي (مظاهر الفساد وأسبابه ونتائجه)، التخطيط الاقتصادي (ويتعلق بالخطط الاقتصادية والقوانين والمشروعات... الخ)، التعاون الاقتصادي (ويشمل موضوعات مثل الديون، التكامل الاقتصادي، الغرف التجارية، والاستثمارات، والمعارض... الخ)، والخدمات الاقتصادية.

الموضوعات الاجتماعية: ويقصد بها الموضوعات المتصلة بالجوانب الاجتماعية في حياة المجتمع سواء أخذت شكل قوانين أو أحداث أو أفكار أو ظواهر أو علاقات اجتماعية. وتتضمن موضوعات مثل الفساد الاجتماعي (وتشمل أسباب ومظاهر ونتائج الفساد أو الانحراف الاجتماعي مثل: الفساد الأخلاقي، الجنس، الفضائح، الجرائم، الحوادث... الخ)، القضايا والمشكلات الاجتماعية (مثل مشكلات: الصحة، العلاقات الأسرية، الكهرباء، الصرف

الصحي، التعليم،...الخ)، النشاط الاجتماعي (وتشمل مظاهر نشاط المؤسسات والهيئات والاتحادات والأفراد، الخدمات الاجتماعية مثل: تنظيم الأسرة، إتاحة التعليم، الارتقاء بمستوى الخدمات الأساسية، الرفاهية الاجتماعية...الخ).

الموضوعات الدينية: وتشمل كل ما يتعلق بالنشاط الديني.

الموضوعات الرياضية: ويقصد بها الموضوعات المتصلة بالنشاط الرياضي في المجتمع سواء اتخذت المظاهرات الرياضية شكل قرارات أو أحداث أو أفكار أو ظواهر أو علاقات بين المؤسسات والهيئات أو الاتحادات أو الأندية أو الأفراد....الخ، يدخل في إطارها كل ما يتعلق بالنشاط الرياضي والخدمات الرياضية ومشكلات الرياضة المختلفة...الخ.

الموضوعات الثقافية: ويقصد بها الموضوعات المتصلة بثقافة المجتمع أو بترجمتها في شكل أفكار وأعمال أدبية أو فنية (بما فيها المسرح والسينما). وتتضمن أيضا ما يتصل بالنشاط الأدبي أو الفني والمشكلات الثقافية والفنية في المجتمع والخدمات الثقافية والعلاقات بين الهيئات والمؤسسات والصالونات الثقافية والفنية.

الموضوعات العلمية: ويقصد بها الموضوعات المتصلة بالجانب العلمي في المجتمع، من ابتكارات واختراعات علمية...الخ.

آخر: صنفت الباحثة كل الموضوعات التي لا تدخل في الفئات المحددة

سابقا في خانة "آخر".

طريقة عرض الخبر:

يقصد به الأسلوب الذي يقدم به المحرر بيانات وتفاصيل ومعلومات للقارئ من حيث التفسير والدقة والموضوعية... الخ، وتنقسم إلى:

تقريري: وهو الخبر الذي يقوم على بيانات وتفاصيل ومعلومات موضوعة كما هي، دون محاولة للتفسير، ولا يتدخل المحرر بإبداء الرأي في موضوعه بطريق مباشر أو غير مباشر.

خبر ملون: وهو الخبر الذي يخلط فيه المحرر بين الوقائع وبين رأيه أو رأي الصحيفة، مستخدماً عدة أساليب من بينها التدخل المباشر بالرأي أو استخدام العنوان للتلهيل أو للتهوين من شأن أهمية موضوع الخبر أو التأكيد على جوانب معينة في الحدث وإهمال جوانب أخرى رغم أهميتها أو استخدام علامات التعجب والاستفهام بلا مبرر موضوعي... الخ من أساليب التدخل بالرأي في الموضوع.

تفسيري: حيث يتم تفسير موضوع الخبر، سواء بتوضيح بعض تفاصيله أو تحليل بياناته أو ربط بعض حقائقه ببعض أو تقديم الخلفيات الضرورية التي تساعد في فهم أبعاد موضوع الخبر من زاوية معينة.

مصادر الصحيفة:

يقصد بها الطرق أو الوسائل أو الجهات التي تتجمع بواسطتها لدى الصحيفة البيانات والمعلومات عن الحدث أو الفكرة أو المعلومة أو الواقعة محور الخبر.

مصادر الصحفي:

وهي الوسائل التي يعتمد عليها الصحفي في جمعه للأخبار سواء كانت حية أو غير حية.

مستوى التغطية الصحفية:

ويقصد بها ما إذا كان الخبر يصف أمرًا قد تم بالفعل أو أنه يصف أمرًا لم يحدث بعد، وتنقسم إلى:

تغطية تمهيدية: ويقصد بها قيام الصحفي بتغطية تفاصيل حدث متوقع ورصد وقائعه قبل أن تحدث فعلا.

تغطية تقريرية: وهي التغطية التي يقوم الصحفي من خلالها بجمع البيانات والمعلومات بشأن حدث وقع فعلا.

تغطية المتابعة: وهي التغطية التي تعالج نتائج أو تطورات جديدة عن أحداث أو وقائع سابقة.

القيم الخبرية:

الشهرة:

أن الجانب الأكبر من دواعي نشر الخبر يتعلق بشخصية ما بارزة أو مشهورة التي صرحت بالخبر، أو أن الخبر ذاته قد دار حولها، وتتضمن المؤشرات التالية:

رسمي: حيث يتعلق الخبر بأحد الشخصيات الرسمية مثل السيد عبد العزيز بوتفليقة يلقي خطابا للأمة بعد فوزه بالعهد الثالث.

غير رسمي: يتعلق الخبر بأحد الشخصيات غير الرسمية.

حزبي: يتعلق الخبر بأحد الشخصيات الحزبية، مثل لويضة حنون رئيس حزب العمال، تعقد ندوة صحفية بعد الإعلان عن نتائج الانتخابات الرئاسية لسنة 2009.

