

جامعة الجزائر 3

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم الإعلام

فنيات التحرير الصحفي

الخبر في الصحافة المكتوبة

الجزء الأول

المنطلقات الفكرية والخلفية الفلسفية لمفهوم الخبر

الصحفي

دروس موجهة لطلبة السنة الثانية ليسانس

من إعداد:

د/ فوزية عكاك

السنة الجامعية 2021-2022

محتويات المطبوعة:

- مقدمة
- I- الخلفية الفلسفية للخبر الصحفي.
- 1-1- الخلفية الفلسفية للخبر الصحفي في نظرية السلطة.
- 1-1-2- خصائص الإعلام في نظرية السلطة.
- 1-2- الخلفية الفلسفية للخبر الصحفي في نظرية الحرية.
- 1-2-1- خصائص الإعلام في ظل نظرية الحرية.
- 1-3- الخلفية الفلسفية للخبر الصحفي في نظرية المسؤولية الاجتماعية.
- 1-3-1- خصائص الإعلام في ظل نظرية المسؤولية الاجتماعية.
- 1-4- الخلفية الفلسفية للخبر الصحفي في النظرية الاشتراكية.
- 1-4-1- خصائص الإعلام في ظل النظرية الاشتراكية.
- 1-5- الخلفية الفلسفية للخبر الصحفي في النظم المختلطة.
- II- مفهوم الخبر الصحفي في مختلف الأنظمة الإعلامية.
- II-1- مفهوم الخبر الصحفي في نظرية الحرية أو النظرية الليبرالية.
- II-1-1- خلاف فلسفي وراء تعدد تعريفات الخبر.
- II-1-2- الخبر الصحفي في المدرسة المهنية.
- II-1-3- الخبر الصحفي في مدرسة الإثارة.
- II-2- مفهوم الخبر الصحفي في النظرية الاشتراكية.
- II-3- مفهوم الخبر الصحفي في النظم المختلطة.
- II-4- مفهوم الخبر الصحفي في الأدبيات العربية.
- III- مفهوم الخبر الصحفي حسب الاتجاه المهني والوظيفي.
- III-1- ضوابط الخبر الصحفي في الاتجاه المهني.
- III-2- ضوابط الخبر الصحفي في الاتجاه الوظيفي.
- IV- القيم الخيرية وعناصرها في مختلف الأنظمة الإعلامية.
- IV-1- تعريف القيم.

- 2-IV تصنيف القيم.
- 3-IV مفهوم القيم الخبرية.
- 4-IV مداخل دراسة القيم.
- 5-IV خصائص القيم الخبرية.
- 6-IV القيم الخبرية في الأنظمة الليبرالية والاشتراكية.
- 1-6-IV أولى تصنيفات القيم الخبرية في الدول الليبرالية.
- 2-6-IV تصنيف القيم الخبرية في البحوث الإعلامية الحديثة.
- 3-6-IV القيم الإخبارية في الدول الاشتراكية.
- 4-6-IV القيم الإخبارية في النظم المختلطة.
- 6-6-IV قراءة في القيم الخبرية في دول العالم الثالث.
- 7-IV عناصر القيم الخبرية.
- خلاصة

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

تتلقى الصحف كما هائلا من الأخبار اليومية المتدفقة من مختلف أنحاء العالم، وتقوم بنشر قدر كبير من الأخبار التي تتلقاها والتي تعتقها الصحيفة. وتخضع عملية ترشيح الأحداث أو المعلومات لكي تصبح أخبارا لعدة معايير، منها ما هو عالمي، ومنها ما هو خاص بكل وسيلة إعلامية، إذ يرتبط النوع الأول بالأحداث ومدلولاتها، بينما يتعلق النوع الثاني بإيديولوجية الوسيلة الإعلامية، واهتمامات الجمهور. وتختلف معايير انتقاء الأخبار من مجتمع إلى آخر، حسب طبيعة النظام الإعلامي وحسب الاتجاهات السياسية والاقتصادية والثقافية السائدة، ومع ذلك فهناك قيم خبرية متشابهة تسود في المجتمعات المتجانسة.

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

لكن السؤال الذي يبقى مطروحا يكمن في صعوبة الانتقاء بين كم من الأحداث المتدفقة يوميا على مختلف وسائل الإعلام، فما هو الخبر الصحفي وكيف يُختار بين العديد من الأحداث، وإذا كان ممكنا تعريف الصحافة بأنها فن الاختيار والانتقاء، فما هي القواعد التي يتوجه إليها الصحفي ويسترشد بها ويستخدمها وهو يقوم بعملية الاختيار.

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

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

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

يدور موضوع هذا الجزء حول نظريات الإعلام انطلاقاً من أن أي محاولة لتقديم تعريف للخبر أو تحديده لن تخرج عن الخلفية الفلسفية لأي نظام إعلامي، ومنه ينظر إلى الصحافة طبقاً لهذه المبادئ والمفاهيم، وذلك من خلال العناصر التالية:

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

2- نظرية الحرية، وذلك بطرح المبادئ والأفكار الفلسفية التي قامت على أساسها هذه النظرية، فضلاً عن التطرق إلى خصائص الإعلام في ظل هذه النظرية ومن ثم تحديد مفهوم الخبر وفقاً لمنطلقات هذه النظرية.

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

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

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

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

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

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

1-1- الخلفية الفلسفية للخبر الصحفي في نظرية السلطة:

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

كما ساهم كل من توماس هوبز، هيجل ونييتشه في إرساء أسس هذه النظرية، وعلى الرغم من مرور فترة زمنية ليست بالقصيرة على طرح هذه النظرية لذاتها في الواقع العملي، وعلى الرغم من

* في 1970 وضع رالف لاوتشتين R. Lowenstein تصنيفاً جديداً اعتمد فيه على ملكية الصحافة، فلسفاتها، وتضمن هذا التصنيف خمس نظريات وهي: النظرية السلطوية- النظرية السلطوية الاجتماعية- النظرية الليبرالية- النظرية الليبرالية الاجتماعية- النظرية المركزية الاجتماعية. في الثمانينيات ظهرت تصنيفات جديدة منها تصنيف "ألتشول Altshull" الذي تضمن ثلاث نظريات (الماركسية- السوق- التقدمية).

كما قدم أمري مايكل هابت A.M. Habte تصنيفاً جديداً، أهم ما جاء فيه أنه ركز على الأنظمة الإعلامية السائدة في دول العالم الثالث، وهي في تصوره ثلاثة نظم: نظام إعلامي يقع تحت سيطرة الدولة- نظام إعلامي موجه من الدولة- نظام إعلامي مستقل.

لكن كل هذه التصنيفات لم تخرج عن إطار ثنائية السلطوية والليبرالية وأن اختلفت المسميات. للمزيد من التفصيل انظر محمد سعد إبراهيم، الصحافة والتنمية السياسية، (القاهرة: دار الكتب للنشر و التوزيع، 1999م.) ص 170-172، محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد السابع (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003م.)، ص 2520-2526.

