جامعة عمار ثليجي بالأغواط
كلية العلوم الانسانية والإسلامية و الحضارة
قسم العلوم الإنسانية

المعايير الإخبارية في القنوات الجزائرية الخاصة

دراسة ميدانية على القائم بالاتصال في قناتي الشروق NEWS و النهار TV

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الاعلام و الاتصال
تخصص : اتصال و علاقات عامة

من إعداد الطلبة:
- الطاهر لعجال
- مريم ضاوية بن داود

تحت اشراف :
د.عطاء الله طريف

السنة الجامعية 2017/2018

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وتقدير

الحمد لله العظيم الأكرم ، الذي علم بالقلم ، علم الإنسان ما لم يعلم ، عزيز الثناء ، جليل العطاء ، ربنا لا نحصي ثناءً عليك أنت كما أثنيت على نفسك ، والصلاة والسلام على النبي المعلم ، الذي أوصانا بالشكر ، وعلمنا البر ، وزين بالإسلام أخلاقنا ، فجزاه الله عنا خير الجزاء.

لكل مبدع إنجاز ولكل شكر قصيده ولكل مقام مقال

ولكل نجاح شكر وتقدير ، نتقدم بالشكر الجزيل أولاً إلى الأستاذ المشرف

في هذا اليوم الباسم الجميل وبعد عناء ومشقة طريق طويل كنت انتي لنا فيه

النور والدليل نهديك بعضا مما نكنه من حب وإحترام وتقدير ولو أننا نقف دائما

أمام ماقدمتيه لنا عاجزين عن التعبير والتصوير نسأل الله عز وجل أن يجزيك عنا خير الجزاء وأن يجعل كل ماقدمتيه لنا في ميزان حسناتك حفظك الله ورعاك, وإلى كل من ساهم معنا من بعيد و قريب في إنجاز هذا العمل نتقدم بوافر الشكر وعظيم الامتنان.

إهداء

اللَّهمَّ صلِّ وسلِّم وبارك عليه كما تُحبُّ أن يُصَلَّى عليهِ، وكما ينبغي أن يُصَلَّى عليه، وكما أَمرتَ أن يُصلَّى عليه، اللَّهمَّ صلِّ وسلِّم وبارك عليه صلاةً تُنجِينا من جميعِ الأهوالِ والآفاتِ، وتَقضِي لنا بها جميعَ الحاجات، وتُطهِّرنا بها من جميعِ السَّيئات، وتَرفَعنا بها إلى أعلى الدَّرجات، و تُحَلُّ بها العّقد، وتنفرِجُ بها الكرب وتُقضى بها الحَوائِج، وتُنال بها الرَّغائِب وحُسن الخواتيم.

تتراءى مع امتلاك بستان المجد أطياف من نُحب ، فيحتار المرء لمن يقطف أزهاره ، ولمن يهدي أغاريد أطياره ، وهو الذي يوقن أن منهم ساقيه وفيهم راعيه ، ومنهم من علم صاحبه كيف يعتلي صهوَه ، ويُزين بهوَه ثم يدرك أنها ثمرة عطاءٍ جاد به الأحباب ، وناجاه بالدعاء الأصحاب ، فسطع علما يُهدى ، وبه ينتفع فإلى عائلتي... والدي أطال الله في عمرهما إن شاء الله

الى التي لم اوفيها حقها مهما صنعت في دنياي الى من حملتني وهنا على وهنا و منحت قلبها وكل صبرها و عظيم سهرها امي الغالية.

الى اعظم رجل في عيناي الطامحتين الى من حرم نفسه ووهبني كل ما احتاج ابي الغالي .

حفظهما الله و رعاهما.

و الى اخوتي الاعزاء الذين كانوا سندا لي حفظهم الله .
من ابنتكم مريم اليكم يا اعز ما وهبني الله تعالى.

وطني الغالي روح ابي الطاهرة امي العزيزة الى افراد أسرتي اهدي ثمرة جهدي من ابنكم الطاهر لعجال.

إهداء

اللَّهمَّ صلِّ وسلِّم وبارك عليه كما تُحبُّ أن يُصَلَّى عليهِ، وكما ينبغي أن يُصَلَّى عليه، وكما أَمرتَ أن يُصلَّى عليه، اللَّهمَّ صلِّ وسلِّم وبارك عليه صلاةً تُنجِينا من جميعِ الأهوالِ والآفاتِ، وتَقضِي لنا بها جميعَ الحاجات، وتُطهِّرنا بها من جميعِ السَّيئات، وتَرفَعنا بها إلى أعلى الدَّرجات، و تُحَلُّ بها العّقد، وتنفرِجُ بها الكرب وتُقضى بها الحَوائِج، وتُنال بها الرَّغائِب وحُسن الخواتيم.

تتراءى مع امتلاك بستان المجد أطياف من نُحب ، فيحتار المرء لمن يقطف أزهاره ، ولمن يهدي أغاريد أطياره ، وهو الذي يوقن أن منهم ساقيه وفيهم راعيه ، ومنهم من علم صاحبه كيف يعتلي صهوَه ، ويُزين بهوَه ثم يدرك أنها ثمرة عطاءٍ جاد به الأحباب ، وناجاه بالدعاء الأصحاب ، فسطع علما يُهدى ، وبه ينتفع فإلى عائلتي... والدي أطال الله في عمرهما إن شاء الله

الى التي لم اوفيها حقها مهما صنعت في دنياي الى من حملتني وهنا على وهنا و منحت قلبها وكل صبرها و عظيم سهرها امي الغالية.

الى اعظم رجل في عيناي الطامحتين الى من حرم نفسه ووهبني كل ما احتاج ابي الغالي .

حفظهما الله و رعاهما.

و الى اخوتي الاعزاء الذين كانوا سندا لي حفظهم الله .
من ابنتكم مريم اليكم يا اعز ما وهبني الله تعالى.

وطني الغالي روح ابي الطاهرة امي العزيزة الى افراد أسرتي اهدي ثمرة جهدي من ابنكم الطاهر لعجال.

فهرس المحتويات

إهداء	
شكر	
الإطار العام والمنهجي للدراسة	
1- مقدمة	1
2- إشكالية الدراسة	2
3- تساؤلات الدراسة	3
4- تحديد المفاهيم والمصطلحات	4
5- أهداف الدراسة	5
6- أهمية الدراسة	6
7- أسباب اختيار الدراسة	6
8- منهج الدراسة	7
9- مجتمع الدراسة وعينته	7
10- أدوات الدراسة	7
11- حدود الدراسة	7
12- أداة الدراسة	8
13- الدراسات السابقة والمشابهة	8
الفصل الاول: الصناعة الاخبارية في ظل القيم الاخبارية.	
14- المبحث الاول: ماهية القيم و علاقتها بالصناعة الاخبارية.	12
15- المطلب الاول: المفاهيم العلمية للصناعة الاخبارية.	12
16- المطلب الثاني: تعريف القيم الاخبارية.	18
17- المطلب الثالث: انواع القيم الاخبارية.	22
18- المبحث الثاني: عناصر القيم الاخبارية .	24
19- المطلب الاول: مكونات القيم الاخبارية .	24
20- المطلب الثاني: عناصر القيم الاخبارية .	25
21- المطلب الثالث: وظائف القيم الاخبارية.	28
22- المبحث الثالث: الخدمة العمومية و العوامل المؤثرة.	31
23- المطلب الاول: الخدمة العمومية .	31
24- المطلب الثاني: العوامل المؤثرة في القيم الاخبارية.	32

الفصل الثاني: القائم بالاتصال في القنوات الاخبارية .	
25- المبحث الاول: مفهوم القائم بالاتصال واتجاهاته و فعاليته.	37
26- المطلب الاول: مفهوم القائم بالاتصال .	37
27- المطلب الثاني: اتجاهات القائم بالاتصال.	41
28- المطلب الثالث: فعالية القائم بالاتصال.	49
29- المبحث الثاني: العوامل المؤثرة في القائم بالاتصال.	67
30- المطلب الاول: المعايير الذاتية للقائم بالاتصال.	67
31- المطلب الثاني: عولمة الاعلام وتقنية المعلومات.	69
32- المطلب الثالث: بنية العمل الاعلامي و المجتمع.	71
33- المبحث الثالث: القنوات الاخبارية الخاصة و علاقتها بالقائم بالاتصال.	74
34- المطلب الاول: الصناعة الاخبارية.	74
35- المطلب الثاني: القيم الاخبارية و العوامل المؤثرة.	79
36- المطلب الثالث:العامل البشري المؤثر على القنوات الاخبارية.	100
الفصل الثالث: الجانب الميداني للدراسة	
37- المبحث الأول: عرض وتفسير نتائج الاستبيان	110
38- المبحث الثاني: مناقشة نتائج محاور الدراسة	136
39- المبحث الثالث: الاستنتاج العام للدراسة	138
40- خاتمة	141
41- المراجع	
42- الملاحق	

الإطار العام و

المنهجي للدراسة

1- مقدمة:

تتيح وسائل الإعلام حاليا ودوما فضاءات المعارف والمعلومات المتنوعة لخدمة المشاهد على اختلاف وتنوع هذه الخدمة من خدمة عمومية نجدها عادة في الإعلام الرسمي تهتم بتنوير الرأي العام وتقديم المواد الإعلامية الشاملة التي تستخدما وسائل الإعلام على اختلافها في عرض ما يحاتجه المشاهد، في حين تعمل بعض القنوات الفضائية الخاصة على تقديم خدمات عادة ما تكون موجهة لفئة بعينها أو جمهور بعينه على اختلاف مضامينها وفق رؤى معينة وتوجهات ومعايير إخبارية بعينها مستمدة من عدة عوامل سياسية، ثقافية ، سياسية، اجتماعية، اقتصادية، وجغرافية نعمل على توجيه الخبر إلى الوجهة التي يرغب القائم بالاتصال في إيصالها وفق سياساته الإعلامية وخطه الافتتاحي.

والقنوات الخاصة على غرار التلفزيون العمومي تبث كما هائلا من الاخبار اليومية المتدفقة من مختلف انحاء العالم. و تقوم بنشر قدر كبير من الاخبار التي نتلقاها، ونستهلكها وفق معاييرها الموجهة لها نحونا،.

فقد حدد منظروا الاعلام عدة معايير و تقنيات تحكم صياغة المادة الخبرية في وسائل الإعلام على اختلافها وفي المقابل نجد ان امكانية التحكم الدقيق في هذه التقنيات يرتبط اساسا بالمجتمع الذي توجه إليه المادة الخبرية من جهة. كما يتم التحكم في انتقاء الأخبار عبر القنوات التلفزيونية باختلاف وتنوع اساليب السيطرة و التمويل و اتجاهات القائمين بالاتصال و قناعتهم. و رغبات الجمهور و احتياجاته. وتعد هذه العوامل من بين العوامل الأكثر تأثير في تحديد قيم الأخبار في المجتمعات المختلفة و التي على اساسها يتم الانتقاء و الاختيار و النشر أو الإذاعة.

إن عملية انتقاء واختيار أو بما تسمى بعملية انتاج الأخبار وصياغة الخبر لا يزال محور اختلاف و تضارب. فلقد تعددت التعريفات المقدمة للخبر حسب خلفيات و قناعات كل باحث.

وتندرج هذه الدراسة في تقسيمها إلى ثلاثة فصول رئيسية ، حيث اعتمد الطالبين في تحديد إطار عام وإطار منهجي للدراسة ، إضاقة فصل أول عنون بالصناعة الإخبارية في ظل القيم الإخبارية، حيث ينظوي بدوره إلى ثلاث مباحث عنيت بماهية القيم وعلاقتها بالصناعة الإخبارية، ومبحث ثاني خص بعناصر القيم الإخبارية، وثالث اهتم بالخدمة العمومية والعوامل المؤثرة فيها.

كما اختص المفصل الثاني بالقائم بالاتصال في القنوات الإخبارية، اقتصر بدوره على ثلاث مباحث أساسية، جاء أولها بعنوان مقهوم القائم بالاتصال واتجاهاته وقياس فعاليته، في حين جاء المبحث الثاني منه بالعوامل المؤثرة على القائم بالاتصال، واقتصر المبحث الأخير على القنوات الإخبارية الخاصة وعلاقتها بالقائم بالاتصال.

أما الفصل الثالث فهو الجانب التطبيقي والميداني لدراستنا، جاء بدوره في ثلاث مباحث، الأول اهتم بعرض وتفسير نتائج الاستبيان، أما الثاني بمناقشة نتائج محاور الدراسة، والثالث عني بالاستنتاج العام للدراسة، ثم خاتمة وقائمة المصادر والمراجع، وملاحق

2- اشكالية الدراسة

تعمد كل مؤ سسة إعلامية على الانفراد بخصوصياتها أما تكمن في برامج موضوعاتية أو برامج تثقيفية أو برامج متنوعة أو برامج إخبارية، هذه الأخيرة هي التي تعمل على تزويد المشاهد بالمعلومات عن الأحداث الجارية ، لكن هناك بعض التفاصيل الموجودة بين السطور وغير الظاهرة للمشاهد العادي، فهو يتلقى الأخبار على أنها أخبار وفقط ، في حين أن هذه الأخبار تمر عبر سلسلة طويلة كما عبرت عنها نظرية حارس البوابة الإعلامية ، فالمشاهد قد يرى أن هنام هناك معايير وقيم إخبارية اعتمدتها المؤسة الإعلامية في إذاعة أو نشر ذلك الخبر .

وبما أن تلك المعايير ترتبط بالسياسات و الأهداف التي تتبناها المؤسسة الاعلامية. فان المعطيات قد تشير الى وجود اهتمام بارز بقضايا على حساب قضايا اخرى. واستخدام لغة و منطق في العرض والتناول و الشرح و الابراز للقضايا في ضوء تلك المعايير. وتبرز ابعاد علمية وتوظيف تلك المعايير. توظيفا اساسيا في عملية التغطية الاخبارية التي تعد عملية اساسية في ادارة الازمات من وسائل الاعلام.

فجل القنوات التلفزيونية سواء العمومية منها أو الخاصة منها كقناتي الشروق News أو النهار TV الجزائريتان تسير وفق نمط أخبار معين وقيم معايير خاصة بهما، تختلف معايير الواحدة عن الأخرى لعدة أسباب وخلفيات

تعد عملية الاخبار و الكشف عن القيم الخبرية فيها و تحديد مستويات اهتمام كل من قناة (الشروق new و النهار tv) بهذه القيم محاولة لمعرفة الاداء الاعلامي للصحافة فضلا عن تحديد طبيعة القيم السائدة فيها حسب درجات الاهتمام بها عبر كل مراحل العمل الصحفي. من جمع للاخبار و تحريرها و توزيعها و توقيت نشرها و طرق ابرازها.

كما تمثل عملية انتقاء الاخبار و معالجة الاخبار اهمية كبيرة في تحديد درجة الاهتمام الذي توليه القنوات للاحداث والموضوعات من جهة. ويمكن هذا النوع من الدراسة من تحديد اتجاه الاهتمام بالجمهور العام من جهة. فضلا عن كيفية التوجه لهذا الجمهور في ضوء مجموعة من القيم الخبرية التي اذا توفرت في احد الاحداث زادت فرصته في الارتقاء الى مستوى الاخبار المرشحة للظهور.

وبالتالي الساحة الإعلامية في الجزائر لم تكن بمنأى عن التغييرات التي حدثت على الساحة الإعلامية العالمية من انتشار للقنوات الفضائية والتي ساهم الدور الكبير لظهور الأقمار الصناعية الخاصة بالبث الفضائي الأثر البالغ في تحفيز السياسيين في الجزائر ونقصد هنا وزارة الاتصال إلى السعي والانطلاق في تجربة القنوات الفضائية الخاصة ، منها قناة الشروق News وقناة النهار Tv والتين تميزتا لـــنهما قناتين إخباريتين تعمل هلى تزويد المشاهد الجزائري والأجنبي بالأخبار الوطنية والدولية، معتمدة في ذلك على معاييرهما وقيمهما الخاصة بكليهما، ولمحاولة التعرق على بنية هذه الأخبار في القناتين محل الدراسة أرتأينا البحث في إطار التساؤل العام التالي: **ما مدى تأثير السمات الشخصية للقائم بالاتصال في القناتين محل الدراسة على المعايير الاخبارية في كليهما ؟**

3- تساؤلات الدراسة

- إلى أي مدى تتأثر المعايير الاخبارية في القناتين محل الدراسة بالسمات الشخصية للقائم بالاتصال؟
- هل لاختلاف مصادر الاخبار المعتمدة في القناتين محل الدراسة تاثيرات عميقة على القائم بالاتصال في انتقائه للأخبار وفق معايير إخبارية معينة ؟
- ما مدى تأثير ملكية القناتين محل الدراسة على القائم بالاتصال عند اعتماده معيار إخباري معين أو آخر بها؟

4- تحديد المفاهيم والمصطلحات

تعريف المعايير: لغة: يعرف المعيار في الفلسفة على انه نموذج متحقق او متصور لما ينبغيان يكون عليه الشيء و ايضا

- العيار هو مقياس يقاس به غيره للحكم و التقويم

المعايير اصطلاحا: يقصد بمفهوم المعايير مجموعة من المقاييس و القواعد المنظمة للقيام بالاشياء. وهي الخطوط العامة التي يرجع اليها اصحاب القرار و العاملين في المؤسسات و الشركات غلى اختلاف موضوع غملها . حيث يعتبر هذا المفهوم العريض شاملا لمناحي الحياة . فنجد معايير للمناهج التعليمية . و معايير اخرى لقطاع الرعاية الصحية. و معايير للتجارة و التسؤيق.....الخ من مجالات اخرى.

المعايير اجرائيا : اعرف المعايير على انها تساعد الافراد و المؤسسات على تقييم خطواتهم المهنية فمن خلال المعيار يدرك المدراء و الموظفون ان ما يقومون به يتوافق مع معايير عملهم ام لا. و في كل الاحوال فانهم يقومون بالتعديل و الاصلاح بناء على هذه المعايير ايضا.

تعريف الخبر– لغة: فهو مشتق من الخبار ، وهي الأرض الرخوة ; لأن الخبر يثير الفائدة ، كما أن الأرض الخبار تثير الغبار ، إذا قرعها الحافر ونحوه ، وهو نوع مخصوص من القول ، وقسم من الكلام اللساني ، وقد يستعمل في غير القول ، كقول الشاعر:

تخبرك العينان ما القلب كاتم

اصطلاحا– الخبر: هو اي حدث له مدلول اجتماعي . له تاثير على حياة الناس. حيث يجب ان يشعر

الناس بهذا التاثير. و الا فان الخبر سيخلو من اي معنى او هدف. بالاصح لن يعود خبرا لانه لن يهم احدا طالما لم يؤثر على احد . و هذا الضبط هو المفهوم الذي تتبناه الدول النامية في وجه العثاء الاحوى من الاخبار التي يقذفنا بها الغرب. هذا السيل من الاخبار السلبية والموجهة لدول العالم الثالث التي تزيد من احباطها و تدفعها الى الياس و الاستلام.

اجرائيا:الخبر هو الذي يدخله الصدق او الكذب و يتحمل التصديق و التكذيب.

تعريف القنوات: لغة: قناة الاتصال بين دولتين، كذلك نطاق من الاطوال الموجية يبث الارسال التلفزيوني من خلاله

اصطلاحا: القنوات الطبيعية هي احد اشكال النمصات الاعلامية التي ظهرت خلال الفترة الاخيرة من القرن الماضي. و الهدف منها تقديم محتوى ذي طبيعة اعلامية متنوعة . و يعرف هذا المصطلح ايضا باسم المحطات التلفزيونية. ولقد سميت بهذا الاسم لانها ترتبط بشكل مباشر مع الاقمار الفضائية. و منها بصل الى مختلف اجزاء العالم وفق منطقة البث الذي يغطيه القمر الصناعي الفضائي. تعمل هذه القنوات بواسطة مجموعة من المختصين و ذوي الخبرة في هذا المجال من مخرجين و فنيي صوت و صحفيين و اعلاميين و منتجين و منسقين وتتصف هذه القنوات بسمة الشمولية . اي تقديم محتوى اعلامي بجوانبه المختلفة التي يمكن من خلالها جذب اكبر عدد من المشاهدين.

اجرائيا– القنوات الفضائية : هي بث تلفزيوني فضائي يتم عبر الاقمار الصناعية المنتشرة في الفضاء الخارجي و يتم استقبال هذا البث من خلال الاطباق اللاقطة .

تعريف المعايير الاخبارية : تعرف القيم الاخبارية بانها مجموعة من العايير التي يعتمدها الصحفيون في اختيارهم الاخبار . و هي ليست فردية تنسب الى صحفي دون سواه. بل انها مجموعة قيم متعارف عليها و التي تمثل مجموعة من الافكار و المعتقدات و طرائق السلوك.

5– أهداف الدراسة

نسعى من خلال هذه الدراسة الى تحقيق الاهداف التالية:

- معرفة مدى تأثر المعايير الإخبارية في القناتين محل الدراسة بالسمات الشخصية للقائم بالاتصال؟
- التعرف ما إذا كان لاختلاف مصادر الاخبار الخارجية المعتمدة في القناتين محل الدراسة تاثيرات عميقة على القائم بالاتصال في انتقائه للمعايير الاخبارية بها؟

- الكشف عن مدى تأثير ملكية الوسيلة الاعلامية على القائم بالاتصال في القناتين محل الدراسة؟

6- أهمية الدراسة

تكتسي الدراسة اهميتها مما يلي:

تعتبر هذه الدراسة الاولى من نوعها من حيث انها تتعرض للقيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة الناطقة بالغة العربية من خلال قناتي الشروق new و النهار tv اذ لم يسبق تناول هذا الموضوع من قبل فقد اكتفت الدراسات الجزائرية في هذاالمجال بمحاولة الكشف عن القيم الخبرية في صحافة القطاع العام بما فيها التلفزيون. كما أن الحاجة الماسة الى اجراء دراسة ميدانية على القائمين بالاتصال على مستوى المؤسسات الاعلامية الجزائرية . بهدف تقييم أداءء وسائل الاعلام ووضع تصورات واقعية بعيدا عن التحليلات النظرية حول منظومة القيم الخبرية في القنوات الجزائرية الخاصة

وتتعرض الدراسة. لمفهوم الخبر و القيمة الخبرية و العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في اختياره و انتقائه للاخبار في القنوات الجزائرية الخاصة. كما تتناول هذه الدراسة المادة الخبرية التي تعد من اهم المضامين الاعلامية اذ غلى اساسها تبنى باقي الانواع الصحفية . و التي تؤثر بدورها في تحديد مجالات و مناطق اهتمام وسائل الاعلام . ومن ثم التاثير في صياغة اولويات الجمهور .

وتعمل هذه الدراسة على الكشف عن طرق تشكيل المضامين الاعلامية من خلال المعايير المعتمدة داخل المؤسسات الإعلامية من خلال عدة مستويات . فهي تربط بين الرسالة الاعلامية و منتجها و العوامل المؤثرة في صياغتها و تشكيلها

7- أسباب اختيار الدراسة:

تم اختيار هذا الموضوع للاسباب التالية

- اهتمت الكثير من الابحاث و الدراسات الاعلامية الغربية بموضوع القيمم الخبرية لما له من اهمية بالغة في معرفة توجيهات وسائل الاعلام . لكن رغم ذلك لم يحظ هذا هذا الموضوع باهتمام كبير في حقل الدراسات الاعلامية في الجزائر ، اذ تحاول هذه الدراسة فهم الظروف

و المتغيرات التي توجه عملية انتقاء او رفض نشر الاخبار الداخلية في القناتين محل الدراسة (الشروق new و النهار tv) .

- محاولة الكشف عن عملية نتقاء قناة الشروق Newsوقناة النهار News للأخبار.
- اهتمامنا بأخبار القنوات الجزائرية الخاصة التي عرفتها الجزائر مؤخرا كوسائل إعلام جماهيرية
- قلة الدراسات التي اهتمت باختيار الأخبار في القنوات الجزائرية الخاصة.

8- منهج الدراسة

يعد هذا البحث وصفيا و هو نوع من البحوث التي تهدف الى دراسة الاوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها و اشكالها و علاقاتها و العوامل المؤثرة في ذلك و يشار الى ان البحوث الوصفية ليست (مجرد تقديم معلومات عن الجوانب التي تخضعها لليحث . بل تتعدى ذلك الى استخلاص الدلالات منها . تبعا لاهداف البحث نفسه . و ذلك عن طريق التصنيف و التحليل). و هذه الدلالات مفيدة اما لتصحيح واقع الاحداث و الظواهر ةو الاراء و تحليلها بغرض الوصول الى استنتاجات مفيدة . و اما لتصحيح هذا الواقع او تحديثه او استكماله او تطؤيره . و هذه الاستنتاجات تمثل فهما للحاضر يستهدف توجيه المستقبل.

9- مجتمع و عينة الدراسة

أ. مجتمع الدراسة : يمكن تصنيف مجتمع الدراسة إلى مجموع الصحفيين العاملين بالقنوات الجزائرية الخاصة التي تم إنشاؤها مؤخرا عام 2012 بحكم سياسة الدولة الجزائرية في السعي إلى فتح مجال السمعي البصري للخواص، إضاقة فتح مساحة إلعامية للمواطن الجزائري في مشاهدة فضائيات خاصة كغيرها من القنوات الموجودة في بعض الدول العربية والأجنبية .

ب. **أسلوب الحصر الشامل:** نظرا لطبيعة الدراسة وانحسار عدد الصحفيين العاملين بالقناتين محل الدراسة فإنها على تعتمدهنا على أسلوب العينة بحكم أننا مطالبين بأخذ جل الصحفيين العاملين في قناتي الشروق News و قناة النهار Tv ، وبالتالي فقد تجنبنا هنا استخدان نظام أو أسلوب العينات لصغر حجم العينة وكذلك محاولة حصر مجتمع البحث للوصول إلى نتائج علمية . **عينة**

10- حدود الدراسة:

يتناول هذا البحث المعايير الاخبارية في الاخبار المذاعة في قناتي الشروق new و النهار tv ابتداءا من شهر أكتوبر عندما أعطيت لنا إشارة الإنطلاق في العمل مع المشرف لنعمل على جمع المادة الأولية من مراجع ووثائق وانجاز الجانب النظري من الدراسة، لنعمل لا حقا على تصميم استمارة استبيان وعرضها على المشرف، وكذا قمنا باستطلاع حجم الصحفيين بالقناتي لمعرفة طبيعة الأسئلة على الصحفيين ، لتليها فترة توزيع الاستبيان بالمؤسستين الإعلاميتين محل الدراسة

11- أداة الدراسة :

اعتمدت دراستنا على صحيفة الاستبيان والتي تعد اكثر وسائل و ادوات جمع البيانات شيوعا و استخداما في منهج المسح . حيث يسمح استخدامه في جمع العلومات عن موضوع معين . من عدد كبير من الافراد يجتمعون او لا يجتمعون في مكان واحد.ن

وقد تم تقسم الاستبيان الى اربعة محاور، فقد خص المحور الاول بالبانات الشخصية للصحفيين بالقنانين، ليليه محور خاص بالسمات الشخصية لقائم بالاتصال في القناتين، ثم محور ثالث عني بتأثير للمصادر الخارجية و اخيرا محور رابع تضمن بتاثيرات ملكية القناتين على استراتيجية انتقاء الاخبار في كلا القناتين ، و كان عددالاسئلة 22 سؤال .

12- الدراسات السابقة

دراسة وريدة ملياني(1999م) حول :[1] عوامل تشكيل القيم الاخبارية في التلفزيون الجزائري.

استهدفت الدراسة الوصول الى وضع مصفوفة بالقيم الخبرية التي يضعها صحفيو النشرة الرئيسية في الحسبان في عملية انتقاء الاخبار . وتحديد العوامل المحددة للقيم الخبرية .

انطلاقا من ان المنتج الاخباري في التلفزيون الجزائري لا يمكن ان يخرج عن نطاق الضغوط الخارجية المتمثلة اساسا في علاقة المؤسسة الاعلامية بالدولة و القوانين التي تضبط العمل الصحفي فيها. كما تؤثر الممارسات المتصلة بتنظيم العمل و تقسيمه داخل قاعة التحرير .

[1]- **وريدة ملياني،** عوامل تشكيل القيم الاهبارية في التلفزيون الجزائري: دراسة حالة النشرة الرئيسية للمدة الزمنية 1998/03/15.رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، 1999.

و العلاقات بين الصحفي و المسؤول تاثيرا كبيرا في انتقاء الاخبار.

و توصلت الدراسة الى جملة من النتائج. يتمثل ابرزها في ان القائمين على اخبار الثامنة في التلفزيون الجزائري يمثلون مجتمعا غير متجانس نتيجة تقسيم العمل داخل قاعة التحرير و طرق الاستفادة من الامتيازات (مهمات الى الخارج. الترقية.....) ما ادى الى جعل العلاقات فيما بينهم تتميز احيانا بالصراع . فضلا عن ان القائمين على الاخبار يركزون في تحديد ما هو صالح للنشر على ثلاثة عناصر اهمها توجيهات السلطة السياسية ثم المحددات القانونية و تليها الالتزامات تجاه مؤسسة التلفزيون في حين لا يؤخذ الجمهور في الحسبان في اكثر الاحيان.

1 دراسة نهى عاطف عدلي العبد (2006م) بعنوان . دور النشرات الاخبارية في القنوات الفضائية العربية في ترتيب اولويات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية و العربية و الدولية .

تهدف الدراسة الى التعرف على درجة الاهتمام التي تمنحها القنوات الفضائية العربية من خلال نشراتها الاخبارية لبعض القضايا سواء المصرية او العربية او الدولية فضلا عن دراسة مدى تاثير ترتيب اجندة هذه القنوات لتلك القضايا في ترتيب احندة الجمهور لهذه القضايا.

اعتمدة الدراسة على منهج المسح من خلال استمارة تحليلية طبقت على عينة قوامها 122 نشرة من قناتي mbc و الجزيرة . كما اجرت دراسة ميدانية باستخدام صحيفة استقصاء طبقت على عمدية قوامها 420 مفردة من افراد الجمهور المصري الذين يتابعون نشرات الاخبار في قناتي mbc و الجزيرة بوجه خاص.

وتوصلت الدراسة الى نتائج عديدة نذكرها من اهمها . ان اهم المصادر الاخبارية التي تستقي عينة الدراسة منها معلومات حول القضايا المصرية و العربية . التلفزيون المصري . الاذاعات العربية . الصحف العربية . الاذاعات الاجنبية . الصحف الاجنبية . وتمثلت اهم القيم الخبرية الواردة في اخبار النشرات بقناتي mbc و الجزيرة عينة الدراسة بالترتيب في الجدة ،الصراع ، القرب ، الايجابية ،الشهرة و الغرابة.

3 دراسة اجنبية

دراسة دنس كريعان (1994م) بعنوان . كود القيم الخبرية المتفق عليها بين الصحفيين.

استهدفت الدراسة التعرف على كود القيم الخبرية النتفق عليها بين الصحفيين . حيث قام الباحث بتحليل مضمون 900 قصة خبرية نشرت في جريدتين . واحدة محلية و الاخرى توزع على مستوى الولايات المتحدة الامريكية . و ذلك اغرض رصد المعايير التي تتحكم في اختيار و انتقاء الاخبار .

و توصلت الدراسة الى امكانية تصنيف الاخبار باستخدام قيم مثل الصراع و الشهرة .

ووجد الباحث ان القيم التي يستخدمها الصحفيون و التي يتم النشر بناءا عليها غالبا ما تكون القيم الخيرية الاتية . التوقيت . الشهرة . و كثيرا ما يتم التركيز على الصراع و الاخبار السلبية . وتوصلت الدراسة الى وجود نظام كودي من القيم الخبرية متفق عليه بين الصحفيين . كما ان استخدام تلك القيم واضحا من خلال قرارات المحررين في اختيار اخبار معينة و تركيز الاضواء عليها لانها من وجهة نظر الصحفيين اكثر قيمة.

الفصل الأول

الصناعة الاخبارية في ضل

القيم الإخبارية

المبحث الاول: ماهية القيم و علاقتها بالصناعة الاخبارية.

المطلب الاول: المفاهيم العلمية للصناعة الاخبارية.

بحكم طبيعة وخصائص التلفزيون، فإنه يحتوي على كل وسائل التعبير البصرية ووسائل التعبير الصوتي كالكلمة منطوقة والألحان والمؤثرات الصوتية وهذا ما يجعل التلفزيون وسيلة اتصال متميزة، إذ تساعد الصورة على تدعيم رسالته الإعلامية. لهذا فإن الكتابة للتلفزيون كما جاء في كتاب الخبر الإذاعي والتلفزيوني للباحث محمد معوض والباحث بركات عبدالعزيز تعتمد على البساطة والوضوح والصدق والألفة، فالكاتب للتلفزيون يعرض من خلال ما يكتبه للشاشة الصغيرة العالم على اتساعه بما فيه من أحداث. وهنا الكاتب يخاطب من خلال ما يكتب شتى فئات الناس على اختلاف طباعهم واتجاهاتهم وذلك عن طريق لغة مشتركة تستفيد مـــــــــن حركة الصورة والاتصال اللغوي. وتسمى لغة

التلفزيون عادةً اللغة المرئية التي تتجه إلى الهدوء والتبسيط والخلو من التكلف. والمشاهد عندما يتعامل مع التلفزيون يتعامل معه كصديق حميم يستقبله في منزله لينقل إليه الأحداث الواقعية ويفيض عليه بالانفعالات الصادقة، فالتلفزيون وسيلة إعلامية ذاتية بمعنى أن المشاهد يشعر بأنه قريب من المتحدث أو مقدم البرنامج. إن الأساس الأول والبداية الحقيقية لفن الكتابة للتلفزيون أن يتعرف الكاتب على عناصر ومقومات صياغة الرسالة التلفزيونية وكيفية استخدام كل عنصر منها لأن هذه العناصر هي مفردات لغة التلفزيون التي يصوغ بها ويعبر من خلالها عن أفكاره ومعلوماته[1].

في السنوات القليلة الماضية، ومع تنامي وتعددية الفضائيات الإخبارية المتخصصة، تعاظم دور وسائل الإعلام في إدارة الصراعات المختلفة، ومن ثم أصبحت القنوات الإخبارية نتيجة للملكيات الاحتكارية تتجه نحو تأطير الأحداث والموضوعات، أي تقديم أجزاء معينة من الحقائق وفق أطر محددة تعبر عن مجموعة من الآراء والأفكار والتصورات التي تتفق مع توجهات تلك القنوات الإخبارية، وهو ما يعرف في عالم الاتصال بنظرية التأطير التي بدأت على يد العالم Bateson عام 1955م ثم طورها العالم Goffmanفي عام 1974م، وقد عرفها الباحث الأكاديمي الإعلامي أحمد عبدالرحمن العرفج في مقال له بعنوان التيسير في مفهوم نظرية التأطير ونشر في جريدة المدينة بأنها وضع الأحداث

[1] د.**عطاء الله طريف**، مسارات الصحافة و التلفزيون في العالم،دار المعتز للنشر و التوزيع،الاردن،ط1،2016 ،ص218

والأشخاص في إطار معين، بحيث يجعل المتلقي يحكم على القضية بحسب ما هو متوافر عنده من معلومات حولها. وبالتالي فإن المعلومات التي تصله تقوده إلى اتخاذ أحكام وفق ما تصنعه نظرية التأطير وأجندة المعلومات التي ترسلها.

هذا بالإضافة إلى ان هذه النظرية قد تستخدم في إزالة التركيز عن حدث مهم من اجل إشغال الرأي العام بحدث أقل أهمية.

كما تجدر الإشارة إلى أهمية العنصر البشري الذي هو أساس النجاح، فجميع القنوات الإخبارية المتخصصة قامت على أكتاف قامات إعلامية في ميدان العمل الصحفي الاخباري ومنها القنوات محل الدراسة لقد وصل إبداع القنوات الإخبارية في عالم اليوم إلى ان جعل المتابع لا يمل المشاهدة بسبب تنوع العرض الإخباري وسرعة التعامل مع الأخبار المستجدة[1].

أولا : المفهوم الليبرالي للخبر

ويقوم على مبدأين أساسيين وهما:

الأول :تعريف الخبر من خلال وصف بعض عناصره فعلى سبيل المثال تعريف اللورد نورث كليف عرف الخبر بالإشارة إلى عنصري الإثارة والغرابة في قوله :" إن الخبر هو الإثارة و الخروج عن المألوف ...فعندما يعض الكلب رجلا فليس هذا بخبر... ولكن عندما يعض الرجل كلبا...فهذا هو الخبر. بينما عرف"جوزيف بوليتزر" الخبر من خلال وصف عناصر: الجدة والإثارة و الطرافة والدراما والذي كان يرى" أن الخبر يوجد عندما توجد الجدة و التميز و الدراما والومانسية والإثارة و التفرد وحب الاستطلاع والطرافة و الفكاهة.... ويشترط أن تكون هذه الأخبار صالحة لأن تدور حولها أحاديث بين القراء" .في حين اكتفى ل من "تشارلز دانا"و"أرثر ماكوين" و "نيل ماكنين" و "بوند " بتعريف الخبر بالإشارة إلى عنصر الإثارة وحده.

[1] عطاء الله طريف، مرجع سابق ص 219

الثاني: اعتبار "الإثارة" العنصر الأساسي في الخبر و العمود الفقري الذي يقوم عليه بناء الخبر ..فالخبر هو تلك المعلومة الجديدة التي تثير اهتمام أكبر عدد ممكن من القراء. وبالتالي فالخبر الذي لا يثير اهتمام القراء ليس بخبر.