تخصص ما: يتعلق الخبر في هذه الحالة بأحد الشخصيات المشهورة في بعض المجالات الأدبية، الفنية، الرياضية... الخ

شهرة الشيء أو المكان أو الهيئة: يتعلق الخبر في هذه الحالة بالآثار والأماكن المعروفة والمنظمات المشهورة ، أو شهرة شيء معين في مجاله، مثل شهرة جمعية مرضى السكري ، أو مكان كمنطقة الهوقار .

محور الاهتمام: وينقسم إلى ما يلي:

يركز على القضية أو المركز: يدور الخبر في هذه الحالة حول الدور الذي تلعبه الشخصية المشهورة في قضية ما ، مع التركيز على القضية أو الموضوع ، مثل رئيس الحكومة يوضح إجراءات التحكم في أسعار المواد الغذائية. يركز على الشخص: حيث يركز الخبر على الجوانب الشخصية في حياة وعمل الشخصية.

يركز على القضية والشخص معا: حيث يركز الخبر على الشخصية المشهورة وارتباطها بالحدث أو القضية.

الضخامة أو الحجم:

حيث تكون ضخامة الحدث أو حجم الأرقام والأعداد المتضمنة فيه، أهم دواعي نشر الخبر، وتنقسم هذه الفئة إلى المؤشرات التالية:

يعتمد على الأرقام الكبيرة: مثل الحكومة تقرر رفع قفة رمضان إلى 5000 دينار.

يعتمد على تعدد الأطراف المشاركة فيه: حيث يمثل عدد الأطراف المشاركة محورا أساسيا لنشر الخبر.

يعتمد على تعدد الأطراف الموجه لها الخبر: حيث تمثل عدد الأطراف الموجه لها الخبر مقوما أساسيا لنشر الخبر.

يعتمد على الارتباط بمكان مهم : حيث ترتبط أحداث الخبر بالأماكن المهمة أو المقدسة، مثل سرقة بعض القطع الثمينة من المنطقة الأثرية بتييزة. ضخامة الحدث ذاته: حيث يمثل الحدث ذاته ضخامة وأهمية.

الصراع:

يعد الصراع من الدواعي الأساسية لنشر الخبر، ويتضمن المؤشرات التالية: مظاهرات أو اعتصام، نزاع أو منافسة بين جهتين أو شخصين، معارك، اغتياالات، مؤامرات، خلافات في الرأي، كوارث... الخ.

الإرهاب: عملية عنف منظم ومتصل بقصد خلق حالة من التهديد ضد الدولة أو الجمهور أو الأشخاص والذي ترتكبه جماعة منظمة قصد تحقيق أهداف معينة.

الاهتمامات الإنسانية:

حيث يركز على العواطف والأبعاد والحاجات الإنسانية وتتضمن المؤشرات التالية:

تخاطب حاجات وغرائز إنسانية: وهي الأخبار التي تتعلق بتلبية الحاجات والمطالب الإنسانية مثل المأكل، المشرب، والملبس.

تخاطب عواطف الناس: يركز في هذه الحالة على مخاطبة ودغدغة المشاعر الإنسانية.

تشير إلى عمل جماعي: حيث تركز وقائع الخبر على الفعل الجماعي لتحقيق وإنجاز عمل ما، مثل سكان جنوب الجزائر يتبرعون بـ 500 مليون دينار لبناء سدود بالمنطقة.

تشير إلى تجربة فردية: ينقل الخبر للقراء تجربة فردية، ويمكن أن تكون بمثابة قدوة بالنسبة لهم.

ترتبط بهوموم ومعاناة القراء: يتناول الخبر أحد القضايا التي تمثل مشاكل وهوموم لعدد كبير من القراء، مثل مشكل السكن وراء عزوف الشباب الجزائري عن الزواج.

الأهمية:

حيث تخاطب وقائع الخبر اهتمامات عدد كبير من القراء أو تتحدث عن أمور مهمة بالنسبة لهم، وتتضمن المؤشرات التالية:

يخاطب مصالح عدد كبير من القراء: حيث تخاطب وقائع الحدث ما يتعلق بمصالح عدد كبير من القراء، مثل صرف منحة الدراسة بالنسبة للتلاميذ.

يخاطب اهتمامات عدد كبير من القراء: حيث تتناول وقائع الخبر أحداث بعض الموضوعات التي تدخل ضمن اهتمامات القراء مثل أخبار الرياضة والفن... الخ

الارتباط بقضية جماهيرية: حيث تتناول وقائع الخبر أحد القضايا الجماهيرية المهمة، مثل التوظيف، الأجور...

القرب:

تتقسم هذه القيمة إلى مؤشرين يتعلق المؤشر الأول بالقرب المكاني للخبر من الصحيفة والقارئ، وتم اعتماد التقسيم الجغرافي (وسط، غرب، شرق، جنوب) ويتعلق المؤشر الثاني بالقرب النفسي أو العاطفي أو السيكولوجي للخبر وللصحيفة مع القارئ.

الآنية:

حيث تمثل الآنية أو الفورية أهمية أساسية في عملية نشر الأخبار، وتتضمن هذه القيمة ما يلي:

ينبئ أو يمهد لخبر أو قرار: حيث يكون تمهيد الخبر لحدث أو قرار مقوما أساسا لنشره.

ردا على ما نشر: حيث تقوم وقائع الخبر بالرد على ما نشر في إحدى الصحف أو تعليقا على حدث، مثل رد على ما نشرته صحيفة كذا.

الإعلان عن موقف في حدث جار: حيث يقوم الخبر على إعلان أحد الأطراف لموقفه من التطورات في حدث جار، مثل الحكومة تجمد المفاوضات مع المركزية النقابية.

التوقيت كمحدد لطبيعة الحدث: حيث يعد الوقت عنصرا أساسيا في الخبر، أمام المرشحين للمجالس البلدية 72 ساعة لتقديم الطعون.

الإفراد: ويعني انفراد الصحيفة في نشر خبر ما، لم تنشره باقي الصحف، مثل صحيفة الخبر تنفرد بنقل تصريح وزير الداخلية والجماعات المحلية حول الظروف والملابسات التي جرت فيها الانتخابات الرئاسية الأخيرة. الطرافة والغرابة:

احتواء الخبر على جوانب غير مألوفة، لم يعتاد عليها الناس فتثير دهشتهم واستغرابهم.