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

نقلا عن محمد سعد إبراهيم، الصحافة والتنمية السياسية، (القاهرة: دار الكتب للنشر والتوزيع، 1999 م.) ص 170.

انحصار تطبيق هذه النظرية حالياً بسبب غياب الحكم الديكتاتوري التسلطي، إلا أن مفاهيمها وأطروحاتها تبقى صالحة ومعبرة ولا زالت تسيطر على العديد من المجتمعات التي تسود فيها فلسفات اجتماعية سياسية سلطوية، وتزداد فيها سيطرة الدولة للدفاع عن مصالح الطبقة الحاكمة والهيمنة على مقدرات الشعب وحرية وإمكاناته انطلاقاً من فكرة أن تنمية الفرد تتوقف على الدولة⁽¹⁾.

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

وتتمثل الركيزة الثانية التي اُحتُمي بها في الكنيسة الرومانية التي كان لها في القرون الوسطى سلطات واسعة وهيمنة كبيرة شملت الملوك، حتى أنها عزلت بعضهم وحرمت آخرين من الجنة حسب أوامهم التي ابتدعوها، وسبب هذه الهيمنة هو إدعاء رجال الكنيسة السلطة الإلهية انطلاقاً من فكرة اللاهوت⁽²⁾.

8

ينظر إلى الفرد في ظل هذه النظرية على أنه مسلوب الحرية والتفكير، مغيب الحقوق والإرادة، يتصرف في أموره وشؤون حاكم مطلق أو قادة يتسلطون وفق ما يرونه -هم فقط- مصلحة له وحفاظاً عليه وحماية للأمة وحرصاً على بقائها⁽³⁾، فالفرد بلا حكومة وبلا مجتمع لا حول له ولا قوة. وبرغم ذلك يؤمن أنصار هذه النظرية بالفروق بين الأفراد من حيث قدراتهم الجسمية والعقلية، ولكنهم يبنون على هذه الفروق حكماً يتلخص في أن ذوي المعرفة من العلماء والحكماء وذوي التجربة أو الاطلاع هم وحدهم أصحاب الحق في السيطرة الحقيقية على غيرهم من أفراد المجتمع في ظل الحاكم ووفق مشيئته ورضاه⁽⁴⁾.

(1) - السيد بخيت محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية: دراسة تطبيقية في الصحافة القومية و الحزبية خلال 1987-1990، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة - كلية الإعلام - 1996) ص 103، عبد الله بدران: الخير الصحفي في منهج الإعلام الإسلامي، الطبعة الأولى (سوريا: دار المكتبي، 2002 م). ص 49.

(2) - عبد الله بدران، مرجع سابق، ص 50.

(3) - المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

(4) - عبد اللطيف حمزة: الإعلام له تاريخه ومذاهبه، الطبعة الأولى (القاهرة: دار الفكر العربي، 1965 م). ص 93-99.

وطبقاً للمبادئ والمفاهيم التي ظهرت على أساسها هذه النظرية، فإنه ينظر إلى الإعلام على أنه أمر من الأمور التي لا ينبغي أن يتصرف فيها إلا الحاكم أو الجهة التي تتولى هذه المهمة. ولتحقيق هذه السيطرة وإحكامها فرضت السلطة على وسائل الإعلام قيوداً تمثلت فيما يلي:

○ قيد الترخيص:

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

○ قيد الرقابة:

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

○ قيد العقوبات:

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

○ قيد المحاكمات:

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

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

(2) - عبد الله بدران، مرجع سابق، ص 52.

○ الأموال السرية:

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

○ فرض الضرائب:

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

1-1-2- خصائص الإعلام في نظرية السلطة:

1- إن الوظيفة الأساسية للإعلام هي تأييد سياسة الحكومة، وتجنب أي إساءة إلى الأغلبية أو الطبقة المسيطرة، أو القيم السياسية والأخلاقية السائدة، وكل هجوم عليها يعتبر فعلاً جنائياً، ويجب ألا يُنشر، ويجوز فرض الرقابة لتحقيق مبادئ السلطة⁽¹⁾.

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

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

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

(1) - السيد بخيت محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية، دراسة تطبيقية في الصحافة القومية والحزبية خلال 1987-1990، مرجع سابق، ص 104.

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

5- جعلت هذه الأنظمة من نفسها المصدر الوحيد للحقائق والمعلومات ومن ثم لا يحق لوسائل الإعلام أن تنشر شيئاً لا يكون مصدره النظام وأجهزته الرسمية، أو دون موافقتها على النشر إن كانت هذه الوسائل قد حصلت على المعلومات من مصدر آخر⁽¹⁾.

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

8- وكنيجة لكل هذه المعطيات، لا يتمتع الصحفيون في ظل نظرية السلطة بالاستقلال، إذ ينحصر دورهم في نشر ما تريده السلطة وما ترغب فيه ولا يحق لهم المشاركة في تحديد مسؤولية السلطة وأهدافها والتي تبقى من صلاحيات السلطة التي تعي مصالح الأفراد وتعمل على الحفاظ على السلام والأمن والاستقرار، ولكي تتمكن من ذلك على وسائل الإعلام الالتزام التام بالخط الرسمي وعدم المجازفة في نشر الآراء والأخبار التي لا تتماشى وأهداف السلطة أو تهدد النظام.

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

2-1 - الخلفية الفلسفية للخبر الصحفي في نظرية الحرية:

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

وركز منظرو هذه الفلسفة على الجانب الاقتصادي في حياة المجتمع فلقد دعا آدم سميث إلى انتهاج قوانين الاقتصاد الكلاسيكية التي تدعو إلى عدم تدخل الحكومة في السوق نظراً لأنه سينظم نفسه، وأوضح هذا الاقتصادي أن الحكومة المثلى هي التي تحكم أقل، كما كانت فلسفة جون لوك في القرن التاسع عشر في الحرية تركز على أن الشعب مصدر السلطات، وأن السلطة ما هي إلا هيئة اختارها الشعب وفوضها في أمره، ومن حق الشعب أن يسحب منها هذا التفويض متى أحس بأنها لا تعمل لصالحه.

(1) - عبد الله بدران، مرجع سابق، ص 174.

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

وفي القرن الثامن عشر كان جون رسكين يرى أنه من حق أي إنسان يسعى لتتوير الآخرين نشر كل ما يدور بعقله، وفي القرن التاسع عشر شكلت فلسفة جون ستيوارت ميل دعامة لنظرية الحرية فيكفينا أن ننقل عنه، " إذا أسكت رأياً فقد أسكت حقيقة"، أو قوله "الرأي الخاطئ قد يحوي بذوراً للحقيقة، ومن الجائز أن يؤدي إلى الحقيقة برمتها" أو قوله "الآراء الصائبة ما لم تتعارض مع الآخرين بين حين وآخر فقدت حيويتها وتأثيرها على المواطنين وسلوكهم" أو قوله " إذا اعتق البشر جميعاً رأياً واحداً، وجاء فرد واحد برأي جديد يخالفه، ثم حاول البشر جميعاً إسكات هذا الرأي كان خطوهم في ذلك لا يقل عن خطأ الفرد الواحد حين تصبح له سلطة تامة وحاول إسقاط الرأي الذي اجتمع عليه البشر جميعاً"⁽¹⁾.