وبالتالي فالكتاب الليبراليون يعرفون الخبر وأعينهم على القارئ وحده ولا شيء غيره.

ثانيا: مفهوم الخبر على ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية

إن ليبرالية النصف الثاني من القرن العشرين تختلف عن ليبرالية القرن التاسع عشر و عن ليبرالية النصف الأول من القرن العشرين، فقد عرفت أكثر المجتمعات الليبرالية في الفترة التي أعقبت الحرب العالمية الثانية العديد من الاجراءات و التشريعات التي تسمح بتدخل الدولة في الاقتصاد الرأسمالي .ولقد صار مفهوم الليبرالية اليوم يشير إلى تلك الحركة التي تعمل على تخفيف حدة الرأسمالية، بل إن اليبرالية تتسع الآن لتشمل تلك الحركة التي يطلق عليها"دولة الرفاهية" أو دولة" الخدمة العامة"أو"الرفاهية العامة" وهي التي تدعو إلى تدخل الدولة لتحقيق مجموعة التشريعيات التي تستهدف تقديم بعض التنازلات لصالح الطبقات العاملة والفقراء.

ومن التعريفات الهامة للخبر في نطاق نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام التعريف الذي قدمه "رولاندز. D.CRowlands" إن الخبر هو: "إفشاء لأشياء وأسرار لم تكن معروفة" وهو يرى أيضا أن الخبر بشيئ يريد اليعض كتمانه بينما الجميع في حاجة إلى الإعلانعنه".و لم يرفض"رولاندز" الإثارة في الخبر ولكنه أضاف إليه عنصر الجدة والفائدة" أن يكون ذلك كله في خدمة الحياة الاجتماعية بتقديم الحقائق و المعلومات التي يحتاجها

الناس عما يجري حولهم من أحداث.

ويعد تعريف"ادجارديل" Edger Dale للأخبار من أفضل التعريفات التي ركزت على مدى "تأثيرها علينا" فهي أحيانا :"تلبي رغبتنا في العلم بالشيئ.. وتذكرنا بالماضي أو تفرض علينا مشكلة أو سراٍ أو حالة مضطربة وهي تمكننا من معرفةحقيقة 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 الان".

ويلاحظ أن مفهوم الخبر في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية لم يستبعد تماما عنصر الاثارة من مفهوم الخبر وإنما تفاوت النظر إليه عند إتباع هذه النظرية فبعضهم تجاهل هذا العنصر تماما. في حين أن البعض الاخر اعتبره عنصرا هاما مضيفا إليه عناصر أخرى كالجددة والفائدة.

ولكن الشيئ الجديد الذي انفرد به أتباع نظرية المسؤولية الاجتماعية،هو قولهم بأن للخبر وظيفة اجتماعية هي تقديم المعلومات الجديدة عن الأحداث الجارية وهو الأمر الذي أضعف في الواقع العملي من سيطرة الأخبار المثيرة على الصحافة مثل أخبار الجريمة والجنس و المال و الحروب والصراعات وإتاحة الفرصة لأخبار المعلومات و البيانات و الحقائق المفيدة للقارئ و القضاء على الصحافة الصفراء.[1]

ثالثا : المفهوم الاشتراكي للخبر

إن الخبر في المفهوم الاشتراكي أو على الأصح المفهوم الماركسي يقوم في الأصل على المفهوم الماركسي للصحافة،

[1]عزة عبد العزيز عبد الاله، المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.

فالصحافة في الإيديولوجية الماركسية تعني:" عملية التقاط المعلومات الاجتماعية وتنقيحها..ونشرها".وبالتالي فإن المفهوم الماركسي للخبر ليس سوى انعكاس للمفهوم الماركسي للصحافة فهو:" النوع الرئيسي في الإعلام الصحفي والأساس المكون للصحافة الذي يقوم بنقل معلومات معينة بشكل ملتزم حول وقائع ملموسة أو يعكس أحداثا معينة بأسلوب مكثف وبأسرع طريقة ممكنة ويتميز الخبرفي الصحافة الاشتراكية بخاصيتين وهما الواقعية والالتزام ولا بد للصحفي من" أن يقرر ما هو واقعي راهن وما هو الشيء الذي له قيمة إعلامية" والأسس التي يرتكز عليها قرار الصحفي هي معرفة قرارات الحكومة ومقررات الاحزاب التقدمية الى جانب موقف الصحفي الملتزم عموما.فالخبر في هذا المفهوم يقوم على أربعة ضوابط؛ وهي:

1- الأهمية الواقعية للحدث من أجل المجتمع بأكمله.

2- إيجاد نسبة بين مضمون الأخبار و بين احتياجات المجتمع وهي ما تسمى بالمتطلبات الاعلامية.

3- مراعاة الجدل" dialectique" برصد العلاقات المتغيرة بين العام و الخاص في الخبر ، فالخاص ينبغي أن تصنع منه وسائل الإعلام شسئا عاما وفهما وتحريكا عاما.

4- إيجاد نسبة صحيحة من الأخبار الواردة من المحافظات والأقاليم وبين الأخبار الواردة من العواصم، وبين الأخبار الداخلية و الأخبار الخارجية.

كما أن الخبر في المفهوم الاشتراكي هو أيضا وسيلة من وسائل تكوين الوعي الاشتراكي وسلاح فعال في الصراع الإيديولوجي كنتيجة لسرع انتقال الخبر وفعاليته الإعلامية.[1]

رابعا : مفهوم الخبر في الدول النامية

ان معنى الخبر في اللغة العربية هو ما يحتمل الصدق و الكذب، إلا أن هذا المعنى اللغوي مضلل. فالخبر يجب أن يكون صادقا والا فقد صفته كخبر.

فقد وجدت بعض الاجتهادات لتعريف الخبر نذكر منها بعض تعريف الدكتور "محمود عزمي" الذي قدم تعريفا أكد فيه أن الخبر:" إعلام عن حدث جديدهام ومتميز". أما عبد اللطيف يرى:" أن الخبر الصحفي مادة من أهم مواد الصحيفة وأنها تهم القراء من جانب و تهم الصحيفة نفسها من جانب آخروأنها تعتبر موردا من موارد الثروة للصحف".ويضيف أن:" أن الأخبار لم تعد حاتجة من حاجات الصحف وحدها وانما اصبحت حاجة من حاجات الامة كلها ولذلك اتخذت الأخبار مكانها الممتاز في جميع وسائل النشر ومنها الصحف و الاذاعة و السينما و التلفزيون".

كما يضيف خليل صابات لمفهوم الخبر ضرورة:" أن يحوي شيئا خارجا عن المعتاد و المألوف ليؤثر في الناس"وأن" يتميز بالفائدة والأهمية والجدة والصدق".[2]

خامسا: مفهوم الخبر في الدول النامية

[1] عطاء الله طريف ، استراتيجيات القائم بالاتصال في اختيار الاخبار الخارجيةفي الصحف الجزائرية ، رسالة ماجيستير ، جامعة الجزائر، 2013 2014 ص189

[2] عطاء الله طريف ، استراتيجيات القائم بالاتصال في اختيار الاخبار الخارجيةفي الصحف الجزائرية ، رسالة ماجيستير ، جامعة الجزائر، 2013 2014 ص 190

ظهرت عقب نهاية الحرب العالمية الثانية مجموعة من دول العالم الثالث وهي ما اصطلح على تسميتها بالدول النامية وأغلبها كان قبل الحرب العالمية الثانية مستعمرات من بعض دول العالم المتقدم. وقد أصبحت الدول النامية تشكل اليوم واقعا متميزا عن العالم المتقدم، ومن الطبيعي أن ما كان صالحا للتطبيق في الدول المتقدمة ليس من الضروري أن ينفع للدول النامية. وبالتالي كان لهذا الواقع أن يطرح مفهوما جديدا للصحافة.فإذا كانت المهمة الاولى للصحافة هي الاعلام والمهمة الثانية تفسير هذه الاخبار، فان هناك مهمة ثالثة تنفرد بها صحافة العالم الثالث بالاضافة الى المهمتين السابقتين وهي مهمة ترقية المجتمع وتنميته.

ويمكن تلخيص مفهوم الخبر في البلاد النامية في أنه:" تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء وهي تثير اهتماماتهم بقدرما تساهم في تنمية المجتمع و ترقيته".

المطلب الثاني : تعريف القيم الاخبارية.

لقد اهتم الباحثون والعلماء والمفكرون على اختلاف انتماءاتهم العلمية والفكرية بمفهوم القيمة وشمل ذلك عدة مجالات خاصة في مجال الصحافة وتأسيس القيم الإخبارية والدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في غرس القيم ونشرها من خلال الأخبار والأمر كله يتعلق باختيار الأخبار وترتيبها حسب قيمتها عند الهيئات التحريرية وعند الجمهور خاصة، فالقيم هي التي تؤطر العملية الإخبارية، ونحن هنا ركزنا على العلاقة التلازمية بين الأخبار والقيم من حيث التأسيس أي قبل العملية التحريرية وكذلك أهم القيم التي تراعيها هيئات التحرير في نشر المعلومات والأحداث وهذا باحترام عادات وتقاليد المجتمعات والجماهير.[1]

[1] عطاء الله طريف ، استراتيجيات القائم بالاتصال في اختيار الاخبار الخارجيةفي الصحف الجزائرية ، رسالة ماجيستير ، جامعة الجزائر، 2013 2014 ص191

مفهوم القيم الاخبارية.

يتكون مصطلح القيم الاخيارية من مفردتين الاولى القيم والثانية الاخبار ومثلما اثارت هاتان المفردتان اشكالية في تعريف كل منهما فان المصطلح الجديد المكون من المفردتين يثير ايضا اشكالية بين المختصين في علوم الاعلام والصحافة اول هذه الاشكاليات هي اشكالية التسمية للحد الذي وصل في بغض الدارسين الى تجنب استخدام هذا المصطلح بدعوى انه غربي ومستورد ثم اشكالية التعريف ولهذا تعددت التعريفات للقيم لاخبارية وتباينت فيما بينها و لم يخل الامر من خلط واضح لهذا المفهوم مع مفاهيم اعلامية اخرى كخصائص الخبر و عناصره و صفاته و مقوماته و الاسس العامة له وسماته الرئيسية .

و يعرف قاموس المصطلحات الاعلامية القيم الاخبارية بانها تقدير اهمية الخبر و مدى مسايرته لسياسة القناة و المصلحة العامة و على هذا الاساس يتحدد مكان نشره بالقناة او المساحة التي ينشر عليها.[1]

ومن ناحية اخرى تعرف القيم الاخبارية بانها مجموعة من المعايير التي يعتمدها الصحفيون في اختيارهم الاخبار و هي ليست فردية تنسب الى صحفي دون سواه بل انها مجموعة قيم متعارف عليها و التي تمثل مجموعة من الافكار و المعتقدات و طرائق السلوك ان مجموع هذه القيم او المعايير التي تعتمد في اصدار حكم قد تصل الى مستوى نظام قيمي ينظر اليه نظرة تعميمية اي تمثل معايير عامة لدى المجتمع او المجموعة و يعني بها المحررون و كتاب الاخبار و يوضح الباحث من خلال تجربته في المجال الصحفي ان القيم الاخبارية في العمل الاعلامي ليست عمومية بل انها نسبة لدى الاعلاميين و تفاوته احيانا و هذا ما عززته تجربة وسائل الاعلام في العراق فترى القيم الاخبارية متباينة في ما بينها فترى ان ما تتبناه وسيلة اعلام سواء اكانت صحيفة ام اذاعة ام تلفزيون من قيم اخبارية تختلف عن القيم الاخبارية التي تتبناها وسيلة اخرى تبعا لفلسفة وسيلة الاعلام و اهدافها و توصف القيم الاخبارية بانها المبادئ التي يكون لدى الاعلاميين الحس الانتقائي للاخبار و هي ليست قواعد مكتوبة او مقننة يسترشد بها محرر في انتقاء الاخبار

[1] مذكرة التلفزيون و اثره على القيم التربوية لدى المراهقين، اعداد الطالبتين علالي منال و ماضي عيدة، سنة 2017م، ص 67.

و لم نجد معنى واحد للقيم فهي تختلف من توجه لأخر ومن معتقدات وتقافات مختلفة لكن يمكن تناول بعض منها بوجهات نظر مختلفة ونستطيع أن نجمل عدة تعريفات حول مفهوم القيم لمجموعة من الباحثين منها:

– يعرف "محمد عبد الغاني القيم بأنها مجموعة من الاعتقادات المؤكدة والتي تمثل دستورا بالنسبة للفرد، حيث يؤمن بها وتحدد منها شرعية أفعاله وسلوكه – فالقيم هنا عبارة عن اعتقادات وهذا يعني أنها تنبع عن قناعة، فهي توجه السلوك والفعل وتحدد له ما ينبغي فعله وما لا ينبغي فعله وهو هنا يحصر دورها بالنسبة للفرد فقط[1].

– وتعرفها "إيمان عبد الله"، القيم مجموعة من المعايير والمقاييس المعنوية بين الناس يتفقون عليها فيما بينهم ويتخذون منها ميزانا يزنون به أعمالهم ويحكمون بها على تصرفاتهم المادية والمعنوية، وهي مقياس أو مستوى أو معيار نستهدفه في سلوكنا وينظر إليه على أنه مرغوب فيه أو مرغوب عنه[2]، يتفق هذا التعريف مع التعريف السابق في اعتبار القيم موجهات السلوك الأفراد وحسبها فإن القيم تعتبر إطارا مرجعيا إذ ينطلقون منه كموجه، بهدف الوصول إليها إما بالفعل أو عدمه وهي تعتبر أن القيم يكتسبها الإنسان ما خلال التربية، والقيم هي كل ما يعمل الشخص على تحقيقه أو تجنبه وهي أساس الدوافع فهي ترتبط بالفرد وتدفعه نحو هدف معين وتعرف" فضيلة أبو الشواشي" القيم بأنها، عبار عن الأحكام التي يصدرها الفرد بالتفضيل أو عدم التفضيل الموضوعات أو الأشياء، وذلك في ضوء تقييمه أو تقديره لهذه الموضوعات أو الأشياء بحيث تتم هذه العملية من خلال التفاعل بين الفرد بمعارفه وخبراته في ظل الإطار الحضاري الذي يعيش فيه ويكتسب خبرات ومعارف وأنماط سلوكية وعادات وتقاليد في مضمونها بوضع معايير السلوك الإنساني، وعلى الفرد أن يتبعها وأن يلتزم بها وأن يكيف سلوكه وفقا لها[3].

[1] محمد عبد الغاني حصن، مهارات إدارة السلوك الإنسائي: متطلبات التحديث المستمر للسلوك، مركز تطوير الأداء والتنمية مصر، ط 2، 2005 م، ص 89.

[2] إيمان عبد الله شرف التربية الأخلاقية للطفل، عالم الكتب، مصر، 2007م، ص 39.

[3] عبد الناصر الزهراني، وايت و. واسمول، النمذجة السلوكية المتقدمة، دار ابن حزم، لبنان، 2005م، ص 05.

– وهي تعتبر القيم مجموعة أحكام قيمية بمعنى أن الفرد يعبر عن رايه في الأشياء بما تتركه في نفسه من أثر وإحساس وهي ضوابط للسلوك يجب الالتزام بها، وتتفق مع التعر السابق في اعتبار أن القيم تكتسب بالتربية وذلك بتحديد ما يجب فعله وما لا يجب فعله، يسعى الفرد لتحقيقها ذاتيا، وهي هنا تركز على القيم الفردية.

– تعرف " وضحه السويدي" القيم بأنها معايير مرغوبة للحكم على السلوك وأنها توجه أفعالنا وتقدرها وأن الناس يستطيعون بواسطتها أن يستمدوا آمالهم ويوجهوا تصرفاتهم[1] ويتبين من خلال تعريفها، إن وظيفة القيم التي تتمثل في توجيه الآمال والتصرفات نحو الايجابية والفاعلية، بما يخدم الفرد.

– وتعرف" سلمى علي" القيم بأنها مجموعة أحكام تتفق عليها الإيرادات وتحتل مكانة مركزية في الحياة مرتبطة بذاتها فيمكن القول بأن القيم اتجاه مع، أو ضد حدث أو ظاهرة ندركها بنوع من الوجدان أو العاطفة التي تستشعر منها القيم التي يدركها الجاهل والمثقف.

– والقيم مقاييس اجتماعية خلقية تقدرها الحضارة التي ينتمي إليها أفراد المجتمع وفقا لتقاليده واحتياجاته وأهدافه في الحياة[2]، فالحكم القيمي يضمن أن هناك شيء يجب الالتزام به على أن ذلك الأمر إما واجب أو ضروري يعرف "حامد زهران "القيم بأنها عبارة عن تنظيمات الأحكام عقلية انفعالية معممة نحو الأشخاص والأشياء والمعاني وأوجه النشاط[3] وهو يشير إلى أن القيم هي أحكام تقريرية أي أن الفرد يعبر عن رأيه في الأشياء كما هي في الواقع[4]، ويعرف " إسماعيل الكافي " القيم هي المثاليات التي تسود الأفراد وتتغلغل في نفوسهم ويتوارثها الأجيال ويدافعون عنها قدر الإمكان[5]، هذا التعريف يشير إلى أن القيم وجدت مع الإنسان، وتظهر أهميتها من خلال الافتخار بها والدفاع عنها وفيه إشارة إلى مدى اقتناعهم بها.

---

[1] وضحه على السويدي، تنمية القيم الخاصة بمادة التربية الإسلامية لدى تلميذات المرحلة الإعدادية بدولة قطر، دار الثقافة، قطر، 1989م، ص 29.

[2] سلمى سلمان علي، القيم الخلقية في الشعر الأندلسي، دار الآفاق العربية، لبنان،2007م، ص ص 21-22.

[3] عبد حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي، عالم الكتب، مصر، ط 6، 2003م، ص 158.

[4] فضيلة يونس أبو الشواشي، پراسة مدى تجسد القيم الأخلاقية في شخصية الطالب الجامعي، منشورات جامعة السابع من أبريل، ليبيا، 2007م، ص 38.

[5] إسماعيل عبد الفتاح الكافي، موسوعة القيم والأخلاق الإسلامية، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 2005م، ص 18.

– أما " فوزية دياب" فتنظر إلى القيمة على أنها الحكم الذي يصدره الإنسان على شيء ما مهتديا بمجموعة المبادئ والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه والذي يحدد المرغوب فيه والمرغوب عنه من السلوك[1] او في هذا التعريف تعتبر القيم حكما على الأشياء من حيث كونها جيدة أو سيئة مقبولة أو مرفوضة أو حسنة أو قبيحة، وهذا التعريف يعتبر مصدر القيم هو المجتمع وهو الذي يحدد ما يجب فعله وما لا يجب فعله.

– ويعرف أحمد بدوي القيم بأنها، أحكام مكتسبة من الظروف الاجتماعية، يتشربها الفرد ويحكم بها وتحدد مجالات تفكيره وتحدد سلوكه وتؤثر في تعلمه، كما يرى بان القيم الاجتماعية تعني الصفات التي يفضلها أو يرغب فيها الناس في ثقافة معينة، وتتخذ صفة العمومية بالنسبة لجميع الأفراد لما تصبح من موجهات السلوك أو تعتبر أهدافا له[2] وهو يعتبر القيم موجهات للسلوك، وتفضيلات أساسية لما هو مرغوب فيه، وهي أحكام قيمية لأنها تؤثر في الأفراد.

– ويعرف محمد زقزوق" القيم بأنها معايير السلوك الإنساني، والمجتمع المتوازن هو ذلك المجتمع الذي ينتشر فيه الوعي بالقيم، ومن ثم الالتزام بها ويرتبط بازدياد الوعي بالقيم والإحساس بها مفاهيم التقدم والتفاؤل والنظام والترابط[3]، يتفق هذا التعريف مع التعريف السابق في اعتبار أن القيم معايير للحكم على الأشياء وبيان الحسن والقبيح منها كما يبين التعريف أهمية القيم بالنسبة للفرد والمجتمع وما تحققه من ترابط وتقدم. من خلال هذه التعريفات يمكن أن نقول بأنهم يعتبرون القيم:

أ– أحكام معيارية توجه السلوك الإنساني.

ب – تفضيلات أساسية لما هو مرغوب فيه.

ج – ضرورية في حياة الفرد والجماعة.

المطلب الثالث : أنواع القيم الاخبارية.

– لقد شكل موضوع تصنيف القيم في مجموعات وفقا لأبعادها موضوع اهتمام العديد من علماء الاجتماع، وعلى الرغم من تصنيف القيم إلا أنه من الضرورة بمكان تصنيف هذه القيم ليمكن فهمها وتسهل دراستها وأهم التصنيفات في مجال القيم هي:

---

[1] فوزية دياب، القيم والعادات الاجتماعية، دار النهضة العربية، مصر، ط 2، 1980م، ص52.

[2] د. أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، لبنان، 1977م، ص 430.

[3] د. محمد حمدي زقزوق، الإنسان والقيم في التصور الإسلامي، دار الرشاد، مصر، 2003م، ص 143.

1 – 3 – حسب المحتوى: فقد صنفها سبرنجر في كتابه « أنماط الرجال » إلى ست أنواع هي: قيم نظرية وتعبر عن اهتمام الفرد الزائد وميله لاكتشاف الحقائق والمعارف مناجل تحقيقها وقيم اقتصادية وتعبر عن الاهتمامات العملية ذات الفائدة والنفع والثروة والعمل وقيم الجمالية التي تعبر عن اهتمام الفرد وميله إلى ما هو جميل من حيث الشكل والانسجام والقيم السياسية تهتم بالسلطة والقوة والسيطرة والعمل السياسي والقيم اجتماعية تعبر عن اهتمامات الفرد بحب الناس والتضحية من أجلهم وقيم دينية تعبر عن اهتمام الفرد بالمسائل الدينية وميله إلى معرفة ما وراء الطبيعة.

2 – 3 – حسب المعتقد: حيث حاول البول روكاتش Paul Rouketch[1] تصنيف القيم حسب مقصدها إلى: القيم الوسيلية والتي ينظر إليها الأفراد والجماعات على أنها وسائل الغايات ابعد، كالقيم الأخلاقية والكفاءة، والقيم الغائية وهي الأهداف التي تضعها الجماعات والأفراد لأنفسها كالقيم الشخصية والاجتماعية.

3 – 3 – حسب شدتها: وهي قيم إلزامية، تكون ملزمة للجميع من الضروري تنفيذها بالقوة كالقيم الدينية وقيم مفضلة يشجع المجتمع أفراده على التمسك بها ولكنه لا يلزمها بمراعاتها وقيم مثالية وهي التي يحس الفرد بصعوبة تحقيقها بصورة كاملة كالدعوة إلى مقابلة الإساءة بالإحسان.

4 – 3 – حسب ديمومتها: كالقيم العابرة التي تزول بسرعة مثل الموضات والتروات، ويقبل عليها المراهقون بالدرجة الأولى ويعتقد أنها ترتبط بالقيم المادية والقيم الدائمة التي تدوم زمنا طويلا كالقيم الروحية.

5 – 3 – حسب تاريخها، وتقسم إلى قيم تقليدية وتتواجد لدى الشباب ذوي الشخصيات الموجهة نحو الآخرين والشخصيات التقليدية، وقيم منبثقة وعصرية وتتواجد لدى الشباب ذوي الشخصيات الموجهة في الذات.

6 – 3 – حسب وظائفها: كالقيم الاقتصادية والسياسية والدينية الخ، بمعنى ربط كل قيمة بنظام اجتماعي معين، كما فعل "دوركايم[2]"

[1] عبد الرحمان العيسوي، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، دار الفكر العربي، مصر، پ ن، ص 211. 2- نفس المرجع، ص 212.

[2] عبد الرحمان العيسوي، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، نفس المرجع، ص 212.

المبحث الثاني : عناصر القيم الاخبارية.

المطلب الاول : مكونات القيم الاخبارية.

- مكونات القيم:

تتكون القيمة من ثلاثة مكونات رئيسية هي:

2-1- المكون المعرفي: ويشمل المعارف والمعلومات النظرية وعن طريقه يمكن تعليم القيم، ويتصل هذا المكون بالقيمة المراد تعلمها وأهميتها وما تدل عليه من معاني مختلفة، وفي هذا الجانب تعرف البدائل الممكنة وينظر في عواقب كل بديل، ويقوم بالاختيار الحر بين هذه البدائل.

2-2- المكون الوجداني: ويشمل الانفعالات والمشاعر والأحاسيس الداخلية وعن طريقه يميل الفرد إلى قيم معينة ويتصل هذا المكون بتقدير القيمة والاعتزاز بها وفي هذا الجانب يشعر الفرد بالسعادة لاختيار القيمة ويعلن الاستعداد للتمسك بالقيمة على الملء.

2-3- المكون السلوكي: وهذا الجانب هو الذي تظهر فيه القيمة، فالقيمة تترجم إلى سلوك ظاهري ويتصل هذا الجانب بممارسة القيمة أو السلوك الفعلي والأداء النفسي ويقوم الفرد بممارسة القيمة وتكرار استخدامها في الحياة اليومية[1].

-أي أن التمايز في الأنظمة الاجتماعية والسياسية والقيمية والإعلامية على مستوى العالم له أثر في إيجاد اختلاف للقيم الإخبارية التي يقدمها كل نظام، إذن فدلالة القيم الإخبارية تدل على وجود بنية معقدة للخبر على أساس أبعاد القيمة المتعددة، نظري ة أو نفعية، فكرية أو إيديولوجية أو دينية ويقوم الفهم الدقيق للقيم الإخبارية على أساس فهم مغزى الحادثة التي ستنقل إلى الجمهور وتفاعلها مع الوسيلة الإعلامية، فكل وسيلة لها

قيمها الإخبارية الخاصة بها التي تنبع من طبيعتها.

[1] ماجد الزيود، الشباب والقيم في عالم متغير، دار الفكر العربي، القاهرة، 2001م، ص 26.

المطلب الثاني : عناصر القيم الاخبارية.

– عناصر القيم الإخبارية:

– عناصر القيم الإخبارية هي الخصائص التي يتميز بها الخبر، ولا يوجد اتفاق عام حول عدد هذه العناصر (الخصائص)، وهناك اجتهادات حول عدد عناصر الخبر، فذهب البعض إلى أن عدد عناصر الخبر خمسة وهي: التوقيت، القرب، الحجم أو الضخامة، الأهمية والفائدة أو المصلحة الشخصية، فيما ذهب بعض آخر إلي أن عددها ثلاثة: الأهمية، القرب والشهرة، وقال آخرون أن عدد عناصر الخبر أربعة عشر عنصرا. فيما ذهب فريق رابع إلى أن عددها عشرون عنصرا.

ورغم تعدد الاتجاهات والاجتهادات إلا أن التقاقا حول العناصر الأساسية للخبر يفرض نفسه على الجميع، ويمكن القول أن العناصر الأساسية للخبر هي:

الجدة أو الحالية: افلا بد أن يكون الخبر جديدا... أن يكون مجاريا للأحداث وباسرع وقت ممكن ويحتفظ الخبر بقيمته مادام غير معروف و لم يسبق نشره أو إذاعته، ولهذا تتنافس وسائل الإعلام على النشر فور وقوع الحدث لتحقيق ما يسمى بالسبق الصحفي[1].

– لكن هذه الجدة لا تعني عدم أهمية أحداث وقعت منذ أوقات بعيدة، فما زالت أخبار الحرب الإسرائيلية الأخيرة على قطاع غزة (ديسمبر 2008م، يناير 2009م) تداول من وسائل الأعلام كلما تكشفت بعض أسرارها أو أعترف جنود إسرائيليون شاركوا فيها بارتكاب جرائم قتل متعمد لمدنيين، أو تأكدت بالوثائق وقائع استخدام الجيش الإسرائيلي لمادة الفسفور الأبيض وكذا الحال حول الغزو الأمريكي للعراق عام 2003م، واستخدام الإدارة الأمريكية السابقة لذرائع امتلاك العراق لأسلحة دمار شامل، وكلما نشرت مذكرات الشخصيات لعبت أدوارا هامة في إحداث أو حروب، وكلما نشرت وثائق جديدة حول إحداث قديمة، كلما عادت أخبار القديمة إلى واجهة الإعلام مثلها مثل أية أخبار تمتلك شرط الجدة والحالية

[1] عبد الجواد سعيد ربيع، فن الخبر الصحفي، نفس المرجع السابق، ص73-75.

الصراع:

- وتتجسد في أخبار الحروب والثورات والكوارث والأزمات والحروب الأهلية والانتخابات السياسية، وفي هذه الحالات تطغى تلك الإخبار وتطوراتها السياسية والميدانية على واجهة نشرات الأخبار الإذاعية والتلفزيونية كما تحتل الصفحات الأولى في كل صحف العالم لأهميتها وجدتها وانتشار اهتمام أوساط الرأي العام في منطقة وقوعها وفي العالم بوقائعها[1].

الضخامة:

وهذا العنصر مرتبط بضخامة عدد الناس المهتمين أو المتأثرين بذلك الحدث، بغض النظر عن مكان وقوع الحدث، فالأزمة المالية التي تعصف بالعالم تهم معظم سكان الأرض وتأخير صرف الرواتب في بلد ما يهم أوساط الموظفين والتجار ومعظم أوساط المجتمع

- وسقوط عدد كبير من الضحايا في حرب أو كارثة طبيعية كالزلازل فيهم أعدادا ضخمة من الناس وهكذا....

الشهرة:

- ويعني أن يكون الخبر متعلقا بشخصية مهمة وبارزة على المستوى السياسي أو الرياضي أو الفني، فموت رئيس أو ملك، أو موت فنان كبير الشهرة، أو موت لاعب كرة قدم مشهور جدا أخبار تشد اهتمام كبيرا جدا[2].

التشويق والإثارة: وإذا ما توفر عنصر الإثارة أو التشويق في خبر ما، فان التفاصيل المتلاحقة لذلك الخبر تضمن له الاستمرار لأيام أو أسابيع أو أكثر شرط أن يكون هناك جديدا في كل مرة كضمانة الشد انتباه أعداد كبيرة من القراءة[3].

الاهتمامات الإنسانية

وهو العنصر الذي يحرك أو يثير العواطف الإنسانية عند القارئ أو المشاهد أو المستمع، وعندما يتوفر عنصر الاهتمامات الإنسانية في الخبر فان بقاء الخبر في دائرة الجدة والاهتمام يكون مضمونا.

---

[1] مرعي مدكور، الصحافة الإخبارية، دار الشروق، القاهرة، ط1، ب س، ص 40-44.

[2] عبد الجواد سعيد ربيع، فن الخبر الصحفي، نقص المرجع السابق، ص76.

[3] مرعى مذكور، الصحافة الإخبارية، نفس المرجع السابق، ص 45.

مثلا: مشهد طفلة فلسطينية وهي تجري بين جثث أفراد أسرتها الشهداء على شاطئ بيت لاهيا هي من اهتمامات إنسانية لكل الفلسطينيين والعرب وأوساط الرأي العام العالمي[1].

المكانية:

– كلما كان مكان وقوع الحدث اقرب، كلما كان للناس في مكان وقوعه والقريبين منه اهتمامات اكبر، فقد كانت متابعات الناس في قطاع غزة لأخبار الحرب الإسرائيلية على القطاع اكبر كثيرا من اهتمامات أوساط الرأي العام العربي والدولي فمكان وقوع الحدث يحدد درجة أهميته لدى الناس، وينطبق هذا على الحروب والكوارث ولا يمكن مساواة اهتمامات الناس في اندونيسيا بأخبار تسونا مي باهتمامات الناس في باكستان بذات الحدث مع أن الناس في كل من باكستان واندونيسيا مسلمون[2].

الغرابة:

– كل ما هو غير عادي وغريب في الأحداث يعتبر خبرا جديدا، فإنجاب سيدة في الخمسين لطفل طبيعي خبر جديد، وزواج شيخ في الثمانين من فتاة في العشرين خبر جدىد وإنجاب سيدة لثمانية أطفال خبر جديد[3].

المنافسة:

–و تحتل المنافسات في المسابقات الرياضية مساحات واسعة من التغطية الخبرية في كل أنحاء الدنيا، وتكفي متابعة ملايين الجزائريين لمتابعة كأس الجمهورية في كرة القدم

– لنتأكد من حضور عنصر المنافسة كعنصر أساسي وقوي في الخبر، والحال نفسه ينطبق على المنافسة بين فرق تمثل بلدانها في المسابقات الكروية أو الرياضية عموما[4].

[1] عبد الجواد سعيد ربيع، نفس المرجع السابق، ص76.

[2] مرعي مدكور، الصحافة الإخبارية، نفس المرجع السابق، ص 42.

[3] نفس المرجع، ص 46.

[4] نفس المرجع، ص 47.

التوقع:

- أحد جوانب أهمية الخبر الصحفي تكمن في مدى إثارته من توقع لاحتمالات ايجابية أو سلبية، وعلى سبيل المثال فقد نتابع خبر عن الزيادات في الأجور وهذا يثير الكثير من الاحتمالات لدى العديد من الفئات الموظفة والمعنية بهذه الزيادات[1].

الصدق أو الصحة:

- لا يمكن نشر أي خبر دون التأكد من صحته، فصحة الخبر شرط لازم لنشره ومن المعيب نشر خبر لم تتأكد المؤسسة من صحته، وإذا ما تم تكذيب الخبر فان هذا التكذيب يضر بسمعة ومكانة المؤسسة، ولا يفيد اعتذار أو تصويب الصحيفة الخبر الكاذب من حجم الأضرار التي إصابتها لنشرها خبرا كاذبا[2].

الدقة والموضوعية:

وهي تعني نشر الحقيقية الكاملة للحدث دونما حذف يضر بالسياق أو يغير المعنى، وإذا كان الإهمال والسرعة في كتابة ونشر الخبر أسباب لنقص أو غياب الدقة فإنها أعذار لا تبرر عدم تحري الدقة الواجبة أما الموضوعية هي عدم إخضاع الخبر للتحريف بالحذف أو بالإضافة، فالخبر الصحفي غير خاضع للتلوين حسب سياسة الصحيفة[3].

و المبدأ الذهبي الذي يحكم العمل الصحفي هو المبدأ القائل: للصحيفة الحق في كتابة ونشر رأي مختلف ولا حق لها التلاعب بخبر يتعلق بمن تختلف معهم تلك الصحيفة

المطلب الثالث : وظائف القيم الاخبارية.

- وظائف القيم:

1 - 5 - تعمل كمعيار لتوجيه القول والفعل والسلوك الصادر عن الأفراد في المواقف المختلفة.

2 - 5 - الوصول إلى التكامل أو التضامن في المجتمع، من خلال نسق القيمة العامة التي تعطي الشرعية لمصلحة أهداف الجماعة وتحدد المسؤولية.

3 - 5 - للقيم دور كبير في بناء الشخصية الفردية.

---

[1] عبد الجواد سعيد ربيع، فن الخبر الصحفي، نفس المرجع السابق، ص 77.

[2] نفس المرجع ص78.

[3] نفس المكان.

4 - 5 - تعمل على تنظيم المجتمع وضبطه واستمراره وتحافظ على البناء الاجتماعي.

5 - 5 - تعمل على الحفاظ على هوية المجتمع وثقافته، فلكل مجتمع هويته الثقافية المميزة التي تعمل القيم على الحفاظ عليها.

6 - 5 - المساعدة على التكيف مع الأوضاع المستجدة للفرد.

7 - 5 - تساعد في حل الصراعات واتخاذ القرارات، ذلك أن القيم هي مجموعة من المبادى التي يتعلمها الفرد الساعده على الاختيار بين البدائل المختلفة، وحل الصراعات واتخاذ القرارات في المواقف التي تواجهه[1].

ويمكن أيضا إجمال وظائف القيم ضمن محورين هما:

المحور الأول وظائف القيم على المستوى الفردي:

1- أنها تهيئ للأفراد اختيارات معينة تحدد السلوك الصادر عنهم فهي تلعب دورا هاما في تشكيل الشخصية الفردية وتحديد أهدافها في إطار معياري صحيح،

2 - أنها تعطي الفرد إمكانية أداء ماهر مطلوب منه ليكون قادرا على التكيف والتوافق بصورة ايجابية.

3 - تحقق للفرد الإحساس بالأمان ليستعين بها على مواجهة ضعف نفسه والتحديات التي تواجهه في حياته.

4 - تعطي للفرد فرصة للتعبير عن نفسه وتأكيد ذاته.

5 - تدفع الفرد لتحسين إدراكه ومعتقداته لتتضح الرؤيا أمامه وبالتالي تساعده على فهم العالم من حوله وتوسيع إطاره المرجعي في فهم حياته وعلاقاته.

6 - تعمل على إصلاح الفرد نفسيا وخلقيا وتوجهه نحو الإحسان والخير الواجب.

7- تعمل على ضبط الفرد لشهواته كي لا تتغلب على عقله ووجدانه[2].

المحور الثاني وظائف القيم على المستوى الاجتماعي:

1-تحافظ على تماسك المجتمع، فتحدد له أهداف حياته ومثله العليا ومبادئه الثابتة.

---

[1] نفس المرجع، ص 25.

[2] ماجد الزيود، الشباب والقيم في عالم متغير، نفس المرجع السابق، ص26.