السلبية: أي يركز في عرض الأحداث على اختيار زوايا نقدية، وعن الجوانب السلبية فيها.

الإيجابية: أي سرد أخبار ذات طابع إيجابي، متضمنة إنجازات.

التنمية: ويقصد بها الأخبار التي تتعرض لقدرة الدولة على توفير الحاجيات الأساسية للمواطنين المتمثلة في التغطية الصحية والتعليم وشق الطرق وتوفير الماء والكهرباء، وكذا حماية البيئة والاستغلال الأمثل للثروات الطبيعية.

المصالححة الوطنية: يقصد بها الأخبار التي تتعرض للإجراءات والتدابير المتخذة في إطار المصالححة الوطنية.

السيادة الوطنية: يقصد بها الأخبار التي تتعرض لسيادة الدولة انطلاقا من أن الدولة ذات السيادة هي التي لا تخضع لدولة أخرى وأن لها السلطة المطلقة على إقليمها البري والبحري في حدود القوانين المطبقة.

الأخبار المجهلة: وهي أخبار غير موثقة، لقيطة النسب. ينشر هذا النوع من الأخبار، إما لإثارة القراء، أو لاستحالة الإفصاح عن أسماء بعض الشخصيات التي تدور حولها المادة الخبرية، أو لتفادي الوقوع تحت طائلة القانون إذا نشرت الأسماء صراحة، أو لعدم وثوق الصحفيين من مصادر أخبارهم، أو لضيق هامش الحرية الممنوح للصحفيين.

القائم بالاتصال: نعني بالقائمين بالاتصال جميع الذين يعملون في مجال الأخبار، سواء في جمعها أو تحريرها أو إجراء عملية (الفترة) عليها للتأكد من صلاحيتها للنشر.

استمارة تحليل المضمون (ملحق رقم 2)

اسم الصحيفة:

تاريخ العدد:

أولاً: فئات الشكل

ثانياً: فئات المضمون

1- موقع الخبر 2- الشكل الفني للخبر 3- قالب صياغة الخبر 1- فئات الموضوع

تسلسل الخبر	الصفحة الأولى	الداخلية	ص 1 + ص الأخيرة	ص 1 + ص	خبر قصير	قصة إخبارية	شاملة	قصة إخبارية	تقرير	قصة جانبية	صورة إخبارية	النهرم العكوب	النهرم المعتدل	المناجج	النهرم العكوب	سياسي	أمني	اقتصادي	اجتماعي	ثقافي	بنيوي	رياضي	علمي	آخر		
1																										
2																										
3																										
4																										
5																										
6																										
7																										
8																										
9																										
10																										
11																										
12																										
13																										
14																										
15																										
16																										
17																										
18																										
19																										
20																										
21																										
22																										
23																										
24																										
25																										
26																										
27																										
28																										
29																										
30																										
31																										
32																										
33																										
34																										
35																										
36																										
37																										
38																										
39																										
40																										

استمارة تحليل المضمون (ملحق 2)

اسم الصحيفة:

تاريخ العدد:

2 - طريقة عرض الخبر 3- مصادر الصحيفة 4 طبيعة مصادر الصحفي 5- نوع المصادر 6- مستوى التغطية الإخبارية

تسلسل الخبر	مجرد	تفسيري	ملون	الصحفي	المراسل	وكالات الأنباء	صحف أخرى	إذاعات	قنوات تلفزيونية	إنترنت	أخرى	مطبوعة	مجهولة	استنتاجات	حبة		غير حبة		تمهيدية	تقريرية	متابعة	
															رسمي	غير رسمي	رسمي	غير رسمي				
1																						
2																						
3																						
4																						
5																						
6																						
7																						
8																						
9																						
10																						
11																						
12																						
13																						
14																						
15																						
16																						
17																						
18																						
19																						
20																						
21																						
22																						
23																						
24																						
25																						
26																						
27																						
28																						
29																						
30																						
31																						
32																						
33																						
34																						
35																						

استمارة تحليل المضمون

اسم الصحيفة :

تاريخ العدد :

ثانياً: فئات المضمون (القيم الخبرية):

10 - الاهتمامات الإنسانية

9-الصراع

8-الضخامة أو الحجم

7- الشهرة

هجوم ومعاناة الناس	تجربة فردية	عمل جماعي	عواطف وشفق القراء	حاجات وعرانز إنسانية	إرهاب	كوارث طبيعية	خلافات في الرأي	معارك / اغتيالات	نزاع أو منافسة	مظاهرات / إضراب	ضخامة الحدث ذاته	الارتباط بمكان هام	الأطراف الموجهة لها	الأطراف المشاركة	الأرقام الكبيرة	محور الاهتمام			الشهرة / الموقع			تسلسل الخبر		
																الأثتان معا	الشخص	القضية / الحدث	تخصص ما	حزبي	غير رسمي		رسمي	
																							1	
																								2
																								3
																								4
																								5
																								6
																								7
																								8
																								9
																								10
																								11
																								12
																								13
																								14
																								15
																								16
																								17
																								18
																								19
																								20
																								21
																								22
																								23
																								24
																								25
																								26
																								27
																								28
																								29
																								30
																								31
																								32
																								33
																								34
																								35
																								36
																								37
																								38
																								39
																								40

استمارة تحليل المضمون

اسم الصحيفة:

تاريخ العدد:

ثانياً: فئات المضمون

11- الأهمية		12- القرب		13- التوقيت		14- القيم الخيرية الأخرى											
تسلسل الخبر	مصابيح عدد كبير من القراء	مصابيح عدد كبير من القراء	الارتباط بقضية جماهيرية	القرب النفسي	الجغرافي												
					الجنوب	الشرق	الغرب	الوسط									
					الإفراد	التوقيت كمحدد للحدث	بنى عن حدث أو قرار	الإعلان عن جديد في حدث جار	رداً على ما نشر	السلبية	الإيجابية	الطرافة أو الغرابة	الإشارة	التنمية	السيادة الوطنية	المصالحة الوطنية	
1																	
2																	
3																	
4																	
5																	
6																	
7																	
8																	
9																	
10																	
11																	
12																	
13																	
14																	
15																	
16																	
17																	
18																	
19																	
20																	
21																	
22																	
23																	
24																	
25																	
26																	
27																	
28																	
29																	
30																	
31																	
32																	
33																	
34																	
35																	
36																	
37																	
38																	
39																	
40																	

جامعة الجزائر3

كلية العلوم السياسية والإعلام

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان (ملحق رقم3)

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف والتعرف عن القيم الخبرية في صحيفتي الخبر والشروق اليومي، أي محاولة تحديد أهم القيم الخبرية السائدة والغالبة في هاتين الصحيفتين.