1-2-1- خصائص الإعلام في ظل هذه النظرية:

1- إن من أبرز ما يميز هذه النظرية التركيز على الإنسان ومنحه أكبر قدر من الحرية، وإطلاق العنان لأفكاره وإبداعاته وتصوراتهِ وإمكانياته، ورفض القيود المفروضة من الحكومات على الأنشطة الاقتصادية والثقافية والاجتماعية، وبرز الجانب الاقتصادي بشكل لافت للنظر، مع الحرص على تحقيق الأرباح المادية من خلال العمل الحر في هذا المجال⁽²⁾.

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

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

(2) - عبد الله بدران، مرجع سابق، ص 58.

- 3- يؤكد النظام الليبرالي للصحافة على حق أي فرد (أو أي جماعة) في أن يصدر ما يشاء من الصحف مادام قادراً على ذلك، ودونما حاجة إلى ربط هذا الحق بتصريح من السلطة الحاكمة⁽¹⁾.
- 4- وضعت الفلسفة الإعلامية الليبرالية لهذه النظرية معايير مهنية تحكم عملها وتضبطه، وتحدد الأسس العريضة التي ينبغي على الإعلاميين إتباعها والاهتداء بها⁽²⁾.
- 5- تحمل حرية التعبير في طياتها عوامل تصحيحها.
- 6- تعد الرقابة قبل النشر انتهاكاً للحق الطبيعي للإنسان في حرية التعبير والقول، بالإضافة إلى أنها تمكن من هم في السلطة الاستمرار في الحكم، وتجعل من الدولة عدواً للحرية بدلاً من أن تكون حامية لها فالرقابة عائق للحرية. إذن لم تكن المواد الإعلامية تخضع لرقابة مسبقة من قبل الجهات الرسمية⁽³⁾.
- 7- إن أي تجاوز تقع فيه الصحيفة أو الصحف هو شأن القضاء وحده⁽⁴⁾.
- 8- لا يحق للحكومة دخول ميدان الإعلام، سواء عن طريق الملكية أو تقديم معونات للصحف، انطلاقاً من أن ذلك يعتبر شكلاً من أشكال "تدعيم الحزب الحاكم للبقاء في السلطة، بغض النظر عن تشجيع التبادل الحر للأفكار والمعلومات، أما فيما يتعلق بمسألة مساعدة الصحف مالياً فإن ذلك من شأنه تهديد استقلاليتها، كما من شأنه أن يضع وسائل الإعلام المنافسة في كفة غير متكافئة، حيث أن وسائل الإعلام الحكومية لا تهدف إلى تحقيق الأرباح لضمان بقائها"⁽⁵⁾، فلم يكن للحكومات الحق في إصدار الصحف، أو امتلاكها، أو المساهمة في ملكيتها وتمويلها ومساعدتها على تخطي مشكلاتها المادية⁽⁶⁾.
- 9- لم تعد وسائل الإعلام ملزمة بنشر أي مادة إخبارية تصل إليها من الحكومات، وبذلك لا تكون الحكومة أو السلطة مصدر الحقيقة أو الرأي بأي حال من الأحوال⁽⁷⁾.

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

(2)- عبد الله بدران، مرجع سابق، ص 60

(3)- المرجع نفسه، ص 59-60.

(4)-فاروق أبو زيد، مدخل إلى علم الصحافة، مرجع سابق، ص 92.

(5)-محمد السيد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، مرجع سابق، ص 222.

(6)- عبد الله بدران، مرجع سابق، ص 61.

(7)- المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

لكن في الوقت الذي أدت فيه ملكية الحكومة لوسائل الإعلام إلى سلب حرية الصحف واستقلالها، بعد أن تدخلت في وضع سياستها التحريرية، وفي مضامينها الإعلامية، وبواسطة جميع أشكال الرقابة، فإن الصحف في ظل الملكية الخاصة، لم تكن في منأى عن الضغوط التي تستهدف النيل من حرية العمل الصحفي، فقد تعرضت الصحافة إلى هيمنة الشركات الممولة، ونتج عن ذلك تحول الصحافة إلى واجهة للترويج لسياسات وأجندة الشركات. وفي كلا الحالتين لم تعد الصحافة، مرآة نقية كما يريدونها قراؤها تنقل الحقيقة، وإنما مرآة مشوهة عكست لجمهورها شيئاً آخر غير الحقيقة⁽¹⁾.

1-3- الخلفية الفلسفية للخبر الصحفي في نظرية المسؤولية الاجتماعية:

تعرضت نظرية الحرية لانتقادات شتى، ابتداء من النصف الثاني من القرن العشرين بسبب مفهوم الحرية الواسع الذي تبنته، مع عدم وجود ضوابط تحد من انفلاتها وسلبياتها، أو حدود تضعها في إطار واضح المعالم والأبعاد، بعد أن شهدت بلدان العالم الرأسمالي الغنية المتقدمة ظاهرة اقتصادية تمثلت في تكثف رؤوس الأموال الخاصة في وحدات كبيرة تهدف إلى التوسع الضخم في الإنتاج وخفض تكلفته، وتجنب الخسائر الناجمة عن التنافس بالسيطرة على الأسواق. وبهذا المنطق وهو القضاء على التنافس تناقضت التكتلات مع منطق الفكر الليبرالي المستند إلى التنافس كوسيلة لتحقيق الانسجام المستمر في المجتمع. وظهرت التكتلات الإعلامية في الولايات المتحدة الأمريكية وفي بريطانيا وغيرها من بلدان العالم الرأسمالي الغنية، وتمثلت في تجمع عدد من الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون ودور نشر الكتب وشركات التوزيع في يد شخص واحد أو عدة أشخاص أو شركة مساهمة تملك عدداً كبيراً من الصحف، وأصبحت منافسة هذه الاحتكارات الإعلامية مستحيلة سواء في الاستمرار أو في الصدور الجديد، لأن ما تملكه من وسائل السيطرة في مجالات الإعلان والنفوذ السياسي والسيطرة الإعلامية يفوق قدرة أي مشروع إعلامي جديد.

وعلى إثر ذلك، نادى عدد من المفكرين إلى ضرورة وضع مفهوم جديد للحرية يضمن توجيهها نحو خدمة المجتمع، وتأمين مصالح أفرادها الأساسية، بحيث تصبح هذه الحرية جزء لا يتجزأ من التركيب الاجتماعي المعقد الذي يستلزم المسؤولية والحرية جنباً إلى جنب. واعتبرت هذه النظرية التي نشأت في الولايات المتحدة الأمريكية وغرب أوروبا أن الحرية لأبد وأن تقابلها مسؤولية، وبالتالي فإن من يتمتع

(1)- خليل إبراهيم فاخر الضمداوي، بيئة العمل الصحفي في العراق، دراسة تحليلية لتأثير العامل السياسي في القائم بالاتصال، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة بغداد - كلية الإعلام) بغداد 2008 م، ص 29.