2-تساعد المجتمع على مواجهة التغيرات التي تحدث فيه بتحديدها الاختيارات الصحيحة وذلك يسهل على الناس حياتهم ويحفظ للمجتمع استقراره وكيانه في إطار موحدة.

3- تربط أجزاء ثقافة المجتمع ببعضها لتناسق، وتعمل على إعطاء النظم الاجتماعية أساسا عقليا يصبح عقيدة في ذهن أعضاء المجتمع المنتمين إلى هذه الثقافة.

4- تقي المجتمع من الأنانية المفرطة والتراعات والشهوات الطائشة، فالقيم والمبادئ في أي جماعة هي الهدف الذي يسعى جميع أعضائها للوصول إليه.

5- تزود المجتمع بالصيغة التي يتعامل بها مع العالم وتحدد له أهداف ومبررات وجوده وبالتالي يسلك في ضوئها وتحدد للأفراد سلوكياتهم.[1]

[1] مرجع سبق ذكره ص 99

المبحث الثالث : الخدمة العمومية و العوامل المؤثرة.

المطلب الاول : مفهوم الخدمة العمومية.

كما نستعرض أهم الحصص التي تقدمها القناة الأولى ضمن برنامجها العام، ومعرفة مدى التزامها بواجب أداء الخدمة العامة للمجتمع وفق ما يمليه دفتر الشروط فما هي العلاقة الموجودة بين القيم الإخبارية والمجتمع.

1- مفهوم الخدمة العمومية:

ليس هناك اتفاق على تفسير مرجعي لمفهوم الخدمة العمومية على اعتبار أن هذا المجال مرتبط بالقيم التي تقوم عليها كل دولة، كما أنه خاضع للتطور الذي تفرضه تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

والتفسير التقليدي يعتبر أن مهام الخدمة العمومية في الإعلام المرئي والمسموع تخضع الطبيعة البرامج والخدمات التي تقدمها القنوات العمومية، لتستجيب من خلالها لحاجيات الجمهور الواسع بدون أن تكون لها أهداف الربح[1].

والنظرة الحديثة تربط مهام الخدمة العمومية بمقتضيات الديمقراطية والمتطلبات الاجتماعية والثقافية وبضرورة المحافظة على التعددية بما في ذلك التعددية الإعلامية بل تشجع على الشراكة مع المتعاملين الخواص بما يشكل مرجعا للمصداقية والتوعية والإبداع بالنسبة لكل أنواع البرامج[2].

كما يستمد مفهوم الخدمة العمومية من المفهوم المرفق العام في القانون الإداري ويقصد بالمرفق العام " ذلك المشروع الذي بواسطته يتولى شخص إداري القيام بعمل لتحقيق المنفعة العامة. أو يقصد به إشباع حاجة عامة وذلك بسبب طبيعته[3].

- وإذا كان هذا التفريق يركز على وظيفة المرفق العمومي وهي المنفعة العامة، فانه يمكن إيراد تعريف اشمل لمفهوم المرفق العام حيث يرى سليمان الطماوي" أن المرفق العام هو: مشروع يعمل باطراد أو انتظام، تحت إشراف رجال الحكومة بقصد أداء خدمة عامة للجمهور مع خضوعه لنظام قانوني

---

[1] محمد شلوش، الإذاعة والخدمة العمومية، ندوة الإذاعة المسموعة: الواقع والأفاق، اتحاد إذاعات الدول العربية الجزائر، 10نوفمبر 2007م، ص 52.

[2] نفس المرجع، ص52.

[3] رياض عيسى، نظرية المرفق العام في القانون المقارن، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1984م، ص12.

معين[1] وفي ميدان الإعلام ظهر مفهوم الخدمة العامة في وسائل الإعلام لأول مرة في بريطانيا بعد إنشاء مؤسسة BBC في 1926م، ولهذا أصبح مقرونا بالإذاعة والتلفزيون وليس بالصحافة المكتوبة. ونظام الخدمة العامة الذي نالت بفضله BBC شهرة عالمية ومصداقية لدى جمهورها. يرتكز أساسا على المبادئ العامة التي إذا انعدمت فقد المفهوم دلالته وهي كونه:

- ملكية للمجموعة الوطنية.
- يعكس الثقافة الوطنية بجميع مقوماتها وخاصة اللغة والقيم الحضارية.
- يعكس إجماعا وطنيا، ليس على كل شيء وإنما على المسائل الأساسية والجوهرية أو كما نسميها نحن الثوابت الوطنية)
- يمول نفسه بنفسه بغرض الحماية من أي ضغوط سياسية أو تجارية.
- يتجه إلى جميع أفراد المواطنين بغض النظر عن موقعهم الجغرافي أو الاجتماعي.
- يقوم بوظيفة الإعلام والتربية والترفيه.
- الروح المهنية لدى المبلغين[2].

هذا هو المفهوم الحقيقي لنظام الخدمة العامة في وسائل الإعلام الذي نقلته بلدان عدة عن BBC، وعلى الخصوص البلدان الأوربية

– فامتناع مؤسسة عن نشر خبر يتعارض مع سياستها لا يقلل من قيمة ذلك الخبر ولا يمنع وسائل الإعلام الأخرى من نشر ذلك الخبر.

المطلب الثاني : العوامل المؤثرة في القيم الاخبارية.

– في دراسة العوامل المؤثرة في القيم الإخبارية نجدها تختلف من عوامل سياسية وفكرية واقتصادية واجتماعية وأيضا أخلاقية، سوف نتطرق في البداية إلى العوامل السياسية والفكرية أي علاقة البنية الفكرية للسلطة وللمؤسسة الإعلامية وتأثيرها المباشر في القيم الإخبارية، ثم ننظر في العوامل الأخرى وهي أقل تأثيرا أو ذات تأثير غير مباشر.

[1] حماد محمد شطاح، تطور وظيفة الدولة نظرية المرافق العامة، الكتاب الأول، ديوان المطبوعات الجامعية 1984م (الجزائر)، ص 87.

[2] السعيد بومعزة، مفهوم الخدمة العامة والصحافة المكتوبة، نفس المرجع السابق، ص 109.

السلطة السياسية:

-إن العلاقة الموجودة بين السلطة السياسية ووسائل الإعلام موجودة في كل دول العالم وتطرح على أنها إشكالية تتمثل في تحكم السلطة السياسية في وسائل الإعلام وهذا التحكم يرجع إلى الطبيعة البنيوية للمؤسسة السلطوية المتمثلة في الدولة أو الحكومة والتي تقوم على أساس ممارسة السلطة الحكم، في حين أن المؤسسة الإعلامية تقوم على الإسهام في تشكيل وعي الأفراد ولها دور فعال في تشكيل الرأي العام وبالتالي لابد أن تقوم السلطة السياسية في محاولة لاستمرارها بالهيمنة على وسائل الإعلام والسيطرة على إنتاج الأفكار والمعلومات لتكييفها حسب رأي السلطة[1] فتصبح القيم الإخبارية للوسيلة الإعلامية تتماثل وتتماشى تماما مع رأي السلطة السياسية فيما يتشر وما لا ينشر[2].

-فالالتفات حول وسائل الإعلام من طرف السلطة يرجع إلى أن الدولة لها أفكارها الخاصة بها ترغب بإيصالها إلى الناس ليلتفوا حولها ولتستمر وتقوى وهذه هي طبيعة السلطة

- ويقول أحد الكتاب في التلفزيون الأسترالي: الحكام الجدد هم نفسهم الحكام القدامى لكن بوجوه جديدة وتقنيات سيطرة جديدة، هناك إمبريالية غير مباشرة، ناعمة أحيانا وخشنة أحيانا، تستخدم التكنولوجيا والشركات العابرة للقوميات والإعلام والشعارات المعولمة" وفي الجزائر على سبيل المثال كان المفروض على الصحافة أن تعمل على منهاج الحزب الواحد وتحقيق المبادئ الاشتراكية حين كانت الجزائر تتبنى النظام الاشتراكي، ثم كانت الإدارة السياسية موجودة بعد 1990م لجعل الصحافة المستقلة الناشئة أحد أشعة الإصلاحات السياسية والاقتصادية في مواجهة تردد بعض القوى المستقلة وتجدر الإشارة إلى أن اختلاف الأنظمة الفكرية والاجتماعية والاقتصادية لها دور كبير في تحديد العلاقة بين السلطة السياسية ووسائل الإعلام، فيمكن لهذه الأخير أن تكون سلطة رابعة بينما يمكنها أن تكون جهازا من أجهزة الدولة في الولايات المتحدة الأمريكية لا يجوز أن يصدر الكونغرس أي قانون يحد من حرية الصحافة[3].

---

[1] إبراهيم عبد الله المسلمي، التشريعات الإعلامية، دار الفكر العربي، القاهرة، دس ن، ص 331.

[2] السعيد بومعيزة، مفهوم الخدمة العامة والصحافة المكتوبة، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 1992، 8 م، ص 109.

[3] رشيد فريح، الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري (دراسة حالة القناة الأولى)، مذكرة النيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، سنة 2009م، غير منشورة، ص ص 60،61.

– بحسب التعديل الأول، لوثيقة الحقوق، دستور الولايات المتحدة، 1791م) مثلا وقفت المحكمة العليا الأميركية إلى جانب الصحف ضد الحكومة في مسألة السماح للصحف بنشر ما غرف فيما بعد "بوثائق البنتاغون".

وقد نشرت الصحف هذه الوثائق السرية لحرب فيتنام، بعد أن حصلت عليها بصورة غير رسمية، رغم الاعتراضات الحكومية[1].

– ويلاحظ أن هناك تباينا في حدة العلاقة بين السلطة السياسية ووسائل الإعلام في الغرب ودول العالم الثالث – أي أنها موجودة دائما في كل الدول –

– ورغم ذلك التباين هناك تحكم في وسائل الإعلام بميكانيزمات تختلف من دولة إلى أخرى وتتمثل في: الميكانيزم التشريعي، الميكاتيزم المالي وميكانيزم الرقابة[2].

عن طريق التشريع (الميكانيزم التشريعي):

حيث تسن السلطة مجموعة من القوانين يجب على الرسالة الإعلامية التقيد بها، والسلطة الجزائرية مثلا تعتقد أن (دفع الصحافة نحو الالتزام أكثر بالمسؤولية يمر عبر تضييق أكثر الهامش الحرية من خلال سن قوانين ردعية، كما حدث في تعديل قانون العقوبات وإجراءات تعسفية ومساومات سياسية وتجارية)، وبالتالي فإن هذه القوانين تحدد القيم الإخبارية للوسيلة الإعلامية كما أن حرية التعبير تنتهي بمجرد استغلال السلطة لسلطتها وتوظيف العدالة الضرب كل من يتجرأ على انتقادها، وإذا نظرنا إلى التشريع الأمريكي فإلى جانب المبادئ المستندة على الدستور، لا يوجد هناك ما يذكر من القوانين أو الأنظمة التي تتعلق بممارسة العمل الصحافي.فالحكومة الأميركية لا تمنح تراخيص لممارسة العمل الصحفي ولا تتحكم بمستلزماته من ورق الصحف وحبر الطباعة لكن من جهة أخرى يخضع الصحافيون إلى نفس القوانين المطبقة على بقية المواطنين[3].

عن طريق التمويل (الميكانيزم المالي):

ونعني بها سلطة المال، حيث أن تمويل وسائل الإعلام يعود إلى المصلحة الذاتية للممول مهما كانت السلطة السياسية أو الجماعات المالية أو جماعات الضغط وسلطة المال لها فاعلية كبيرة حيث أن

[1] إبراهيم عبد الله المسلمي، التشريعات الإعلامية، نفس المرجع السابق، ص 332.

[2] عبد الحفيظ الهرقام، الإذاعة والتلفزيون مرفقا عموميا في الوطن العربي، مجلة اتحاد الإذاعات العربية العدد 03 2004م، ص 08.

[3] إبراهيم عبد الله المسلمي، التشريعات الإعلامية، نفس المرجع السابق، ص 332.

السيطرة المالية تجعل من وسائل الإعلام في موضع التأييد للممول دائما وتضع قيم الممول في موضع قيمها[1] وفي الجزائر دائما (يكفي توقيع الإشهار الممنوح وتواطؤ المطابع وحدهما لبيان طبيعة الضغوط وتفسير الخط المنتهج)

وهذا الخط المنتهج من طرف الدولة سوف يؤثر في إيجاد حرية خرافية للتعبير، فاحتكار الدولة للإشهار المؤسساتي والمطابع تعد عراقيل أمام حرية التعبير.

عن طريق الرقابة (ميكاتيزم الرقابة):

وهنا حسب رؤية الأستاذ « سمير لعرج » فإن الميكانيزمين السابقين أي التشريعي والمالي لا يكفيان لإحكام القبضة على مضمون وسائل الإعلام، والأنظمة السياسية تستدعي فرض رقابة معينة لا تتعارض مع إيديولوجيتها، ففي الغرب يؤكد على ما يريده الجمهور بينما في دول العالم الثالث فيركز على ما يحتاج إليه الجمهور ولا شك أن ممارسة هذه الرقابة يؤدي إلى انعدام المراقبة الذاتية وطبعا إلى توجيه القيم الإخبارية للمؤسسة الإعلامية بمراقبة ما ينشر وما لا ينشر.

– وفي دول العالم الثالث والوطن العربي خصوصا هناك من الرقابة المفروضة على الأداء الإعلامي ما يحد من حرية الإعلام ويجعل القيم الإخبارية خاضعة للدولة، مع تفاوت تلك الرقابة المفروضة من نظام الآخر:

– رقابة مسبقة على مضمون الرسالة الإعلامية المحلية.

– رقابة قضائية على القرار الإداري بإلغاء الصحيفة أو تعطيلها.

– رقابة على مضمون الرسالة الإعلامية الواردة من الخارج.

– رقابة على بيع وتداول المطبوعات.

ثالثا/ تأثير سياسة المؤسسة الإعلامية في القيم الإخبارية:

– بعد دراستنا لهيمنة السلطة السياسية على الوسيلة الإعلامية النابع من بنية السلطة وطبيعتها، سوف نحاول التطرق إلى تأثير الوسيلة الإعلامية في حد ذاتها على القيم الإخبارية، ذلك لكونها دائما تعبر عن السلطة السياسية والإيديولوجية الفكرية لها أو أنها تحمل أفكارا أخرى تريد أن توصلها إلى الناس حتى وإن كانت تناقض الحكومة[2].

[1] عبد الحفيظ الهرقام، نفس المرجع السابق، ص 20.

[2] جيهان احمد رشتي، النظم الإذاعية في المجتمعات الغربية، نفس المرجع السابق، 1979م، ص، 20.

الفصل الثاني

القائم بالاتصال في القنوات الاحبارية

المبحث الأول: مفهوم القائم بالاتصال واتجاهاته وفعاليته.

المطلب الأول: مفهوم القائم بالاتصال.

إن البحث عن مفهوم موحد وشامل لتعريف القائم بالاتصال،خاصة فيما يوضح حدوده المهنية وسماته الوظيفية التي يختص بها العاملون في مجال الإعلام و الاتصال صار أكثر تعقيدا وتشابك نتيجة للتطورات المتسارعة في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات،في ظل تزايد وتنوع الأنشطة الاتصالية التي استحدثتها الثورة التقنية والعلمية.[1]

فقد لجأ باحثون أمثال Paterson الى محاولة تحديد مفهوم القائم بالاتصال إلى وضع تعريف عام وشامل يشمل كل من يساهم في صنع القرار داخل وسائل الإعلام بشكل مباشر .أو غير مباشر. بينما تبنى جيرمي تاتسال (J.Tunstall) تعريف القائم بالاتصال على أساس المهنة،[2]حيث يعرف القائمين على الاتصال بأنهم: العاملون غير الكاتبين داخل المؤسسات الإعلامية ،فهم الذين يختارون وينفذون البرامج والرسائل الإعلامية الأخرى لنقلها إلى جمهور معين.

واعتمدت دراسة "بن" (bean) على مدخل يركز على المتغيرات التنظيمية و المؤسسية من منظور سيكولوجي ، حيث يرى أن المهنة ليست مجرد مجموعة حرفية أو مهنية عامة أو متميزة، بل مستوى مؤسسي مركب من التفاعلات داخل المؤسسة الإعلامية التي تؤثر على أداء القائمين بالاتصال و أهدافهم.

و ترى نجوى الفوال أن مفهوم القائم بالاتصال اختلف تبعا لاختلاف منظور موضوع الدراسة والمعيار الذي يتبناه الباحثون في تعريف المفهوم ، فقد اتجهت بعض الدراسات إلى تعريف القائم بالاتصال من منظور القدرة على التأثير بشكل أو بأخر في الأفكار و الآراء،في حين اتجهت دراسات أخرى لتعريف القائمين بالاتصال من

[1]- محمد سعد إبراهيم،" الإتجاهات الحديثة في دراسات القائم بالاتصال"، (المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 4،أكتوبر-ديسمبر) 181،2000

[1]- رغدة محمد عيسى، العوامل المؤثرة على القيادات الإعلامية النسائية باتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري وانعكساتتها على التخطيط الإعلامي، رسالة ماجيستير(ير منشورة)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2005، ص50

منظور الدور في عملية الاتصال ،حيث عرفتهم بأنهم الأشخاص الذين يتولون إدارة وتسيير العملية الاتصالية،وعلى ضوء ما يتمتعون به من قدرات وكفاءة في الأداء يتحدد مصير عملية الاتصال برمتها.[1]

وتعرف ألفت أغا القائم بالاتصال بأنه شخص أو فريق منظم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات من فرد الى اخر عبر الوسيلة الاعلامية ،أو أي في أخر له علاقة بتسيير أو مراقبة نشر الرسائل على الجمهور عبر الوسائل الاعلامية.

ويرى بعض الباحثين أن مفهوم القائم بالاتصال (Communicator) ساده قدر من الخلط وعدم الوضوح أدى الى غموضه لفترة طويلة ، فمع بداية الاهتمام بهذا النوع من الدراسات كان ينظر للقائم بالاتصال في اطار نظرية حارس البوابة، الذي يتحكم في نوعية وكم مايسمح بوصوله الى الجمهور، وهذه النظرية حصرت دور القائم بالاتصال في اطار عملية الرقابة على الرسالة الاعلامية، واستبعدت بذلك أدوار أخرى لاتقل أهمية في انتاج وصنع المادة الاتصالية، ومع ذلك فقد استمر استخدام مصطلح حارس البوابة كمرادف لمفهوم القائم بالاتصال لوقت طويل.[2]

كما عبرت بعض الدراسات الاعلامية عن مفهوم القائم بالاتصال باعتباره مصدر الرسالة الاتصالية، رغم أن مفهوم المصدر أوسع بكثير من مفهوم القائم بالاتصال ، على اعتبار أن لكل اتصال انساني مصدرا قد يكون شخصا أو مجموعة من الاشخاص لهم غرض محدد من الاتصال، يقومون بترجمته في شكل لغة أو رمز.

ان اختلاف المسميات التي عبرت عنها الدراسات التي تناولت القائم بالاتصال في وسائل الاعلام التقليدية أدى الى وجود نوع من التداخل بينه وبين مفاهيم أخرى مرتبطة به مثل : مفاهيم المصدر ، وحارس البوابة ، والوسيط ، وأضافت اليها وسائل الاعلام الجديدة مصطلحات أخرى شملت القائم بالاتصال في (شبكة الويب و الصحفي الالكتروني) ، والمحرر المتكامل.

[1]– د. عطاء الله طريف ، استراتيجيات القائم بالاتصال في اختيار الاخبار الخارجية في الصحف الجزائرية، كلية علوم الاعلام و الاتصال قسم علوم الاتصال، سنة 2011 2012 ، ص 134

1– ألفت حسين أغا، القائمون بالاتصال وقضايا التنمية: دراسة ميدانية لعينة من القائمين بالاتصال في المجتمع المصري، رسالة دكتوراه(غير منشورة)، كلية الآداب ،جامعة القاهرة، 1991 ص 71.

ويمكن عبر تتبع مفاهيم القائم بالاتصال على مدى تطورها سواء على المستوى اللغوي أو الاتصالي الابعاد الوظيفية المفترض وجودها في القائم بالاتصال ، من خلال ما أشارت اليه الموسوعة البريطانية، هو أن القائم بالاتصال ينهض بأمرين:

- التشارك (share) ويشمل :
  - ✓ صياغة المعرفة أو المعلومة.
  - ✓ نقل المعلومة أو المعرفة أو التفكيرأوالمشاعر بطريقة مفهومة ، ومنظبطة وقابلة للفهم من مصدر الى مستقبل.
- التوصيل ويشمل :
  - توصيل طرفين يحملان المعرفة أو المعلومة .

وهذا التعريف يحدد وظيفة القائم بالاتصال في النقل والذي يشمل نقل الميراث الثقافي، ونقل المعرفة و الأخبار والمعلومات ، وتوصيلها إلى المتلقين، والإدارة التي تعني إدارة عمليات الاتصال بين أجزاء المجتمع فيما يخص الشأن العام على المستوى الجماهيري، والإفهام أو التفسير، حيث يقوم بصياغة المعلومات وضبطها ، أي إدارة المحتوى الاتصالي لكي يتواءم مع إفهام المتلقين.

هذا في الوقت الذي تتجرد فيه التعريفات الحديثة لتعرف القائم بالاتصال بأنه الشخص الذي يمتلك القدرة على الاتصال مع الآخرين بغض النظر عن السياق الذي يتم فيه الاتصال سواء كان شخصيا أو جماهيريا ،فكل من يمتلك هذه القدرة يصبح قائما بالاتصال ،كل في سياقه،وبالتالي فان مستخدم الانترنيت الذي لديه القدرة على الاتصال في السياق الجماهيري يصير قائما بالاتصال في هذا السياق ، وهكذا.

في حين اتجهت أراء أخرى لتركز على القائم بالاتصال من خلال المؤسسة الإعلامية، وهو ما يتضح في تعريف "بوفي" الذي يعرف القائم بالاتصال في الاتصال الجماهيري بأنه ذلك الفرد الذي يعمل من خلال تنظيم معقد يجسد الفصل الواسع بين العمل وبين المستوى المصاحب من التكلفة و الإنفاق.

فكرة التنظيم التي أشار إليها هذا التعريف يشمل العمل أو المهنة من جهة، ومستوى الإنفاق المصاحب له من جهة أخرى؛حيث العلاقة بين أصول المهنة وتكلفة إنتاج الرسالة الاتصالية هي التي تحدد طبيعة الممارسة الاتصالية التي ينبغي على القائم بالاتصال إتباعها في قيامه بالوظائف الاتصالية.[1]

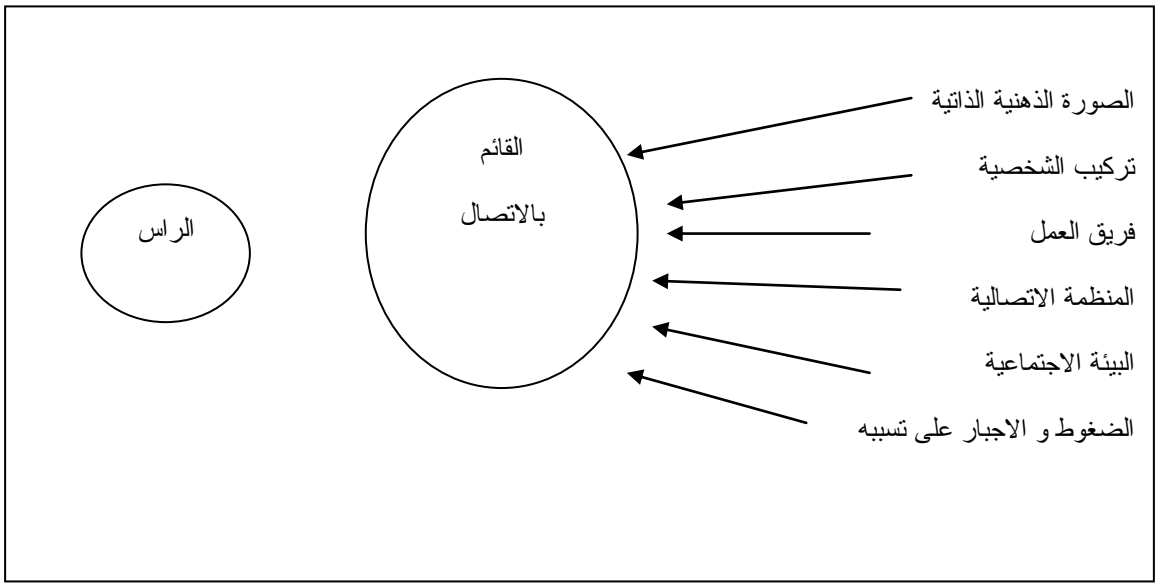
يشير هذا التعريف إلى إشارة جوهرية مفادها أن إنتاج المواد الاتصالية هو إنتاج مؤسسي وليس فرديا، وأن القائم بالاتصال يمثل عنصرا داخل المؤسسة الاتصالية التي تتداخل فيها معايير التكلف والربح باعتبارها مؤسسة اقتصادية، ومعايير الاتساق مع النظم الاجتماعية السائدة، خاصة السياسي منها، باعتبارها أداة لتشكيل الرأي العام، ولها سطوتها ونفوذها، ومعايير تتعلق بالنسق القيمي للمجتمع باعتبارها مؤسسي اجتماعية، إضافة إلى المعايير المهنية التي يمثلها القائم بالاتصال الفرد.

وقد ارتكز علماء الاتصال في تأكيد هذه الفكرة على نظرية حارس البوابة، وهي نظرية راسخة في علم الاتصال الجماهيري والتي ابتكرها "لوين" Lewin في سياق اجتماعي، واستلمها وايت white ليطبقها على الصحافة في معايير اختيار الأخبار في الوقت الذي سعى فيه من بعده "مكومبس "Mc combs" إلى إكسابها العمومية الشاملة على مستوى أداء وسائل الاتصال كمؤسسات.

ومؤدي هذه النظرية السابقة الذكر من خلال تطوراتها المتعددة يتمثل في أن مدخلات وسائل الاتصال من الأخبار و المعلومات والمعارف تمر عبر بوابات تغير محتواها بالحذف والإضافة لتجعلها ملائمة لسياسة الوسيلة الإعلامية، مما يجعل مخرجات هذه الوسائل المتعددة مختلفة عن الرسالة الأصلية، وهو ما يعني أن المضمون الاتصالي يختلف باختلاف المؤسسة الاتصالية التي تسبغ عليه أهمية ما أوتسحبها،[2] والتي تضيف إليه أو تقلص منه، والتي تظهره وتؤيده أو تخفيه وتنكره، وهذه الفكرة ذاتها تتكامل مع فكرة نظرية وضع الأجندة. الإعلامي وقد عبر "ماليتزاك" في الصورة التي رسمها للقائم بالاتصال عن العوامل و القوى التي تمثل محددات للمضمون الإعلامي، الذي يختاره من بين الكثير من المواد الخام التي تمثل رؤى وظيفية للقائم بالاتصال خلال أدائه، وهذا يتضح في النموذج التالي:

[1]- محمد بن سليمان الصبيحي، العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال و الجمهور، دراسة وصفية في ضوء متغيرات البيئة الاتصالية الحديث في المملكة العربية السعودية، رسالة الدكتوراه(غيرمنشورة) ، جامعة محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة و الإعلام، قسم الإعلام، 2008 ،ص180

[2]- المرجع نفسه، ص180



شكل رقم (03) : محددات بناء المضمون الإعلامي لدى القائم بالاتصال.

ومن ثم فان هذه الدراسة، وهي تستند في إطارها النظري على النظرية الوظيفية للقائم بالاتصال داخل السياق الاجتماعي باعتباره يمثل وحدة التحليل الأصغر في الاجابة عن الأسئلة الخاصة بمسؤولية إنتاج الرسالة الإعلامية، وأحد المفاهيم الخاصة بالعلاقات التنظيمية داخل المؤسسة الاعلامية، ويشير في الوقت نفسه إلى كل من يعمل في بناء أوتشكيل الرسالة الإعلامية مهما كانت الأدوار أو المواقع.

المطلب الثاني: الاتجاهات العلمية لدراسة القائم بالاتصال

تعتبر دراسة القائم بالاتصال كعنصر مؤثر وفعال في العملية الاتصالية من الدراسات الحديثة نسبيا مقارنة بالبعد الزمني للدراسات و البحوث التي تناولت العناصر الأخرى للعملية الاتصالية، التي تتضمن الرسالة و الوسيلة والمستقبل بجانب عنصري التأثير ورجع الصدى، وربما يرجع ذلك إلى التوجه العام الذي كان سائدا نحو قياس و دراسة تأثير وسائل الإعلام على الجماهير خاصة في[1] المجتمعات الغربية ؛ حيث ارتبطت بحوث الاتصال

[1]- ألفت حسين أغا ، مرجع يبق ذكره، ص5

بالفلسفة العامة لتلك الدول والتي تدور حول مفهوم السوق الحر والمفتوح، ومن ثم وضع المتلقي في إطار نموذج المستهلك الذي تهدف إلى التأثير عليه بترويج الرسالة الإعلامية.[1]

ارتبطت بحوث ودراسات الاتصال بدراسة العوامل المحركة و الدافعة لإحداث مثل هذا التأثير، وقياس مدى تحققه، ودرجة الاستجابة له، وبالتالي العزوف عن دراسة القائم بالاتصال الذي يقدم المنتج الإعلامي بالرغم من أهمية دوره في تحديد نتائج عملية الاتصال.

و مع مطلع النصف الثاني من القرن العشرين وجد الباحثون في مجال الإعلام أن الاكتفاء بدراسة المضمون الإعلامي لن ينتج سوى دراسات محدودة الأثر؛لأنها تهمل منتج هذا المضمون، ولا توفر معرفة الأسباب والظروف التي تم في ضوئها اختيار هذا المضمون دون غيره، ونتيجة لذلك توالت الدراسات المعنية بالقائم بالاتصال إما كموضوع وهدف أساسي للدراسة،أو من خلال التعرض للقائم بالاتصال في جزئيات معينة حسب ما يفرضه موضوع البحث الرئيس.[2]

وبشكل عام يمكن القول بأن بحوث القائم بالاتصال قد أثريت مع مطلع الستينات من القرن العشرين بسبب تضافر مجموعة من العوامل ،منها :الإسهامات الفكرية لعلم الاجتماع، ودراسة سوسيولوجيا الاتصال، وازدهار الاتجاهات النقدية والثقافية داخل المدرسة الغربية لبحوث الاتصال، والتوجيه والاهتمام المتزايد من بعض الفروع الأخرى للعلوم الاجتماعية نحو الظاهرة الاتصالية وما يتعلق بالمادة الإعلامية وعملية تكوينها وإعدادها، ومن الفروع الانثروبولوجية الثقافية، والتاريخ الاجتماعي، والاقتصاد السياسي، وعلم النفس، وقد أدت هذه الاسهامات الى تنوع مداخل دراسة القائم بالاتصال،ووضعه في إطار تحليل النص الثقافي أو النظام الاجتماعي الذي يتحرك داخل الفرد كقائم بالاتصال.

وترجع بدايات دراسة القائم بالاتصال بجذورها إلى ملاحظات الباحثين"ويبر" (weber1918)و"بارك" (Park1923)، ثم ظهرت بعد ذلك أول دراسة عن القائم بالاتصال للباحث"ليوروستن" (Leo 1937 Rosten)، بعنوان: مراسلو واشنطن، وبعدها بأربع سنوات قام"روستن" (Rosten1941) بدراسة

[1] - د. عطاء الله طريف ، استراتيجيات القائم بالاتصال في اختيار الاخبار الخارجية في الصحف الجزائرية، كلية علوم الاعلام و الاتصال قسم علوم الاتصال، سنة 2011 2012 ، ص 155

العاملين في صناعة السينما في هوليود، وقد ركزت الدراسات التي قام بها على شخصية القائم بالاتصال والخلفيات الاجتماعية له، ثم توقفت الدراسة عن القائم بالاتصال حتى عام 1950 عند نشر الباحث الأمريكي"ديفيد مانج ووايت" دراسته عن حارس البوابة وانتقاء الأخبار التي أعطت بدورها دفعة قوية للبحث في هذا المجال، ثم جاءت دراسة"جونستون وسلوسكي وبومان"(Johnston,Slowski,Bowman) عام 1976 عن الصحفيين الأمريكيين؛حيث قدموا عرضا شاملا لمهنة الصحافة و الخصائص الاجتماعية الخاصة بأعضائها كالتعليم والتدريب، وأنماط المهنة،والوظائف،والتوجهات والانتماءات السياسية،وسلوكيات الحياة اليومية.[1]

ويرى بعض الباحثين أن الدراسة الاجتماعية للقائم بالاتصال تمت من خلال أربعة مداخل، وهي:

1. دراسة القائم بالاتصال من خلال المهنة: وهو مدخل يركز على تحليل مفهوم العام للقائم بالاتصال،ويرجع إلى مكوناته المهنية المتخصصة والمتعددة، فهذا المدخل يركز على الأصوات الاجتماعية للقائمين بالاتصال، وخلفياتهم الطبقية،وهواياتهم،وانجازاتهم العلمية.
2. دراسة الأدوار الوظيفية للقائم بالاتصال داخل المؤسسة الإعلامية الكبيرة: التي تؤثر على إبداع القائم بالاتصال.
3. وصف الاتجاهات المهنية للقائم بالاتصال وعلاقاتها بعدد من المتغيرات.

ويمكن القول بأن البحوث والدراسات التي ظهرت خلال السنوات الماضية والتي تتعلق بعلاقة المؤسسات الإعلامية والقائم بالاتصال بالمنتج الإعلامي تمت من خلال ثلاث زوايا،وهي:

أ- الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال،والخلفيات الاجتماعية والتجارب الشخصية والمعايير المهنية التي تؤثر على طرق تفكير القائم بالاتصال والقرارات التي يتخذها .

ب- دراسة سياسة المؤسسات الإعلامية والقيود التي تفرضها، سواء كانت قيود داخلية أم خارجية، وتتمثل القيود الداخلية بالسياسة الإعلامية للمؤسسة وأنظمتها الإدارية،والقيود الخارجية

[1]- محمد الجوهري وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 156

تتمثل في موقع الوسيلة من النظام الاجتماعي القائم، ومدى ارتباطها بمصالح معينة، وتجعل هذه القيود القائم بالاتصال جزءا من الكيان العام للمؤسسة.