هذا إلى جانب إلقاء الضوء على الضغوط التي يتعرض لها القائمون بالاتصال وتوجهاتهم المهنية ومقترحاتهم لتطوير المهنة التي يمارسونها وتطوير الرسالة الإعلامية.

ولقد صممت هذه الاستمارة لمحاولة التعرف على وجهة نظركم، وذلك بصفتم أحد القائمين بالاتصال في صحف الدراسة، ونود أن نؤكد لكم أهمية السرية الكاملة لكل ما تدلون به من إجابات أو بيانات من خلال إجاباتكم على هذه الاستمارة، والتي لن تستخدم إلا لأغراض البحث العملي مع رجاء عدم ترك أي أسئلة بدون إجابة، حيث أن التعرف على وجهة نظركم في مختلف القضايا التي شملتها استمارة البحث سيساعد على إتمام الدراسة على أكمل وجه.

ملاحظة: ضع علامة (X) لتحديد الإجابة المناسبة.

إشراف: أ.د. محمد لعقاب

إعداد الطالبة: فوزية عكاك

الجنس:

ذكر

أنثى

سنة.

السن:

الحالة الاجتماعية:

أعزب

متزوج

مطلق

أرمل

المستوى التعليمي:

أقل من ليسانس

ليسانس

ماجستير

دكتوراه

التخصص العلمي:

إعلام

تخصصات أخرى

كم تبلغ سنوات خدمتك بهذه الوظيفة ؟

أقل من 5 سنوات

من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات

من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة

من 15 سنة إلى أقل من 20 سنة

20 سنة فأكثر

1- هل التحقت بدورات تدريبية في مجال عملك ؟

نعم

لا

في حالة الإجابة (بنعم) ما هي؟

موضوعها	مدتها	الدولة	الجهة المنظمة

2- ما هي اللغات الأجنبية التي تجيدها وتستطيع التفاهم بها ؟

الفرنسية

الانجليزية

الألمانية

الاسبانية

أخرى أذكرها.....

3- ما هي مصادر دخلكم الشهري؟

المرتب

عمل إضافي في الصحافة

مشروع خاص خارج إطار العمل الصحفي

أخرى أذكرها.....

4- هل تشعر بالرضا عن العائد المادي من العمل الصحفي؟

نعم

إلى حد ما

لا

في حالة الإجابة بـ (لا) لماذا؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل)

لأنه لا يساوي الجهد المبذول

لأنه لا يكفي متطلبات الحياة اليومية

لعدم وجود قواعد ثابتة في تحديد الأجور

لأنه لا يتساوى مع مرتبات الوظائف الأخرى

لأن هناك فروق مادية كبيرة بين مرتبات المؤسسات

أخرى أذكرها.....

5- هل أنت مستعد لترك وظيفتك الحالية والعمل في وظيفة أخرى في المجال الإعلامي؟

نعم

لا

في حالة الإجابة بـ "نعم"، ما هي الدوافع التي تقف وراء ترك الصحفيين لوظائفهم والانتقال للعمل في مؤسسات إعلامية أخرى؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل)

زيادة في المرتب

توافر ظروف عمل أفضل

الانتقال حتى بدون زيادة في المرتب أو توافر ظروف عمل أفضل

توفر حرية أكبر في النشر

6- هل اخترت عن قناعة العمل بالصحافة؟

نعم

لا

7- لماذا اخترته؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل)

يلائم ميولك

يلائم تخصصك

تأثرت بشخصية إعلامية ناجحة

مصدر دخل جيد

يتيح الشهرة والنفوذ

أخرى أذكرها:

8- ما هو الأسلوب الذي حصلت به على عملك كصحفي؟ (يمكن اختيار أكثر

من بديل)

بفضل المؤهل الجامعي في التخصص

قبول طلبك للعمل

بواسطة علاقتك الخاصة

بفضل تجربتك في الميدان

بالصدفة

أخرى أذكرها:.....

9- من وجهة نظرك ما هي الطريقة المثلى التي ينبغي إتباعها للاتحاق بمهنة

الصحافة؟

.....

.....

10- في رأيك نجاح الصحفي يجب أن يرتبط بـ: (يكتفي بثلاثة بدائل)

موهبته

خبرته

دراسته

منصبه

نوعية إنتاجه

ارتباطه بالسلطة

ارتباطه بالقراء

أخرى أذكرها:.....

11- نجاح الصحفي يرتبط حالياً بـ : (يكتفي بثلاثة بدائل)

مدى ارتباطه بالسلطة

مدى إتقانه للعمل

ارتباطه بالقراء

علاقته الشخصية خارج المؤسسة

الخبرة والموهبة

نوعية إنتاجه

أخرى أذكرها:

12- ما هي المصادر الإعلامية التي تعتمد عليها أكثر في الحصول على

الأخبار الداخلية؟ رتب 1 - 2 - 3 -

وكالات الأنباء

آراء الجمهور

الانترنت

الإذاعة والتلفزيون

الوزارات والهيئات

صحف القطاع الخاص

صحف القطاع العام

أخرى أذكرها:

13- متى تلجأ إلى تجهيل المصادر؟ رتب 1- 2- 3-

لحماية المصدر

لغياب مصدر معروف

لبناء الثقة بينك وبين المصدر

لتحقيق السبق الصحفي

لخدمة المصلحة العامة

لحماية نفسك

أخرى أذكرها.....

14- دور الصحفي إزاء المصدر هو: رتب 1- 2- 3-

نقل ما يصرح به المصدر

متابعة الأخبار التي يصرح بها المصدر

التنقيب في عمل المصدر بحثاً عن الأفضل

مناقشة المصدر في عمله

تلبية مطالب المصدر وكسب ثقته

صناعة الخبر مع المصدر

أخرى أذكرها.....