بالحرية عليه التزامات معينة قبل المجتمع، وأن الحرية هي حق وواجب ونظام ومسؤولية في وقت واحد. وهي نظرية ترفض الفردية المطلقة في ليبرالية القرن التاسع عشر⁽¹⁾، بصفة عامة تدعو هذه النظرية إلى تدخل الدولة لتحقيق مجموعة من التشريعات تستهدف تقديم بعض التنازلات لصالح الطبقات العاملة والفقراء.

1-3-1- خصائص الإعلام في ظل نظرية المسؤولية الاجتماعية :

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

2. تستمد هذه النظرية مبادئها الأساسية من نظرية الحرية.

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

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

5. الالتزام بمجموعة من المبادئ الأخلاقية التي تسعى إلى إيجاد توازن بين حرية الفرد ومصالح المجتمع⁽³⁾، وقد كان من ثمرات هذا المفهوم إنشاء ما يسمى بمجالس الصحافة في كثير من المجتمعات الأوروبية⁽⁴⁾.

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

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

(3) - عبد الله بدران: مرجع سابق، ص 76.

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

6. تجنب كل ما من شأنه أن يساعد على حدوث الجرائم والعنف والفوضى، أو يسيء إلى الأقليات العرقية.

7. التنديد بالأعمال الصحفية المنحرفة واستدعاء الصحفيين الذين تبدر منهم هذه الأعمال، وتوجيه اللوم لهم إذا اقتضى الحال .

8. الحفاظ على النظام السياسي القائم من خلال تزويد الناس بالمعلومات الصحيحة التي تساعد على تكوين رأي عام مستنير، بناء على مناقشة للأمور العامة التي تهم المجتمع.

9. مسؤولية رجال الإعلام أمام المجتمع، إضافة إلى مسؤولياتهم أمام من يعملون لديهم⁽¹⁾.

10. للصحافة وظيفة اجتماعية هي تقديم البيانات عن الأحداث الجارية بصرف النظر عن نوعية التأثير الذي قد تحدثه هذه البيانات على القراء، فمن ناحية لا يجب حجب البيانات والمعلومات على القراء بحجة حمايتهم من الأفكار المعارضة للسلطة القائمة في المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة، ومن ناحية أخرى لا يجب حجب المعلومة بحجة أنها لا تثير انتباه القراء أو اهتمامهم، وفي الواقع العملي فإن هذا المفهوم قد أضعف من سيطرة السلطة السياسية في تحديد نوعية المعلومات التي تقدم للقراء، كذلك فلقد لعب هذا المفهوم دوراً كبيراً في القضاء على الصحافة الصفراء التي انتشرت في كثير من المجتمعات الأوروبية وفي الولايات المتحدة الأمريكية في فترة ما بين الحربين⁽²⁾ .

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

12. تقديم برامج وألوان التسلية والترفيه⁽³⁾.

1-4- الخلفية الفلسفية للخبر الصحفي في النظرية الاشتراكية:

يعد كارل ماركس فيلسوف هذه النظرية وأكبر منظريها، وتستند فلسفته إلى ما يعرف بالفلسفة المادية، أو الجدلية المادية، التي تطورت فيها بعد إلي الجدلية المادية التاريخية، بالإضافة إلى الآراء

(1) - عبد الله بدران: مرجع سابق، ص 76.

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

(3) - عبد الله بدران، مرجع سابق، ص 76.

الفلسفية لعدد من المنظرين والفلاسفة الذين شكلوا المصدر الأساسي لهذه النظرية أمثال لينين الذي تأثر بأفكار ماركس وتبناها، وتقوم هذه النظرية على ثلاثة مبادئ أساسية:

1. الجدلية المادية.

2. الجدلية المادية التاريخية.

3. سيادة الطبقة العاملة.

1-4-1 خصائص الإعلام في ظل هذه النظرية:

1. يرى أنصار هذه النظرية أن وسائل الإعلام، وفقا لنظرتهم، تتمتع بالحرية الكاملة⁽¹⁾. ينتقد لينين حرية الصحافة في النظام الرأسمالي، ويقدم تعريفها لها، فيرى أن الرأسماليات تعرف حرية الصحافة بأنها وضع "تلغى فيه الرقابة، وتنتشر كل الأحزاب بحرية كل أنواع الصحف. وفي الحقيقة، هذه ليست حرية الصحافة، ولكنها حرية أن يخدع الأغنياء والبورجوازيون الجماهير المقهورة المستغلة"⁽²⁾.

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

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

(1)-المرجع نفسه، ص 87.

(2)- ل.جون مارتين، أنجو جروفور شودري: نظم الإعلام المقارنة، ترجمة علي درويش، الطبعة الأولى (مصر: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1991 م.) ص 52-53.

لا يتجزأ من النظام الحكومي ذاته. إن امتلاك الدولة لوسائل الإعلام يضمن ما يسمى "بالنقاء الأيديولوجي"⁽¹⁾.

4. يتميز الإعلام في ظل هذه النظرية بالولاء الكامل والدائم لنظام الحكم وعلى وسائل الإعلام تسجيل الواقع بالصورة التي ترضي السلطة وذلك في ظل غياب المعارضة الحقيقية⁽²⁾.

5. تخضع وسائل الإعلام في ظل هذه النظرية إلى رقابة كلية، فقد تمتد هذه الرقابة إلى ماركس ولينين عندما تتوافق كتابتهما مع الحقيقة الواقعة، وعلى سبيل المثال لا يرى المرء أبداً آراء كتلك التي طرحها ماركس عندما قال " الصحافة التي تخضع للرقابة تظل سيئة حتى عندما تنتج أشياء طيبة" أو " الصحافة الخاضعة للرقابة لها تأثير سلبي على الأخلاق"⁽³⁾.

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

7. يتم التحكم في الصحافة من خلال الإصدار والموارد المالية ومصدر المعلومات، فضلاً عن القوانين والتشريعات التي تصاغ وتفسر بالشكل الذي يخدم أهداف الدولة والحزب⁽⁴⁾.

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

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

(1) - المرجع نفسه، ص 162.

(2) - محمد السيد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، مرجع سابق، ص 229.

(3) - ل. جون مارتن، أنجو جروفير شودري، مرجع سابق، ص 172.

(4) - السيد بخيث محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية، دراسة تطبيقية في

الصحافة القومية و الحزبية خلال 1987-1990، مرجع سابق، ص 106.

10- تتمثل المبادئ الأساسية للصحافة السوفيتية والتي تعرف باسم مبادئ لينين التي دعا من خلالها إلى نوع جديد من الصحافة، وهذه المبادئ قابلة للتطبيق على كل وسائل الإعلام السوفيتية، كما أن الدول الشيوعية تتبناها بصفة عامة في: النزعة الحزبية، المحتوى الرفيع من الفكر الإيديولوجي، الصدق، الشخصية القومية/الشعبية، الشخصية الجماهيرية، النقد والنقد الذاتي في الصحافة⁽¹⁾.