ت- تفاعل المؤسسات الإعلامية مع البيئة الاجتماعية والسياسية والثقافية التي توجد بها ومع المؤسسة ومع النظام القائم.[1]

وتمثل الدراسات و البحوث الأمريكية الإطار المرجعي لمعظم الدراسات التي تناولت القائم بالاتصال؛ حيث أغفلت الدراسات الأوروبية في بحوث الإعلام الاهتمام بالقائم بالاتصال لسنوات عديدة، في الوقت الذي كانت تجري فيه الدراسات الأمريكية بشكل واسع ومكثف منذ الخمسينيات من أجل كشف كل الجوانب المتعلقة بعمل القائم بالاتصال و الأدوار التي يقوم بها، والعوامل المؤثرة سواء كانت دافعة أو معوقة لأداء هذه الأدوار، ورغم تأثر المدرسة الأوروبية بالدراسات و البحوث الأمريكية فإنها تبنت أسلوبا أكثر شمولية، يثري الموضوعات البحثية من خلال التركيز على السياق الاجتماعي و الاقتصادي والثقافي و الايدولوجي المؤثر على القائم بالاتصال، وتطوير مدخل يتسم بالشمولية و الاعتماد على تحليل العلاقات المتبادلة بين القائم بالاتصال و البناء المؤسساتي وعمليات الإنتاج و الضبط و السيطرة والعلاقة مع السلطة و الجمهور و القوى السياسية و الاجتماعية، ويرى محمد سعد، أن المدرسة الأوروبية اهتمت بتبني المدخل الثقافي الذي يتناول القائم بالاتصال كمنتج مولد للثقافة و المدخل النقدي الذي يهتم بالتحليل النقدي للمؤسسات الإعلامية كنظم اجتماعية والقائم بالاتصال في سياق اجتماعي؛ الأمر الذي يعني التحول من دراسة الوحدات التحليلية الصغرى إلى الوحدات التحليلية الكبرى.[2]

ومن خلال مسح التراث النظري للدراسات و البحوث التي أجريت في إطار القائم بالاتصال يمكن القول بأنها تعرضت لمحاور متنوعة انصبت في النهاية على العنصر الفعال في العملية الاتصالية[3]، وهو القائم بالاتصال، فالبعض منها استهدف رصد واقع القائم بالاتصال في قطاعات إعلامية محددة، ورسم صورة

[1] – د. عطاء الله طريف ، استراتيجيات القائم بالاتصال في اختيار الاخبار الخارجية في الصحف الجزائرية، كلية علوم الاعلام و الاتصال قسم علوم الاتصال، سنة 2011 2012 ، ص99

[2] محمد الجوهري وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 18

[3] – رغدة محمد عيسى، مرجع سبق ذكره، ص 53

عامة له، والمقارنة فالبعض منها استهدف رصد واقع القائم بالاتصال على مستوى الإعلام المكتوب و المسموع و المرئي، حيث تعددت ملامح الصورة و السمات الديموغرافية و الخصائص الاجتماعية إلى إدراك حدود الدور الذي يمارسه القائم بالاتصال وعلاقته بالمؤسسة التي يعمل فيها، ومدى رضاه عن العمل، وعلاقته بالجمهور المستهدف، ومن هذه الدراسات، على سبيل [21]المثال، دراسة "اسماش دنس" (ismach dennis1978) التي رصدت الفروق الفردية بين المحررين العاملين بالمؤسسات الصحفية و نظائرهم بالإذاعة والتلفيزيون وعلاقاتهم بالجمهور الذي يتوجهون إليه، والبعض اتجه نحو تحديد اتجاه القائم بالاتصال نحو المهنة التي يزاولها، وجاءت هذه النوعية من الدراسات في بدايتها بعيدة عن التعميق؛ حيث وقفت عند حدود الرصد و التوصيف [3] للتوجهات المهنية للقائم بالاتصال نحو المهنة التي يزاولها، دون الاستعانة بمقياس يقيس درجة التوجه المهني للقائم بالاتصال، ولكنها مثلت أهمية في إلقاء الضوء على القائم بالاتصال، ومن هذه الدراسات دراسة "ميناتو هوروتا"(Menateau horta 1961) حول القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية في شيلي ،ثم تطورت هذه النوعية من الدراسات؛ حيث اهتمت بمقياس التوجهات المهنية للقائم بالاتصال، واعتمدت على مقاييس تفيد في دراسة التوجهات المهنية. وتعد دراسة"ماكلويد وهولي" أساس هذه النوعية من الدراسات ؛ حيث درسا التوجهات المهنية لعينة من صحفيين صحيفة ميلوكي [4] عام 1964، عن طريق استخدام مقياس التوجه المهني المكون من24 عنصرا لقياس التوجه المهني للصحفيين، بجانب المقياس اللغوي التفاضلي المكون من 18 صفة؛ حيث كانت بمثابة

[4]- آمال كمال، مرجع سبق ذكره، ص 87

الأساس الذي بنيت عليه الدراسات الأخرى حتى اليوم، ولكن بعد إدخال تعديلات عليه، والبعض الأخر سعى لقياس مدى الرضا عن القائم بالاتصال، وقد بدأت بحوث هذا النوع من مرجعيات علم النفس[1] حتى جذب بحوث الاتصال الجماهيري باعتباره أحد العوامل الرئيسة المؤثرة على دورة سلسلة العملية الاتصالية، وقد لفت مفهوم الرضا الوظيفي انتباه كثير من الباحثين لدراسته، ويرجع ذلك للدور الذي يمثله الرضا عن العمل في تحسين الأداء سواء على المستوى الكمي أو الكيفي واستشارته لدافعية واهتمام الفرد بالعمل .وتعد دراسة"ساموليز" (Samuels 1962) احدى الدراسات الرائدة في تطوير مقياس موحد لاختبارات الرضا عن العمل، ثم تبعته بعد ذلك دراسات متنوعة، منها: دراسة"جبورج بولرد"(Gporoge.pollard 1995) التي اهتمت ببحث العوامل المؤثرة في الميل لدى الصحفي نحو إشباعها لحاجاته وطموحاته، بهدف التوصل الى كيفية زيادة الرضا لدى القائمين بالاتصال.[2]

وركزت دراسات أخرى على العوامل المؤثرة على أداء القائم بالاتصال لدوره في العملية الاتصالية، وعلاقته بمصادره وجمهوره، ومن هذه الدراسات"شانج" (Cange 1992) التي ركزت على العوامل المؤثرة على اختيار حراس البوابة للأخبار في الصحف الأمريكية.[3]

ومع تنامي التوجهات البحثية الحديثة للدراسات الاتصالية التي اعتمدت على الأطر العلمية للنظرية البنائية الوظيفية بدأ الاهتمام بدراسة القائم بالاتصال بصورة تأخذ في الاعتبار الجوانب الاجتماعية والمهنية التي

[1]– محمد الجوهري وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 178

- [2] عطاء الله طريف ، استراتيجيات القائم بالاتصال في اختيار الاخبار الخارجية في الصحف الجزائرية، كلية علوم الاعلام و الاتصال قسم علوم الاتصال، سنة 2011 2012 ، ص 152

- [3] – محمد قيراط، "ستون عاما من دراسات القائم بالاتصال"،(ورقة عمل مقدمة في ملتقى فضاءات الاتصال و الوسطاء الثقافيون: التحولات والرهانات، معهد علوم الصحافة والإخبار، جامعة تونس،1998)، ص 20

يعيشها القائم بالاتصال وتؤثر على أدائه، من خلال دراسات تناولت، على سبيل المثال، صورة القائم بالاتصال نفسه، وسماته العامة، وتأثير الزملاء، وعمله في جماعة بشكل مستمر، وخضوعه لالتزام سلوكي محدد، تنظمه مجموعة من المعايير و الجزاءات المعمول بها في الجماعة، هو وزملاؤه جزء من مؤسسة أكبر، تؤثر طبيعة أهدافها على سلوكهم، ويخضع هذا كله بدوره للشكل التنظيمي للمؤسسة الإعلامية نفسها....الخ،والذي يؤثر على طبيعة المضمون الذي تنقله الوسيلة الإعلامية، التي يعمل فيها القائم بالاتصال، وطبيعة الجمهور المستهدف، ومدى توافر مدخلات من المادة الصحفية يمكن الاختيار فبما بينها، وقيود الزمان والمكان التي تحدد جزءا من الإطار الخارجي لممارسة العمل الصحفي. ومن بين المؤثرات الخارجية: السلطة، والرأي العام، و الأحزاب السياسية القائمة، وأراء واتجهات المؤسسة الدينية البارزة في المجتمع، والانتقادات التي توجهها وسائل الاتصال الجماهيري، والمنافسة، وأيضا المكانة و الهيبة التي يتمتع بها القائم بالاتصال داخل الجماعات الأولية التي ينتمي اليها، كجماعات الأصدقاء، والأسرة، يضاف الى كل ذلك العوامل المادية المتصلة بممارسة العمل الاعلامي، كالتكنولوجيا المستخدمة في وسيلة الاتصال.

كما اتجهت دراسات أخرى الى الاهتمامك ببحث القائمين بالاتصال الجماهيري، والوقوف على أساليب العمل بالمؤسسات الاعلامية، وظروف انتاج المواد الاعلامية، وطرق تشكيلها داخل هذه المؤسسات، والظروف والعوامل التي تؤثر في انتقاء وتفسير القائمين بالاتصال بهذه المؤسسات للمضافين المقدمة؛ حيث أصبح واضحا أن الوقوف على هذه الأمور لا يقل أهمية بأي حال من الأحوال عن تحليل مضمون الرسائل الاعلامية ذاتها عند محاولة بحث تأثيرها على الجمهور، وذلك انطلاقا من اقتناع مؤداه أن فهم ما يدور داخل المؤسسات الاعلامية، والتعرف على أساليب العمل بها، وعلى طبيعة الانتماءات الفكرية والاجتماعية للقائمين بالاتصال الجماهيري، وتحديد مجالات اهتمامهم ومواقفهم ازاء القضايا المختلفة

،سوف يسهم في قدرة أجهزة الاعلام في مجال التأثير الاجتماعي، مع الاهتمام بدراسة المضامين الاعلامية واجراء تحليلات متعمقة لها، ومحاولة الوقوف على نوعية الأفكار و التصورات التي تثيرها، وما تحمله من قيم وأفكار وعادات اجتماعية، وكذلك تأثير رغبات الأفراد والعلاقات الشخصية واحتياجاتهم على سلوكهم وعلى قبول أو رفض المضمون الاعلامي.[1]

وفي هذا الاطار قدم"قيراط" دراسة تحليلية للتراث العلمي لدراسات القائم بالاتصال على مدى ستون[2]عاما أشار فيها الى أن معظم الدراسات التي تناولت القائم بالاتصال في أغلب دول العالم تترع نحو الوصف والعرض لارتباط معظمها بالمدرسة الأمريكية في بحوث الاتصال التي تهتم بالجانب التجريبي (الامبريقي) أكثر من الجانب المعرفي والفكري.

وقد خلص في دراسته الى أهمية اعادة النظر في المقاربات المنهجية المختلفة في دراسة القائم بالاتصال كاعتماد المدرسة النقدية في بحوث الاتصال وضرورة الاهتمام بمجموعة من الاسئلة والمتغيرات الرئيسة التي تؤثر في القائم بالاتصال وفي مخرجات المؤسسة الاعلامية التي يعمل بها، ويقترح قيراط عددا من الاتجاهات البحثية المستقبلية لدراسة القائم بالاتصال، وهي:

- ✓ الاتجاه المؤسساتي لدراسة النظام الاعلامي .
- ✓ اتجاه مخرجات النظام الاعلامي ودراسة محتوى المنتج الاعلامي.
- ✓ اتجاه فاعلية القائم بالاتصال

[1] محمد قيراط، "ستون عاما من دراسات القائم بالاتصال"،(ورقة عمل مقدمة في ملتقى فضاءات الاتصال و الوسطاء الثقافيون: التحولات والرهانات، معهد علوم الصحافة والإخبار، جامعة تونس،1998)، ص 52

[2] – محمد قيراط، "ستون عاما من دراسات القائم بالاتصال"،(ورقة عمل مقدمة في ملتقى فضاءات الاتصال و الوسطاء الثقافيون: التحولات والرهانات، معهد علوم الصحافة والإخبار، جامعة تونس،1998)، ص ص 15-19

- ✓ اتجاه فاعلية القائم بالاتصال ومكانته في خارطة القوى المؤثرة في المجتمع.
- ✓ اتجاه البيئة والمحيط العام السياسي و الاقتصادي والثقافي والاجتماعي والحضري الذي يعمل فيه القائم بالاتصال.

و تعد دراسة العمليات الاجتماعية التي من خلالها انتج مضمون هذا الاتصال، من أحدث التطورات في علم الاتصال الجماهيري؛ حيث يتطلب ذلك تاعامل مع المضمون من منطلق أساليب انتاجه وتأثيراته، والشروط الاجتماعية والسياسية التي ظهر فيها، والجمهور الذي يتوجه اليه، وامكانية الوسيلة وقدرتها على النقل والتعبير الحي والصادق، وهو تحول يعبر عن مطالبة قديمة للباحثين"رايلي ورايلي" (Riley&Rriley 1959) برؤية اجتماعية لعملية الاتصال، تضع القائم بالاتصال في السياق الاجتماعي لعضوية الجماعة، والجماعة المرجعية، والبنية الجتماعية الأكبر، حيث وجدا في ذلك الوقت عددا قليلا جدا من الدراسات الاجتماعية التي تناولت القائم بالاتصال و المؤسسات الاعلامية وعمليات الانتاج.[1]

المطلب الثالث : فاعلية الاداء الوظيفي للقائم بالاتصال

يرتبط الأداء الوظيفي للقائم بالاتصال بالوظائف الاعلامية باعتباره يمثل في صورته الكلية "المخرج النهائي للوسيلة الاعلامية"،وبالتالي فان المخرج يعكس ما تبناه القائمون بالاتصال من وظائف اعلامية أثناء بناء المضمون الاعلامي بمراحله المختلفة.

[1]– السيد بخيت درويش، رؤية عربية لسوسيولوجيا وسائل الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 21

واذا كانت الوظائف الاعلامية تعكس الأهداف التي يسعى القائمون بالاتصال الى تحقيقها من خلال المضمون الذي تنتجه الوسيلة التي يعملون بها فان الأداء يرتبط بالاليات التي يتبعها القائمون بالاتصال من أجل تحقيق هذه الوظائف.

ويدعم ذلك التصور ما ذهب اليه "ماكويل" من أن الأداء الاعلامي هو الطريقة التي تنفذ وسائل الاعلام من خلالها مهامها ووظائفها المعيارية أو الترفيهية المختارة أو المحددة.[1]

يضاف الى ذلك أن المفهوم الأداء في الأساس هو مفهوم اداري يقصد به المخرجات أو الأهداف التي يسعى النظام الى تحقيقها؛ لذا فهو مفهوم يعكس كلا من الأهداف والوسائل اللازمة لتحقيقها؛ أي يربط بين أوجه النشاط وبين الأهداف التي تسعى هذه الأنشطة الى تحقيقها داخل المنظمة.[2]

ويطرح "أحمد زكريا" مفهومها للأداء الاعلامي بأنه"مخرجات العملية الاتصالية أو المنج النهائي لها متمثلا في النص الاعلامي، الذي يعد نظاما عاما تتكون ملامحه وخصائصه نتيجة تفاعل عوامل أو نظم داخلية عديدة تدخل في تكوينه، بالاضافة الى عوامل أو نظم أخرى مثل الادارة الصحفية والاعلانات والتوزيع و التكنولوجيا المطبقة.[3]

---

[1] – د. عطاء الله طريف ، استراتيجيات القائم بالاتصال في اختيار الاخبار الخارجية في الصحف الجزائرية، كلية علوم الاعلام و الاتصال قسم علوم الاتصال، سنة 2011 2012 ، ص

[2] – راجع في ذلك:–توفيق عبد المحسن، تقييم الأداء: دراسة مقارنة وتطبيقات عملية،ط1،(القاهرة: دون ناشر،1989).

– ابراهيم الغمري، الأفراد و السلوك التنظيمي: دراسة عملية و عملية واستقراء المختبرات و تحسين الأداء(الإسكندرية: دار الجامعات، 1989)

[3] – زكرياء أحمد أحمد، تحرير المجلات النسائية العامة في مصر وأثره في أدائها الصحفي خلال عامي 96-1997، رسالة ماجستير(غير منشورة)، كلية الإعلام. جامعة القاهرة، 2001، ص 95

وتتضمن عملية الأداء عددا من المفاهيم التي تعبر عن مراحل انتاج المضمون الاعلامي أو تسهم في وضع أطر فلسفية له، ومن ثم فان الباحث قبل أن يناقش فاعلية الاداء والعوامل المؤثرة عليه وعلاقته بالوظائف الاعلامية، وأهمية تحرير هذه المفاهيم، وتوضيح علاقاتها بوظيفة الأداء، وهي مفاهيم الدور والوظيفة، والمهنة، والمهنية،والممارسة، والأداء، وذلك وفق ما يأتي:

أ – الدور : (Role) :

يعرف الدور بأنه مجموعة من السلوكيات و الحقوق والالتزامات المرتبطة في سياق يتم تحديده وفق تمثيل الفرد في الموقف الاجتماعي، ويرتبط الدور بالوضع الاجتماعي الذي يمثل مكانة الفرد في البناء الاجتماعي ليكسبه الحقوق، ويفرض عليه التزامات.

و على هذا الأساس فان فكرة الدور ترتبط ارتباطا وثيقا بالمجتمع؛ حيث المجتمع هو الذي يصيغ على القائم بالاتصال دور المتوقع ، ويقيم دوره الفعلي.وترتبط فكرة الدور الاجتماعي بعدة نظريات، /، أهمها نظرية صراع الأدوار، وذلك حين ينتمي الفرد الى جماعتين يتعارضان في أدوارهما الاجتماعية مما يدفعه ام الى تغليب ممارسة الدور على أخر أو محاولة التوثيق بين الدورين.وهذه الرؤية تطرح بعدين مهمين ازاء الحديث عن القائم بالاتصال.[1]

أولهما: مستوى الدور الاجتماعي الممنوح للقائم بالاتصال، ومساحة هذا الدور على مستواه المتوقع والفعلي خاصة أنه قد زاد عن ذي قبل ، فالصحفي مثلا اذا كان ينظر اليه نظرة دونية في السابق حين كان دوره جمع الأخبار فقط، ولكن حين استعانت الصحافة بالكتاب وأصحاب الأقلام بعد عن

[1] – د. عطاء الله طريف ، استراتيجيات القائم بالاتصال في اختيار الاخبار الخارجية في الصحف الجزائرية، كلية علوم الاعلام و الاتصال قسم علوم الاتصال، سنة 2011 2012 ، ص 157 159 .

تحولت وظيفتها من الاخبار الى الشرح والتفسير حضي الصحافي بدور ومكانة اجتماعية أعلى، وزادت توقعات الجمهور في الحصول على استفادة أعلى منه، وهذا الدور أكسبه حقوقا تتمثل في التقدير الاجتماعي كمفكر ومفسر، والتزامات تفترض حسن التفسير وقوة الحاجة والموضوعية ،لينشأ عن ارتباط كليهما السلوك الاتصالي.

ثانيها : صراع الأدوار كعائق أمام الأداء الوظيفي، حين ينتمي القائم بالاتصال لعدة مجموعات تتجلى في نظرية حارس البوابة، فهذه المساحة بين الأخذ والرد تحور الرسالة الاتصالية ،فما بين دور القائم بالاتصال كناقل ومفسر أمين للحدث أو للمعلومة، ودوره كموظف في مؤسسة لها معاييرها المهنية والربحية، ودوره كباحث عن الحقيقة مهما كانت ،وقابلية هذه الحقيقة للنشر أو البث في مجتمع ينتمي اليه كفرد اجتماعي...الخ.

هذا الصراع في الأدوار هو ما ينعكس بشكل يومي في أداء القائم بالاتصال في الوظيفة المنوطة به، ويرجح سلوكه سلبا أو ايجابا.

ب- الوظيفة: (Fonction)

ان المراد بالوظيفة في هذا السياق تحديد المفهوم اللغوي لها ،وتقدير مدى التدخل مع المفاهيم الأخرى، حيث تعرف الوظيفة وفق قاموس التراث الأمريكي بأنها: [1]

1. الفعل الذي يتم بمقتضاه تعيين من يقوم به
2. واجب أو نشاط محدد، أو موقع معين أو دور.

[1] - مرجع سبق ذكره

3. مراسيم رسمية اجتماعية.

4. شيء يرتبط بشدة مع شيء أخر بحيث يمنحا بعضهما الوجود أو القيمة أو الدلالة.

5. متغير يرتبط بمتغير أخر بحيث يمكن تحديد قيمة أيهما لمعرفة قيمة الأخر.

بينما يعرفها قاموس ويبستر(Webster) : بأنها:[1]

أ. الوضعية الاحترافية أو الرسمية.

ب. الفعل الذي يحدد غرض وجود شخص أو فعل أخر.

ت. أي مجموعة تتفاعل مع ما عداها لخلق فعل أو كيان أكبر.

ويعرفها قاموس العلوم الفلسفية بأنها: علاقة تفرض أنه اذا كانت وظيفة(س) هي (ص) فهذا يعني أن (س) موجودة لأنها ب (ص)، وأن (ص) نتيجة لوجود (س).

وهذا يشير الى أن مفهوم الوظيفة يتمحور حول فكرة الاعتماد المتبادل على مستويات تعريفها، وهو ما يعني عدة أمور، هي :[2]

- أن الوظيفة أمر نسبي غير مطلق؛ حيث تتحدد ارتفاعا و انخفاضا وأهمية وفق النسق و السياق الذي تعمل في اطاره.
- ان الوظيفة ديناميكية بين الدور ثابت؛ حيث تتغير الوظيفة بمدى ملاءمتها للنسق الذي تعمل في اطاره، وتبعا لتغير أجزاء هذا النسق.

[1]–محمد بن سليمان الصبيحي، مرجع سبق ذكره، ص 195

[2]– المرجع نفسه، ص 195

- أن الوظيفة قابلة للالغاء أو الاستحداث تبعا للمستجدات التي تطرأ على النسق الذي تعمل في اطاره.

ويمكن القول ان الاشكاليات التي تواجه القائم بالاتصال في اطار عمله الوظيفي هي :

- تغير الوظيفة أو تعديلها؛ بحيث يمكن أن تغير المؤسسة الاعلامية من وظيفة ما تؤديها تبعا للتغيرات في الأنساق الأخرى، فتركز على الترفيه بدلا عن التوجيه و الحشد بعد تحول المجتمع من اشتراكي الى رأس مالي مثلا، وهو ما يجبر القائم بالاتصال على تحويل عمليات انتاج الرسائل الاتصالية بما يتسق و تحولات النسق الأعلى الذي يتمثل في المؤسسة ثم النسق الاجتماعي و الثقافي و السياسي و الاقتصادي.
- مكانته الوظيفية الترتيبية ومساحة عمله ،وهو أمر يتم باطراد عند تغير الوضع الوظيفي المهني للقائم بالاتصال، فالمكانة الوظيفية داخل المؤسسة تحدد الوظيفة التي يقوم بها القائم بالاتصال، وتوسيع أو تضييق أو ارتفاع هذه المكانة الوظيفية يخرجه من السعي لأداء وظيفة أخرى، ويغير من سلم أولوياته سواء شعر أو لم يشعر، فالمحرر حين تكون وظيفته هي جلب الأخبار يتحول حين يرأس أحد الأقسام الى تحقق من صدقية الأخبار الواردة اليه من المحررين، وحين يكون رئيسا للتحرير فإنه يتحول على تقييم الرسائل بما يلائم السياسة العامة للمؤسسة والسعي لتجنب المشكلات مع الأنساق الأخرى، وعلى الرغم من أنه يمارس الكتابة في كافة هاته الفترات وفي ظل هذه التحولات الوظيفية فإن الوظيفة التي يقوم بها تتحول كل فترة.

ج – المهنة :(profession)[1]

يعرفها معجم (Princeton) بأنها مجال العمل الذي يتطلب تعليماخاصا بينما يعرفها معجم (Wiki) بأنها مجال العمل الذي يتطلب معرفة خاصة بموضوع أو مجال أو علم أو تطبيقات، ويرتبط بمستوى من التأهيل الأكاديمي والتدريب والممارسة، بينما يعرفها معجم (The free dictionary) بأنها تطلق على مجال العمل ذاته، وعلى مجموعة من الأشخاص المنوط بهم أداء هذا العمل.

ومجال العمل يرتبط عند الحديث عن القائم بالاتصال بعدة متغيرات و إشكاليات مؤثرة على أدائه الوظيفي، وهي:

– **تنظيم العمل** : يتأثر الأداء الوظيفي بمساحة الحركة المتاحة للقائم بالاتصال، ففي حين تقرر بعض القنوات التلفزيونية عددا من الإجراءات المكتبية للحصول على المعدات فإن هذا قد يؤثر بشكل جوهري في قدرة القائم بالاتصال على متابعة الحدث، وحين يتقرر عرض الموضوع على مجموعة كبيرة من الرؤساء لتقرير النشر فقد يؤثر هذا في حذف وتعديل وتغيير محتواه، وهكذ.[2]

– **الإستقلالية** : يؤثر مدى الاستقلالية الممنوح للقائم بالاتصال في القيام بعمله في تحديد كفاءة هذا العمل، فكلما زادت التدخلات و القرارات فإن هذا يضع قيودا مسبقةعلى القائم بالاتصال في تحوير الرسالة لتفادي هذه التدخلات و القرارات فإن هذا يضع قيودا مسبقة على القائم بالاتصال في تحوير

[1]– نفس المرجع السابق، ص 196

[2]– د. عطاء الله طريف ، استراتيجيات القائم بالاتصال في اختيار الاخبار الخارجية في الصحف الجزائرية، كلية علوم الاعلام و الاتصال قسم علوم الاتصال، سنة 2011 2012 ، ص183 .

الرسالة لتفادي هذه التدخلات، سواء كانت رقابية أم إعلانية، خارجية أم داخلية، وهو ما يقلص من كفائة الرسالة الإتصالية قطعا.

– **التأهيل و التدريب** : يتأثر أداء القائم بالاتصال بمستوى تأهيله الأكاديمي من جهة، ومستوى [1] متابعة التطورات الحديثة التي يحصل عليها عن طريق التدريب من جهة أخرى، ومن ثم فإن تقلص المعرفة الأكاديمية أو ممارسة يقلص من كفاءة الرسالة الإتصالية المنتجة، ومثال تكنولوجيا الإتصال مثال حي ، ففي الوقت الذي صارت المؤسسات الإعلامية أكثر تشجيعا لمن يمتلك أدوات هذه التقنية بما يسمح للمؤسسة بتقليص العمالة؛ صار الأمر يضيق أمام كل قائم بالإتصال لا يمتلك هذه الأدوات، حتى وإن امتلك حسا إعلاميا وقدرات إعلامية أعلى.

–**الإبداع**: توافر الجانب الإبداعي هو ما يمنح القائم بالإتصال القدرة على التجديد و الإبتكار،و الإبتعاد عن النمطية والتقليد، وهذا الجانب الإبداعي يجب أن يتكامل مع بيئة اتصالية مشجعة للإبداع الإبتكار.[2]

–**الرضا الوظيفي و المهني**: الراتب، ومميزات العمل، وعدد ساعات العمل، ونظم التقدير والتحفيز والإستقطاب،

كلها عناصر تؤثر على قدرة القائم بالإتصال على تصفية ذهنه وتفرغه للعمل بكفاءة عالية.

د – المهنية (professinalis) ترتبط المهنية بصورة مباشرة بالمهنة؛ حيث يعرفها قاموس"ويبستر" بأنها الإجراءات و الأهداف أو مقاييس الجودة التي تشخص أو تحدد مجالا مهنيا معينا، أو شخصا يمتهن

[1]– د. عطاء الله طريف ، استراتيجيات القائم بالاتصال في اختيار الاخبار الخارجية في الصحف الجزائرية، كلية علوم الاعلام و الاتصال قسم علوم الاتصال، سنة 2011 2012 ، ص88 .

[2] محمد بن سليمان الصبيحي ، مرجع سبق ذكره ص 241

مهنة محددة، بينما يعرفها قاموس(the free dictionary) بأنها الوضع الإحترافي والمناهج و السمات و المعايير المتعلقة بمهنة ما، وتعرفها"بورنس" (burns 2002) في مجال الصحافة بأنها مجال العمل المهني الذي يضع في اعتبار الأبعاد الأخلاقية، والذي يحمل معايير واجبة الإتباع، ويؤكد الباحثان قود و ديلون(Good & Dillon 2002) على أن المهنية الإعلامية هي : القدرة على إعتبار الربح حقا مع إلتزام بالواجب تجاه الحفاظ على مصلحة المجتمع والإيمان بالإلتزامات الإعلام نحو الديموقراطية . وعلى هذا يتضح وجود بعدين رئيسيين لمفهوم المهنية.

الأول : إتقان وإتباع عمل محدد وجمع عليها لممارسة المهنة.

الثاني: توافر بعد أعم من الربحية المباشرة ،وهو الإلتزام الإجتماعي.

وترتبط المهنية في نطاق الحديث عن القائم بالإتصال بعدة أمور تتضح من خلال التعريفات الأخيرة ، وهي:

1-الإستقطاب الإعلاني أو السياسي: وهو ما يعني تجاوز المعايير المهنية، خاصة في مجال الأخبار، وذلك بهدف خدمة جماعات المصالح السياسية أو الإقتصادية، سواء كان بالحذف أم التعديل لأن التجاهل أم الإصطناع. ولا شك أن هذا النوع من الإستقطاب يحول دون قيام القائم بالإتصال أو أو الإتصالية بوظائفها.

2- القيادة: تقرير النشر أو البث ينبغي أن يرجع على الأصول المهنية المتعارف عليها في المجال الإعلامي، ولا سخضع لأهواء مالكي الوسيط الإتصالي أو المساهمين فيه.[1]

[1] عطاء الله طريف ، مرجع سبق ذكره ص 68 .

3- الرقابة: الرقابة على أداء وسائل[1] الإعلام ينبغي أن تكون في الإطار المهني، ولاتخضع لمعايير سياسة من أي نوع، وعلى هذا فإن النقابات واتحادات الكتاب والناشرين ومنظمات المجتمع المدني المؤسسة على معايير مهنية تكون هي المنوطة بالقيام بالدور الرقابي وتفعيله، وتوجيه الأداء الإجتماعي للوسيلة الإتصالية.[2]

هـــ - الممارسة : (Practice)

ويعرفها قاموس (Princeton) بأنها أحد هذه التعريفات.

- الطريقة المعتادة للسلوك و التعامل.
- الطريقة المكتسبة لأداء مهمة عبر التكرار أو الإعتياد.
- تحويل الأفكار إلى فعل.
- تطبيق مبادئ متعارف عليها.
- التدريب على المهنة بهدف إتقانها.

في حين يعرفها قاموس (Wikipédia) بأنها فعل سلوك ما أو الإنخراط في نشاط ما بشكل متكرر بغرض التحسين والتطوير و السيطرة. وتدل أيضا على العمل على تحقيق شيئ ما كهدف.

[1] عطاء الله طريف ، مرجع سبق ذكره.

- [2] محمد بن سليمان الصبيحي، مرجع سبق ذكره، ص 201

وتعرفها مدرسة(North Carolina)[1] بأنها تشير إلى أنماط التفاعلات الإجتماعية بين المجموعة من الأفراد في إطار ثقافة محددة.

ويرى الفيلسوف الإجتماعي الشهير (Althusser) أن تعريف الممارسة يغطي كل احتمالات التخصصية و التجزئة بمعنى وجود ممارسة متمايزة حتى بين تلك التي تنتمي عضويا لكيان كلي واحد، وبهذا فإن الممارسة الإجتماعية مثلا تمثل وحدة معقدة من الممارسات الموجودة في المجتمع، والتي تشتمل على مجموعة من الخيارات و البدائل والطرق و التفاعلات التي ينجم عنه تفاعلها الحراك الإجتماعي.

ولا شك أن هذه الرؤية تشير إلى وجود مدى المارسة، ويمكن أن يقسم إلى مدى قصير، ومدى وسيط ومدى متسع، فالممارسات اليومية للقيام بالعمل الإتصالي كجمع الأخبار وتحريرها، ونشرها وبثها، يتكاتف و يتشابك ليرتبط بقواعد مهنية أعم حين التطرق لقضايا محددة، كما يرتبط بأهداف مرحلية، مثل: المنافسة أو السبق أو جني الربح المباشر، وهذه الممارسات تجتمع لتشكل سياقا من الممارسات يضفي على كل وسيلة؟إتصالية ومؤسسة إعلامية طابع الممارسة الذي يميزها، ويرتبط إزاءها بممارسة الدور.

وعلى هذا يمكن القول بأن الممارسة مفهوم متسع يشمل جميع المصطلحات السابقة؛ حيث يشمل المدى القصير ممارسة المهنة، ويشمل المدى الوسيط ممارسة المهنية ثم الوظيفية، والمدى المتسع يشمل ممارسة الدور.

وعلى هذا فإن الحديث عن الممارسة يقتضي بالتالي تحديد مستوى الممارسة الذي يتم الحديث بشأنه، ولعل أهم الأمور التي حاولت ضبط إيقاع الممارسات الإتصالية بمستوياتها الثلاث. فنجدها تتطرق للمدى القصير حين تتحدث عن الدقة والتحري السليم، ونجدها تتطرق للمدى المتوسط حين تتحدث عن الموضوعية و

المصداقية وعدالة النشر وحرية التعبير، ونجدها تتطرق للمستوى المتسع تتحدث عن التنمية، والتغير الإجتماعي و الحفاظ على الهوية الثقافية، وتفعيل الدور الإجتماعي لوسائل الإتصال.[1]

-الأداء (performance)

يعرف قاموس(princeton)[2] الأداء بأنه فعل القيام بشيئ ما بنجاح عبر إستخدام المعرفة، أو هو عملية أو أسلوب التوظيف و التعامل مع الامور، أإو هو الإنجاز المتعارف عليه في أمر ما، بينما يرى لباحثان "كارقنس وريمر" (Karagiannis& Reimer 2004) [3] أن الأداء هو الأسلوب الموضوعي للقيام بأمر ما لإسباغ القيمة على الإنجاز المرتبط بالإدارة[4] وإستغلال الموارد. وتعرفه أحد المصادر المتخصصة في الإدارة بأنه القياس الكمي الذي يقوم بتشخيص السمات البنائية أو الوظيفية المرتبطة بأداء مهمة أو عملية أو وظيفية.

لقد ركزت تلك التعريفات على السمات الرئيسة لفهم التعبير لفهم تعبير الأداء، فالأداء يرتبط بالقابلية للقياس، والخضوع للتقييم، وتحقيق الإنجاز الكلي، والإعتماد على مجموعة متشابكة من العمليات. وعلى هذا فالأداء يعد مفهوما أشمل من الممارسة؛ إذا إن الممارسة جزئية والأداء الكلي.

وبتطبيق هذه الرؤية علىعمليات الإتصال يمكن القول بأن الممارسة يمكن الحكم عليها جزئيا، فقد تقوم مؤسسة ما بممارسة الدور أو الوظيفة على مداها المتسع، دون الوسيط أو القصير، فنجد عدد من المؤسسات الإتصالية لا سيما الحكومية منها، وهي تقدم برامج إعلامية تهدف إلى التوعية والإرشاد، وفي سبيل تحقيق هذه

[1] عطاء الله طريف ، مرجع سبق ذكره 66

[2]- محمد بن سليمان الصبيحي ، مرجع سبق ذكره ص 201

[4]- محمد بن سليمان الصبيحي، مرجع سبق ذكره، ص 201

الوظيفة تتقلص مواردها أو تتسم رسائلها بعدم الكفاءة، كما قد نجد وسائل إتصالية تقوم بهذا المدى المتسع من تحقيق الوظائف الإجتماعية العليا كتحقيق التماسك و التنشئة السياسية و الإجتماعية في ظل نظام شمولي ديكتاتوري، وعلى الجانب الآخر فقد تقيم الممارسة في مداها القصير و الوسيط تقييما إيجابيا بقدرة محطة تلفزيةنية ما على الإبهار و الترفيه وإتقان أدوات العمل، لكنها على المستوى المتسع تكون هذه الممارسات تجليا للاختلال الوظيفي.

وباالتالي يمكن القول إن هذا التقييم لا يمكن تطبيقه على الأداء أشمل وأعم وأكثر تماسكا من الممارسة؛ حيث تقييم الأداء يرتبط بتحقق مستويات الممارسة الثلاث معاً في إطار السعي نحو القيام بالدور و الوظيفة، وعبر إستخدام الأصول المهنية المتبعة في المجال الإتصالي.

ويرىالباحث أن تقييم الأداء يمكن أن يتم حتى في ظل مؤسسات تقيمية أو جماعات نقابية أو مهنية أوإتحادات، بل إن البحث العلمي الأكاديمي المتميز هو الوحيد القادر على تقييم أداء الدور والوظيفة الإتصالية لمؤسسة إتصالية أو نظام إعلامي كامل.

وقد سعت العديد من الدراسات إلى وضع أطر عامة ومقاييس للحكم على فاعلية الفرد كقائم بالإتصال، وإيضاح مستوى التأهيل العلمي و التقني والفكري للقائم بالإتصال حتى يمكن من القيام بدوره الإتصالي وأداء الوظائف الإعلامية المنوطة به.[1]

وفي ورشة عمل مهنية حول الإتصال توصل المشاركون فيها إلى بناء مجموعة من المعايير الواجب توافرها في القائم بالإتصال في ظل المتغيرات الحديثة، نصت على ضرورة أن يتوافر لديه قدر من التوازن في المعرفة النظرية

[1] د. عطاء الله طريف ، استراتيجيات القائم بالاتصال في اختيار الاخبار الخارجية في الصحف الجزائرية، كلية علوم الاعلام و الاتصال قسم علوم الاتصال، سنة 2011 2012 ، ص169 .

و العلمية عبر التعليم والتدريب وأساليب اكتساب الخبرات الحقيقية و المصنوعة في البيئة التدريبية، والوعي بطبيعة الممارسات الإجتماعية السائدة في مجتمعه، و القدرة على التفكير الإستراتيجي الطويل الأمد، وإتقان التعامل مع التكنولوجيا، والمرونة في التعامل مع وسائل الإتصال المتعددة، وفهم طبيعة الدور المنوط به كعنصر أساسي في عمليات التغير الإجتماعي، والشعور بالمسؤولية الإجتماعية، والإيمان بالهوية الثقافية للمجتمع.[1]

بينما يحدد"داجرن" (Dragon 2003) خصائص القائم بالإتصال في ظل بيئة الإتصال الحديثة التي تؤثر على أدائه في عدة عناصر، هي:

1- الإلمام الأكاديمي بعلم الإتصال المعزز بالخبرة العملية.

2- الحسن العالي في التعامل مع كافة الطبقات الإجتماعية.

3- القدرة على إدراك الحقائق الإجتماعية.

4- القدرة على التعامل مع التقنيات الإتصالية الحديثة بكفاءة عالية.

5- إمتلاك مهارات الإتصال الشخصي بكفاءة عالية؛ حيث تمثل المصدر الرئيس للمعلومات والمعرفة..

6- القدرة على الإدراك التغيرات الثقافية.

7- إدراك أن التكنولوجيا تمثل أداة مساعدة، وليس جوهرا.

8- إدراك الإتصال كأداة للتغير الإجتماعي يرتبط بفهم واع بعناصرها المختلفة.

9- فهم أن عملية الإتصال تمثل عملية إجتماعية مستمرة، وليست منتجا إقتصاديا أو سلعة.

[1] - د. عطاء الله طريف ، استراتيجيات القائم بالاتصال في اختيار الاخبار الخارجية في الصحف الجزائرية، كلية علوم الاعلام و الاتصال قسم علوم الاتصال، سنة 2011 2012 ، ص172.