15- إلى أي مدى تعتمد على الجمهور كمصدر للأخبار؟

إلى حد كبير

نادراً

إلى حد ما

لا أعتمد إطلاقاً

16- فيما يلي بعض الضغوط التي تؤثر على عملك الصحفي، أعطي درجة لمدى أهميتها.

الضغوط	قوي جدا	قوي	متوسط	محدود	ليس لها تأثير
الضغط من السلطة					
نقص الموارد والإمكانيات					
الصراع على الترقية					
المعلنون وإعلاناتهم					
الزملاء في العمل					
الأخلاقيات المهنية					
الضغط من الرؤساء					
قيم المجتمع وتقاليد					
السياسة التحريرية					
المصادر					
عامل الزمن					
التكنولوجيا					

أخرى أذكرها:.....

17- إذا كان هناك تناقض بين متطلبات العمل الإعلامي في المؤسسة التي

تعمل بها ووجهة نظرك الذاتية أو آرائك، أيهما تختار ؟ حدد إجابة واحدة فقط.

تلتزم بآرائك ووجهة نظرك وتصبر عليها.

توفق بين الاثنين.

تعذر عن أداء العمل.

متطلبات المؤسسة أولاً.

أخرى أذكرها:.....

18- في تصورك ما هو التعريف الأنسب للخبر؟

الخبر هو إخبار الناس وإعلامهم بأهم ما يدور حولهم من أحداث ووقائع.

تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح

أكبر عدد من القراء تثير اهتمامهم بقدر ما يساهم في تنمية المجتمع وترقيته.

الخبر هو الإثارة والخروج عن المألوف.

كل ما سبق.

19- ما مفهوم القيم الخبرية حسبك نظرك ؟

.....

.....

20- ما نوعية الأخبار التي لا تنشر في صحيفتك ؟

.....

.....

21- ما نوعية الأخبار التي تنشر في صحيفتك، وترى أنها غير صالحة للنشر

حسب نظرك؟

.....

.....

22- ما نوعية الأخبار التي لا تُنشر في صحيفتك، وترى أنها صالحة للنشر

حسب نظرك؟

.....

.....

23- ما هي أكثر الجوانب التي يجب أن يراعيها الصحفيون عند انتقاء وجمع

الأخبار الداخلية؟ رتب 1-2-3-.....

أن تكون من مصدر موثوق

أن تتناسب مع السياسة التحريرية للصحيفة

ما تجد طريقها للنشر في الصحيفة

أن يكون موضوعها مثيرا أو غريبا

أن تحقق السبق الصحفي

تتفق مع اهتمامات القراء

ألا تتعارض مع قوانين الصحافة

أخرى أذكرها.....

24- ما هي أكثر الجوانب التي يجب أن يراعيها الصحفيون عند تحرير ونشر

الأخبار الداخلية؟ رتب 1-2-3-.....

الموضوعية

الأمانة

الدقة

ما يدعم سياسة الدولة

عدم التجريح

ما يدعم سياسة الصحيفة

ما لا يمس علاقاتهم بالمصادر

ما يحمي قيم المجتمع

ما يلفت انتباه القراء

أخرى أذكرها.....

25- في تصورك ما هي أكثر الأخبار التي تجد طريقها للنشر؟ رتب 1-2-

3-...

ما يتفق مع سياسة الصحيفة ذاتها

ما يرفه عن الناس

ما يمس اهتمامات الجمهور واحتياجاته

ما لا يترك تأثيرا اجتماعيا أو سياسيا

ما يعارض الحكومة

ما يرتبط بسياسة الدولة

ما ينقل للناس الحقائق

ما يحدث فرقة إعلامية

ما يرتبط بنوعية المصدر أو شخصيته

ما لم تنتشره صحافة القطاع العام

أخرى أذكرها:

26- لكي ينشر خبر ما لا بد من توافر بعض العناصر، فإلى أي مدى تعد العناصر الآتية (مهمة) لكي يُنشر الخبر؟

العناصر الخبرية	مهمة جداً	مهمة	إلى حد ما	غير مهمة	غير مهمة إطلاقاً
الإثارة والتشويق					
الانفراد					
الشهرة					
الصلة والقرب					
ما يناسب سياسة الصحيفة					
ما يهم عدداً كبيراً من الناس					
الغرابة والطرافة					
ما يكشف انحرافاً					
قيم المجتمع					
الصراع					

أخرها أذكرها.....

27- إذا كانت لديك مادة خبرية جيدة، لكن ترى أنه لا يمكن أن تنشر في صحيفتك، ماذا تفعل؟

أمتنع من البداية

أقدمها للصحيفة وأحاول نشرها

أبلغ بها زميل في صحيفة أخرى

أخرى أذكرها:

28- هناك معايير عديدة تتحكم في النشر في أي صحيفة، إلى أي مدى تتحكم العوامل التالية في نشر الأخبار في صحيفتك؟

المعايير	تتحكم بشكل كبير	تتحكم	تتحكم إلى حد ما	لا تتحكم
موضوع الخبر				
المساحة المخصصة للأخبار				
مصدر الخبر وشخصيته				
سياسة التحرير				
طبيعة النظام الإعلامي				
رغبات الصحفي.				
رغبة القراء واحتياجاتهم				
المساحة المخصصة للإشهار				

آخرها أذكرها.....

29- ما هو الدور الذي ينبغي أن يقوم به الصحفي في معالجة الخبر؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل)

يكتفي بتقديم الوقائع والحقائق والمعلومات

تحليل الوقائع

الانتقاء من بين الوقائع والحقائق

تفسير الوقائع

شرح الوقائع

إبداء الرأي فيها

أكثر من مهمة

30- هل يمكن أن تصف أهم ملامح السياسة التحريرية لصحيفتك؟

.....

.....