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

أخذ على هذه النظرية أنها تحرم المواطن حقه في معرفة حقيقة الأحداث، حتى يتمكن من الحكم الصائب على الأمور، وتحديد وجهة نظره على أسس سليمة، واتخاذ القرار الصحيح، وليس مجرد قرارات تتخذها الحكومة أو الحزب، وتكمن قيمتها في نقد الأوضاع الصحفية في العالم الغربي، وتحليلها لهذه الأوضاع وفق منهج جدلي نقدي، ساهم في كشف مساوئها، لكن البديل الذي قدمته كان مراً، فلا يعدو كونه عملية استبدال الاحتكار الرأسمالي، باحتكار الدولة، وكلا منهما يؤدي إلى غياب التعددية والتنوع وحرية الرأي. لكن الإعلام في ظل هذه النظرية عرف تحولاً كبيراً بعد الإصلاحات التي دعا إليها جورباتشوف، وفي ظل المفاهيم والمصطلحات الجديدة التي نادى بها ويأتي على رأسها "البروسترويكا"^(*) و"الجلاسنوست"^(*) وقد أضاف جورباتشوف إلى معادلته التي تربط بين "البروسترويكا" و"الجلاسنوست" عنصراً جديداً وهو الإعلام.

ومما لا شك فيك أن صورة النظام الإعلامي القائم الآن في هذه البلدان تختلف عما كانت عليه، فقد استعار الإعلام في هذه المجتمعات الكثير من مقومات وخصائص النظام الإعلامي الليبرالي، ولكن ينبغي أن نسجل تحفظاً على قدر كبير من الأهمية، وهي أن ملكية وسائل الإعلام مازالت ملكية

(1)- ل.جون مارتين، أنجو جروفير شودري، مرجع سابق، ص 167.

(2)- المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

(*)- البروسترويكا: إعادة البناء، فالمصطلح يتضمن الهدم والبناء، أنظر فاروق أبو زيد، انهيار النظام الإعلامي الدولي (القاهرة: عالم الكتب، 1991 م.) ص 181.

(*)- الجلانوسست: المصارحة، العلنية، والمكاشفة، أنظر فاروق أبو زيد، انهيار النظام الإعلامي الدولي، مرجع سابق، ص 181.

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

1- 5- الخلفية الفلسفية للخبر الصحفي في النظم المختلفة:

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

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

فالعالم الثالث يقع بين العالم الغربي والعالم الشيوعي، وفي أحد أطرافه ينقل بعض بلدانه المفهوم الغربي الليبرالي للصحافة، وفي الطرف الآخر بلدان أخرى تصوغ نفسها وفق المفهوم الماركسي لينيني للصحافة، وهناك دول تقع بين النقيضين المتطرفين يحاول معظمها مستميتاً تنمية بلدانهم بأسرع ما يمكن⁽²⁾.

تعطي عموماً الدول التي اختارت النموذج الغربي قدراً كبيراً من حرية الصحافة في الظروف العادية، لكن هذا لا يستبعد تقييدها أو فرض الرقابة عليها في حالة ما إذا كانت هذه البلدان مهددة داخلياً أو خارجياً. أما بالنسبة للدول ذات التوجه الاشتراكي، الشيوعي، فإنها تحرم قيام صحافة حرة ومستقلة، ففي هذه الدول تملك الحكومة أو الحزب جميع أجهزة الإعلام وتسيطر عليها. أما فيما يتعلق بصحافة التنمية، فيرى محمد سعد إبراهيم في كتابه الصحافة والتنمية السياسية أنه من الصعب تحديد هذه النظرية في عبارة واضحة، فهي لا تزال مجموعة من الآراء والتوصيفات الملائمة لمكانة وسائل الإعلام ووظائفها

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

(*)-الواقع أن مصطلح العالم الثالث في حد ذاته يمثل إذعاناً أمام مفهوم السيادة الشعبية الذي يضيف منزلة على الأمم المستقلة بغض النظر عن درجة نموها الاقتصادي، ولقد طبقت مصطلحات مختلفة على هذه الأمم، بدأت في القرن التاسع عشر بإطلاق اسم "جمل الرجل الأبيض" على المستعمرات، وبعد ذلك سميت "الأمم المختلفة". وبعد عام 1945، راج مصطلح "الأمم الناقصة النمو" بعض الوقت، في آن واحد مع مصطلح "الأمم الأقل نمواً". وبعد ذلك تم التخلي عنه ليستخدم بدلاً منه مصطلح "الدول النامية" الذي توارى بدوره ليحل محله المصطلح الشائع حالياً، دول العالم الثالث.

(2)- ل.جون مارتين، أنجو جروفر شودري، مرجع سابق، ص 448.

في الدول النامية. ويرى أن تقرير ماكبرايد هو أفضل المصادر التي يمكن الاعتماد عليها في طرح مجموعة من الآراء حول الاستخدام التنموي لوسائل الإعلام⁽¹⁾.

ويرى جون مارتين وأنجو جروفير شودري في كتابهما "نظم الإعلام المقارنة" أنه لا بد من التفرقة بين صحافة التنمية ووسائل الاتصال المساندة للتنمية والتي تصمم لدعم ودفع قضية التنمية الاقتصادية. وفي الدول التي يكون الإعلام فيها تحت السيطرة الحكومية، يحدث تداخل بين المفهومين، ويختلط كل منهما بالآخر في كثير من الأحيان⁽²⁾.

إن صحافة التنمية تتطلب من الصحفي كما يقول ناريندر أجاروالا N.Aggarwala أن يتفحص بعين ناقدة، وقيم، ويكتب عن مدى ارتباط المشروع التنموي بالحاجات المحلية والقومية، ويتفحص الاختلافات بين الخطة وتطبيقها، والاختلاف بين أثرها على الناس في تصريحات المسؤولين وبين أثرها الفعلي⁽³⁾.

ففي الوقت الذي ترتفع فيه أصوات المسؤولين في دول العالم الثالث بضرورة مساهمة وسائل الإعلام في عملية التنمية وأنه يعول عليها إلى حد كبير في إنجاح خطط التنمية، يرى بعض الباحثين أن ذلك سيؤدي إلى تضيق حرية الصحافة. لقد جاء في خاتمة دراسة عن حرية الصحافة في العالم أعدها الباحثان "تام" و"أوه" في سنة 1973 أنه عندما تؤله التنمية فإنه لا يمكن أن يكون هناك سوى مجال ضئيل لحرية الصحافة التي هي نقيض الطبيعة المخططة لجهود التنمية⁽⁴⁾، إن الجهود الكبيرة للتنمية التي تبذلها الصفوة الحاكمة في هذه الدول لا تترك مجالاً واسعاً لصحافة حرة ومستقلة كالمفهوم الغربي، كما أنه إذا لم تعط الصحافة دور "المفتش العام" بما يسمح لها بقدر عظيم من حرية العمل فإن برامج التنمية التي تقوم بها الطبقة الحاكمة يمكن أن تنتهي بإثراء عدد قليل نسبياً من الأفراد بسبب الاستعداد الغريزي لدى الإنسان لأن يفسد عندما يكون في أي مركز من مراكز السلطة⁽⁵⁾.