وإذا ما افترض وجود المعايير السابق ذكرها في القائم بالإتصال الفرد فهل هذا يؤدي بالضرورة إلى تحقيق الوظائف الإتصالية، أو أن القائم بالإتصال حين يرتبط بالمؤسسة الإتصالية التي تفرض عليه قيودها ومعايير عملها تحد من أدائه. هذا الصراع بين القائم بالإتصال في سعيه لأداء المهام الوظيفية و المؤسسة في سعيها لإخضاعه لمعاييرها يولد منطقة حرجة بين الأداء الوظيفي للقائم بالإتصال و الأداء الوظيفي للمؤسسة، بما يعني أن تقارب معايير القائم بالإتصال مع معايير المؤسسة يزيد من فاعلية الأداء الوظيفي،كما أن الإبتعاد النسبي بينهما يقلص من فرص الأداء الوظيفي الجيد.

والأمر ذاته ينسحب على المؤسسة الإتصالية التي تقع تحت ضغوط المؤسسات الإجتماعية الأخرى من جهة، وتحت ضغوط الإنتاج و المنافسة، فكلما اتسقت معايير المؤسسة الإتصالية مع المؤسسات الإجتماعية الأخرى كلما زادت فرص تحقيق الأداء الوظيفي الأمثل، والعكس صحيح.

في ظل هذا الحرج الذي يعيشه القائم بالإتصال أثناء أداتئه الإعلامي يتطلب الأمر وجود معايير لقياس فاعليته، حيث يرى (Brayant & Zilmann 2002)[1] ضرورة وجود عدة متطلبات، وهي :

1.تحديد المؤشرات الواضحة لأداء المؤسسات الإتصالية، وبنيتهما، وأسلوب عملهما، والمنتج الإتصالي، ومستواه.

2. إخضاع القيود التي تعاني منها وسائل الإتصال، وتقاليد التي تتبعها للإختبار، مع الوضع في الإعتبار أن مهمة المؤسسات الإتصالية هي إنتاج الرسائل الإتصالية، وليس مجرد نقلها من مصادرها.

[1] - عزة عبد العزيز عبد الاله، المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.

3. تتطلب عملية قياس الأداء الذهاب إلى ما وراء نقد المحتوى الإتصالي وغيره من المنتجات الإتصالية لتصل إلى قياس التأثيرات الوجدانية و السلوكية والمعرفية للجماهير كأهداف واجبة التحقيق.

ولا شك أن هذه الرؤية تتطلب معرفة كافية بالنظام الإعلامي في المجتمع، وضرورة تكامل الدراسات الجزئية للوصول إلى رؤية عامة وآلية منهجية لقياس فعالية الأداء الإتصالي:

ومنهم الباحثان "كومباني وجمري"[1] (Comparne & Gomery200) حيث يريان أن معايير قياس أداء وسائل الإعلام تنحصر في ستة عوامل رئيسة، هي :

1- عدم إهدار المصادر، و يقصد المصادر المادية و الإعلامية، ويتم ذلك عبر فعالية توظيف التكنولوجيا و الإمكانيات المتاحة للوسيلة من جهة، والإنفتاح على جميع المصادر الإعلامية و عدم إقصاء أي طرف من أطرافها من جهة أخرى، ويريان أن الإحتكارات تقوم بإقصاء بعض المصادر لتدعيم قوتها سلطتها، وهو الأمر الذي ينسحب على الدولة إذا ما إمتلكت وسائل الإعلام، وجماعات الضغط حين تمارس الاستقطاب الإعلامي.

2- ضرورة تسهيل حرية التعبير و تفعيل النقاشات السياسة وتعزيز الإهتمام بالشأن العام؛ حيث ينتفي الدور الرقابي و الإجتماعي و التنموي لوسائل الإعلام من دون هذا الأمر.

3- دعم النظام العام و المقصود به ليس دعم السلطة و القائمين عليها، و إنما تدعيم فكرة النظام، ومحاربة العنف و الجريمة و الفساد.

4-الحفاظ على الجودة الثقافية، والتنوع الثقافي، والمساواة الثقافية، والذوق العام.

[1] - عزة عبد العزيز عبد الاله، المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.

5–الإعتماد المتصاعد على التكنولوجيا، وتوظيفها التوظيف الأمثل.

6–دعم المساواة بين جميع أفراد المجتمع، ومحاربة خطاب الكراهية و التحريض و النبذ.

على أن "ماكويل" (Mcquail) يطرح رؤية أكثر شمولا، حيث يرى أن معيار قياس الأداء يتمثل في قدرة وسائل الإتصال على الحفاظ على علاقة وظيفية متوازنة دون أن تخضع للإستقطاب و الإ نحياز للقوى الإجتماعية التي تؤتبط بها، وهي :

– العملاء و المستهلكون، الرأي العام ، الملاك، مصادر المعلومات، الجهات التنظيمية، المراقبون، الضغط و جماعات المصالح، الجمهور، المؤسسات الإجتماعية.

وهذه الرؤية تمثل رؤية متميزة وجديرة بالنظر؛ حيث إن هذه القوى الإجتماعية هي التي تحدد طبيعة الإستقلال المفترض لوسائل الإتصال ومسنوى نجاحها من عدمه، فالحفاظ على العملاء كالمعلنين يتطلب وجود نسب توزيع عالية تنتج عن ثقة الرأي العام في المحتوى والشكل الذي ينتج عن علاقة قوية بالمصادر والإلتزام المهني أمام الجهات التنظيمية والمراقبين؛ بما يمكنها من تقديم خدمات ربحية للجمهور، بحيث يزيد معدل أداءها للأدوار الإجتماعية بما يعود على الملاك بالربح ويحررهم من الخضوع لجماعات الضغط.[1]

ويضيف "ماكويل" مجموعة من المعايير العامة التي تشمل معايير فرعية لقياس معدلات الأداء، ومنها :

- حرية التعبير : وتشتمل: الإستقلالية، والإعتمادية، و المصداقية، والمعالجات النقدية و حرية الإختيار، والتنوع، والقابلية للتغيير.
- المساواة: وتشتمل : المساواة في فرص التعرض و القدرة على الولوج، وإحترام التنوع.

[1]عزة عبد العزيز عبد الاله، المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.

- الموضوعية : وتعني الحيادية، والإلتزام بالحقيقة، والنزاهة.
- التضامن و التماسك الإجتماعي: ويشمل دعم التضامن الشعبي، ودعم النظام العام، وتأكيد الإستقلالية والهوية الوطنية، والإنتماء، ونقل الميراث الثقافي و الحضاري.
- الجودة الثقافية:وتشتمل: دعم الغة الوطنية، والثقافة المعاصرة، والقيام بالدور التعليمي و التثقيفي.

المبحث الثاني : العوامل المؤثرة في القائم بالإتصال

تتعدد العوامل المؤثرة على القائم بالإتصال في صياغة وتشكيل الوظائف الإعلامية التي يسعى لتحقيقها، وهي تمثل الوقت نفسه ضغوطا متباينة بتباين المجتمعات والأنظمة الإعلامية وخصائص القائم بالإتصال نفسه

ويعد الإسهام في تحديد هذه العوامل والقوى المؤثرة على المضمون الإعلامي الذي يطرحه القائم بالإتصال أمرا ضروريا فهم الظاهرة الإعلامية وتفسيرها، وتشمل هذه العوامل ما يأتي:[1]

المطلب الأول : المعايير الذاتية للقائم بالإتصال

يمثل القائم بالإتصال الخط الأول للتعامل مع المادة الإعلامية، وتشكل إتجاهاته، وقيمته، وخلفيته الإجتماعية والسياسية و الثقافية، وتصوره لدوره المهني ووظيفته المجتمعية وتعليمية،ومهارته، إطارا فكريا وعمليا يؤثر على إختياراته ومعالجته للموضوعات.

فالقيم الشخصية تحدد درجة القناعة الذاتية للقائم بالإـــألأ، ومدى فهمه للواقع و الإحتياجات الأساسية للمجتمع الذي ينتمي إليه، وفكرته عن أفراد مجتمعه ومعتقداتهم وخلفياتهم الثقافية ومصالحهم، وآفاق المواضيع التي يطرحها مع ما يتوقعونه أو في ما يرغبون الحصول عليه.

---

[1]– أشارت عدد من الدراسات العلمية إلى جملة من العوامل و الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال، وتنعكس على أدائه الاعلامي، والوظائف الاعلامية للمضامين التي ينتجها، ومنها:

–هالة كمال نوفل، العوامل المؤثرة على الاداء الاتصالي للمراسل الدولي و انعكاساتها على التدفق الاخباري في ظل الثورة المعلوماتية،(القاهرة، جامعة جنوب الوادي، بحث غير منشور.

– ماجدة عبيد المنعم محمد مخلوف، دور الاتصال في اشباع الحاجات الاجتماعية للجمهور المصري، مرجع سبق ذكره.

– عبد الفتاح ابراهيم عبد النبي، سوسيولوجيا الخبر الصحفي، ط1 (القاهرة: العربي للنشر و التوزيع).

– عزة عبد العزيز عبد الاله، المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.

وتشمل السمات الشخصية و الخصائص الإجتماعية والثقافية للقائمين بالإتصال النوع،والعمر ، والحالة الإجتماعية، والخبرة، والمكانة الإجتماعية و الإقتصادية، والمستوى التعليمي ، ويعكس الرضا الوظيفي لهم درجة التوجه الفعلي تجاه العمل ومعياره؛ حيث يربط عدد الباحثين بين الرضا الوظيفي ونوعية الأداء، فالقائم بالإتصال الذي يعاني من ضعف راتبه قد يدفعه ذلك إلى القيام بأكثر من عمل ، أ, التعامل مع العمل الإعلامي كمهنة ثانوية؛ مما يشتت جهده، وينعكس على دقة عمله وكفاءته، وبصورة أخرى فإن حصوله على راتب كبير ومكافآت استثنائية قد يدفعه إلى تبني قيم لا تعبر عن إهتمامات الجمهور أو تناقضها.

من جانب ىآخر تمثل القيم المهنية للقائم بالإتصال ومفهوم الدور الذي يتبنونه جانبا من جوانب تأثير العامل الذاتي على الأداء الإعلامي ، وهو ما يعني نظرة القائم بالإتصال لوظيفة الإعلام في المجتمع ونوعية الأهداف التي يسعى لتحقيقها، فقد يرى أنه يقوم بدور الإعلامي المحايد، بينما يرى آخرون القيام بدور الإعلامي المشارك، ويشير المفهوم الأول إلى الدور الإعلامي في نشر المعلومات وشرحها، وكونه أداة للنقل و التعريف، ووظيفته مد الجمهور بمعلومات واقعية تسمح لهم بإتخاذ قراراتهم من أنفسهم.

أما المفهوم الثاني فيشير إلى فكرة أن يكون الإعلامي ممثلا للجمهور وناقد للحكومة ويطور مادته الإعلامية كصانع قرار.

وبصفة عامة يؤثر تبني نوعية معينة من الأدوار على رؤية القائم بالإتصال للأشياء و الأحداث وتقدير قيمتها الإعلامية،إلا أن هذا لا يمنع من تعايش هذه الأدوار في ذوات القائمين بالإتصال.[1]

[1]– سيد بخيت درويش، العمل الصحفي في مصر : دراسة سوسيولوجية للصحفيين المصريين، ط1(القاهرة ك العربي للنشر والتوزيع) ،ص 56

وتمثل درجة إلتزام القائم بالإتصال بالقيم المهنية وأخلاقيات المهنة عاملا من العوامل المؤثرة على الأداء الإعلامي، وتعني القيم المهنية مجموعة المعايير و الضوابط الإعلامية والأخلاقية التي يتفق عليها الإعلاميون، وهي أخلاقيات قد تكون مدونة في شكل مواثيق شرف، وقد لا تكون مدونة، وغالبا ما تأخذ شكل العرف و التقاليد التي لا ينبغي تجاوزها، وتتسم هذه القوانين في الغالب بالتزامات مهنية وّأخلاقية، وهي تدعو القائم بالإتصال إلى توخي الأمانة و الصدق و المسؤولية أثناء تأدية عمله.

المطلب الثاني: عولمة الإعلام وتقنية المعلومات

الفرع الأول: عولمة الإعلام

إعلام العولمة سلطة تكنولوجية ذات منظومات معقدة، لا تلتزم بالحدود الوطنية للدول، و إنما تطرح حدودا فضائية غير مرئية، ترسمها شبكات إتصالية معلوماتية على أسس سياسية وإقتصادية وثقافية وفكرية ، من خلال عالم من المؤسسات والشبكات التي تتمركز وتعمل تحت إمرة منظمات ذات طبيعة خاصة وشركات متعددة الجنسيات، ويتسم مضمونه بالعالمية واالتوحد على رغم تنوع وسائله التي تبث عبر وسائل تتخطى حواجز الزمان والمكام واللغة التي تخاطب مستهلكين متعددي المشارب والعقائد والرغبات و الأهواء.[1]

هذه الحالة التي يعيشها إعلام اليوم مثلث عددا من التحديات أمام القائمين بالإتصال في وسائل الإعلام المحلية؛ حيث وجد الجمهور بدائل منافسة لوسائله المحلية تعمل بإمكانيات وملاونة أكبر مما هو عليه حال الوسائل المحلية، وهو ما يقود إليه الحاجة إلى إيجاد بيئة تنافسية عالية في ووسائل الإعلام المحلية يقودها القائمون بالإتصال؛ بحيث تفيد من الإمكانيات التقنية العالية، وتنافس المنتج المعلوم لتكون الوسائل المحلية

[1]– أدهم عدنان طبيل، الاعلام الحديث في ظل العولمة، نقلا عن13,04,2011 www.alwatanvoice.com

داعمة لثقافة وهوية المجتمع، بل تصبح وسائل الإعلام المحلية ذات صبغة عالمية في بعض جوانبها تجعل من الإعلام المحلي إعلاما عاميا قابلا للتدويل و المنافسة.

الفرع الثاني : تقنية المعلومات

تمثل تقنية المعلومات متغيرا مهما لدى القائم بالإتصال ينعكس على أدائه ورؤيته للوظائف الإعلامية وقدرته على تحقيقها، فعلى مستوى إنتاج المضمون الإعلامي مكنت التقنية القائم بالاتصال من توفير الوقت والجهد، وأسهمت في تعدد مصادر معلوماته، ومعرفته بجمهوره من خلال توفير بيئة تفاعلية، مكنته من التفاعل مع جمهوره، ومعرفة طريقة تفكيره واستراتيجية التعامل معه[1]، كما مكنت من الترف على احتياجات القراء و تقديم معالجات أكثر توارنا وشمولا، وأسهم استخدام التقنية من قبل القائم بالاتصال في بيئة العمل الإعلامي في تنمية وعي الصحفي ومدراكه، وتعميق تخصصه وتعدد مصادره وتنويعها، وتعميق التغطية الصحفية واختصار (70%) من الوقت والجهد، وتعزيز الواقع المهني، وسرعة التغطية وزيادة الإنتاج حيث زادت من حجم التغطية الإخبارية للأحداث، وكذلك زادت مساحة نشر المضمون الوافد على المضمون المحلي، وأيضا زاد حجم التغطية الاستقصائية للموضوعات.[2]

[1]– محمد سعد ابراهيم، ايتخدامات الصحافة المصرية للانترنت ومدى انعكاسها على الاداء الصحفي، المؤتمر العلمي الخامس لكلية الاعلام، جامعة القاهرة، 1999

[2]– عادل عبد الرزاق ضيف، "أثر التكنولوجيا على القائمين بالاتصال في الاقسام الخارجية بالصحف المصرية" ، ضمن أعمال المؤتمر العلمي الخامس لكلية الاعلام، جامعة القاهرة، 1999

المطلب الثالث: بيئة العمل الإعلامي والمجتمع

الفرع الأول: بيئة العمل الاعلامي.

اهتمت عدد من الدراسات بالتعرف على تأثير بيئة العمل الاعلامي على أداء القائم بالاتصال ضمن عدد من العوامل الأخرى ، ويرجع ذلك إلى وضعيته في النظام الاتصالي، وأهمية الوظيفة التي يقوم بها في هذا الاطار، وتختلف الضغوط المهنية باختلاف مصادرها، وقد حصرها البعض في نوعين هما: الضغوط الخارجية، وتشمل :

السلطة السياسية، والجمهور،ونظام المجتمع ،والنقد. الضغوط الداخلية، متمثلة في : سياسة المؤسسة الاعلامية التي ينتمي اليها، و الانتاج، والمهنة، والمتاعب الشخصية، والمصادر[1]. فالضغوط المهنية في المجمل العام تشمل كافة التفاصيل المتعلقة بظرف عمل القائمين بالاتصال من حيث معايير الأداء المهني ، والعلاقات بالمصادر ورؤساء العمل والزملاء، وضمانات ممارسة المهنة، وحقوق و مسؤوليات القائمين بالاتصال وقد رس "ماكويل" العوامل المؤثرة على أداء القائم بالاتصال في مجموعة الضغوط السياسية و الاجتماعية و المهنية بجانب الضغوط الماديةو ذات البعد الاقتصادي[2]، واعتمدت معظم هذه الدراسات على المسوح التي تم إجراؤها على القائمين بالاتصال في وسائل الاعلام المختلفة، وتناولهم كنظام يتأثر بأنظمة

[1]– جابر محمد عبد الموجود،" القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية": المؤتمر العلمي السنوي الأول لأكادمية أخبار اليوم: الصحافة العربية و تحديات المستقبل، ماي 2003، ص 5 – 6

[2] - ثامر مهدي ، "الاخبار و البرامج الاخبارية"،(مجلة البحوث، العدد25، المركز العربي للبحوث المستمعين و المشاهدين في اتحاد اذاعات الدول العربية،1989،ص33.

أخرى عديدة في إطار ظاهرة كلية[1]، وقد أوضحت البحوث أن القائم بالاتصال يمثل هدفا لضغوط مختلفة خاصة داخل الدولة النامية.

من جهة أخرى فإن الضغوط الإدارية تمارس تأثيرا حاسما على القائم بالاتصال، وهو تأثير يفوق القيود المهنية، كما أن الضغوط الادارية التي تحد من استقلالية وفاعلية العمل الاعلامي تفوق القيود التي تفرضها الأنشطة الصناعية والتجارية الأخرى[2]، بالمشاركة أو المنافسة ولا يجيد العلاقات الانسانية في تعاملاته مع مرؤوسيه تعد من الاسباب المهمة في عرقلة أداء القائمين بالاتصال.

وتمارس المؤسسة الاعلامية في اطار عملية التنشئة والتوجيه ضغوطا على القائمين بالاتصال تضمن من خلالها التزام القائم بالاتصال بسياسات المؤسسة وتوجهاتها بديلا عن توجهاته ومعتقداته الشخصية، ومن خلالها تضمن المؤسسة كذلك ترتيب الاولوياتت القائمين بالاتصال وفقا لجدول اولوياتها.ويرى" سعيد السيد" أن هناك عددا من الاجراءات و الاليات لتشكيل السيطرة داخل المؤسسة الاعلامية، منها:

- استخدام السلطة الرسمية وتوقيع العقوبات، وتكليف المحررين الموالين بتغطية الموضوعات الخلافية.
- المؤشرات الخاصة بتجنب بعض الموضوعات مثل شطب بعض أجزاء من الموضوعات أثناء المراجعة.
- الالتزام والتقدير من الرؤساء.
- رغبة القائم بالاتصال في الاستمرار في المهنة وفرص الترقي في العمل.
- اجتماعات مجالس التحرير و المناقشات داخلها.

---

[1] - محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ط1(القاهرة: دار عالم الكتب،1997)، ص 10. "

[2] –سعيد محمد السيد،" الضغوط المهنية و الادارية على القائم بالاتصال"،(المجلةالعلمية لكلية الاعلام، جامعة القاهرة، العدد 1، جويلية 1989،ص 20 – 21.

- الرضا الناتج عن الانتماء الى مجموعة.
- معالجة الأخبار تبعا لسياسة المؤسسة تصبح قيمة مستقلة في حد ذاتها.

الفرع الثاني: المجتمع

النظام الاجتماعي الذي تعمل في اطاره وسائل الاعلام يعد من القوى الاساسية التي تؤثر على أداء القائم بالاتصال، فأي نظام اجتماعي ينطوي على قيم ومبادئ سيسعىلإقرارها، ويعمل على قبول المواطنين لها، وتلك الوظيفة مرتبطة بوظيفة التنشئة الاجتماعية أو التطبيع، وتعكس وسائل الاعلام هذا الاهتمام بمحاولتها المحافظة على القيم الثقافية و الاجتماعية، وضمان قبول المواطنين لهذه القيم[1]، فالاطار الدلالي للقائم بالاتصال يتأثر بما يدركه من أفكار أو معتقدات أو قيم خاصة بالأنساق الاجتماعية التي ينتمي اليها، والتي تحدد له بشكل مباشر السلوك المتوقع في المواقف الاتصالية المختلفة[2]..

[1]– جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الاعلام، ط1 (القاهرة: دار النهضة العربية، 1993) ، ص305.

[2]–محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ط1(القاهرة: دار عالم الكتب،1997)، ص 103.

المبحث الثالث : القنوات الاخبارية الخاصة وعلاقتها بالقائم بالاتصال.

المطلب الأول: الصناعة الإخبارية

الفرع الأول: مفهوم الأخبار

عرف آدم الخبر والمعلومة منذ أن علمه اللهى الأسماء والمسميات كلها ثم عرضهم على الملائكة وسألهم أخبروني بأسماء هؤلاء المخلوقات التي تروها في زعمكم أنكم أحق بالخلافة إن كنتم صادقين. فلما اعترفوا بجهلهم وعجزهم بهذه الأسماء التي عجزوا عن علمها فلما أنبأهم قال ألم أقل أني أعلم غيب السموات و الأرض و أعلم ماتبدون وما كنتم تكتمون.

فالأخبار بيحكم كونها مادة إعلامية، تشكل إحدى حلقات الوصل بين الإنسان و المجتمع البشري الذي هو أحد أفراده، فإنها تفرض نفسها على القارئ و المستمع والمشاهد من الاستفادة من الخدمة الإعلامية[1].

إن محاولة وضع تعريف محدد و دقيق لما نقصده بمصطلح الأخبار ليس من الأمور اليسيرة على الإطلاق فهي تتأثر بالاحتياجات الإقليمية المختلفة، وكذا اختلاف المعايير الخاصة بماهية الخبر التي تختلف باختلاف احتياجات الدول والمجتمعات[2]. ويحدد الباحث فاروق أبو زيد خمس مستويات لمفاهيم الخبر فيما يلي:[3]

أولا : المفهوم الليبرالي للخبر

ويقوم على مبدأين أساسيين وهما:

[1]- ثامر مهدي ، "الاخبار و البرامج الاخبارية"،(مجلة البحوث، العدد25، المركز العربي للبحوث المستمعين و المشاهدين في اتحاد اذاعات الدول العربية،1989،ص 117-118.

[2]-المرجع نفسه، ص 118.

[3]- فاروق ابو زيد، فن كتابة الخبر الصحفي،(ط2؛ القاهرة: عالم الكتب، دون سنة، ص27-28-30-31.

الأول :تعريف الخبر من خلال وصف بعض عناصره فعلى سبيل المثال تعريف اللورد نورث كليف عرف الخبر بالإشارة إلى عنصري الإثارة والغرابة في قوله :" إن الخبر هو الإثارة و الخروج عن المألوف ...فعندما يعض الكلب رجلا فليس هذا بخبر... ولكن عندما يعض الرجل كلبا...فهذا هو الخبر. بينما عرف"جوزيف بوليتزر" الخبر من خلال وصف عناصر: الجدة والإثارة و الطرافة والدراما والذي كان يرى" أن الخبر يوجد عندما توجد الجدة و التميز و الدراما والومانسية والإثارة و التفرد وحب الاستطلاع والطرافة و الفكاهة.... ويشترط أن تكون هذه الأخبار صالحة لأن تدور حولها أحاديث بين القراء" .في حين اكتفى ل من "تشارلز دانا"و"أرثر ماكوين" و "نيل ماكنين" و "بوند " بتعريف الخبر بالإشارة إلى عنصر الإثارة وحده.

الثاني: اعتبار "الإثارة" العنصر الأساسي في الخبر و العمود الفقري الذي يقوم عليه بناء الخبر ..فالخبر هو تلك المعلومة الجديدة التي تثير اهتمام أكبر عدد ممكن من القراء. وبالتالي فالخبر الذي لا يثير اهتمام القراء ليس بخبر.

وبالتالي فالكتاب الليبراليون يعرفون الخبر وأعينهم على القارئ وحده ولا شيء غيره.

ثانيا: مفهوم الخبر على ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية

إن ليبرالية النصف الثاني من القرن العشرين تختلف عن ليبرالية القرن التاسع عشر و عن ليبرالية النصف الأول من القرن العشرين، فقد عرفت أكثر المجتمعات الليبرالية في الفترة التي أعقبت الحرب العالمية الثانية العديد من الاجراءات و التشريعات التي تسمح بتدخل الدولة في الاقتصاد الرأسمالي .ولقد صار مفهوم الليبرالية اليوم يشير إلى تلك الحركة التي تعمل على تخفيف حدة الرأسمالية، بل إن اليبرالية تتسع الآن لتشمل تلك الحركة التي يطلق

عليها"دولة الرفاهية" أو دولة" الخدمة العامة"أو"الرفاهية العامة" وهي التي تدعو إلى تدخل الدولة لتحقيق مجموعة التشريعيات التي تستهدف تقديم بعض التنازلات لصالح الطبقات العاملة والفقراء.[1]

ومن التعريفات الهامة للخبر في نطاق نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام التعريف الذي قدمه "رولاندز. D.CRowlands" إن الخبر هو: "إفشاء لأشياء وأسرار لم تكن معروفة" وهو يرى أيضا أن الخبر بشيئ يريد اليعض كتمانه بينما الجميع في حاجة إلى الإعلانعنه".ولم يرفض"رولاندز" الإثارة في الخبر ولكنه أضاف إليه عنصر الجدة والفائدة" أن يكون ذلك كله في خدمة الحياة الاجتماعية بتقديم الحقائق و المعلومات التي يحتاجها

الناس عما يجري حولهم من أحداث.

ويعد تعريف"ادجارديل" Edger Dale للأخبار من أفضل التعريفات التي ركزت على مدى "تأثيرها علينا" فهي أحيانا :"تلبي رغبتنا في العلم بالشيئ.. وتذكرنا بالماضي أو تفرض علينا مشكلة أو سرإ أو حالة مضطربة وهي تمكننا من معرفةحقيقة 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 الان".

ويلاحظ أن مفهوم الخبر في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية لم يستبعد تماما عنصر الاثارة من مفهوم الخبر وإنما تفاوت النظر إليه عند إتباع هذه النظرية فبعضهم تجاهل هذا العنصر تماما. في حين أن البعض الاخر اعتبره عنصرا هاما مضيفا إليه عناصر أخرى كالجددة والفائدة.

[1]فاروق ابو زيد، فن كتابة الخبر الصحفي،(ط2؛ القاهرة: عالم الكتب، دون سنة، ص41 40.

ولكن الشيئ الجديد الذي انفرد به أتباع نظرية المسؤولية الاجتماعية،هو قولهم بأن للخبر وظيفة لجتماعية هي تقديم المعلومات الجديدة عن الأحداث الجارية وهو الأمر الذي أضعف في الواقع العملي من سيثطرة الأخبار المثيرة على الصحافة مثل أخبار الجريمة والجنس و المال و الحروب والصراعات وإتاحة الفرصة لأخبار المعلومات و اليانات و الحقائق المفيدة للقارئ و القضاء على الصحافة الصفراء.[1]

ثالثا : المفهوم الاشتراكي للخبر

إن الخبر في المفهوم الاشتراكي أو على الأصح المفهوم الماركسي يقوم في الأصل على المفهوم الماركسي للصحافة،

فالصحافة في الإيديولوجية الماركسية تعني:" عملية التقاط المعلومات الاجتماعية وتنقيحها..ونشرها".وبالتالي فإن المفهوم الماركسي للخبر ليس سوى انعكاس للمفهوم الماركسي للصحافة فهو:" النوع الرئيسي في الإعلام الصحفي والأساس المكون للصحافة الذي يقوم بنقل معلومات معينة بشكل ملتزم حول وقائع ملموسة أو يعكس أحداثا معينة بأسلوب مكثف وبأسرع طريقة ممكنة ويتميز الخبرفي الصحافة الاشتراكية بخاصيتين وهما الواقعية والالتزام ولا بد للصحفي من" أن يقرر ما هو واقعي راهن وما هو الشيء الذي له قيمة إعلامية" والأسس التي يرتكز عليها قرار الصحفي هي معرفة قرارات الحكومة ومقررات الاحزاب التقديمية الى جانب موقف الصحفي الملتزم عموما.فالخبر في هذا المفهوم يقوم على أربعة ضوابط؛ وهي:

1- الأهمية الواقعية للحدث من أجل المجتمع بأكمله.

2- إيجاد نسبة بين مضمون الأخبار و بين احتياجات المجتمع وهي ما تسمى بالمتطلبات الاعلامية.

[1] فاروق ابو زيد، فن كتابة الخبر الصحفي،(ط2؛ القاهرة: عالم الكتب، دون سنة، ص43.

3- مراعاة الجدل" dialectic" برصد العلاقات المتغيرة بين العام و الخاص في الخبر ، فالخاص ينبغي أن تصنع منه وسائل الإعلام شسئا عاما وفهما وتحريكا عاما.

4- إيجاد نسبة صحيحة من الأخبار الواردة من المحافظات والأقاليم وبين الأخبار الواردة من العواصم، وبين الأخبار الداخلية و الأخبار الخارجية.

كما أن الخبر في المفهوم الاشتراكي هو أيضا وسيلة من وسائل تكوين الوعي الاشتراكي وسلاح فعال في الصراع الإيديولوجي كنتيجة لسرع انتقال الخبر وفعاليته الإعلامية.[1]

رابعا : مفهوم الخبر في الدول النامية

ان معنى الخبر في اللغة العربية هو ما يحتمل الصدق و الكذب، إلا أن هذا المعنى اللغوي مضلل. فالخبر يجب أن يكون صادقا والا فقد صفته كخبر.

فقد وجدت بعض الاجتهادات لتعريف الخبر نذكر منها بعض تعريف الدكتور "محمود عزمي" الذي قدم تعريفا أكد فيه أن الخبر:" إعلام عن حدث جديدهام ومتميز". أما عبد اللطيف يرى:" أن الخبر الصحفي مادة من أهم مواد الصحيفة وأنها تهم القراء من جانب و تهم الصحيفة نفسها من جانب آخروأنها تعتبر موردا من موارد الثروة للصحف".ويضيف أن:" أن الأخبار لم تعد حاجة من حاجات الصحف وحدها وانما اصبحت حاجة من حاجات الامة كلها ولذلك اتخذت الأخبار مكانها الممتاز في جميع وسائل النشر ومنها الصحف و الاذاعة و السينما و التلفزيون".

[1] فاروق ابو زيد، فن كتابة الخبر الصحفي،(ط2؛ القاهرة: عالم الكتب، دون سنة، ص45.

كما يضيف خليل صابات لمفهوم الخبر ضرورة:" أن يحوي شيئا خارجا عن المعتاد و المألوف ليؤثر في الناس"وأن" يتميز بالفائدة والأهمية والجدة والصدق".[1]

خامسا: مفهوم الخبر في الدول النامية

ظهرت عقب نهاية الحرب العالمية الثانية مجموعة من دول العالم الثالث وهي ما اصطلح على تسميتها بالدول النامية وأغلبها كان قبل الحرب العالمية الثانية مستعمرات من بعض دول العالم المتقدم. وقد أصبحت الدول النامية تشكل اليوم واقعا متميزا عن العالم المتقدم، ومن الطبيعي أن ما كان صالحا للتطبيق في الدول المتقدمة ليس من الضروري أن ينفع للدول النامية. وبالتالي كان لهذا الواقع أن يطرح مفهوما جديدا للصحافة.فإذا كانت المهمة الاولى للصحافة هي الاعلام والمهمة الثانية تفسير هذه الاخبار، فان هناك مهمة ثالثة تنفرد بها صحافة العالم الثالث بالاضافة الى المهمتين السابقتين وهي مهمة ترقية المجتمع وتنميته.

ويمكن تلخيص مفهوم الخبر في البلاد النامية في أنه:" تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء وهي تثير اهتماماتهم بقدرما تساهم في تنمية المجتمع و ترقيته".[2]

المطلب الثاني : القيم الاخبارية و العوامل المؤثرة فيها

يركز الباحثون في صناعة الاخبار و قواعد التحرير الصحفي على قيم تعد أساسية، وقبل أن نتعرض للقيم الاخبارية في الدول النامية نود التعريج أولا على القيم الاخبارية في البلدان الغربية:

الفرع الاول : القيم الاخبارية في الدول الغربية

[1] فاروق ابو زيد، فن كتابة الخبر الصحفي،(ط2؛ القاهرة: عالم الكتب، دون سنة، ص 47.

[2] فاروق ابو زيد، فن كتابة الخبر الصحفي،(ط2؛ القاهرة: عالم الكتب، دون سنة، ص 48.

تكونت القيم الاخبارية الغربية news values نتيجة لعوامل سياسية و اجتماعية و اقتصادية عالمية ومحلية، وعبر عدد من اسنين حتى تبلورت في النهاية، وأصبحت واضحة المعالم على الرغم من اختلافها، بين دولة أخرى، بل أحيانا يكون الاختلاف فيها في الدولة الواحدة،كالولايات المتحدة الامريكية وذلك لاتساع الدولة، وتعدد لهاجاتها، وتنوع الاجناس و الاعراق التي تغطيهامما يؤدي الى اختلاف الثقافات و التي يقود الاتصال فيما بينها الى خلق قيم اخبارية ترضي جمهور القراء. وقد وضع مجموعة من الباحثين الغربيين مجموعة من القيم الاخبارية نذكر منها :

1- الحالية، الفورية، الجدة ، الظرفية

يرى رواد النظرية الليبرالية، أن الشرط الوحيد للخبر هو الجدة أو الحالية وليس مهما ذلك نوع الخبر، أو طبيعته أو تأثيره، وليس مهما أن يكون محتوى الخبر مادة هابطة أو مفيدة حتى أصبحت الحالي تدل على مدى نجاح الصحيفة في تغطيتها للأحداث، التي تقع في مناطق مختلفة مما يدل على كثرة مراسليها وقوة مركزها المالي.[1]

فارتباط الخبر باحداث اليوم أو بكل جديد يثير الاهتمام والترقب، حتى قيل أن :" خبر البارحة ليس خبر اليوم" ومن الطريف أن تكون كلمة صحافة (journalism) مشتقة من الكلمة اللاتينية(Diurnalis) التي تعني "يومي"(Daily)، ولذلك ينظر للصحافة بشكل عام على أنها تقرير يومي عن الاحداث. وإذا كان الخبر يعرف من قبل بأنه وصف لحدث وقع بالفعل، فان هذا التعريف قد تبدل ليكون:"وصفا لحدث يقع الان في اللحظة التي تستمع اليه" وقد اصبح بمقدور وسائل الاعلام الحديثة تقديم تغطية فورية تقدم له تطورات الاحداث على مدار الساعة حتى صار المراسل يصارع الزمن بالثواني و الدقائق، فالعصر الحديث

[1]- عبد الحليم موسى اسماعيل، الموضوعية والقيم الاخبارية في الاعلام،(ط1؛ القاهرة: الدار العالمية للنشر و التوزيع،2008)ص52

تميز بأنه انشأ مجتمعا سريع الحركة وصارت للمعلومات اهمية كبرى بحيث ان التخلف عنها يعني عزل المتلقي او الجمهور عن الصورة و بالاحرى عن حركة التاريخ، فليس غريبا اذن ان يكون شعار بعض وكالات الانباء:" كن الاول" get it first" [1]

2-القرب الجغرافي، المكان

ليس المقصود به القرب الجغرافي فقط بل ايضا القرب العاطفي و السيكولوجي أيضا[2]،هذا ما نجده في تغطية الصحف الامريكية لاخبار الكيان الصهيوني.