31- إلى أي مدى تشارك في رسم السياسات التحريرية الخاصة بالصحيفة التي تنتمي إليها ؟

بدرجة كبيرة

إلى حد ما

نادرا

لا أشارك

لا يسمح لنا بالمشاركة

32- إلى أي مدى تشعر بان تعليمات وسياسات التحرير تصك بشكل جيد؟

تصلني بشكل جيد

إلى حد ما

لا تصلني بشكل جيد

لا تصلني إطلاقا

33- بعد تسليم مادتك الخبرية غالباً ما: (يمكن اختيار أكثر من بديل)

يتم تغييرها بالكامل

تدمج مع مواد أخرى

تحذف العناوين أو الفقرات

تطراً عليها بعض التغييرات

يضاف لها أبعاد جديدة

تنشر كما هي

تحوّل لخدمة غرض معين

أخرى أذكرها:

34- من يرتب قائمة أولويات الأخبار الداخلية أكثر؟ رتب 1- 2- 3-

رئيس التحرير

رئيس القسم

سياسة الصحيفة

المحرر

الأحداث نفسها

أخرى أذكرها.....

35- حدد موقفك من العبارات الآتية :

العبارات	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق
اجتماع الصباح غالباً ما ينتهي إلى تحديد ما سينشر في العدد القادم.			
يعتمد في نشر الأخبار الداخلية على توزيع الصحفيين على المصادر.			
نسبة كبيرة من الأخبار التي يكلف بها الصحفيون متوقع حدوثها.			
يفضل معظم الصحفيين الأخبار السريعة والسهلة الحصول عليها.			

36- هل تعرضت للفصل أو الإنذار في أي من الصحف التي عملت بها ؟

نعم

لا

في حالة الإجابة بنعم، ما هي الأسباب ؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل)

الخطأ أو التقصير في أداء العمل

الخلافا السياسي مع المؤسسة

منافسة الزملاء

الخلافا حول السياسة التحريرية

تعنت الرؤساء

37- إلى أي مدى يتصف رؤسائك في العمل بما يلي:

الصفة	بدرجة كبيرة	إلى حد ما	نادرًا	لا يتصفون
الجدية وإجادة العمل				
التمسك بالمنصب				
الخوف من نشر ما لا يتفق مع سياسة الصحيفة				
مناقشة المضمون مع الصحفيين				
توفير معايير موضوعية للمكافأة				
سيطرة العلاقات الشخصية عليهم.				
عدم فهمهم لطبيعة العمل				
يفصلون بين العمل والعلاقات الشخصية				
تقديم انتقادات ايجابية				
التفهم والتعاون				
تقديم المساعدة والنصيحة				
المكافأة والتحفيز				

38- أمامك بعض العبارات المتصلة بالمهنة التي تزاولها إلى أي مدى تتفق مع هذه العبارات؟

العبرة	أوافق	إلى حد ما	لا رأي لي	أعترض
تمنع القناعة السياسية المحرر من أن يكون موضوعيًا في عمله.				
تؤثر الاعتبارات المهنية على عمل الصحفي.				
على الصحفي أن لا يستمر في العمل بصحيفة ما لو كان يختلف مع سياستها.				
الدورات الصحفية التدريبية التي تقام للصحفيين مفيدة.				
لا يجب أن يفشي المحرر هوية مصدر أخباره مهما كانت الأسباب.				
قيم التزام الصحفيين بمسئوليتهم إزاء الجمهور تتراجع.				
إرضاء الصحفيين للمصدر يضر كثيرا بسمعة المهنة.				
من حق المصدر الإطلاع على الخبر قبل نشره.				
ضعف الدخل المادي للصحفيين ينعكس على أدائهم المهني.				
المراجعات الكثيرة للمواد الصحفية تحد من حرية الصحفي.				

39- هل حدث وعلمت بأخبار لها تأثير سلبي على قيم المجتمع وتقاليدته وامتنتعت عن نشرها.

نعم

لا

في حالة الإجابة بنعم ، عن ماذا ؟

.....

.....

40- هل تعتقد أن صحيفتك محل ثقة القراء ؟

نعم

لا

إلى حد ما

في كل الحالات، حدد لماذا ؟

.....

41 - هل ترى أن نواحي القصور التالية ترتكبها الصحافة الجزائرية الخاصة في حق القراء؟

العبارة	نعم	إلى حد ما	لا
تقديمها "جزء" من الحقيقة.			
خضوعها التام للمتغير السياسي.			
جنوحها إلى الإثارة.			
روتينية الأخبار و سطحيته.			
ميل الأخبار إلى الدعاية الشخصية.			
عدم جدية تصريحات المسؤولين للصحف.			
عدم وضوح سياستها.			
محاولتها فرض الوصاية الأبوية على القراء.			
تمحور أخبارها حول المصادر الرسمية.			
خلو أخبارها من الفائدة.			
تراخي الصحفيين عن القيام بأدوارهم.			

42- إلى أي مدى استطاعت الصحافة الجزائرية الخاصة تغطية أحداث كان يتم تجاهلها في مرحلة ما قبل التعددية الإعلامية ؟

.....

.....

الفهرس:

الإهداء.

تحية شكر وتقدير.

01

مقدمة.

03

الإطار المنهجي.

القسم النظري.

الفصل الأول: تعريف الخبر في مختلف الأنظمة الإعلامية.

40

المبحث الأول: نظريات الإعلام.

42

1- نظرية السلطة.

47

2- نظرية الحرية.

51

3- نظرية المسؤولية الاجتماعية.

54

4- النظرية الماركسية.

58

5- النظم المختلطة.

68

المبحث الثاني: الخبر في النظرية الليبرالية.

69

1- أسباب تعدد تعريفات الخبر.

76

2- تعريف الخبر في المجتمعات الغربية.

78

3- المدرسة المهنية.

79

4- مدرسة الإثارة.

85

المبحث الثالث: الخبر في النظرية الماركسية.

86

1- الخلفية الفلسفية والإيديولوجية للخبر.

87

2- مقومات الخبر في النظرية الماركسية.

92

المبحث الرابع: الخبر في الأنظمة المختلطة.

94

1- تعريف الخبر في الأدبيات العربية.

102

2- تعريف الخبر حسب الاتجاه المهني والوظيفي.

الفصل الثاني: القيم الخبرية وعناصرها في مختلف الأنظمة الإعلامية.