(1) - محمد سعد إبراهيم، مرجع سابق، ص 178.

(2) - ل.جون مارتين، أنجو جروفير شودري، مرجع سابق، ص 82-83.

(3) - Narinder Aggarwala, " What is development News? " In Journal of Communication 29 (Spring 1979) p. 180.

(4) - ل.جون مارتين، أنجو جروفير شودري، مرجع سابق، ص 432.

(5) - المرجع نفسه، ص 431-433.

لقد أدى عدم وضوح الرؤية بالنسبة لدول العالم الثالث إلى إفراز خليط من النظم الإعلامية. ففي الوقت الذي يرى فيه البعض أنه من الصعوبة بمكان تعميم وتجميع جميع الخصائص والمميزات وسحبها على كل مجتمعات العالم الثالث، يرى البعض الآخر أنه ينبغي ألا يتبادر إلى الذهن أن تجارب العالم الثالث من التنافر والتضاد والتشتت بحيث لا يمكن أن يجمعها إطار أو فلسفة أو نسق.

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

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

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

3. الاعتماد الكبير على الإعلام ومحاولة تقويته في إطار مسانده للسلطة⁽¹⁾، لكن على الرغم من ذلك، لا يمكن أن نقول بوجود نظرية إعلامية تجمع كل بلدان العالم الثالث، نظراً لطبيعة هذه البلدان والاختلافات الموجودة بينها. إن المتتبع لمسار الإعلام في مختلف بلدان العالم الثالث يكتشف ولو من الناحية الشكلية الاختلاف الموجود بينها، فحتى وإن تشابهت الأنظمة الإعلامية من حيث انتماءاتها واهتماماتها وأهدافها، فإن أغلب مضامين المادة الإعلامية في العالم الثالث تختلف في الرؤية والتركيز والمعالجة.

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

إن أغلب حكومات العالم الثالث تستخدم طريقة أو أخرى في السيطرة على مضمون الإعلام، فبعض الحكومات تمارس سيطرتها على المضمون عن طريق التحكم السابق في النشر وذلك عن طريق إبلاغ رؤساء التحرير بالموضوعات "الحساسة" التي يجب أن تترك جانباً، وهناك حكومات أخرى تقوم بإصدار قوانين تحدد المعلومات غير الصالحة للنشر أو للإذاعة وكذلك هناك بعض الحكومات التي تلجأ إلى الرقابة الرسمية المباشرة لتوقف أي أخبار "ضارة بالدولة" من أن تُنشر، ولكن هناك أشكال أخرى أكثر

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

أهمية ودقة للتحكم في الأخبار، ففي أغلب الأحيان تقرر الحقائق الأيديولوجية والسياسية والثقافية والاقتصادية والاجتماعية في بلدان العالم الثالث نوع الأخبار التي تقرؤها الأمة وتسمعها وتشاهدها⁽¹⁾.

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

- أن التشريعات الصحفية غير مستقرة في البلاد العربية ويرجع ذلك إلى كثرة التغييرات التي تحدث في الدستور أو في القرارات والأحكام القانونية والقضائية.
- نصت الدساتير العربية على مبدأ حرية التعبير وحرية النشر والصحافة مستخدمين الكلمات نفسها المستعارة من الفقرة 19 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان إلا أن هذه الفقرات كلها مقيدة بعبارات مثل "في حدود القانون".
- تتفق معظم البلاد العربية في تقييد حرية إصدار الصحف.

أوضحت الدراسة وجود اختلافات في الحقوق والمسؤوليات الخاصة بالصحفيين في البلاد العربية طبقاً لاختلافات نظمها السياسية والإعلامية التي تحكم المؤسسات الصحفية أو في قانون النشر وفي قانون العمل⁽²⁾. من جهته، قدم ويو (Wiiو) تصنيفاً⁽³⁾ اعتمد فيه على قياس مدى انفتاح النظام الإعلامي، فكلما زاد التبادل زاد انفتاح النظم وصعبت عملية التنبؤ بأوضاعه، وكلما زاد انغلاق النظام زادت القدرة على التنبؤ بحالاته، حيث إن نظام استقبال مفتوح يعني أن أي شخص يستطيع أن يصبح من الجمهور، وكلما زاد انفتاح نظام الرسائل قلت القيود المفروضة عليها، وانطلاقاً من هذا قدم ويو تصنيفاً اعتمد على بعدي (المتلقي والرسالة)، يضم أربعة نظم إعلامية متغيرة لأي نظام اجتماعي:

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

(2) - عواطف عبد الرحمن، ليلي عبد المجيد، نجوى كامل: القائم بالاتصال في الصحافة المصرية، سلسلة دراسات

صحفية (جامعة القاهرة - كلية الإعلام - مطابع كلية الإعلام) القاهرة، ص 74-75.

(3) - ل. جون مارتن، أنجو جروفر شودري، مرجع سابق، ص 132-135.

الإعلام المقيد:

ويعني نظاما إعلاميا يوجد فيه جمهور منفتح بقدر الإمكان، و لكن نظام الرسالة منغلق نسبيا بسبب وجود قيود على الرسالة- سواء كانت القيود سياسية كالرقابة أو تنتمي إلى نوع آخر من القيود التي تحد من اختيار الرسائل كالدين أو الضغوط التجارية- و يبرز هذا النموذج في الدول الشيوعية وأيضا في أي نظام سياسي مركزي.

الإعلام المنفتح:

هو ذلك النظام حيث الجمهور والقيود على الرسائل يكونان منفتحين بقدر الإمكان، ويقترّب هذا النظام من الشكل الغربي التقليدي.

الإعلام الخاص:

وهو على النقيض من النظام المنفتح، حيث يكون كل من الجمهور ونظام الرسائل منغلقا نسبيا، ويبرز هذا النموذج في المجتمعات البدائية التي لا تتمتع بنظام إعلامي جماهيري (الأمثلة النموذجية على هذا النظام تتجسد في الخطابات والاتصالات الهاتفية).

الإعلام الموجه:

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

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

○ النموذج اللامركزي العام (الجماهيري):

يقوم على نظام التحكم اللامركزي، فلا تستطيع أي مجموعة سياسية أو مجموعة صاحبة مصلحة أن تسيطر على الرسائل الإعلامية، وفي حالة ترشيح النظام هيئة حكومية كالبرلمان أو مجلس الوزراء للرقابة على وسائل الاتصال، فإنها لا تنفرد بهذه المهمة، ولكن تشاركها نظم تحكم أخرى في الوقت ذاته.

○ النموذج الجماهيري المركزي:

هو النموذج الاشتراكي أو الشيوعي المثالي، حيث يمتلك المجتمع الإعلام و يتحكم فيه مركزيا الحزب السياسي.