فمن الطبيعي ان يهتم جمهور الاخبار بتلك التي تدور في بلدهم وحيهم لا بل حتى في شارعهم، مما يستدعي من الصحافة الاخبارية ان تولي العنصر الاخباري اهمية يستحقها، فالناس مولعون بتقصي الاخبار التي تمس بلدانهم وقاراتهم و حياة جيرانهم ولذلك فان بناء جسر في احدى الدول النامية لا ينال من الاهمية ما لمصرع شخص في المترل المجاور. فكلما كان الخبر قريبا، وجد اهتماما متزايد من القارئ، ان كان من محيطه الوطني او الاقليمي او الدولي. وهذه القيمة في وسائل الاعلام الغربية نجدها ايضا احدى القيم الجوهرية في العالم الثالث، حيث يقول" رايموندRaymond" ان وسائل الاعلام الامريكية تستجيب للخبر،، اعتمادا على معدلات ثابتة تتعلق بقرب المكان.[3]

وقد اظهرت الدراسات ان الاخبار المحلية تحظى بنسبة عالية من القراء لانها تتعلق بالحياة المواطنين وتشغل بالهم اكثر من الاخبار الخارجية التي قد تؤثر في حجياة هؤلاء المواطنين، الا ان تأثيرها يحتاج الى وقت،

[1]- عبد الستار جواد، فن كتابة الاخبار،(ط2؛ عمان: دارمجدلاوي،2001) ،ص.47

[2]-خالد مجد الدين محمد، صناعة الاخبار في عصر المعلوماتية : دليل انتاج النشرات التلفزيونية،(ط1؛ القاهرة: دار الامين للطباعة،2005)، ص32

[3]- عبد الحليم موسى اسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص47-48

فمثلا يؤثر اضراب عمال تنظيف الشوارع بشكل ملموس وحاسم في حياة سكان ما. لكن هؤلاء السكان قد لا يولون اهتماما كافيا بقرار للأمم المتحدة قد يؤدي الى نشوب صراع او حرب في فترة لاحقة.ومن الطبيعي ان تثير اهتمامك الاحداث التي تقع من مسكنك لاكثر تلك التي تقع في مدينة اخرى او بلد اخر.[1]

وتشير دراسة tunstall ان عنصر القرب معيار معمول به في الغرب، كما كشفت دراسة Ume–Nawgbo أن القرب عنصر هام في اختيار الاخبار في افريقيا الى المدى الذي يسترك امر الانتقاء للمحرر. ولكن قضية القرب لا تعكسها في الغرب رغبات المحررين بقدر ما تعكسها رغبات الجمهور، فالجمهور الامريكي يفضل اخبار المناطق القريبة بينما يفضل الجمهور في الدول النامية و الشيوعية اخبار الاماكن القريبة.[2]

3–الاهمية، الشخصيات البارزة :

النشاطات و الاعمال المختلفة التي يقوم بها رجال السياسة و نجوم السينما وكبار الشخصيات تشكل قيمة اخبارية و عنصرا مهما من عناصر الخبر الذي ينال اهتمام المهور، و حتى كبار المجرمين و اللصوص الخطرين يحظون باهتمام الجمهور العام.فقد اصبحت عدسات المصورين وشبكات الاخبار وهذا ما ينسجم مع المقولة المعروفة:" ان الشخصية تصنع الخبر" بل ذهب بعضهم الى اعتبار الاسماء الكبيرة لا تصنع الاخبار و حسب بل هي الاخبار ذاتها[3]

[1]–عبد الستار جواد، مرجع سبق ذكره، ص47-48.

[2]–حمدي حسن،الوظيفة الاخبارية لوسائل الاعلام(القاهرة: دار الفكر العربي،د.ت)،ص116

[3]– عبد الستار جواد، فن كتابة الاخبار،مرجع سبق ذكره،ص 52-53

فالاخبار لها تأثيرات على الحياة السياسة او الاجتماعية او الاقتصادية محليا او دوليا، فصحف" التابلويد Tabloid" تتحدث عن خصوصيات المسؤولين والاسرة المالكة في بريطانيا، فكثيرا ما نشرت الصحف الغربية مثل هذه الاخبار قبل وبعد الانتخابات العامة،كانتخابات الرئاسة الامريكية حتى أن بعض الشخصيات البارزة تتعرض لحملات اعلامية مضادة تضطرها لترك مناصبها في الحكومة، كاستقالة الرئيس نيكسون عقب فضيحة "وترجيتWateragate" .[1]

فأخبار الصفوة أو النخبة أفضلية عند كل المحررين في كل الانظمة الاعلامية، فقد استطاع احد المحللين ان يتتبع بزوغ نجم القادة الشيوعيين من خلال قياس عدد الاخبار التي تنشر عنهم في الصحف، ولعل ذلك يفسر الغياب الكامل للشؤون الشخصية للشخصيات البارزة في وسائل الاعلام الشيوعية. وفي دول العالم الثالث تساهم الاخبار بدرجة كبيرة في صنع الزعامات وتركيز الاهتمام بها.[2]

4-الغرابة/ الاحداث غير العادية

من اهم عناصر التشويق الاخباري هي طرافة الخبر وغرابته، فالخبر الغريب المدهش الذي لا يمكن حدوثه ولكنه يحدث يستحوذ على اهتمام جمهور الاخبار بشكل يستشير دهشتهم واهتمامهم، والمرء مجبول على الافتتان بكل ما يثير دهشته أو حتى حيرته. فالخبر الصحفي اليوم مليء بالأوائل(first) كأول من يحقق رقما قياسيا في الالعاب و غيرها. و الغرابة أو الجدة هنا هي التي تثير الاهتمام و الدهشة، فليس كل غريب مدهش يصلح أن يكون خبرا.[3]

[1]-عبد الحليم موسى اسماعيل، مرجع سبق ذكره،ص52-53

[2]- حمدي حسن، مرجع سبق ذكره ،ص116

[3]- عبد الستار جواد، فن كتابة الاخبار، مرجع سبق ذكره،ص49

ولذلك ينبغي على المراسل أو كاتب الخبر أن يضع خطا بين ما يصلح خبرا من الاحداث الغريبة وما لا يصلح منها لافتقاره الى الجدارة الخبرية، فحوادث السطو والسرقة مثلا غير اعتيادية ولا تعد طريفة مدهشة الا اذا تمت بطريقة غريبة، ولذلك نرى اللغة الانجلزيةتميز بين ما هو غير اعتيادي وما هو غريب أو طريف مما ضمن باب الغرابة التي تعد من عناصر الخبر المهمة.[1]

5-حجم الحدث

كلما كان الخبر عن دولة أو مؤسسة أو شخص ذي قيمة وثقل كبير كلما زادت فرصة انتقائه للنشر، كما يحدث مع اخبار الولايات المتحدة الامريكية التي تستأثر بمعظم الاخبار العالمية[2]. ويعتبر حجم الحدث عنصر هام من معايير الاخبار في الانظمة الاعلامية المختلفة، الا أنه في الدول الشيوعية تتم المبالغة في حجم الخبر أو الاقلال منه لاعتبارات سياسية أو ايدولوجية، بينما في الغرب يتم التركيز على حجم الحدث و عدد المشاركين فيه[3].

6-الصراع

إن أي نزاع بين الناس و المجموعات والدول يمكن ان يثير اهتمام القراء لان من المفترض ان تسود الطمأنينة و الهدوء حياة البشر. اما الحروب المؤسفة و الخلافات الساخنة فهي موضع اهتمام البشر بشكل طبيعي، فالحياة

[1]-المرجع نفسه،ص 49

[2]- خالد مجد الدين محمد، مرجع سبق ذكره،329

[3]- حمدي حسن، مرجع سبق ذكره،ص 116

اليومية لا تكاد تخلو من الصراع كما يشهد بذلك تاريخ الانسانية و لم يكن الصراع تهديدا للواقع بل سمة من أهم سماته، ويرى هؤلاء أن معظم الأعاب الرياضية هي بالاساس صراعات تحولت الى طقوس.[1]

7-الاهتمام الانساني

الاخبار التي ترتبط بالضرائب وكل مايهم المجتمع وتستميل عواطف الانسان وتجتذب اهتماماتهم.

ويعرف على أنه مجموعة العناصر التي تضفي على الموضوع أو الخبر بعدا عاطفيا و انسانيا وأن يكون لها تاثيرها. فمن الملاحظ في هذا السياق ان الاهتمام الانساني يعبر عنه بالتأثير في بعض المراجع وذلك بسبب تاثيره في حياة الناس بشكل او باخر.[2]

8- السلبية والايجابية

يعتبر المحتوى الايجابي للخبر و المحتوى السلبي من عوامل الاختلاف بين الانظمة الاعلامية، ففي الغرب تعتبر الاخبار سلبية اكثر اثارة من الاخبار الايجابية.و يعززklaus Schoenbach ذلك الى ان الغرب يتوقع التقدم ومن ثم فان الفشل شيئ غير عادي ،أما الدول الشيوعية فلأنها تتوقع الفشل فإن التقدم يعتبر شيئا غيرعادي يستحق الابراز، ومن ثم لا تظهر الاخبار السلبية بسبب ضعف البنية السياسية لمعظم الحكومات فوسائل الاعلام في الدول الغربية تقف موقف المتربص بالقوى السياسية الحاكمة وبالنظام السائد حفاظا على المكاسب الديموقراطية التي اكتسبتها عبر فترات طويلة، بحيث أصبح انتقاد الاخطاء تقليدا متبعا من الغرب في

[1]-آلبرت ل.هيسترو واي لانج.تو. دليل صحفي في العالم الثالث،ترجمة كمال عبد الرؤوف،(القاهرة: الدار الدولية للنشرو التوزيع،1988)،ص 32-34

[2]- المرجع نفسه، ص50

اطار التصور العام للصحافة كسلطة رابعة. فالتركيبة السياسية و الاجتماعية لهذه المجتمعات أصبح عنصرا السلبية و الايجابية عاملا توازن ونتيجة طبيعية لحرية الصحافة.[1]

9-الجنس

الحياة الجنسية وكل ما يتعلق بها من أحداث وممارسات وقضايا الاغتصاب تشكل عنصرا جديدا من عناصر الجدارة الاخبارية يضاف اليها العناصر الاساسية السابقة، فالصحفيون يدركون تمام الادراك اهتمام الناس بالجنس و اخباره.

ومن اكثر الدراسات التي تناولت القيم الاخبارية، جدلا هو ما ذهب اليه النرويجان"جالتنجgultung وماري روج Marie Ruege" في الدراسة الرصينة التي نشرت أول مرة في كتاب"صناعة الاخبار" لمؤلفيه كوهين ويونك، يرى هذان الباحثان ان هناك احتمالا اكبر لنشر الاحداث اذا كانت تلبي ابيا او بعض او عدة معايير نذكر منها:[2]

1-نسبة الحدوث(fréquence)

وهي تتعلق الذي يستغرقه وقوع الحدث بشكل يتناسب مع وقت الوسيلة الاخبارية، فحادث اغتيال مثلا اكثر جدارة صحفية من تقدم بطيئ لاحد بلدان العالم الثالث.

2-الضخامة (Amplitude)

[1]-حمدي حسن ،مرجع سبق ذكره،ص116

[2]- عبد الستار جواد، فن كتابة الاخبار، مرجع سبق ذكره، ص56

كلما كان الحدث أكبر كان أفضل، وكلما كان دراماتيكيا كلما زادت قوة تاثيره وتحقيقه لما يسمى اندفاع الجمهور.

3-الوضوح (Unambiguity)

كلما كانت الاحداث واضحة محددة، كلما سهل على الجمهور ملاحظتها سهل المراسلين التعامل معها.

4- الالفة(Familiarité)

وهذه القيمة الاخبارية تتعلق بالجماعة وبالقرب الثقافي وبما يتناغم مع الجمهور المتلقي.فالأشياء القريبة من تعنينا أكثر من سواها.

5- التماثل(Correspondance)

وهذه يعني درجة التقاء الاحداث مع توقعات الجمهور وتنبؤاته.

6- الدهشة (Surprise)

لا بد أنيكون الحث مفاجئا وغير متوقع او نادرا ليكون خبرا جيدا.

7- الاستمرارية (Continuité)

وهذه القيمة الاخبارية تفترض أن يكون الخبر جديدا ليقع في عناوين الصحف ونشرات الانباء وأن تستمر جدراته الصحيفة حتى عندما تتضاءل ضخامته.

8-التشكيل /التركيب(composition)

ان الحاجة في تحقيق التوازن في نشر الاخبار تجعل المحرر أو الناشر يطرح بعض العناصر المتناقضة، مثل نشرة الاخبار المحلية اذا كانت غالبية الاخبار المنشورة في الصحيفة هي اخبار خارجية، ا وان ينشر بعض الاخبار الخفيفة المشوقة اذا كانت نسبة الاخبار التي تبعث على التشاؤم عالية.

الفرع الثاني : القيم الاخبارية في الدول النامية

يرى الباحث **جاك لوك** الذي كتب عن القيم الاخبارية في العالم الثالث، انه بالرغم من اختلاف وتنوع القيم الاخبارية بين دول العالم الثالث الممتدة من الصين الى الشيلي وليبيريا فبالامكان الوقوف على القيم المشتركة فيه، لتكون بديلا للقيم السائدة في العالمين الاول و الثاني، ولكن بعض الصحفيين الغربيين يرون في هذه القيم تهديدا للحريات الصحفية،[1] وهذه القيم تنحصر في الاتي :

1- التنمية Développent

تعرف التنمية بأنها: " زيادة محسوسة في الانتاج و الخدمات شاملة ومتكاملة مرتبطة بحركة المجتمع تأثيرا، مستخدمة الاساليب العملية الحديثة في التكنولوجيا و التنظيم و الادارة.[2]

فقد احتلت التنمية مكانا بارزا في البلدان النامية، واولت الحكومات اهتماما متزايدا بالتنمية، حتى يتسنى لها الوصول الى مصافي الدول المتقدمة، خاصة وان هذا الامر يتطلب بذل مزيد من الجهد في كافة المجالات، و

[1]- آلبرت ل. هيسترو واي لان ج. تو ، مرجع سبق ذكره، ص 55

[2]- عاطف عدلي العبد، ونهى عاطف العبد، الاعلام التنموي والتغير الاجتماعي: الاسس النظرية و النماذج التطبيقية،(ط5؛ القاهرة: دار الفكر العربي،2007)، ص9

خصوصا الاعلام لتفعيل الجماهير بقضايا التنمية بمفهومها الشامل، حتى تصبح قضية التنمية احدى الاولويات الاساسية للحكومات لكي ترتبط باطار التنمية.[1]

فقد أوضح عالم الاتصال الشهير"ولبرشرام" أن وسائل الاتصال تستطيع أن تؤدي وظيفة الاعلام أداء مباشرا وقديرا؛ وذكر أنها يمكن ان تساهم في اضافة الكثير لقيم التنمية فيما يلي :[2]

أ. تستطيع وسائل الاتصال الجماهيري ان توسع الافاق، فالذين يعيشون في مجمع تقليدي يرون كما يقول "شرام" وصفة سحرية في وسائل الاتصال الجماهيرية لأنها تستطيع ان تاخذ الانسان الى مكان اعلى ما يمكنه ان يرى عند الافق ثم تجعله ينظر فيما وراءه.

ب. وسائل الاتصال الجماهيري تركز انتباه المتلقين على الاحداث المهمة و الاشخاص ذوي الاهمية ولعل المغزى الكامن عند "شرام" ان انتباه الجمهور يمكن ان يظل مركزا على التنمية:"اذ يمكن ان يوجه الاهتمام من حين لحين الى عادة او سلوك جديد او طريقة زراعية او صحية جديدة، او الى سلوك يؤدي الى التحول العصري ا والى شيئ يتطلب التغير الاجتماعي.

ت. تستطيع وسائل الاتصال الجماهيري ان ترف تطلعات الجماهير عاليا لأن الدول النامية في امس الحاجة لايقاظ شعورها من القدرية و التفكير الخرافي الى شحن العزائم على الصعيدين الشخصي و القومي،

---

[1]- عبد الحليم موسى اسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص 15

[2]- عاطف عدلي العبد، ونهى عاطف العبد، مرجع سبق ذكره، ص36.

*ولبر شرام:

باحث و اعلامي من الذين بلورو نظرية التحديث من خلال مؤلفه الواسع الانتشار" وسائل الاعلام والتنمية الوطنية" الذي نشر عام1964، حيث ينظر شرام الى وسائل الاتصال الجماهيري في خدمة التنمية الوطنية باعتبارها"وكلاء التغيير بنتظر منهاان تعاون على تحقيقه للانتقال الى عادات و ممارسات جديدة وفي بعض الاحيان الى علاقات اجتماعية مختلفة، فلا بد ان يكون وراء مثل هذه التغييرات في المواقف و المعتقدات و المهارات و الاوضاع الاجتماعية.

ونبه"شرام" الاذهان الى مخاطر رفع التطلعات اذا لم يتم تحقيق الاماني التي يمكن ان تتحول الى سخط وتذمر.

ث. وقد اشار عدد من الباحثين امثال"ليرنر" ان الاتجاه بالانسان التقليدي الى العصرية او نموذج التحديث الذي يرى ان وسائل الاتصال تعمل باعتبارها مفاعلة ومعززة للتحريك المادي و النفسي، كما ميز ليرنر بين نظامين تاريخيين للاتصال، النظام التقليدي اي المواجهي، و النظام الحديث للاتصال، النظام التقليدي اي المواجهي، و النظام الحديث للاتصال ولفت الانتباه الى ملاحظتين هامتين على النحو الآتي:[21]

- إن اتجاه التغير يكون دائما من نظام الاتصال التقليدي الى نظام الاتصال الحديث.
- إن درجة التغيير في نظام وسائل الاتصال تبدو مترابطة بعدد كبير من التغيرات في القطاعات الاساسية في النظام الاجتماعي.

إذا فالتنمية اصبحت تشكل أهم القيم الاخبارية في العالم الثالث، ا ذها تستطيع هذه الدول ان تحقق التغيير الاجتماعي التي تصبوا اليه، لذلك ركزت جل اهتماماتها و جهودها الاعلامية ازاء التنمية.[3]

*دانيال ليرنر:

باحث امريكي وصاحب نظرية في الاعلام التنموي، تدعى نظرية" دانياللرنر" او كما يطلق عليها نموذج التحديث، حيث قام ببأبحاث كثيرة في عملية التحديث في منطقة الشرق الاوسط التي تضم فئين عريضتين من الناس الاولى فئة عصرية و فئة تقليدية.

[2]- عاطف عدلي العبد، ونهى عاطف العبد،مرجع سبق ذكره ص 34-35

[3]- عبد الحليم موسى اسماعيل

2- المسؤولية الاجتماعية

يشير مفهوم المسؤولية الاجتماعية للصحافة على انها: "مجموع الوظائف التي يجب ان تلتزم الصحافة بتأديتها أمام المجتمع في مختلف مجالاته السياسية و القتصادية والاجتماعية و الثقافية، يتوافر في معالجتها لموادها قيم مهنية كالدقة و الموضوعية و التوازن والشمول؛ شريطة أن تتوافر للصحافة حرية حقيقية تجعلها مسؤولة أمام القانون والرأي العام".[1]الا ان بعض الصحفيين العصريين امثال" تشارلز رايت" Right charles يرون ا نهاته الفكرة قد عدلوا عن تلك الفكرة، واصبحوا يفسرون دورهم العملي بانه يتضمن مسؤولية تقييم الاحداث وتفسيرها للقارئ بوضعها مثلا داخل اطارها الاكبر التاريخي والاجتماعي ثم تقييم المصادر التي تبعث منها الاخبار.[2]

فالمسؤولية الاجتماعية هي احدى القيم الاخبارية التي برزت في العالم الثالث و اصبحت من السمات المتميزة الصحفيين في ممارستهم اليومية في الاجهزة الاعلامية، ويشير **جاك لول** أن الخبر المسؤول داخل التركيبات الهشة يعد امرا ضروريا، فاذا انعدمت المسؤولية في المجتمع، فذلك يقود الى هدم البنيان الهشة و التي مازالت تحت التأسيس و بذلك تصبح الصحافة مصدر تهديد للسلطة اذا يلكت النهج الغربي في ممارستها اليومية.[3]

[1]- محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، ط1؛ القاهرة: الدار المصرية اللبنانية،2003،ص98

[2]- عبد الحليم موسى اسماعيل

[3]-نفس المرجع السابق

3- التكامل الوطني

تعد هذه القيمة احدى القيم التي انفردت بها دول العالم الثالث عن غيرها من العوالم الاخرى، ويتحدث" هيلاري نجوينو" في حديثه عن الاثار التي خلفها الاستعمارٍ من خلق أجواء للفرقة و الشقاق و القبلية التي لا تزال قائمة في إفريقيا قائلا:[1]

في مثل هذه البلاد يكون الواجب الاول للصحافة لاي مؤسسة او اي فرد اخر هو التشجيع على وجود اكبر قدر ممكن من الوحدة الوطنية، لانه في غياب حد ادنى من الوحدة تصبح كل القيم الانسانية الاخرى في المجتمع امرا مستحيلا، وتصبح الحرية و العدل عندئذ لا معنى لها وتصبح الحياة غير آمنة، و أعتقد انه لا يوجد قدر كاف من الوحدة الوطنتية، فانه على الصحافة ان تعكف على المهمة الصعبة المرتبطة بالمعونة على توحيد الامة و ازالة عدم الثقة بين المجتمعات و القبائل.

ويرى الباحث **وليد عديس** ان الاعلام ساهم في وحدة الامة عن طريق ربط الاقاليم اعلاميا مع بعضهما البعض، كما ربط القيادة العلايا و الشعب مما ساعد في تقريب الفهم بين الرئيس والمرؤوس، ويقود هذا الى توثيق الروابط بين مختلف الفئات الاجتماعية المتباينة الثقافات، فقد لا تقف حدود مسؤوليات هذه القيمة في اطار القطرية بل تجاوزت ذلك الى الاقليمية لان هناك سمات مشتركة بين دول العالم الثالث في كثير من القضايا القومية و الوطنية.[2]

[1]- آلبرت ل . هيسترو واي لان ج.تو،

[2]- وليد عديس" الادوار التي يؤديها الاعلام في التنمية"،(مجلة الدراسات الاعلامية، العدد23،1980)ص39

وتوضح الباحثة جيهان رشتي ان بعض الدول التي يتهدد كيانها عن طريق التمزق الاجتماعي، تمارس سيطرة غلى وسائل الاعلام حتى تحافظ على وحدتها، مما ينعكس على الممارسة الصحفية بغض الطرف عن بعض الموضوعات و ابراز بعضها.[1]

الا ان هذه السيطرة أستطيع القول انها بدات في التلاشي بحكم التكنولوجيات الحديثة للاعلام و الاتصال ووسائلها، ما ساهم بدوره في تعدد مصادر المعلومات و سرعة انتقال عبر الوسائط كشبكة الانترنت و انظمة الميلتيميديا.

5-التثقيف

تعد قيمة التثقيف قيمة خبرية مهمة في اخبار العالم الثالث، لما تتضمنه من معلومات تسهم في توعية المجتمع في كثير من القضايا الوطنية و القومية و الاجتماعية، فقد اشار لباحث ولبر شرام [2]:"ان تقوم وسائل الاتصال الجماهيرية تستطيع ان تعاون معاونة كبيرة في جميع انماط التعليم و التدريب، فقد اثبتت التجارب فاعليتها في ظروف عديدة مختلفة داخل المدارس، و اثبتت قدرتها في التكفل بقدر كبير من مهمة التعليم و اثبتت قدرتها الفائقة في مجال تعليم الكبار و التدريب على القراءة و الكتابة".

لذلك يجب ان توظف وسائل الاعلام السليم الصادق و التعليم و التربية و التثقيف و الترفيه والتسلية الصحيحة و التوجيه الجيد، هذا ادى بهذه القيمة الى منابر الدولية، حيث عبر ميثاق الشرف العربي في مادته الاولى و التي جاء فيها" يقوم الاعلام على حقين: حق التعبير و حق الاطلاع ،وهو يمكن بالتالي في صلب كل نشاط انمائي على صعيد المعرفة و الثقافة، بل ينبغي مراعاة الحياد في عرض المادة الاخبارية على

[1]- جيهان أحمد رشتي، الاسس العلمية لنظريات الاعلام،(ط2؛القاهرة:دار الفكر العربي،1978)ص205

[2]- عاطف عدلي العبد، ونهى عاطف العبد مرجع سبق ذكره،ص37

القراء في ان تحترم اجهزة الاعلام احتراما مطلقا مبدأ مصداقية الخبر الاعلامي، نظرا لاهميته في تربية المواطن العربي و تثقيفه وتحقيقا لمبدأ حق المواطن العربي في الاعلام.[1]

الفرع الثالث: نماذج الاخبار

يرى الباحثون الى طرح اربعة نماذج ذات ملامح و خصائص مميزة و تجسد نظرة حرفية متطورة للعملية الاخبارية وطرائق اعداد الاخبار لتكون صالحة للاستعمال من قبل وسائل الاعلام الاخبارية المختلفة. فكل نموذج من هذه النماذج يكشف عن القوى المؤثرة في صناعة الخبر، ولكل واحد من هذه النماذج تاثيره ووقعه الخاص في غرفة الاخبار، بل حتى عند جمهورها.

أولا: نموذج المرآة Mirror

يشير أنصار هذا النمذج الى ان الخبر يعكس كالمرآة واقعا معينا، بل عليه ان يؤدي هذه المهمة. فالصحفيون و المراسلون يراقبون يتأملون العالم ويرون ما يشاهدونه بدقة و موضوعية قدر الامكان، مثلما تكون المرآة صادقة عكس الصورة التي تقف أمامها، فأنصار هذا النموذج يدافعون عن وجهة نظرهم بالقول: " نحن لا نصنع الخبر، بل ننقله فقط.[2]

يشير هذا المعنى أن القائمين بالأخبار ماهم إلا قناة معلوماتية ينتجها غيرهم وهم يعكسون أي شيئ يقع عليه نظرهم و ليس لهم أن يقوموا بصياغته بأي شكل من الاشكال، فهذهالنظر للخبر تتميز بها وسائل الاعلام الناطقة بالانجلزية التي تعتمد"الموضوعية" في التغطيات الاخبارية وترى بان الصحفي يصف الحدث ولا يفسره ولا يشارك فيه، فقد شاعت في الولايات المتحدة نظرية النخبة التي ترى تكون الصحافة منتدى

[1]–عبد الحليم موسى اسماعيل، مرجع سبق ذكره

[2] - د.عطاء الله طريف،مساؤات الصحافة و التلفزيون في العالم،دار المعتز،الاردن،عمان،ط1،2016 ، ص149

لأولئك الذين يصنعون القرارات ،وتصور الصحفيين على أنهم حمام زاجل وليس كلب حراسة وأن مهمتهم لا تتمثل بمراقبة الحكومة لصالح الناخبين و انما في نشر المعلومات المفيدة للمؤسسة.[1]

ثانيا: نماذج الحرفي The Professional Model

أصحاب هذا الاتجاه من دارسي الاخبار ينظرون الى صناعة الاخبار على انها محاولة يقوم بها محترفون ماهرون يقومون بتوليف الاخبار التي يتم اختيارها حسب أهميتها واجتذابها جمهور وسائل الاعلام ولأسباب اقتصادية،فإن التوجه نحو الجمهور له الاعتبار الاول، وهذا ما يجعل الجمهور الفيصل الاول في اختيار الموضوع او الموضوعات التي تحظى بالنشر. وهذا يشير الى حراس البوابة[2] الذين يعنون بالسيطرة على مكان استراتيجي في السلسلة الاتصالية بحيث يكون لهم سلطة في اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته من عدمه.[3]

ومن البديهي أن الصحفيين المحترفين تمرسوا على كيفية مخاطبة الجمهور وتلبية طلباته واجتذاب اهتمامه،فالصحفي المحترف يقاوم الكثير من الضغوط الداخلية والخارجية التي تسعى الى اخراج الخبر أو الوضوع بالشكل الذي تريده خدمة لمصالحها وأهدافها، ولكن ذلك يجافي الاعراف الصحفية و التقاليد الراسخة في غرف الاخبار، ذلك ان الصحفي المحترف يرى في الخبر بضاعة مطورة خاضعة للمنافسة، فضلا عن كونه خدمة اجتماعية المستفيد الاول منها الجمهور، كما أن اخلاقيات المهنة وتقاليد الصحافة

[1]- عبد الستار جواد، فن كتابة الاخبار، مرجع سبق ذكره، ص65

[2]- د. عطاء الله طريف ، استراتيجيات القائم بالاتصال في اختيار الاخبار الخارجية في الصحف الجزائرية، كلية علوم الاعلام و الاتصال قسم علوم الاتصال، سنة 2011 2012 ، ص 165

[3]- جيهان احمد رشتي، الاسس العلمية لنظريات الاعلام، مرجع سبق ذكره ،ص399

العالية ومبادئ الاحتراف تعمل عملها في ذهن كاتب الخبر المحترف وهو يحول الاحداث الى اخبار لها بناؤها وصياغتها ولها جمهورها.[1]

ثالثا النموذج المؤسساتي The Organizational Model

يقوم هذا النموذج على نظرية المؤسسة وتقاليدها وتعليماتها وطرائق تعاملها مع الاحداث والاخبار،ويشير أنصار هذا الأنموذج الاخباري أن اختيار الموضوعات يبرز من خلال الضغوط التي تخضع لها العمليات المؤسساتية و اهدافها، فالضغوط النابعة من العلاقات المتبادلة و المعايير الحرفية داخل المؤسسة الاخبارية لها أهميتها الخاصة مثلما هي مهمة الضغوط النابعة من العمليات الفنية لانتاج الاخبار و اعتبارات الكلفة و الربح و الاجاه نحو تحقيق الربح و تطبيق الانظمة القانونية.[2]

ويبرز الاثر المؤسساتي في الخبر من خلال "الدليلي الاسلوبي" الذي تعتمده كل مؤسسة اخبارية او صحفية واسعة الانتشار، ويتضمن هذا الدليل الذي يسمى احيانا((handbook) واحيانا (Houseestyle)) تعليمات لغوية و اسلوبية وطرائق معتمدة في التعامل مع الاحداث على اختلاف انواعها وتقاليد الوسيلة الاخبارية في اعداد الاخبار وتوزيعها، وبالتالي فالمهم في مثل كتب الاساليب هذه أنها تجعل الخبر العام يساير سياسة الوسيلة الاخبارية من حيث الاسلوب و الحجم و اللغة و السياسة الاخبارية.[3]

[1]– عبد الستار جواد، فن كتابة الاخبار، مرجع سبق ذكره،ص66

[2]– د. عطاء الله طريف ، استراتيجيات القائم بالاتصال في اختيار الاخبار الخارجية في الصحف الجزائرية، كلية علوم الاعلام و الاتصال قسم علوم الاتصال، سنة 2011 2012 ، ص 167 168 .

[3]–المرجع نفسه، ص 67

ومن أمثلة هاته الاساليب نجد ان وكالة الانباء (AP) الاسوشيتدبرس الامريكية توصي مراسليها بان لا تزيد كلمات الجملة عن(25) كلمة ويفضل ان تكتب في (19)كلمة ام اقل. ويتضمن هذا الدليل المؤسساتي عادة قواعد وارشادات حول سياسة الصحيفة او الوسيلة الاخبارية في موضوعات متنوعة كالالقاب و الاوصاف العرقية و الجنسية و المفردات التي تخدش وجه الاداب، او تعد ضمن باب القدح او التشهير فضلا عن بعض المصطلحات العلمية و الفنية وقواعد الاسناد وتوثيق المقتبسات. كما نجد صحيفة نيويورك تايمز تقول:" ان التايمز لا تخرق معايير الذوق ما لم تكن المادة المقتبسة على غاية من الاهمية القصوى بحيث لا يمكن اخراجها بقوة ووضوح عن طريق اعادة الصياغة".[1]

رابعا : الانموذج السياسي The Political Model

من البديهي أن لكل المجتمعات نظامه السياسي و اهدافه العامة التي يسعى الى تحقيقها وتترجم هذه الاهداف الىمجموعة السياسات و الاجراءات التنفيذية التي تستهدف معالجة ما يواجه المجتمع من تحديات، و المؤسسة الصحفية باعتبارها جزء من الحياة السياسة في المجتمع تجد نفسها تلقائيا تعمل في اطار هذه التوجهات.[2]

ويرى اتباع هذا الانموذج من الاخبار، ان الخبرفي اي مكان هو نتاج الميول الايدولوجية للقائم بالاتصال فضلا عن ضغوط البيئة السياسية التي تعمل في ظلها المؤسسة الاخبارية، فحين يكون المحيط النظرة الى العالم بشكل في كل موضوع فعلي اومتخيل، فأنصار النظام القائم مثلا يصورون على "أنهم أناس

[1]- عبد الستار جواد، اتجاهات الاعلام الغربي: دراسة في الاعلام الانجلو امريكي،(بغداد: دار الحرية،1995)،ص16

[2]- عبد الفتاح ابراهيم عبد النبي، سوسيولوجيا الخبر الصحفي :

أخيار"،أما خصومهفهم"سيئون" وتقوم وسائل الاعلام بمتابعة الشخصيات ذات الشأن وكذلك المؤسسات الكبرى، أما الخارجون على النظام او ذوو المواقع الدنيا فيتم اهمالهم عموما.[1]

وتشير الباحثةجيهان رشتي ان هذا الانموذج في الاخبار التي تنشرها وسائل الاعلام في بعض دول العالم الثالث ترتبط بثلاث معايير؛ وهي:[2]

1-معيار الامن السيكولوجي السياسي: و يعطي ابرازا للاخبار التي تبعث على الثقة التي تاتي من دول تتمتع ىلعلاقات خاصة وثيقة مع الدولة.فأي أنباء مواد اخبارية ينظر اليها على انها ضارة لن يسمح بنقلها. فالمواد التي تقلل من شأن السياسات الوطنية أو تسبب توترا أو قلقا للرأي العام يتم حجبها.

2-معيار مصالح المجتمع: يقضي لإعطاء أولوية للأخبار الجيدة عن الدول التي لها نفس المصالح السياسية و الاقتصادية و الثقافية أو الايدولوجية، كما تراعي وسائل الاعلام مصالح الدول الاخرى التي تنتمي الى نفس المنظمات التي تنتمي اليها حكوماتهم.

3-معيار حتميات السياسة الوطنية: يساهم في اضفاء شرعية على المواقف الحكومية وتقويتها. وفقا لهذا المعيار تنشر وسائل الاعلام الاخبار المتصلة بالدول الاخرى ان اتفقت مع السياسات التي وضعتها ويستعرض الباحث عبد الستار جواد رؤى بعض الصحفيين حول هذا الانموذج؛ يذكر:[3]

المراسل دان راذر Dan Rather" يقول :"ان الاتجاه المعاصر هو : ادخل في الوسط وتحرك مع الجماهير، ولا تسبب اي مشكلة، ولا تثر أسئلة حادة ولا تخاطر".

[1]- عبد الستار جواد ، فن كتابة الاخبار، مرجع سبق ذكره،ص68

[2]- جيهان احمد رشتي، الاسس العلمية لنظريات الاعلام، مرجع سبق ذكره، ص 443

[3]- عبد الستار جواد، فن كتابة الاخبار، مرجع سبق ذكره، ص 70-72

صحفي الوس انجلوس تايمز ريتشارد كبلنك Richard Kipli,g يقول:" اما ان نحمل المعلن، او تلتحق بركب العاطلين عن العمل".

يرى احد بارونات الصحافة البريطانية فيكتور ما تيوس Victor Mathews بقوله:" على العموم سيحصل المحررون على حريتهم كاملة، طالما وافقوا على السياسة التي وضعت اسسها".

في الواقع هو ا ن ايا من هذه النماذج الاخبارية، لا يوضح بمفرده العملية الاخبارية، وذلك لان العملية الاخبارية تتجسد فيها كل هذه النماذج بدرجات متفاوتة، فالضغوط المؤسساتية مثلا مطبوعة بتشابك علاقات الناس بالمؤسسة، اما تغير ذوق الجمهور فله تفسيرات مختلفة.[1]

ان هذه النماذج الاخبارية الاربعة، تجسدها في نظرها المختلفة، تعقد العملية الاخبارية وتشابك العوامل المؤثرة في اعداد الخبر و توزيعه في صيغته النهائية. كما تصور كذلك النظرات المتباينة للخبر كبضاعة معروضة في السوق و كنوع من الخدمة الاجتماعية تقوم بها وسائل الاعلام، وهذا ان دل على شيئ فانما يدل على ان فن كتابة الخبر على درجة عالية من الدقة و المسؤولية، ويقتضي مهارات و خبرات كبيرة قادرة على استيعاب ابعاد العملية الاخبارية و العوامل المؤثرى فيها.[2]

[1] – د. عطاء الله طريف ، استراتيجيات القائم بالاتصال في اختيار الاخبار الخارجية في الصحف الجزائرية، كلية علوم الاعلام و الاتصال قسم علوم الاتصال، سنة 2011 2012 ، ص 185

[2] – المرجع نفسه، ص 69

المطلب الثالث : العامل البشري المؤثر على القيم الاخبارية

المقصود بالعنصر البشري هنا نعني بهم القائمون بالاتصال كما ذكرنا في الفصل الثاني فهم جماعة الصحفيين العاملين بالمؤسسة الصحفية، ومن الواضح أن الشخصية هؤلاء الافراد وخلفيتهم الاجتماعية، وكذا كفائاتهم المهنية، تقوم بدور يصعب تجاهله في عملية توجيه ونشر الاخبار.وبالتالي فان عملية تقييم الاخبار هي عملية متواصلة، حيث ان استبعاد بعض الاخبار م احلال اخرى محلها، واختصاربعض الاخبار المنشورة من اجل التوسع في نشر اخبار اخرى.

ويربط الباحثان" جيلمور وروت" في دراستهما للعوامل التي تتداخل في تقييم و عرض المحرر للاخبار، ان الحدث قد يحرف او يوجه نتيجة ثلاثةانواع شائعة من الضغوط؛ وهي:[1]

أ- **الضغوط الاقتصادية:** التي تندرج تحت تاثير الحاجة لكسب المادي والرغبة في التعايش، والتي تتواجد في الذهن الم لدى المحررين. وتحت ضغط هذه الحاجة قد يبيع الصحفي ضعيف الشخصية ولاءه لصاحب المال و السلطان، او منحرف، مقابل الحصول على عائد نقدي أو على خدمة مجانية او حتى الحفاظ على وظيفته. وفي هذا الاطار يقوم الصحفي بطلب مباشر او حتى طواعية بافساح المجال او اخفاء مضامين معينة. وفي المقابل، فان البحاجة لبيع الصحيفة ورفع معدلات توزيعها سواء للحصول على النقود من خلال توزيع و الاعلان او المنافسة في السوق و احداث تغيير اجتماعي يفرض على المحرر نشر ما يتصور انه يحظى باهتمام و اقبال الجمهور، وفي هذا الاطار قد يتم التركيز على مضامين

[1]- د. عطاء الله طريف ، استراتيجيات القائم بالاتصال في اختيار الاخبار الخارجية في الصحف الجزائرية، كلية علوم الاعلام و الاتصال قسم علوم الاتصال، سنة 2011 2012 ، ص 174 .