- 109 المبحث الأول: مفهوم القيم الخبرية.
- 110 1- تعريف القيم.
- 114 2- تصنيف القيم.
- 115 3- تعريف القيم الخبرية.
- 121 4- مداخل دراسة القيم.
- 127 المبحث الثاني: القيم الخبرية في الأنظمة الليبرالية والاشتراكية.
- 128 1- أولى تصنيفات القيم الخبرية في الدول الليبرالية.
- 129 2- تصنيف القيم الخبرية في البحوث الإعلامية الحديثة.
- 136 3- القيم الخبرية في الدول الاشتراكية.
- 139 المبحث الثالث: القيم الخبرية في الأنظمة المختلطة.
- 140 1- تصنيف القيم الخبرية في الأنظمة المختلطة.
- 149 2- قراءة في القيم الخبرية في الأنظمة المختلطة.
- 153 المبحث الرابع: عناصر القيم الخبرية.
- 154 1- الحداثة، الجودة.
- 156 2- الآنية.
- 158 3- القرب.
- 160 4- الصراع.
- 163 5- الشهرة.
- 167 6- السلبية.
- 172 7- الاهتمامات الإنسانية.
- 174 8- الإثارة.
- 175 9- الأهمية.
- 177 10- الضخامة أو الحجم.
- 179 11- الغرابة والطرافة.

الفصل الثالث: القائم بالاتصال والضغط التي يتعرض لها.

- 182 المبحث الأول: تعريف القائم بالاتصال.
- 183 1- تعريف القائم بالاتصال.
- 186 2- الدراسات التي اهتمت بالقائم بالاتصال.
- 189 المبحث الثاني: النماذج التفسيرية للقائم بالاتصال.
- 190 1- المنظور المحايد والمشارك للقائم بالاتصال.
- 192 2- مفهوم القائم بالاتصال في إطار حارس البوابة.
- 193 3- مفهوم القائم بالاتصال في إطار نموذج المحامي أو الشفيح.
- 194 4- مفهوم القائم بالاتصال كمصدر للرسالة الإعلامية.
- 195 5- مفهوم القائم بالاتصال في نظرية الإبداع.
- 197 المبحث الثالث: الضغوط الداخلية التي يتعرض لها القائم بالاتصال.
- 198 1- تأثير القيم الشخصية على القائم بالاتصال.
- 202 2- الرضا الوظيفي للقائم بالاتصال.
- 206 3- الضغوط المهنية والإدارية.
- 210 4- تأثير القيم الخبرية.
- 211 5- تأثير المساحة والوقت.
- 213 المبحث الرابع: الضغوط الخارجية التي يتعرض لها القائم بالاتصال.
- 214 1- تأثير السلطة.
- 218 2- تأثير المصدر.
- 223 3- تأثير جمهور المتلقين.
- 226 4- تأثير قيم المجتمع وتقاليدته.
- 228 5- تأثير الإشهار.

القسم التطبيقي.

الفصل الأول: القيم الخبرية في صحيفتي الخبر والشروق اليومي.

- 238 المبحث الأول: التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل.
- 250 المبحث الثاني: التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون.
- 261 المبحث الثالث: التحليل الكمي والكيفي لفئات القيم الخبرية.
- 293 المبحث الرابع: تحليل فئات القيم الخبرية.
- 340 نتائج الدراسة التحليلية.

الفصل الثاني: القائم بالاتصال في صحيفتي الخبر والشروق اليومي.

- 352 المبحث الأول: الخصائص الأساسية للقائمين بالاتصال في صحف الدراسة.
- 353 1- الخصائص الاجتماعية والثقافية والاقتصادية.
- 356 2- الخصائص التعليمية والثقافية.
- 362 3- الأوضاع الاقتصادية للصحفيين.
- 365 المبحث الثاني: التوجهات المهنية للقائمين بالاتصال، وتصوراتهم لمفاهيم الخبر والقيم الخبرية ولمعايير النشر.
- 366 1- التوجهات المهنية.
- 373 2- تصور المبحوثين لمفهوم الخبر والقيم الخبرية.
- 378 3- دور الصحفي في العملية الإخبارية.
- 385 4- معايير النشر.
- 392 5- المعايير التي تتحكم في النشر.
- 403 المبحث الثالث: العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في صحف الدراسة.
- 404 1- مناخ العمل الصحفي وتأثيره على القائم بالاتصال.
- 408 2- تأثير المصادر على القائم بالاتصال.
- 415 3- تأثير الجمهور على القائم بالاتصال.
- 418 4- تأثير السياسة التحريرية على القائم بالاتصال.
- 422 5- الضغوط التي تؤثر على القائم بالاتصال.

- 444 المبحث الرابع: مدى تأثير صحف الدراسة بمناخ التعددية الإعلامية في الجزائر.
- 445 1- ثقة الجمهور في الصحافة الجزائرية الخاصة .
- 447 2- نواحي القصور في الصحافة الجزائرية الخاصة.
- 453 3- مدى التأثير بمناخ التعددية الإعلامية.
- 455 4- نتائج الدراسة الميدانية.
- 467 خاتمة.
- قائمة المراجع.
- قائمة الملاحق.
- الفهرس.

فهرس الجداول:

I- جداول الدراسة التحليلية :