○ النموذج الخاص اللامركزي:

وتكون وسائل الإعلام في هذا النموذج مملوكة ملكية خاصة، و لا يوجد تحكم مركزي.

○ النموذج الخاص المركزي:

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

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

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

ونظرا للانتقادات التي وجهت لمختلف التصنيفات القديمة من حيث أنها لم تعد قادرة على تفسير الواقع الإعلامي المعاصر وما صاحبه من تطورات وتحولات سياسية وتكنولوجيا وإعلامية منذ تسعينيات القرن الماضي، قدم أوستيني وأنتوني⁽³⁾ نموذجا يشرح أنماط ملكية وسائل الإعلام اعتمادا على تحليل

(1)- ل.جون مارتين، أنجو جروفر شودري، مرجع سابق، ص 136-137.

(2)- Mcquail D.: Mass communication theory (London: Sage Publications, 1987) pp. 113- 123.

نقلا عن شيرين سلامة السعيد، صور الدول الفاعلة في النظام الدولي، دراسة تحليلية لعينة من الصحف العربية في الفترة من سبتمبر 2001 و حتى عام 2003، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الإعلام -2008 م.). القاهرة، ص 118.

(3) -المرجع نفسه، ص 119 - 120.

الممارسات الواقعية للمؤسسات الإعلامية في إطار علاقتها بالسلطة السياسية، فضلا عن أن الباحثين اختبرا النموذج عمليا وخلصا لوجود مجموعتين من العوامل عند تحليل أنماط ملكية وسائل الإعلام داخل مجتمع معين تمثلها في مجموعة العوامل البنوية ومجموعة من العوامل المهنية.

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

أما العوامل المهنية فيمكن فهمها من خلال منظورين أساسيين، أحدهما فردي يتمثل في القيم المهنية التي يتبناها العاملون في حقل الإعلام، ويتم اكتسابها من خلال التعلم والتدريب، والآخر اجتماعي يتمثل في مجموعة القيم والثوابت التي تسود المجتمع والتي يمكنها أن تعكس لوائح المؤسسات التي تضم العاملين في مهنة الإعلام ومواثيق أخلاقيات المهنة، وغير ذلك مما يعكس رؤية السلطة للقيم التي يجب أن تمارس أو تحكم المهنة. وخلص أوستيني وأنتوني إلى طرح نماذج وسائل الإعلام ممثلة في النموذج الديمقراطي المحافظ، حيث يتميز النظام السياسي في إطاره بديمقراطية، وتكون القيم المهنية لأغلب الإعلاميين محافظة إذ يعملون على مساندة مجموعة الثوابت التي يقوم عليها المجتمع وتتمثل في الرأسمالية على المستوى الاقتصادي والديمقراطية على المستوى السياسي، النموذج الديمقراطي الليبرالي وفي إطاره يتبنى النظام السياسي والعاملون في مهنة الإعلام قيم النقد والتعبير الحر دون أي قيود ظاهرة أو خفية، النموذج السلطوي المحافظ وفيه تسيطر السلطة السياسية على المضامين التي تقدمها وسائل الإعلام، وفي الوقت نفسه يساند العاملون في المهنة هذه السيطرة، النموذج السلطوي الليبرالي، وفي إطار هذا النموذج توجد سلطة سياسية ترفض حق النقد والتعبير الحر، ولكن العاملين في وسائل الإعلام يساندون عمليات الإصلاح الاجتماعي فيما يقدمون من مضامين.

II - مفهوم الخبر الصحفي في مختلف الأنظمة الإعلامية:

II - 1 - مفهوم الخبر الصحفي في نظرية الحرية أو النظرية الليبرالية:

يدور موضوع هذا الجزء حول تعريف الخبر في النظرية الليبرالية، انطلاقاً من أن الخبر عرف تطوراً كبيراً في ظل الفلسفة الليبرالية حيث وضعت له معايير واضحة، وضوابط محددة، من خلال العناصر التالية:

1- حصر أسباب تعدد تعريفات الخبر، إذ ارتأت الباحثة وقبل الخوض في تعريفات الخبر في الأنظمة الإعلامية المختلفة، سرد العوامل التي تقف وراء صعوبة إيجاد تعريف واحد للخبر.

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

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

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

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

II - 1 - 1 - خلاف فلسفي وراء تعدد تعريفات الخبر:

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

الحب والحقيقة⁽¹⁾، حيث أن المتتبع لتطور مفهوم الخبر عبر مختلف الدراسات التي أنجزت في هذا الصدد، يلاحظ وجود تعريفات متعددة ومختلفة، حاول من خلالها الباحثون تقديم تعريف للخبر انطلاقاً من زاوية يعتقدون أنها المنطلق الأساسي الذي يؤخذ به عند تعريف الخبر، ويلاحظ ماكويل أن كثير من الصحفيين ينظرون إلى تعريف الخبر على أنه ميتافيزيقي ومحاولة للمبالغة في التنظير لشيء يُفهم بالبداية⁽²⁾.

تتطوي محاولة حصر تعريفات الخبر على مهمة شائكة، لا تقل صعوبة عن محاولة تعريف الخبر ذاته، فمن ناحية يوجد كم هائل من التعريفات المطروحة، حيث يصعب سردها، وتزداد الصعوبة لأن عددا كبيرا منها مكرر، أو مقدم بصيغ، أو عبارات متشابهة، بالإضافة إلى عدم وجود معيار محدد، يمكن الاعتماد عليه في تصنيف هذه التعريفات⁽³⁾، "ويرجع الاختلاف في النظرة إلى مفهوم الخبر ووظيفته في وسائل الإعلام وفي المجتمعات المختلفة إلى تعدد المنطلقات الأيدولوجيا للأنظمة القائمة وإلى نوع النظرية الإعلامية المتبعة فيها. فهو في طبيعته خلاف فلسفي وليس خلافا مهنيا يقوم على تنوع الأداء أو الرؤية الأسلوبية لنوع الزاوية التي يختار فيها الصحفي البدء بروايته الإخبارية"⁽⁴⁾.

وقد حظيت الأخبار بهذا الاهتمام لأنها "أساس ما ينشر من أنواع صحفية أخرى، فهي الأساس الذي ينطلق منه في كتابة المقال الصحفي بأنواعه المختلفة، حيث ينطلق من الخبر لإبداء رأي في حدث ما أوقضية أو مسألة يطرحها هذا الحدث، أو بمعنى آخر، الخبر هو الأب الشرعي لغيره من الفنون التحريرية وبدونه لا تقوم لها قائمة"⁽⁵⁾، حيث أن مفهوم الأخبار يختلف من عصر إلى آخر، ذلك أن هناك عوامل كثيرة تساهم في إعطاء تحديد لهذه المادة الإعلامية، فالتعريفات المقدمة للأخبار في القرن التاسع عشر تختلف عن التعريفات المطروحة في القرن العشرين، كما أن معنى الأخبار قد اتخذ منحى

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

(2)- Ibid. p.10.