خبرية معينة كالرياضة، والجرائم، والجنس والقصص الانسانية...الخ، واهمال المضامين الاخرى الاكثر جدية كالمضامين الثقافية و التعليمية وهكذا.

ب- **ضغط التقاليد:** تميل بعض الصحف الى الاخبار الرسمية، وتلتزم بالمحافظة و الاتزان في عرض الاخبار، والبعض الاخر/ وقد تميل صحف اخرى الى الموضوعات الشعبية، ويفضل الابراز و الاثارة في العرض، و قد تميل صحف اخرى الى المضامين الخدمية التي تستهدف مساعدة القارئ في تدبير شؤون حياته اليومية وفي ضوء هذه التقاليد او المألوف في الصحيفة يتم في المعالجة الخبرية، والتي يجري باستمرار تطبيع المحررين الجدد عليها، الاهتمام بتقديم تغطية مكثفة لانواع معينة من الاخبار بصرف النظر عن القيم الاخبارية لها، او درجة اهميتها او تفاهتها. والمحرر هنا يعمل بوعي او بدون وعي تحت الحاح مقولة ان هذا هو المعتاد ان نفعله. كذلك فان اسلوب المعالجة و التقييم الاخباري للمحرر و الجهاز التحريري بعامة الصحيفة يتاثر الى حد كبير بالمواسم و الاعياد الدينية و السياسية في المجتمع.

ت- **الضغط الشخصي:** الذي يتعرض له المحرر في معالجته للاحداث، فيتاثر عادة في عمله برؤساء العمل او زملاء المهنة فعندما يبدي رئيس القسم او رئيس التحرير مثلا رأيا فيما ينبغي ان يكون وما لا ينبغي ان يكون، سرعان ما يبادر بعض المحررين الى تحويل هذا الرأي الى مبدأ، وعندما يشعر المحررون ان هذا الرئيس او ذاك المدير له خصومه السياسيين،الا ان البوابات سرعان ما تغلق امام اخبارهم الطيبة وتفتح لما دون ذلك. فالمهم هنا ليس احتياجات او صالح الجمهور، وغنما النشر بالنجاح، وهي كلها امور تؤثر على المعالجة المتزنة للاحداث، وتدفع بها في اتجاهات معينة.

يتضح مما سبق من خلال هذه الضغوط انها تتفاوت حدتها وترتيب اولوياتها من مجتمع الى آخر، ومن صحيفة الى اخرى داخل المجتمع الواحد، في حين ان اللافت للنظر هنا ان بعضها له طابع اخلاقي يتصل

بشخصية الصحفي و البعض الاخر له طابع مهني يتعلق بتكوين الصحفي و استعداده المهني، وبالتالي فانه يمكن للصحفي ان يقاوم هذه الضغوط او على الاقل تفاديها اذا ما تحلى بالصفات التالية:[1]

1- **الأمانة** : التي تعني المحافظة على اسرار الناس و اعراضهم و اموال الدولة، ومصالح الجماهير التي يعبر عنها، فبدون الامانة يمكن ان يرتشي او ينافق او يجامل من شانه لن يضر بنزاهة الكلمة و حيادها، فضلا عن افتقاده لثقة الناس و احترامهم.

2- **الذكاء:** وهي من الصفات المطلوبة التي تساعد على سرعة الفهم و حسن التصرف وقوة الملاحظة، وهي مؤهلات لتوليد الحاسة الخبرية لدى الصحفي، وهذه الحاسة تاتي بالتدريب المستمر في ملاحظة الاشياء و افعال الناس و المخلوقات ملاحظة دقيقة ثم استرجاع هذه الملاحظات كلها في الذاكرة بعد ذلك و محاولة اصدار احكام صائبة عليها و القراءة المستمرة و الاستفادة من الخبرات الانسانية.

3- **معايشة الجماهير:** قوة شخصية الصحفي وقدرته على الاتصال و النجاح في تادية رسالته باعتدال وواقعية تكمن في معايشته لواقع جماهير بلده على اختلاف مستوياتهم و النزول المستمر اليهم، وتذكره دائما ما تعانيه ىهذه الجماهير وما يطمحون اليه و بالتالي يكون اكثر قدرة على التعبير عن قضاياهم و مشاكلهخم وآمالهم الحقيقية نحو حياة افضل.

4- **التثقيف المستمر:** الصحفي المثقف و الواعي و المؤهل جيدا لن تقف امامه اية عقبات او ضغوط، وسيفرض نفسه وقناعاته ان عاجلا او اجلا. و التثقيف المستمر لن يتاتى الا من خلال توافر حب الاطلاع و القراءة المستمرة و المتنوعة في المجالات المختلفة التي تعمق من ادراك الصحفي و تدعم قدراته على الفهم و تحليل المشكلات و التعبير عنها بوجهة نظر منطقية و علمية.

[1]- عبد الفتاح ابراهيم عبد النبي، مرجع سبق ذكره،ص 90-91

5- **اللغة** : اتقان اللغة واجادة قواعد الصرف و النحو سوق تكمن الصحفي من اغجادة التعبير و تحرير مادته الصحفية. كما يمكنه من تحقيق اتصال فعال مع مصادره التي يستقي منها المعلومات و ستحد من تدخلات رؤسائه في صياغاته للمضامين الصحفية و بلااضافة الى اهمية اتقان الصحفي للغة بلده، فان عليه اتقان لغة اجنبية اخرى على الاقل فقدتتطلب ظروف عمله الاتصال بمصادره اجنبية او الاحتكاك بها وما لم يكن على دراية باحدى اللغات الاجنبية فسيواجه بمشكلات كبيرة تعوقه عن تادية عمله.

6- **القدرة على التكيف**: وهي من اهم صفات الصحفي فهو لديه القدرة على التكيف مع المصادر المختلفة والمتعددة الاشكال و الامزجة و الظروف المتغيرة الصعبة منها السهلة فقد يقابل مصادر او قد يفرض عليه الظروف معايشة فئات دنيا، وما لم يكن الصحفي قادر التكيف مع هذه الظروف، فانه سيستسلم لها ويفشل في عمله.

ان توافر هذه الصفات لدى الصحفي، واجادة تدريبه، وامامه بفنون علم التحرير الاعلامي و الاتصال بالجماهير ينمي لديه الحاسة الخبرية،وبالتالي تتزايد قدراته الذاتية على تحديد مدى اهمية الخبر وربط الاحداث المختلفة، وبالتالي اصدار الاحكام الصائبة في تقييم عرض الاخبار،مهما تكن درجة تلك الضغوط التي يتعرض لها.[1]

[1] د. عطاء الله طريف ، استراتيجيات القائم بالاتصال في اختيار الاخبار الخارجية في الصحف الجزائرية، كلية علوم الاعلام و الاتصال قسم علوم الاتصال، سنة 2011 2012 ، ص198 .

الفصل الثالث

الجانب الميداني للدراسة

المبحث الأول: عرض و تحليل نتائج الاستبيان .

لقد وقع اختيارنا على أربع سمات لافراد العينة حاولنا الكشف عنها ، و ذلك لاعتقادنا بخدمتها موضوع الدراسة و أهدافها .

السؤال رقم 1: النوع (الجنس) ؟

الهدف منه : التعرف على تمثيل سمة النوع للعينة المختارة و التي يرى الباحث أن لها علاقة مباشرة بالدراسة .

جدول 1: توزيع أفراد العينة في كل قناة الشروق NEWS و النهار TV حسب عامل النوع.

	الشروق NEWS				النهار T.V			
	الجنس							
	ذكر		أنثى		ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
	22%	55%	18%	45%	42%	70%	8%	30%
المجموع	40				60			
النسبة	100%				100%			

تبرز الاحصائيات المسجلة في الجدول التقارب ف التركيبة البشرية بين الجنسين لدى قناة الشروق NEWS حيث أن 55% يمثلون الذكور و 25 في المائة من الإناث.

و بخصوص قناة النهار TV فيلاحظ تفاوت نسبي في الصحفيين بها من الجنسين إذ يشكل الذكور 70 في المائة بينما نسبة الإناث لم تتعد 30 بالمائة .

و يمكن تفسير هذا التباين في النسب بين المؤسستين الى طبيعة كل واحدة منهما في الشروق NEWS و نظرا لكونها قناة خاصة تعنى باحداث التوازن ضمن طاقمها بين الجنسين و هو الامر الذي غير المهتم به عند قناة النهار TV ذات الطبيعة الخاصة.

السؤال رقم 2 : فئات العمرية

الهدف منه : التعرف على تركيب الفئات العمرية التي تمثل سمة مهمة لعينة الدراسة.

جدول 2 : توزيع أفراد العينة حسب الفئات العمرية في كل من قناة الشروق NEWS و النهار TV

	الشروق NEWS				النهار T.V			
	الفئة							
	ذكر		أنثى		ذكر		أنثى	
	20 أقل من 30	30 أقل من 40	40 أقل من 50	50 أقل من 60	20 أقل من 30	30 أقل من 40	40 أقل من 50	50 أقل من 60
المجموع	40				60			
النسبة	100%				100%			

تبرز المعطيات المتحصل عليها الى أن الفئتين العمريتين ما بين 20 و أقل من 30 سنة و كذا 30 و أقل من 40 سنة لافراد العينة في قناة الشروق NEWS تحوز على 60 % في كل منهما أن هناك تركيزا على عنصر الشباب.

أما في قناة النهار TV فنفس الفئتين (20 أقل من 30 سنة) و (30 أقل من 40 سنة) تحظيان باهتمام بالغ اذ تتجاوز 43 في المائة مع انعدام أفراد من الفئة ما بين 50 و 60 سنة.

و لعل هذا التباين يبين مدى حرص المؤسسات الاعلامية ذات الطابع الخاص على اتاحة الفرصة للشباب في الوقت الذي تحتفظ فيه المؤسسات الاعلامية الخاصة بأفرادها الى السن القانوني للتقاعد و أحيانا حتى بعده و هي ظاهرة ملاحظة في الساحة الاعلامية الوطنية حاليا .

السؤال 3: التخصص الدراسي لفئة أفراد العينة في كلتا القناتين ؟

الهدف منه: معرفة التخصص الدراسي لافراد عينة الدراسة

جدول3: توزيع أفراد العينة حسب التخصص الدراسي لعينة الدراسة في كل من قناة الشروق NEWS و النهار TV

	الشروق NEWS										النهار T.V									
التخصص الدراسي																				
	اعلام و اتصال		العلوم السياسية		الحقوق		العلوم الاقتصادية		الأدب العربي		اعلام و اتصال		العلوم السياسية		الحقوق		الأدب العربي		فلسفة	
	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن			ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن
	18	45	4	10	8	20	04	10	6	10	32	53.5	22	36.5	0	0	1	5	2	5
المجموع	40										60									
النسبة	100%										100%									

تشير النسب الموجودة في الجدول الى وجود 25 بالمائة من مجموع أفراد قناة الشروق news يملكون تخصصا دراسيا في مجال علوم الاعلام و الاتصال و شعبة الحقوق بـ 20 بالمائة.

و في قناة النهار TV فهناك 59.5 بالمائة من خريجي معاهد علوم الاعلام و الاتصال و تنعدم في شعبة الحقوق مع استقطاب ما يقارب 37 بالمائة من خريجي العلوم السياسية .

ولعل هذه الوضعية توضح مدى اعطاء قناة الشروق NEWS الأولوية لخريجي الاعلام و احداثها للتوازن بين باقي التخصصات العلمية و تحقيقا للتخصص في مجال التحرير و هو أمر غير معمول به في قناة النهار TV التي تعطي الفرصة الى جانب خريجي الاعلام و الاتصال لتخصص العلوم السياسية ، و ربما ترجع ذلك للتقارب بين التخصصين .

السؤال 4: **جهة العمل لافراد عينة الدراسة**

الهدف منه: معرفة جهل العمل لأفراد عينة الدراسة .

جدول 4: توزيع أفراد العينة على جهة العمل في كل من قناة الشروق NEWSو النهار TV

	الشروق NEWS				النهار T.V			
	الجنس							
	ذكر		أنثى		ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
	22%	55%	18%	45%	42%	70%	8%	30%
المجموع	40				60			
النسبة	100%				100%			

يلاحظ تقارب بين الجنسين في قناة الشروق NEWS اذ يشكل الذكور نحو 55 بالمائة و الباقي اناث.

و في قناة النهار TV فيطغى عنصر الذكور على طاقم القناة بنسبة 70 بالمائة و 30 بالمائة للاناث.

و يمكن ارجاع هذا الفارق بين المؤسستين الى اعتماد قناة النهار TV على التغطيات الميدانية و متابعة الاحداث عن كثب و هو ما يتلائم مع الذكور أكثر في حين طبيعة العمل ف جريدة الشروق NEWS هو للتغطيات الرسمية أكثر منه شيء آخر فضلا عن اعتمادها على مصادر كوكالة الانباء الجزائرية .

السؤال 5: سنوات الخبرة لافراد عينة الدراسة ؟

الهدف منه : معرفة سنوات الخبرة لأفراد عينة الدراسة

الجدول 5: توزيع سنوات الخبرة لافراد العينة في كل من قناة الشروق NEWS و النهار TV

	قناة الشروق NEWS						قناة النهار TV					
	سنوات الخبرة في العمل الإخباري											
	من01 سنة لأقل من5 سنة		من 5ينة لاقل من 10 سنة		من 10 سنة فأكثر		من 01سنة لأقل من 6 سنة		من 5 سنة لأقل من 10 سنة		من 10 سنة فاكثر	
	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن
	%8	%20	%8	20%	%24	%60	6%	%10	%14	%23	%40	67%
المجموع	40						60					
النسبة	100%						100%					

تشير الأرقام المبينة في الجدول الى احتفاظ قناة الشروق NEWS بافرادها من أصحاب الخبرة و الذين يشكلون 60 بالمائة من مجموع الافراد و جميعهم يملكون رصيدا من الخبرة يتجاوز 10 سنوات ، كما تتساوى نسبة الصحفيين ممن تتراوح مدة عملهم بالقناة ما بين سنة و 5 سنوات و 10 سنوات و 20 بالمائة على التوالي .

و نفس الأمر و بنسبة أعلى في قناة النهار TV التي تعتمد على 60 بالمائة من الافراد الذين تتجاوز سنوات خبرتهم 10 سنوات و بنسبة تعادل 23 بالمائة بالنسبة للعاملين من 50 و 10 سنوات من بداية العمل ، فلا تتجاوز 10 بالمائة .

و لا يمكن تفسير هذا الواقع الا برغبة المؤسسات الخاصة في الظفر بعناصر من ذوي الخبرة كون طبيعةالعمل تتطلب ذلك دون اغفال ظاهرة تنقل الصحفيين من مؤسسة لاخرى في قناة النهار TV و عكس ذلك في قناة الشروق NEWS

السؤوال 6: ما هي درجة الاهتمام بالأخبار لدى عينة الدراسة في القناتين ؟

الهدف منه : معرفة درجة اهتمام أفراد عينة الدراسة في القناتين للأخبار .

جدول 6: توزيع درجة اهتمام أفراد عينة الدراسة في كلا من قناة الشروق NEWS و النهار TV للاخبار.

	قناة الشروق NEWS						قناة النهار TV					
	الإهتمام بالأخبار بشكل عام											
	الاهتمام بحكم الوظيفة		اهتمام عادي بحكم العمل		غير مهتم بها		الاهتمام بحكم الوظيفة		اهتمام عادي بحكم العمل		غير مهتم بها.	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
	20%	50%	18%	%45	2%	05%	%21	70%	18%	30%	00%	%00
المجموع	40						60					
النسبة	100%						100%					

توضح البيانات الموجودة مدى ارتباط الاهتمام بالأخبار لدى أفراد قناة الشروق NEWS بالوظيفة الى نسبة 50 بالمائة ثم الاهتمام بحكم العمل بنسبة 52 بالمائة بينما لا تحظى الأخبار غير المهتم سوى بنسبة 5 بالمائة .

و هي النسبة التي وصلت الى حدود 70 بالمائة عند صحفيي قناة النهار TV و 30 بالمائة تمثل الاهتمام بحكم العمل و تنعدم فرضية الارتباط بناءا على الأخبار غير المهتم بها .

و هذه النتيجة طبيعية و تتماشى مع اهتمامات الصحفيين غير أن الفارق الحاصل لفائدة قناة النهار TV يعكس حجم التركيز لدى صحفي هذه الاخيرة و المتاحات الموجودة في القطاع الخاص بصفة عامة دون نظيرتها في القطاع الخاص.

السؤال 07: ما مدى استفادة الصحفيين من دورات تدريبية .

جدول 07: توزيع أفراد عينة الدراسة في كل من قناة الشروق NEWS و النهار TV من الاستفادة من دورات تدريبية .

	الشروق NEWS				النهار T.V			
	الحصول على دورات تدريبية							
	نعم		لا		نعم		لا	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
	20	%50	20	%50	42%	70%	%18	30%
المجموع	40				60			
النسبة	100%				100%			

تسلط الأرقام المبينة في الجدول أعلاه الضوء على مدى الاعتناء بالتكوين عند القناتين حيث أن 50 بالمائة من صحفي قناة الشروق NEWS تحصلوا على فرص التكوين و الباقي من الموظفين لم تعط لهم الفرصة بعد .

أما في قناة النهار TV فحوالي 70 بالمائة من صحفييها تلقو دورات تدريبية و تكوينا في المجال و ما نسبته 30 بالمائة لم يتلق دورات تدريبية .

و من هذه العينة يستنتج الباحث حرص ادارة قناة النهار TV على جانب التكوين أكثر من حرص قناة الشروق NEWS و هنا لا بد من التذكير بالمبادرات اتي قامت بها قناة النهار TV من معاهد و مؤسسات اعلامية من ناحية تبادل الخبرات و تأطير دورات تدريبية للتكوين هذه الاستراتيجية أعطت نتائجها من ناحية الأداء اذ حافظت هذه الاخيرة على موقعها في الساحة الوطنية و تزايد حجم سحبها و عدم رواد موقعها الالكتروني .

الفرع الثاني : تحليل و مناقشة المحور الثاني الخاص بمدى تأثير مصادر الأخبار .

السؤال 8: ما أهم المصادر و الأخبار المعتمدة في انتقاء الأخبار التعامل في القناتين محل الدراسة .

جدول 08: تعامل توزيع أهم المصادر الاخبارية المعتمدة في انتقاد الأخبار لدى قناة الشروق

قناة الشروق NEWS							
درجة الاعتماد على القناة	أهم المصادر الاخبارية في انتقاء الأخبار التعامل في القناتين محل الدراسة					المجموع	النسبة
المصادر	أعتمد عليها دائما		أعتمد عليها أحيانا		لا أعتمد عليها اطلاقا		
	ت	%	ت	%	ت		
المراسلون	4	10	14	35	22	55	
وكالة الانباء الجزائرية	20	50	16	40	4	10	%100
وكالات الأنباء العربية	8	20	18	45	14	35	
شبكة الانترنت	14	35	20	50	6	15	
وكالات الأنباء الدولية	10	25	16	40	14	35	
قنوات فضائية عربية	14	35	18	45	14	35	

تعتمد قناة الشروق NEWS عند انتقائها للاخبار عن وكالة الاخبار الجزائرية بنسبة 50 بالمائة بشكل دائم و 10 بالمائة في بعض الأحيان و هي نسب تؤكد حجم الاعتماد على أو جزء في هذا الجانب و على شبكة الانترنت بنسبة 35 بالمائة بصفة دائمة و في بعض الأحيان بما نسبته 50 بالمائة ، و تستعين أيضا القنوات الفضائية العربية بحوالي 20 بالمائة و ذلك بشكل غير دائم .

كما أن اعتمادها غير الدائم يتعدد بين وكالات الانباء العربية ووكالات الانباء الدولية

جدول 09 : تغامل توزيع أهم المصادر الاخبارية المعتمدة في انتقاء الاخبار لدى قناة النهار TV

قناة النهار TV								
درجة الاعتماد على القناة	أهم المصادر الاخبارية في انتقاء الأخبار التعامل في القناتين محل الدراسة						المجموع	النسبة
المصادر	أعتمد عليها دائما		أعتمد عليها أحيانا		لا أعتمد عليها اطلاقا			
	ت	%	ت	%	ت	%		
المراسلون	34	57	40	79	16	26	60	%100
وكالة الانباء الجزائرية	22	37	34	57	4	06		
وكالات الأنباء العربية	20	14	26	44	14	25		
شبكة الانترنت	36	60	24	40	00	00		
وكالات الأنباء الدولية	20	7	20	3	00	00		
قنوات فضائية عربية	26	33	40	67	14	46		

تشير المعلومات المبينة في الجدول أعلاه الى الاهمية القصوى التي توليها قناة النهار TVلشبكة الانترنت كمصدر لها في انتقاء الأخبار الدولية بنسبة قائمة تصل الى 60 بالمائة و 40 في بعض الأحيان و تتفاوت نسب المصادر الأخرى بين المراسلين ووكالة الأنباء الجزائرية و بصفة دائمة بنسب 57% و 37 % على التوالي و هنا يطرح موضوع مصداقية الخبر اذ أن الكثير من الأخبار تتداول عبر شبكة الانترنت غير أنها تظهر مع الوقت كمجرد فرقعات اعلامية أو اشاعات لا أكثر و لا أقل .

سؤال 09: ما هي أهم وكالة يعتمد عليها الصحفي بالنسبة للاخبار ؟

الهدف من السؤال: معرفة أهم وكالة يعتمد عليها الصحفي بالنسبة للاخبار.

جدول 10 : توزيع اجابات المبحوثين محل الدراسة على أهم وكالة يعتمد عليها الصحفي بالنسبة للاخبار في كل من قناة الشروق NEWS و النهار TV

	قناة الشروق NEWS						قناة النهار TV					
	أهم وكالة يعتمد عليها الصحفي بالنسبة للاخبار											
	وكالة الانباء الجزائرية		وكالة الانباء الفرنسية		وكالة أنباء الشرق الأوسط		وكالة الانباء الجزائرية		وكالة الانباء الفرنسية		رويتر البريطانية	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
	%32	%80	%06	15%	2%	05%	36%	%60	%20	%33.5	%04	6.5%
المجموع	40						60					
النسبة	100%						100%					

الإحصيات الموجودة تبرز و بشكل قاطع مصدر قناة الشروق NEWS في نقل الأخبار و هي وكالة الانباء الجزائرية بنسبة 80% ثم وكالة الانباء الفرنسية بحوالي 15% في حين تعتمد قناة النهار TV على وكالة أنباء الشرق الاوسط سوى نسبة 5%

و من جهتها تغطي قناة االنهار TV الأولوية في نفس السياق لوكالة الانباء الفرنسية بنسبة 60 بالمائة و بنسبة أقل لوكالة الانباء الجزائرية بـ 53.5 %فوكالة أنباء الشرق الاوسط بـ % 65 كأضعف نسبة.

و بامكاننا تفسير هذا التعارض في تنافع قناة الشروق NEWS ووأوج من حيث طبيعة الملكية " الخاصة" بينما الامر ليس كذلك بالنسبة لقناة النهار TV التي ترى في وكالة الانباء الفرنسية أنها أكثر احترافية و آنية من الوكالة الوطنية (و.أ.ج)

السؤال 10: كيف تشير وكالة الانباء لأهمية الخبر أكثر من غيره؟

الهدف من السؤال ، الكيفية التي تشير وكالة الأنباء لاهمية خبرها أكثر من غيره.

جدول 11: يوضح توزيع اجابات المبحوثين عن الكيفية التي تشير بها وكالة الأنباء لاهمية الخبر ما في كل من قناة الشروق NEWS و النهار TV

	قناة الشروق NEWS								قناة النهار TV							
	إشارة وكالة الانباء لاهمية الخبر أكثر من غيره								إشارة وكالة الانباء لاهمية الخبر أكثر من غيره							
	تخصيص الوكالة لمساحات كبيرة و تفاصيل اضافية		وضع اشارة معينة مثل هام أو عاجل للخبر		سرد خلفيات كثيرة للخبر		ذكر الخبر في مختصر الأنباء التي تأتي قبل النشرة الرئيسية		تخصيص الوكالة لمساحات كبيرة و تفاصيل اضافية		وضع اشارة معينة مثل (هام) أو (عاجل) للخبر		سرد خلفيات كثيرة للخبر		ذكر الخبر في مختصر الأنباء التي تأتي قبل النشرة الرئيسية	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
	14	35	16	40	4	10	6	15	12	20	34	57	12	20	2	3
المجموع	40								60							
النسبة	100%								100%							

من الجدول يتضح للباحث اعتبار قناة الشروق NEWS لاهمية الخبر الوار في الشريط وكالة الانباء بوضوح اشارة معينة مثل (هام) أو (عاجل) للخبر بنسبة 20% و يرى 35 % من المستجوبين بتخصيص الوكالة لمساحات كبيرة و تفاصيل اضافية و 15 % منهم فقط يرون أهمية الخبر تتلخص في ذكره في مختصر الأنباء التي تأتي قبل النشرة الرئيسية .

و تعتبر قناة النهار TV أهمية الخبر الوارد في شريط ممثل انطلاقا من نفس الاشارة نسبته % 57و اعتبار 20% من المبحوثين لتجلي الأهمية في سوء أخبار كثيرة عنه و نفس النسبة لتخصيص الوكالة لمساحات كبيرة و تفاصيل اضافية عن الخبر .

و هنا يمكن ارجاع طبيعة الاعتبارات المذكورة الخلفيات ما بقدر ما نرجعها لخيارات تحريرية لا غير .

السؤال 11: كيف يكزن التوافق على وجوب النشر الفوري للخبر الذي تنشره الوكالة لأهميته؟

الهدف منه: معرفة كيفية التوافق على الخبر الذي تشير الوكالة لاهميته عن وجوب النشر فورا.

جدول 15: توزيع اجابات المبحوثين حول كيفية التوافق على وجوب النشر الفوري للخبر الذي تنشره الوكالة لاهميته في كل قناة الشروق NEWS و النهار TV

	وجود توافق على الخبر الذي تشير الوكالة لأهميته عن وجوب النشر فورا																	
	قناة الشروق NEWS										قناة النهار TV							
	يحدث دائما		يحدث أحيانا		يحدث بعد التأكد من وكالة أخرى		نادرا ما يحدث		يحدث بعد تعديله		يحدث دائما		يحدث أحيانا		يحدث بعد التأكد من وكالة أخرى		نادرا ما يحدث		يحدث بعد تعديله	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
	12	30	18	45	4	10	4	10	2	5	12	20	40	67	8	13	00	00	00	00
المجموع	40										60									
النسبة	100%										100%									

من خلال الجدول هناك توافق على النشر الفوري للاخبار الواردة في الوكالة لاهميتها يتم في بعض الأحيان في قناة الشروق NEWS بنسبة 45% و بما نسبته 30% على الدوام و بعد التأكد من نشره في وكالة أخرى بنحو 10 % و نادرا ما يحدث التوافق بنسبة مماثلة .

و التوافق على نشر خبر وارد من الوكالة و بنفس الأهمية بقناة النهارTV يتم التوافق عليه أحيانا كذلك و بنسبة 67% يليه احتمال التوافق الدائم و بعد التأكد منه في وكالة أخرى بنسب 30 و 13 % على التوالي .

و من هنا نستنتج الباحث أن المشاورات و مساحات تبادل الراء بين المشرفين على نشر الأخبار متاحة في القناتين و في النهار TV بنسبة أكبر .

السؤال 12: ماهي العوامل التي تؤخذ بعين الاعتبار عند تحرير و تعديل أخبار الوكالات و ؟

الهدف منه: معرفة العوامل المتحكمة في تحرير و تعديل الخبر المنقول من الوكالات في قناتي الشروقNEWS و النهار TV .

جدول 13: توزيع اجابات المبحوثين حول العوامل المحددة لتحرير و تعديل أخبار الوكالات في كل من قناة الشروق NEWS و النهار TV

	أهم العوامل التي تؤخذ في الاعتبار عند تحرير و تعديل أخبار الوكالات																			
	قناة الشروق NEWS										قناة النهار TV									
	المكان أو جهة العمل		سياسة الدولة		الاسس العلنية المتعارف عليها		نادرا ما يحدث		يحدث بعد تعديله		يحدث دائما		يحدث أحيانا		يحدث بعد التأكد من وكالة أخرى		نادرا ما يحدث		يحدث بعد تعديله	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
	12	30	18	45	4	10	4	10	2	5	12	20	4067	8	15	00	00	00	00	00
المجموع	40										60									
النسبة	100%										100%									

تبين هذه المؤشرات أهمية عامل المكان أو جهة العمل في قناة الشروق NEWS عند تحريرها أو تعديلها للأأخبار المنقولة عن وكالات الانباء بنسبة 45% ثم عامل ما يراه النظام السياسي للدولة بحوالي 30 بالمائة مع وجود نسبة 15% تتعلق بالأسس العلمية المتعارف عليها .

و في قناة النهار TV فالعامل الاول (المكان أو جهة العمل) هو من يتحكم في تحرير أخبار الوكالات لدى قناة النهار TV بنسبة 50% بالأسس العلمية المتعارف عليها بـ 30% و ذلك في الوقت الذي لا نذكر فيه بقية العوامل.
و عليه فإن هذه الوضعية تجسد لنا و بالضبط ما يعرف بـ " الخط العام" للمؤسسة و تبعات طبيعة الملكية لكل مؤسسة على الممارسة الإعلامية.

السؤوال 12: ماهي طبيعة الاخبار التي يتعامل معها الصحفي في قناتي الشروقNEWS و النهار TV

الهدف منه: الاطلاع على نوعية الاخبار التي تحظى باهمية أكثر من غيرها في القناتين .

جدول13: توزيع اجابات المبحوثين حول نوعية الأخبار التي تحظى بالأهمية في كل من قناة الشروق NEWS و النهار TV

	غالبا ما تكون الاخبار التي يتعامل معها الصحفي أنها														
	قناة الشروق NEWS								قناة النهار TV						
	تهتم بالصراعات الدولية		تهتم بمبادرات السلام		تهتم بالكوارث		تهتم بجهود الإغاثة		تهتم بالصراعات الدولية		تهتم بمبادرات السلام		تهتم بالكوارث		تهتم بجهود الإغاثة	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
	32	85	00	00	4	10	2	5	56	97	4	6	00	00	00	00
المجموع	40								60							
النسبة	100%								100%							

تبرز الارقام المتحصل عليها اهتمام قناة الشروق NEWS بالأخبار المتضمنة للصراعات الدولية بنسبة 85% ثم الكوارث بنسبة 10% الى جانب جهود الاغاثة فيما تنعدم نسب الاهتمام بمبادرات السلام .

و الامر نفسه بالنسبة لقناة النهار TV لكن بنسبة أعلى تصل الى 94 بالمائة مع الاختلاف مع قناة الشروق من حيث الاهتمام بمبادرات السلام لكن بنسبة ضئيلة قوامها 6 بالمائة و اهمال العاملين الآخرين.

و يرجع سبب هذا الاهتمام بالصراعات الدولية لكونها تشكل حيزا من اهتمام المتلقي و مجموع نقاشاته اليومية و تلقي بضلالها و باستمرارا على المشهد العالمي من النواحي السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية .

سوال 13 : ما اهم النوعيات الاخبارية بالنسبة للمؤسسة التي يعمل بها الصحفي .

الهدف من السؤال معرفة نوعية الاخبار في المؤسسات محل عمل الصحفي .

جدول14: توزيع ايجابات المبحوثين حول نوعية الاخبار في كل من قناة الشروق nws و النهار tv .

القناة / أهم النوعيات الاخبارية	قناة الشروق nws		قناة النهار tv	
	ت	%	ت	%
1- الاخيار السياسية	30	75	34	57
2- الاخيار العسكرية و اخبار الحروب	2	05	4	7
3- الاخبار الاقتصادية	2	05	00	00
4- الاخبار الاجتماعية	00	00	06	10
5- أخبار العنف و الارهاب	2	05	16	26
6- أخبار البيئة و الكوارث الطبيعية	2	05	00	00
7- الاخبار العلمية	00	00	00	00
8- أخبار الصحة	2	05	00	00
المجموع	40		60	
النسبة	%100		%100	

تحوز الاخبار السياسية على نحو 75% من المادة الاخبارية في قناة الشروق و بنسب متساوية للاخبار العسكرية و الاخبار الاقتصادية و اخبار العنف و الارهاب و الاخبار البيئية و الصحية 5% لكل موضع اخباري .

وتنخفض هذه النسبة في قناة النهار tv لتستقر عند 75% مع تسليط الضوء في تحطياتها على اخبار العنف و الارهاب بنحو 26% علاوة عن الاخبار الاجتماعية بنسبة 10% فالاخبار العسكرية و اخبار الحروب بما نسبته 7% .

ويعود اهتمام قناة الشروق news بالاخبار السياسية الدولية الى اقترانها بمواقف الديبلوماسية الجزائرية ولو بشكل غير مباشر وهو الامر الذي لا توليه قناة النهار tv أهمية بالغة بل تلجأ الى مقياس موضوعية اكثر منها ايدلوجية.

سؤال 14 : ما هي اكثر ثلاث نوعيات الاخبار التي يكثر الاهتمام بها ؟

الهدف من السؤال : تحديد النوعيات الاخبارية الاكثر اهتماما في كل من قناة الشروق news و النهار tv

الجدول 15 : توزيع اجابات المبحوثين حول تحديد النوعيات الاخبارية الاكثر اهمية في كل من قناة الشروق news و النهار tv .

الصحيفة	قناة الشروق news		قناة النهار TV	
اهم النوعيات الاخبارية	ت	%	ت	%
اخبار مكالب التغيير و الاصلاحات السياسية في الوطن العربي	34	85	26	77
الاخبار العسكرية و اخبار الحروب	4	10	00	00
الاخبار الاجتماعية	00	00	06	10
اخبار البيئة و الكوارث	2	05	16	26
اخبار العنف و الارهاب	00	00	14	35
المجموع	40		60	
النسبة	100%		100%	

تشترك وفق معطيات الجدول كل من قناتي الشروق news و النهار tv في الاهتمام بمطالب التغيير و الاصلاحات السياسية في الوطن العربي بنسبة 85 بالمائة و 77 بالمائة على التوالي .

قناة الشروق news تولي نوعا من الاهمية للاخبارالعسكرية ولاخبار الحروب ب 10 بالمائة وكذا الاخبار البيئية و الكوارث ب 5 بالمائة و تهمل تماما الاخبار وتهمل تماما الاخبار الاجتماعية و اخبار العنف و الارهاب .

اما قناة النهار tv فتهتم والى جانب مطالب التغيير و الافصاح باخبار العنف و الارهاب وتنتفي عن الباقي

ويأتي هذا الاهتمام من طرف القناتين لاخبار مطالب التغيير و الاصلاحات السياسيةفي الوطن العربي تماشيا وطبيعة الحراك العربي الحاصل في عدد من المجتمعات العربية و لتخلل هذا الحراك بمظاهر العنف .

سؤال 15 : ما هي اهم المعايير التي تجعل القناة تهتم بالاخبار ؟

الهدف من السؤال توضيح معايير الاهتمام بالاخبار العالمية لكل من قناة النهار tv و الشروق news .

جدول 16: ايجابات المستجوبين حول معايير الاهتمام بالاخبار في كل من قناة الشروق news و النهار tv .

القناة / اهم النوعيات الاخبارية	قناة الشروق news		قناة النهار tv	
	ت	%	ت	%
خبر يتضمن صراعا بين دول او افراد	16	40	00	00
خبر ضخم من حيض تاثيره على الناس او عدد المتضررين	8	20	28	47
خبر به جوانب استثنائية تمس مشاعر الجمهور	2	5	16	27
خبر يتغلق بشخصية متهورة او مهمة سياسيا	2	5	00	00
خبر يتعلق بالتقدم الاقتصادي او العلمي للدول الصديقة	2	5	00	00
اخبار الفضائح و الاثارة	2		00	00
خبر طريف و غريب	00	00	00	00
خبر يتضمن انتقادا للدول او الرؤساء	2	5	04	06
متابعات الاخبار التي سبق تغطيتها	2	5	00	00
خبر نشرته باقي وسائل الاعلام فلا يمكن التاخر عن نشره	4	10	06	20
خبر يهم المحرر شخصيا	00	00	00	00
المجموع	40		60	
النسبة	100%		100%	

يوضح الجدول معايير اهتمام قناة الشروق news بالاخبار العالمية و المتمثلة في كونه يتضمن صراعات بين الدول او الافراد بنسبة 10% و الاخبار الضخمة ذات التاضير على الناس قلهاحصة 20% من اراء المبحوثين ونصف النسبة للاخبار التي تنشرها باقي وسائل الاعلام .

اما جريدة النهار tv فمعايير تستند الى ضخامة النهار tv و تاثيره على الناس بنسبة 47% ثم الاخبار ذات الجوانب الانسانية و التي تمس مشاعر الجمهور بنسبة 27% وبنسبة اقل .

وعليه فيبدو ان قناة الشروق news تحاول استغلال الصراعات الدولية كمادة استقطاب القراء فيما تركز قناة النهار tv على ما يشهد انتباه الجمهور .