- 251 - جدول رقم (1) توزيع المادة الخبرية في صحف الدراسة على شهور السنة.
- 254 - جدول رقم (2) موقع المادة الخبرية المنشورة في صحف الدراسة.
- 255 - جدول رقم (3) شكل المادة الخبرية المنشورة في صحف الدراسة.
- 258 - جدول رقم (4) قالب صياغة المادة الخبرية في صحف الدراسة.
- 262 - جدول رقم (5) توزيع موضوعات المادة الخبرية في صحف الدراسة.
- 267 - جدول رقم (6) طريقة عرض المادة الخبرية في صحف الدراسة.
- 270 - جدول رقم (7) مصادر صحف الدراسة.
- 271 - جدول رقم (8) طببعة مصادر القائم بالاتصال في صحف الدراسة.
- 274 - جدول رقم (9) نوع المصادر في صحف الدراسة.
- 277 - جدول رقم (10) مستوى التغطية الخبرية في صحف الدراسة.
- 279 - جدول رقم (11) توزيع طببعة المادة الخبرية على الأشكال الفنية للخبر.
- 284 - جدول رقم (12) توزيع طببعة المادة الخبرية على القوالب الفنية.
- 289 - جدول رقم (13) توزيع طببعة المادة الخبرية على طريقة صياغة الخبر.
- 294 - جدول رقم (14) توزيع القيم الخبرية في صحف الدراسة.
- 298 - جدول رقم (15) توزيع قيمة الضخامة والحجم على المؤشرات الفرعية لها.
- 300 - جدول رقم (16) توزيع قيمة الصراع على المؤشرات الفرعية لها.
- 303 - جدول رقم (17) توزيع قيمة القرب على المؤشرات الفرعية لها.
- 306 - جدول رقم (18) توزيع قيمة الشهرة على المؤشرات الفرعية لها.
- 308 - جدول رقم (19) توزيع قيمة الاهتمامات الإنسانية على المؤشرات الفرعية لها.
- 310 - جدول رقم (20) توزيع قيمة الأهمية على المؤشرات الفرعية لها.
- 312 - جدول رقم (21) توزيع قيمة الأنية على المؤشرات الفرعية لها.
- 328 - جدول رقم (22) توزيع طببعة المادة المنشورة في جريدة الخبر على القيم الخبرية.
- 334 - جدول رقم (23) توزيع طببعة والمادة المنشورة في يومية الشروق على القيم الخبرية.

II - جداول الدراسة الميدانية.

- 353 - جدول رقم (1) توزيع المبحوثين حسب الجنس.
- 353 - جدول رقم (2) توزيع المبحوثين حسب السن.
- 354 - جدول رقم (3) توزيع المبحوثين حسب الحالة الاجتماعية.
- 356 - جدول رقم (4) توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي.
- 357 - جدول رقم (5) توزيع المبحوثين حسب التخصص العلمي.
- 358 - جدول رقم (6) توزيع المبحوثين حسب سنوات الخبرة.
- 359 - جدول رقم (7) توزيع المبحوثين وفقاً لالتحاقهم بدورات تدريبية.
- 361 - جدول رقم (8) توزيع المبحوثين وفقاً لنوع اللغات التي يتقنونها.
- 362 - جدول رقم (9) توزيع المبحوثين وفقاً لمصادر الدخل الشهري.
- 362 - جدول رقم (10) توزيع الصحفيين لمدى رضاهم عن العائد المادي للعمل الصحفي.
- 363 - جدول رقم (11) أسباب عدم الرضا عن العائد المادي.
- 366 - جدول رقم (12) مدى اختيار المبحوثين للعمل بالصحافة عن قناعة.
- 367 - جدول رقم (13) سبب اختيار العمل بالصحافة.
- 368 - جدول رقم (14) الأسلوب الذي حصل بواسطته الصحفي على عمله.
- 370 - جدول رقم (15) رؤية الصحفيين لعوامل نجاح القائم بالاتصال حالياً.
- 371 - جدول رقم (16) رؤية الصحفيين لعوامل نجاح القائم بالاتصال كنا ينبغي.
- 373 - جدول رقم (17) مفهوم الخبر بالنسبة للمبحوثين.
- 378 - جدول رقم (18) دور الصحفي في معالجة الأخبار مفهوم الخبر.
- 380 - جدول رقم (19) موقف الصحفي في حالة وجود تناقض بين متطلبات العمل الإعلامي في المؤسسة التي يعمل بها ووجهة نظره الذاتية أو آرائه.
- 382 - جدول رقم (20) ما الذي يطرأ على المادة الخبرية بعد تسليمها.
- 384 - جدول رقم (21) المسؤول عن ترتيب قائمة الأخبار الداخلية المرشحة للنشر.
- 385 - جدول رقم (22) الجوانب التي يجب مراعاتها عند انتقاء وجمع الأخبار الداخلية.
- 387 - جدول رقم (23) الجوانب التي يجب أن يراعيها الصحفيون عند تحرير ونشر الأخبار الداخلية.
- 390 - جدول رقم (24) ترتيب المبحوثين للأخبار التي تجد طريقها للنشر.
- 392 - جدول رقم (25) رؤية الصحفيين لمدى تحكم العناصر الخبرية في النشر.

- 395 - جدول رقم (26) المعايير التي تتحكم في النشر.
- 404 - جدول رقم (27) مدى استعداد المبحوثين لترك الوظيفة التي يشغلونها حالياً.
- 404 - جدول رقم (28) الدوافع التي تقف وراء ترك الصحفيين لوظائفهم والانتقال للعمل في مؤسسات إعلامية أخرى.
- 405 - جدول رقم (29) التعرض للفصل أو الإنذار وأسبابها.
- 406 - جدول رقم (30) أسباب الفصل أو الإنذار.
- 408 - جدول رقم (31) ترتيب الصحفيين للمصادر الإعلامية التي يعتمدون عليها في الحصول على الأخبار الداخلية.
- 411 - جدول رقم (32) دور الصحفي إزاء المصدر.
- 413 - جدول رقم (33) لجوء الصحفيين إلى تجهيل المصادر.
- 415 - جدول رقم (34) موقف الصحفيين من الأخبار التي لها تأثير سلبي على قيم المجتمع وتقاليد وامتنعوا عن نشرها.
- 416 - جدول رقم (35) مدى اعتماد الصحفيين على الجمهور كمصدر للأخبار.
- 419 - جدول رقم (36) مدى وصول تعليمات وسياسة التحرير للصحفي.
- 420 - جدول رقم (37) مدى مشاركة الصحفيين في رسم السياسة التحريرية.
- 422 - جدول رقم (38) الضغوط التي تؤثر على عمل الصحفي.
- 430 - جدول رقم (39) مدى تأثير القواعد التنظيمية على القائم بالاتصال.
- 434 - جدول رقم (40) موقف الصحفيين من المادة الخبرية التي لا يستطيعون نشرها في صحفهم.
- 435 - جدول رقم (41) موقف الصحفي من بعض العبارات المتصلة بالمهنة.
- 440 - جدول رقم (42) تصور الصحفيين لعلاقاتهم برؤسائهم.
- 445 - جدول رقم (43) ثقة الجمهور في الصحافة الجزائرية الخاصة حسب الصحفيين.
- 447 - جدول رقم (44) نواحي القصور في الصحافة الجزائرية الخاصة.