سؤال 15 : من اي منطقة تاتي الاخبار عادة

الهدف منه : معرفة المناطق التي ترتكز عليهاالقناتين الوطنيتين عند استقاء الاخبار

جدول16 :توزيع اجابات المبحوثين حول مناطق التي تشكل المادة الاعلامية لقناة الشروق nws .

قناة الشروق							
طبيعة البلد	الاخبار تاتي عادة من					المجموع	النسبة
	موافق		محايد(لاأدري)		غير موافق		
	ت	%	ت	%	ت		
بلد قريب من الجزائر جغرافيا	16	40	16	40	08	40	100%
بلد عربي	16	40	14	35	10	25	
بلد اسلامي	12	30	16	40	12	30	
دولة بها مشكلات داخلية	28	70	10	25	2	10	
دولة تربطها علاقات اقتصادية بالجزائر	20	50	20	50	2	10	
دولة تمتلك اعلاما قويا فاخبارها مهمة جدا	12	30	16	40	12	30	
دولة تشكل تهديدا للجزائر	16	20	05	25	14	35	
دولة تشكل تهديدا للولايات المتحدة الامريكية	12	30	06	20	16	40	

من خلال الجدول يتضح للباحث اهتمام قناة الشروق nws بالشان الداخلي للدول اكثر من باقي القضايا بنسبة 70 بالمائة ثم بالدول التي تربطها علاقات اقتصادية بالجزائر ب 25 بالمائة تليهاالدول التي تشكل تهديدا للجزائر بنحو 20 بالمائة شانها في شان الدول العربية بنفس النسبة .

جدول17 : توزيع ليجابات المستجوبين حول المناطق التي تشكل المادة الاعلامية لقناة النهار TV

قناة النهار TV								
الاخبار في القناة / طبيعة البلد	الاخبار تاتي عادة من						المجموع	النسبة
	موافق		محايد		غير موافق			
	ت	%	ت	%	ت	%		
بلد قريب من الجزائر جغرافيا	50	83	10	17	00	00	60	100%
بلد عربي	36	60	14	23	10	17		
بلد اسلامي	42	70	14	23	04	07		
دولة بها مشكلات داخلية	42	70	14	23	04	07		
دولة تربطها علاقات اقتصادية بالجزائر	36	60	20	33	04	07		
دولة بها مشكلات خارجية	34	57	22	36	04	07		
دولة تمتلك اعلاما قويا فاخبارها مهمة جدا	18	30	42	70	00	00		
دولة تشكل تهديدا للجزائر	36	60	18	30	06	10		
دولة تشكل تهديدا للولايات المتحدة الامريكية	28	47	28	47	04	06		

تركز قناةالنهار TV في تناولها للاخبار على المناطق القريبة من الجزائر ينسبة 83% وعلى قضايا البلدان الاسلامية ب 70% ونفس النسبة بالتسبة للدول التي تعاني من مشكلات داخلية ثم الدول التي التي تربطها علاقات اقتصادية بالجزائر بما نسبته 60% يستكشف الباحث من خلال المقارنة بين الجدولين ان قناة النهر TV تعطي اهمية قصوى للاحداث المقربة من الجزائر وهو ما يحسب لها على عدة اصعدة على غرار الجانب السياسي فيمكن ان يكون تاثير لهذه الاحداث عل الشان الوطني وهو اصل غير مهتم به في قناة الشروق نيوز لقراءات يصعب تحديدها

سؤال 16 : ماهي سمات اخبار الدول النامية التي تعرض في كل من قناة الشروق NWS و النهار TV ؟

الهدف منه : معرفة سمات و نمط اخبار الدول النامية التي تتناولها القناة .

جدول18: توزيع اجابات المبحوثين حول سمات اخبار الدول النامية المعروضة في قناة الشروق NWS

قناة الشروق NWS							
درجة الموافقة / الاجابة	سمات اخبار الدول النامية التي تعرض في القناة					المجموع	النسبة
	موافق		محايد		غير موافق		
	ت	%	ت	%	ت		
هذه الدول مليئة بالصراعات الداخلية	22	55	8	20	10	40	100 %
تتصارع مع غيرها من الدول	5	25	14	35	16		
بها اخبار تنمية و جهود اصلاح	6	30	18	45	10		
مليئة بالفقر و الجهل	10	50	16	20	04		
هناك جهود من المنظمات ودول اخرى لاصلاحها	08	20	12	30	20		

تشير المعطيات المتوفرة في الجدول الى عنايةقناة الشروق NWS باخبار الدول النامية المليئة بالصراعات الداخلية بنسبة 55% و الدول المليئة بالفقر و الجهل بنسبة 50% ثم الدول المتصارعة مع غيرها من الدول وكذا الدول التي بها اخبار تنمية و جهود و اصلاح بنسب 25 و30 % .

جدول 19 : توزيع ايجابات المبحوثين حول اخبار الدول النامية المعروضة في قناة النهار TV

قناة الشروق NWS								
درجة الموافقة / الاجابة	سمات اخبار الدول النامية التي تعرض في القناة						المجموع	النسبة
	موافق		محايد		غير موافق			
	ت	%	ت	%	ت	%		
هذه الدول مليئة بالصراعات الداخلية	52	90	6	10	00	00	60	100 %
تتصارع مع غيرها من الدول	20	33	34	57	06	10		
بها اخبار تنمية و جهود اصلاح	20	33	28	27	12	20		
مليئة بالفقر و الجهل	30	50	26	43	04	07		
هناك جهود من المنظمات ودول اخرى لاصلاحها	14	23	28	47	18	30		

تطغى اخبار الدول المليئة بالمراعات الداخلية على سمات الاخبار المنطقية بالدول النامية و المتناولة من طرف قناة النهار TV بنسبة 90 بالمائة لتاتي بعدها الدول المليئة بالفقر و الجهل بنسبة 50 بالمائة ثم الدول التي لها صراعات مع نظيرتها من الدول الاخرى و الدول التي بها اخبار النتمية و الجهود اصلاح ب33 بالمائة لكل منها.

لعل التركيز على الدول المليئة بالصراعات الداخلية يكون بسبب تشكيل مثل هذه المواضيع لمادة اعلامية متطورة و متفاعلة مما يتيح التعامل بها لفتلرات طويلة فيما يرجع تسليط الضوء على الدول المليئة بالفقر و الجهل الى واجب الاعلام في خدمة القضايا الاجتماعية و الانسانية للفت انضار المجتمع الدولي نحوها

سؤال17 : مامدى اسبعاد بعض الاخبار الخارجية من التغطية في كل من قناة الشروق و النهار

الهدف منه : التعرف على مدى استبعاد خبر ما .

جدول 20 : توزيع اجابات المبحوثين حول مدى استبعاد الاخبار في كل من قناة الشروق و النهار

الوكالة / الاجابة	قناة الشروق NWS						قناة النهار tv					
	استبعاد بعض الاخبار لكونها						استبعاد بعض الاخبار لكونها					
	يحدث كثيرا		يحدث احيانا		لا يحدث		يحدث كثيرا		يحدث احيانا		لا يحدث	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
	10	25	28	70	2	5	18	30	32	83	10	17
المجموع	40						60					
النسبة	%100						%100					

تستند حسب ما هو وارد في الجدول – قناة الشروق nws في استبعاد الاخبار على اعتبارها تحدث احيانا فقط بنسبة 70% تحدث كثيرا بنسبة 25 % و استبعاد بنسبة 5% بالنسبة للاخبار التي لا تحدث اطلاقا و قناة النهار tv فتستند على نفس المعطى ولكن بنسبة اقل تقدر ب53 % فيما تستبعد الاخبار انطلاقا من انها تحدث كثيرا فيشكل لديها ما نسبة 30 % و التي لا تحدث بنسبة 17%

ان استبعاد الاخبار باعتبارها تحدث احيانا فقط مبررا اعلاميا حيث ان المضامين الاعلامية تعني دائما بالاهم فالاهم و باحداثذات التسلسل و التبعات اما عن التفاوت بين المؤسسين فيمكن ارجاعه الى تقديرات المسؤولين عن التحرير بهما .

الفرع 3 : خاص خاص بمدى تاثير ملكية القناة

سؤال 18: ما هي اهم الضغوط التي يشعر بها المحورون في العمل في كل مكان من قناة الشروقnws و النهار tv .

الهدف منه :معرفة الضغوطات الموجودة لدى المحررين الضحفيين .

جدول 21: توزيع اجابات المبحوثين في قناة الشروقnws حول الضغوطات الموجودة

درجة الموافقة / طبيعة الاخبار	اهم الضغوط التي يشعر بها المحررون في العمل						المجموع	النسبة
	موافق		محايد		غير موافق			
	ت	%	ت	%	ت	%		
ضيق القت المخصص للترجمة و التحرير	42	73	4	7	12	20	40	100%
قلة عدد الزملاء	38	63	16	27	06	10		
قلة الراتب مما يدفع للبحث عن عمل اضافي	36	60	24	40	00	00		
تعليمات العمل عادة غير واضحة	26	43	12	20	22	37		
الموظف الجيد بتساوى مع السيئ	42	70	08	13	10	17		
صعوبة التحري عن الحقيقة الكاملة و الاكتفاء بما تنقله الوكالات	14	23	30	50	16	27		
تعيين الموضفين بالوساطة وليس بالكفاءة	04	06	28	47	28	47		
قلة التدريب المهني	09	30	18	30	24	20		

من خلال العينة المستجوبة يتضح للباحث معاناة الصحفي

قناة النهارtv مع ضيق الوقت المتخصص للترجمة و التحرير بما نسبته 73 بالمائة ثم المساوات بين الموضفين الجيدين و السيئين بنسبة 70 بالمائة و ضغوطات اخرى و بنسب متفاوتة كفلة عد من الزملاء وقلة الراتب .

يتسنتج الباحث ضروف عمل الصحفيين تتشابه بين القناتين بمعنى بين مؤسسات القطاع الخاص ولكن ينسب متفاوتة و بدرجات بين عامل و اخر غير ان ضيق الوقت و الوصول الى الخبر و التحري عن صحته وقلة الموضفين و بالنوعية المطلوبة تقى هي اهم تجليات الضغط على الصحفيين .

سؤال19: ماهي اهم العوامل التي تؤثر على اختيارالاخبار في كل من قناة الشروق nws و النهار tv .

الهدف منه : الوقوف على العوامل المؤثرة في اختيار الاخبار في القناة .

جدول 23: يبرز توزيع اجابات المبحوثين حول عوامل المؤثرة في اختيار الاخبار لدى قناة الشروق nws .

	قناة الشروق nws													
	اهم العوامل التي تؤثر على اختيار الاخبار في القناة													
	خبر له اساءة		حساسية الموضوع تستدعي الحياد وعدم ابداء الراي		الاخبار الاتية و اخبار الساعة		اهمية الموضوع ومدى تاثيره على الراي العام		احداث الارهاب و الصراع و الانتخابات في العالم		اخبار بعض الدول العربية		طبيعة الحدث الذي يفرض نفسه اعلاميا	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
	08	20	01	10	06	15	12	30	04	10	04	10	05	05
المجموع	40													
النسبة	%100													

تعطي الارقام الواردة في الجدول لمحة عن امسية الموضوع ومدى تاثيره على الراي العام يحتل نسبة 30 بالمائة من العوامل المحددة لاختيار الاخبار لدى قناة الشروق nws تليه الاخبار المسيئة للجزائر بنسبة 20 بالمائة ثم الاخبار الاتية ب15 بالمائة فالاخبار ذات حساسية و التي تستدعي الحياد و عدم ابداء الراي بنسبة 100%.

جدول24 : يبرز توزيع اجابات المبحوثين حول العوامل المؤثرة في اختيار الاخبار لدى قناة النهار tv

قناة النهار tv											
الخبر	اهم العوامل التي تؤثر على اختيار الاخبار في القناة										
	خبر له اساءة		الاخبار الاتية و اخبار الساعة		اهمية الموضوع ومدى تاثيره على الراي العام		طبيعة الحدث الذي يفرض نفسه اعلاميا		تدخل رئيس التحرير او مدير القناة		اخبار خارجة عن القيمو التقاليد	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
الاجابة	4	7	10	16	22	37	08	13	10	17	06	10
المجموع	60											
النسبة	%100											

اما اختيار الاخبار في قناة النهار tv فيتأثر بالاهمية ومدى التاثر على الراي العام بنسبة 37% يتبعها تدخل رئيس التحرير او مدير المؤسسة و الاخبار الاتية و اخبار الساعة بنسبتي 17 و 16% .

في كلا الجريدتين يبقى عامل الاهمية و التأثر على الراي العام المؤثر الاساسي في اختيار المواضيع وهو عامل اساسي بالنسبة لمعد أي مادة اعلامية و تبقى تدخلات المسؤولين و الاتية عوامل اساسية ايضا لكن بنسب أقل .

المبحث الثاني : تفسير و مناقشة نتائج محاور الدراسة وفقا للتساؤلات المتعلق بمدى تاثير السمات الشخصية القائم بالاتصال على استراتيجية انتقاء الاخبار في كلا القناتين محل الدراسة .

من خلال حصيلة الاستبيان المنجز يتبين الدور الفعال **للسمات الشخصية للقائم بالاتصال على استراتيجية انتقاء الاخبار** في كلا القناتين الجزائريتين حيت هناك تباين بين المؤسستين المذكورتين في جنس التركيبة البشرية و التي يشكل فيها عنصر الذكور في قناة الشروق news 55 بالمائة فيما يقدر ب 70بامائةفي قناة النهار tv وهو تباين قد يرجع الى طبيعة كل مؤسسة

كما تاثر سمةالفئات العمرية في انتقاء الاخبار اذ تحظى الفئات المنحصرة ما بين 20 و 30 سنة وكذا 30 و 40 سنة باهتمام المؤسسات الاعلامية

و فيما يتعلق بسمة التخصص الدراسي " للطاقم الصحفي بكل من القناتين المذكورتين فنلاحظ ان قناة الشروق news تعتمد الى تحقيق نوع من التوازن بين التكوين العلمي لافرادها مع اعطاء الاهمية لخرجي معاهد علوم الاعلام و الاتصال و هو امر مبرر من الناحية المهنية الاكاديمية .

اما قناة النهار فيطغى على تكوين موظفيها تخصص علوم الاعلام و الاتصال و بنسبة اقل العلوم السياسية للتقارب الحاصل بين الشعبتين رغبة منها في الوصول الى اداء يجمع بين تقديم مادة تتلاءم و طبيعة الجمهور لمتلقي شكلا و مضمونا و الالتزام بخطها العام من خلال توظيف مقاييس دراسات الجمهور و الاتصال الجماهيري و المؤسساتي و علاقة السلطة بالاعلام و جميعها يتلقاها طلبة الاعلام و العلوم السياسية اثناء مسارهم الدراسي.

المطلب الاول: تفسير و مناقشة المطلب الاول المتعلق التعلق بتاثيرات المصادر الاخبارية في انتقاء القائم بالاتصال للاخبار في القناتين محل الدراسة .

تظهر نتائج الاستبيان المنجز **تاثيرالمصادر الاخبارية في انتقاء القائم بالاتصال للاخبار في القناتين محل الدراسة.**

تظهر نتئج الاستبيان المنجز **تاثير المصادر الاخبارية في انتقاء القائم بالاتصال للاخبار في القناتين** محل الدراسة من خلال تعامل 70 بامائة من عينة الدراسة بقناة الشروق مع الاخبار العربية و الاجنبية و نحو 90 بامائة في قناة النهار tv و ما يفسر التباين في هذه النسبة هواعتماد قناة الشروق على وسائل اعلام اخرى و في مقدمتها وكالة

الانباء الجزائرية عند تناول الاخبار على نقيض قناة النهار tv التي تنتهج التحرير و الترجمة الذاتيتين رغم الاقتباس من الوكالات في كثير من الاحيان دون الاشارة الى المصدر .

و على ذكر المصادر كمؤشر مهم في الوقوف على العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال عند انتقائه للاخبار الخارجيةفي كل من قناتي الشروق news و النهار tv الجزائريتين فان قناة الشروق news تنتقي 50 بامائة من الاخبار من واج بشكل دائم و 40 بالمائة في بعض الاحيان علاوة على الاستعانة بشبكة الانترنت و الفضائيات العربية ولو بشكل غير دائم و هو سلوك عادي من مؤسسة اعلامية يتوجب عليها اتباع نفس نهج السياسة الخارجية للبلاد مما يجعلها تشترك فيه مع الوكالة الرسمية و بالتالي اتخاذها كمصدر لاخبارها .

المطلب الثاني : تفسير و مناقشة المطلب الثاني المتعلق بتاثيرات ملكية القناتين على انتقاء الاخبار في كلا من القناتين الشروق news و النهار tv الجزائريتين .

انطلاقا من الاحصائيات المتحصل عليها في الاستبيان يتجلى لنا تاثير ملكية القناتين على انتقاء الاخبار في كلا من القناتين الشروق news و النهار tv الجزائريتين و من ابرز هذا التاثير ممارسة الضغوطات على الصحفيين كقلة التدريب المهني التي يعاني منها 60 بامائة من صحفيو قناة الشروق news علاوة على معاناة 55 بالمائة من هؤلاء من صعوبة التحري من الحقيقة الكاملة و الاتكتفاء بما تنقله وكالات الانباء و ضغوط اخرى تتعدد بين الوساطة في التعيين و قلة عدد المحررين و المساواة بين الصحفيين و اهمال جانب الكفاءةفي هذا المجال ،و هذا في الوقت الذي يعاني فيه صحفيو قناة النهار tv ذات الملكية الخاصة من الضغوطات تمس الوقت المخصص للترجمةو التحرير بنسبة 73 بامائة ثم المساواتة بين الموظفين بنسبة 70 بامائة .

و عليه فيمكننا القول بان القطاع العلامي في الجزائر يعاني من ضغوطات جمة تغيب فيها مقاييس الكفائة و الساواة على اساس المردود و هي سلوكيات مجازية تخص المسؤولين المباشرين للمحررين الصحفيين احيانا و مالكي المؤسسات احيانا اخرى .

المبحث الثالث :الاستنتاج العام

تهدف هذه الدراسة الميدانية الى تحديد العوامل المؤثرة في استراتيجيات القائم بالاتصال في اختيار الاخبار في القنواة الجزائرية (الشروق news و النهار tv نموذجا) باتخاذ الفعلين من موظفين و محررين في العينة اداة رئيسية للاجابة على الاجابة المطروحة و تحديد العوامل المراد الوصول اليها و من ثم اثبات او نفي الفروض المقترحة فقد ابرزت الدراسة اهمية نوعية التركيبة البشرية و سماتها المتعددة في القناتين محل الدراسة مثل الجنس و الفئات العمرية و التخصص الدراسي للمبحوثين الى جانب سنوات الخبرة لدى صحفيي القناتين و هي سمات توليها و بنسب متفاوتة كلا من الشروق news و النهار tv اهمية قصوى غير انها جوانب اخرى ضرورية تتدخل في طريقة و طبيعة انتقاء الاخبار بهما مع حفاظ كل واحدة منهما على خصوصياتها و توجهاتها و استراتيجياتها المتبعة في اشكال التكوين و مساحات التداول و تبادل الاراء بين اطقما و كاها تشترك في اختيار هذا النمط من الاخبار حيث ورد في الدراسة قيام قناة الشروق news بتحرير و ترجمة ما نسبته 70 بالمائة من الاخبار العربية ، طبعا فيما بلغت النسبة 93 بامائة في قناة النهار tv و بالتالي هذا ما يجيب على التساؤل الخاص **بمدى تاثير السمات الشخصية للقائم بالاتصال على انتقاء الاخبار في كلا من قناة الشروق news و النهار tv الجزائريتين اين اثبتت الدراسة التاثيرات العميقة لهذه السمات على عملية انتقاء هذا النوع من الاخبار.**

وشمل المطلب الثانب من البحث المضمون الاجابة على التساؤل المتضمن **هل لاختلاف المصادر الاخبارية في القناتين محل الدراسة تاثيرات عميقة على انتقاء القائم بالاتصال بهما** ، و قد بدا للباحث تباينا بين الشروق news و النهار tv من حيث الاعتماد على مصادر الاخبار اذ تعتمد الاولى بالاساس على وكالة الانباء الجزائرية و على شبكة الانترنت ففي الوقت الذي تستقي الشروق news 80 بالمائة من اخبارها من واج لا تتعدى نسبة النهار tv من ذات المصدر 34 بامئة مع تسجيل اعتماد الطرفين على واج فيما يتعلقبالاخبار العربية و تحرير الخبر و نرتيب اهمية مواضيعه او حتى استبعاده وفق رؤية الجريدة و تقديراتها وخلفياتها خصوصا بالنسبة لقناة الشروق news لعدة اعتبارات، و مهما يكن المصدر فان هذا الاخير يؤثر على نوعية الخبر المنتقى و مصداقيته من جهة و على توجيهه و الرسالة المراد تبليغها من خلاله من جهة اخرى فلا يمكن الجزم بتناسق فحوى المواد الاعلامية لوكالة الانباء الجزائرية و نظيرتها الفرنسية او شبكات الانترنت مثلا بما يحي بتاثير المصدر على انتفاء الاخبار في هذا برهنة على صحة ذلك التساؤل المشار اليه.

كما يتأثر انتقاء الاخبار في كلا من قناتي الشروق news و النهار tv الجزائريتين بمؤثرات اخرى كطبيعة الملكية و هو ما اجابتنا عليه حصيلة المطلب الثالث من الاستبيان و التي افادت بوجود العديد من الظغوطات و يتقاسمها صحفيو من قبيل صعوبة التحري عن الحقيقة و تعيين الموظفين بالوساطة و اللامساوات بين الموظفين و ضعف برامج التكوين خصوصا بالنسبة لقناة الشروقnews و قلة الوقت المخصص للتحرير و الترجمة بالنسبة 73 بالمائة و كلها ضغوطات تبين غياب القوانين الشفافة الواضحة المعالم في الاتصال الداخلي و كذا في التعامل مع الموظفين داخل المؤسسات الاعلامية الوطنية اضافة الى تجلي الولاء للخط العام للمؤسسة من خلال ممارسات اصحاب الخبرة من الموظفين من الموظفين و قيامهم بمهام "حارس البوابة " بقبول الاخبار او تقزيمها و رفضها بناءا على تاثيرها على الراي العام و اسائتها للجزائر بنسبتي 30 و 20 بالمائة عند قناة الشروق news وبناءا على تاثر الراي العام و تدخلات المسؤولينفي قناة النهارtv بنسب 37 و 17 بالمائة مما يجعل من تأثير سواء كان سلبيا أو اجابيا ، شديدا أو طفيفا حقيقة واضحة و ياكد الاجابة على التساؤل الثالث في هذه الدراسة و هو" **تأثير ملكية القناة بشكل كبير على استراتيجية انتقاء الاخبار من القناتين الشروق news و النهار tv الجزائريتين.**"

و عليه فان انتقاء الاخبار في كلا القناتين محل الدراسة تتأثر بعدة عوامل تتفاوت في شدة تأثيرها على القائم بالعملية الاتصالية و تتنوع بين السمات الشخصية و طبيعة الملكية.

الخاتمة

خاتمة

اتضح مما سبق ان المعاييرهي ما يقبله المجتمع من قواعد و عادات و اتجاهات و قيم و غير ذلك من محددات ، أما القيم فهي اطر مرجعية يلجأ اليها الفرد لتكون مرشدا له لما ينبغي أن يكونعليه سلوكه ، و بالتالي ، فهي معايير تستخدم مقياسا لمعرفة الصواب الذي يوافق عليه المجتمع ، و هذا يشير الى أن المعايير أعم من القيم.

و نستنتج مما سبق جملة من النتائج و هي:

1- ضرورةتفعيل الدراسات و مراكز البحوث الاعلامية التي تهتم بمضمون المادة الاخبارية و صناعة الأخبار ومستويات تعزيز معايير التغطية الاخبارية بما ينسجم مع المعايير الدولية للتغطية.

2- العمل على وضع سياسة اعلامية واضحة يلتزم بها الصحفيون و مكاتب القنوات ، وبسعةن الى تحقيقها و العمل على انتهاج سياسة تحريرية من شأنها اعادة المزيد من ثقة المشاهدين ، و ذلك بالحرص على توخي الدقة و الموضوعية و التوازن في كل ما يقدم من اخبار و معلومات في النواحي المختلفة ، و اعادة النظرفي القيم الاخبارية التي يتم على أساسها حاليا انتقاء الاخبار و بثها ، و بالذات قيم الشخصية و الاثارة و السلبية الى غيرها من القيم التي لا تتلائم مع أهداف الصحافة التلفازية الهادفة و متطلباتها ، و التركيز عوضا عن ذلك على قيم التنمية و المسؤولية الاجتماعية و الوحدة الوطنية و التثقيف و الاتجاه نحو العرض و التفسير الموضوعي للأحداث.

3- اعطاء المشاهد العربي صورة منتظمة و مفهومة عن حقيقة ما يجري في المجتمع من أحداث بطريقة تعبر عن حقيقة ما يجري في المجتمع من أحداث ، و لتحقيق ذلك ينبغي اعطاء المزيد من الاهتمام للتفسير و التحليل و الاهتمام بالمعلومات الخلفية و التركيز على الجوانب الموضوعية ، و أن يقوم المحررون اعادة صياغة الأخبار من أجل اتساقها و استكمالها بالحقائق الاضافية المستمدة من مراكز البحوث الخاصة بكل قناة.

4- التقليل من المركزية المتبعة في اجراء التغطيات الاخبارية ، ومنح المراسلين و مكاتب القناة الخارجية و المحررين ، المرونة في اختيار الأخبار و تغطيتها ، و اختيار الضيوف الذين تجرى معهم المقابلات ضمن سياقات واضحة تتلائم مع التوجه العام.

5- الاهتمام بالأخبار العربية و الاسلامية و اعطاؤها أهمية كبرى في التغطية الاخبارية ، و عدم التركيز على الجوانب السلبية في التغطية مثل أعمال العنف و القتل و الفوضى الأمنية، لأن ذلك يعطي القاتل

بعدا اعلاميا يشجعه في التمادي في عمليات القنل و الاستمرار في نهجه ، و الابتعاد عن التأثير بأساليب التغطية الاخبارية التي يستخدمها الاعلام الغربي.

6- التمسك بالشفافية في التعامل مع الأخبار و مصادرها و ضرورة ذكر تلك المصادر ذكرا واضحا حفاضا على مهنية العمل و الالتزام بالممارسات الدولية المرعية فيما يتعلق بحقوق هذه المسادر.

المراجع

المراجع

1. د.عطاء الله طريف، مسارات الصحافة و التلفزيون في العالم،دار المعتز للنشر و توزيع،الاردن،ط1،2016 ،ص218
2. عزة عبد العزيز عبد الاله، المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.
3. عطاء الله طريف ، استراتيجيات القائم بالاتصال في اختيار الاخبار الخارجيةفي الصحف الجزائرية ، رسالة ماجيستير ، جامعة الجزائر، 2013 2014 ص189 1
4. محمد عبد الغاني حصن، مهارات إدارة السلوك الإنسائي: متطلبات التحديث المستمر للسلوك، مركز تطوير الأداء والتنمية مصر، ط 2، 2005 م، ص 89.
5. إيمان عبد الله شرف التربية الأخلاقية للطفل، عالم الكتب، مصر، 2007م، ص 39.
6. عبد الناصر الزهراني، وايت و. واسمول، النمذجة السلوكية المتقدمة، دار ابن حزم، لبنان، 2005م، ص 05.
7. وضحه على السويدي، تنمية القيم الخاصة بمادة التربية الإسلامية لدى تلميذات المرحلة الإعدادية بدولة قطر، دار الثقافة، قطر، 1989م، ص 29.
8. سلمى سلمان علي، القيم الخلقية في الشعر الأندلسي، دار الآفاق العربية، لبنان،2007م، ص ص 21-22.
9. عبد حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي، عالم الكتب، مصر، ط 6، 2003م، ص 158.
10. فضيلة يونس أبو الشواشي، پراسة مدى تجسد القيم الأخلاقية في شخصية الطالب الجامعي، منشورات جامعة السابع من أبريل، ليبيا، 2007م، ص 38.
11. إسماعيل عبد الفتاح الكافي، موسوعة القيم والأخلاق الإسلامية، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 2005م، ص 18.
12. فوزية دياب، القيم والعادات الاجتماعية، دار النهضة العربية، مصر، ط 2، 1980م، ص52.

13. د. محمد حمدي زقزوق، الإنسان والقيم في التصور الإسلامي، دار الرشاد، مصر، 2003م، ص 143.

14 . عبد الرحمان العيسوي، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، دار الفكر العربي، مصر، پ ن، ص 211. 2- نفس المرجع، ص 212.

15. ماجد الزيود، الشباب والقيم في عالم متغير، دار الفكر العربي، القاهرة، 2001م، ص 26.

16. عبد الجواد سعيد ربيع، فن الخبر الصحفي، نفس المرجع السابق، ص73-75.

17. مرعي مدكور، الصحافة الإخبارية، دار الشروق، القاهرة، ط1، ب س، ص 40-44.

18. محمد شلوش، الإذاعة والخدمة العمومية، ندوة الإذاعة المسموعة: الواقع والأفاق، اتحاد إذاعات الدول العربية الجزائر، 10نوفمبر 2007م، ص 52.

19. رياض عيسى، نظرية المرفق العام في القانون المقارن، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1984م، ص12.

20. حماد محمد شطاح، تطور وظيفة الدولة نظرية المرافق العامة، الكتاب الأول، ديوان المطبوعات الجامعية 1984م (الجزائر)، ص 87.

21. السعيد بومعزة، مفهوم الخدمة العامة والصحافة المكتوبة، نفس المرجع السابق، ص 109.

22. إبراهيم عبد الله المسلمي، التشريعات الإعلامية، دار الفكر العربي، القاهرة، دس ن، ص 331.

23. السعيد بومعيزة، مفهوم الخدمة العامة والصحافة المكتوبة، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 1992، 8 م، ص 109.

24. إبراهيم عبد الله المسلمي، التشريعات الإعلامية، نفس المرجع السابق، ص 332.

25. عبد الحفيظ الهرقام، الإذاعة والتلفزيون مرفقا عموميا في الوطن العربي، مجلة اتحاد الإذاعات العربية العدد 03 2004م، ص 08.

26. محمد قيراط، "ستون عاما من دراسات القائم بالاتصال"،(ورقة عمل مقدمة في ملتقى فضاءات الاتصال و الوسطاء الثقافيون: التحولات والرهانات، معهد علوم الصحافة والإخبار، جامعة تونس،1998)، ص 20

27. ابراهيم الغمري، الأفراد و السلوك التنظيمي: دراسة عملية و عملية واستقراء المختبرات و تحسين الأداء(الإسكندرية: دار الجامعات، 1989)

28. حمدي حسن،الوظيفة الاخبارية لوسائل الاعلام(القاهرة: دار الفكر العربي،د.ت)،ص116

المذكرات

- مذكرة التلفزيون و اثره على القيم التربوية لدى المراهقين، اعداد الطالبتين علالي منال و ماضي عيدة، سنة 2017م، ص 67.
- رشيد فريح، الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري (دراسة حالة القناة الأولى)، مذكرة النيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، سنة 2009م، غير منشورة، ص ص 60،61.
-

الملاحق

1- النوع :

ذكر ☐ أنثى ☐

س 2- العمر :

- من 20 الى 30 سنة ☐
- من 30 الى ☐
- من
- من

س3- التخصص الدراسي :

س 4: جهة العمـل

س 5 : سنوات الخبرة بالعمل الإخباري

س 6: هل أنت مهتم بالأخبار بشكل عام ؟ (اختر واحدة)

1. مهتم بها جدا من قبل التحاقي بالعمل .
2. مهتم بها اهتمام عادي بحكم عملي .
3. غير مهتم بها .

س 7 : هل حصلت على دورة تدريبية ؟

نعم ☐ **لا** ☐

س8: في واقع عملك في مجال الأخبار ، ما أهم المصادر الغخبارية التي يعتمد عليها المحررون في اختيار الأخبار بشكل عام .

المصادر/ درجة الاعتماد	اعتمد عليها دائما	أعتمد عليها أحيانا	لا أعتمد عليها اطلاقا
المراسلون			
وكالة الأنباء الجزائرية			
وكالة الانباء العربية			
شبكة الانترنت			
وكالات الأنباء الدولية			
قنوات فضائية عربية			
صحف عربية			

س09- ما أهم الوكالات التي تعتمد عليها بالنسبة للاخبار (غير عربية) (رتب أهم 4)

1. أف ب الفرنسية
2. روتير البريطانية
3. وكالة الانباء الجزائرية
4. وكالة أنباء الشرق الأوسط المصرية

س10- ما أهم الوكالات التي تعتمد بالنسبة للأخبار العربية (رتب أهم 4)

- **أ ف** ت الفرنسية.
- رويتر البريطانية .
- وكالة الانباء الجزائرية .
- وكالة أنباء الشرق الاوسط المصرية .

س11: كيف تشير وكالات الانباء الى أهمية خبر ما أكثر من غيره (رتب أهم 3)

1. **من** خلال تخصيص وكالة أنباء لمساحات كبيرة و تفاصيل إضافية .
2. وضع اشارة معينة مثل (هام) أو (عاجل) بجانب الخبر .
3. سوء خلفيات كثيرة للخبر .
4. ذكر الخبر في مختصر الانباء التي يأتي قبل النشرة الرئيسية

س12: هناك اتفاق على الخبر الذي تثير الوكالة لأهمية يجب أن ينشر فورا ؟

1. يحدث دائما
2. يحدث أحيانا
3. يحدث بعد التالي من وكالة أخرى .
4. نادرا ما يحدث .
5. يحدث بعد تعديله .

س13 : ما هي أهم "**العوامل**" التي تؤخذ في الاعتبار عند التدخل في أخبار الوكالات بالتحرير و التعديل؟ رتب .

1. سياسة المكان أو الجهة التي أعمل بها .
2. سياسة الدوحة
3. الأسس العلمية المتعارف عليها .
4. وجهة نظر الشخصية
5. وجهة نظر رئيس القسم

س14: غالبا ما تكون الاخبار التي تتعامل معها . رتب ؟

1. تهتم بالصراعات الدولية .
2. تهتم بمبادرات السلام
3. تهتم بالكوارث.
4. تهتم بوجود الاغاثة

س15: ما أهم النوعيات الاخبارية بالنسبة للمؤسسة التي يعمل بها الصحفي .

1. الاخبار السياسية .
2. الأخبار العسكرية و أخبار الحروب .
3. الأخبار الاقتصادية

4. الاخبار الاجتماعية
5. الأخبار العلمية
6. أخبار البيئة و الكوارث
7. أخبار العنف و الارهاب
8. الاخبار الصحية

س6: ما أهم ثلاث نوعيات اخبارية يتم الاهتمام بها في مؤسستكم.؟

1. أخبار مطالب التغيير و الاصلاحات السياسية في الوطن العربي .
2. الأخبار العسكرية و أخبار الحروب .
3. الأخبار الاجتماعية
4. أخبار البيئة و الكوارث .
5. أخبار العنف و الارهاب

س7: ما أهم المعايير التي تجعل القناة تهتم بالأخبار .

1. خبر يتضمن صراعا بين دول أو أفراد .
2. خبر ضخم من حيث تأثيره على الناس أو عدد المتضررين
3. خبر به جوانب انسانية تمس مشاعر الجمهور .
4. خبر يتعلق بالتقدم الاقتصادي أو العلمي للدول الصديقة
5. أخبار الاشارة و الفضائح .
6. خبر نشرته باقي وسائل الاعلام فلا يمكن التأخر في نشره .
7. خبر يهم المحرر شخصيا .

س9: بالنسبة لسمات الدولة الجزائرية كما تعكسها الأخبار التي تعرض في القناة التي تعمل بها ، ما درجة موافقتك على الجمل التالية ؟

العبارة	موافق	محايد (لا راي لي)	غير موافق
هذه الدولة مليئة بالصراعات الداخلية			
تتصارع مع غيرها من الدول			
بها اخبار تنمية و جهود اصلاح			
مليئة بالفقر و الجهل			
هناك جهود من منظمات و دول أخرى لاصلاحها			

س20: هل هناك أخبار يرى المحرر أنها مهمة ، لكن لسبب ما يتقرر عدم نشرها ؟

1. يحدث كثيرا
2. يحدث أحيانا
3. لا يحدث

س21: أهم الضغوط التي يشعر بها الموردون في العمل هي :

العبارة	موافق	محايد	غير موافق
ضيق الوقت المخصص للترجمة و التحرير			
قلة عدد الزملاء			
قلة الراتب مما يدفعهم للبحث عن عمل اضافي			
تعليمات العمل عادة غير واضحة			
الموظف الجيد يتساوى مع السيء			
صعوبة التحري عن الحقيقة الكاملة و الاكتفاء بما تنقله الوكالات			
تعيين الموظفين (بالوساطة) و ليس كفاءة ، قلة ، التدريب ، المعني.			

س22: ما هي العوامل المؤثرة على استراتيجية القائم بالاتصال في اختيار الاخبار الخارجية ؟

1. خبر له اساءة للجزائر.
2. الأخبار الآنية أخبار الساعة
3. أهمية الموضوع و مدى تأثيره عن الرأي العام .
4. أحداث الارهاب و الصراع و الانتخابات .
5. طبيعة الحدث الذي يفرض نفسه اعلاميا
6. حساسية الموضوع تستدعي الحياد و عدم ابداء الرأي.