(3)- إبراهيم عبد النبي عبد الفتاح: سوسيولوجيا الخبر الصحفي، دراسة في انتقاء و نشر الأخبار (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1989 م.) ص 16.

(4) - عبد النبي خزعل: فن تحرير الأخبار في الإذاعات الدولية بين التوظيف و الموضوعية، الطبعة الثالثة (الأردن: الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع و دار الثقافة للنشر و التوزيع، 2003 م.) ص 122.

(5)- إسماعيل إبراهيم: فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، الطبعة الثالثة (القاهرة: دار الفجر للنشر و التوزيع، 2003 م.) ص 9.

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

1- إننا نتعامل في هذه الحالة مع مادة تعالج أو تطرح قضايا إنسانية، والتي لا يمكن أن تتوافق في مختلف الأزمنة والأمكنة، إذ أن كل ما يتعلق بالعلوم الإنسانية لا يمكن تحديده تحديدا دقيقا، فالصحفي في هذه الحالة إنسان يقوم بشحن الخبر بخلفيات سياسية وثقافية ونفسية، فالمعايير المستخدمة لدى الصحفيين عند انتقاء الأخبار تعتمد إلى حد كبير على "الثقافة الإخبارية" في أي دولة، ومدى نظرة الصحفيين للمفاهيم المختلفة مثل حرية الصحافة، ومصداقية المصادر، ومدى السيطرة الحكومية على وسائل الإعلام⁽¹⁾. ومن هذا المنطلق، تدخل اعتبارات أخرى في تحديد تعريف الخبر الصحفي، تتعلق بالدرجة الأولى بظروف صناعة المادة الإعلامية في حد ذاتها، هذه الأخيرة التي تعد نتيجة الإرادة الإنسانية والتاريخ والظروف الاجتماعية والمؤسسات والأعراف السائدة في المهنة.

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

وفي هذا الإطار، تذكر اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الإعلام والمعروفة بلجنة ماكبرايد وقد كان من بين المهام الموكلة لها وضع تعريف لماهية الخبر، أن الأنباء التي يتم نشرها تعكس واقع وقيم المجتمع التي تنتشر فيه، بمعنى أن النظام السياسي والاجتماعي والثقافي يلعب دورا كبيرا في تقرير الأنباء التي تُنشر أو لا تُنشر وطريقة تحريرها وعرضها"⁽³⁾.

3- ساهم التطور التاريخي لوسائل الاتصال الجماهيري في عدم الاتفاق على تحديد تعريف موحد للخبر، حيث اختلفت التعريفات المقدمة لهذه المادة الإعلامية من زمن إلى آخر، بل لقد عرفت تطورا

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

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

(3)- سعيد محمد السيد، حسن عماد مكاوي: مرجع سابق، ص 15.

زمنياً، أدى إلى وجود اختلاف بارز في تعريف الأخبار، " فمفهوم الخبر قبل اختراع الطباعة (مرحلة النسخ) يختلف عن مفهومه بعد هذا الاختراع، ومفهوم الخبر في الصحف الأولى التي ظهرت في أوروبا في القرن السابع عشر يختلف عن مفهومه بعد ظهور الصحف الشعبية رخيصة الثمن"⁽¹⁾.

كما كان لظهور وسائل إعلام جديدة أثرا على تعريف الخبر نظرا لخصوصية كل وسيلة إعلامية مما قد يؤثر على طبيعة صياغة المادة الإعلامية، إذ أن التعريف الذي قُدم للخبر قبل ظهور وسائل الإعلام الجديدة يختلف بعد ظهورها، بل إن التعريف المقدم لأب الأنواع الإعلامية يختلف من وسيلة إلى أخرى، فالخبر المطبوع يختلف عن الخبر الإذاعي، كما يختلف الخبر الإذاعي عن الخبر التلفزيوني، ويختلف عن كل هذه التعريفات، عن المعنى المقدم للخبر في الصحافة الإلكترونية، فعلى سبيل المثال لقد " أضاف البث المباشر عبر الأقمار الصناعية بعدا جديدا للخدمة الإخبارية أدى إلى إعادة كتابة تعريف "الخبر" نفسه من شيء حدث إلى شيء يحدث في نفس اللحظة أو حدث تشاهده وهو يقع. إذ تعتبر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات واحدة من أكبر أسباب تغير مفهوم الخبر في فترة التسعينيات، فلكي تحافظ صحف عديدة على بقائها، قامت بإنتاج نسخ إلكترونية، يستطيع الناس الوصول إليها عن طريق الكمبيوتر وعن طريق الانترنت"⁽²⁾.

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

5- إن تباين سياسات الصحف في المجتمع الواحد، تؤدي إلى تباين واختلاف في تحديد ماهية الخبر، فالصحف لا تنتشر كل الأحداث والأخبار، بل تنتشر ما تنتشره، وفقا لاعتبارات مذهبية أو سياسية أو عقائدية أو فكرية، وعلى هذا فما يعتبر خيرا مهما في صحيفة من الصحف، قد لا يحظى في صحيفة أخرى إلا بأسطر قليلة، وقد لا تعتبره خيرا جديرا بالنشر على الإطلاق، فما تعتنقه مثلا صحف حكومية من تعريف للخبر قد يدور حول تأييد النظام، ودعم شرعيته، والدعاية لانجازاته، ونقد معارضيه، فيما قد

(1)-حسنى نصر، سناء عبد الرحمن: الخبر الصحفي، الطبعة الأولى (القاهرة: دار الكتاب الجامعي، 2003 م.) ص42

(3)- سميرة محمد الدين الشخاني، أثر تكنولوجيا الاتصال و المعلومات على تطور فنون الكتابة الصحفية، دراسة

تطبيقية على الصحافة المصرية و السورية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 1999 م.) ص

تعتقد صحف المعارضة مفهوماً آخر، يدور حول إضعاف شرعية النظام القائم، و إبراز سلبياته ونقد رموزه"⁽¹⁾.

6- ومن الأسباب التي وقفت عائقاً في إيجاد تعريف متفق عليه للخبر، تنوع الجماهير التي تتوجه إليها وسائل الإعلام، مما أدى إلى ضرورة تنويع الأخبار لإرضاء أكبر عدد من القراء والمستمعين والمشاهدين، مع ضرورة احترام الخصائص الديموغرافية لكل فئة، إذ ينتظر من القائم على صياغة المادة الإعلامية أخذ خصائص كل فئة بعين الاعتبار، لأن كل واحدة منها تفرز تعريفاً خاصاً للخبر، " وقد أدى ذلك كله، إلى ازدياد صعوبة مهمة رئيس التحرير عما كان عليه في الماضي، لأن واجبه يتطلب تقديم أخبار متوازنة ومفهومة ترضي قطاعات مختلفة من الجمهور، ويعتمد نجاح واستمرار أي وسيلة إعلامية في المقام الأول على كسب ثقة وإرضاء الجمهور، وإلا انصرف عنها إلى وسيلة أخرى"⁽²⁾.

7- يرجع بعض الباحثين بعض التعريفات المقدمة للخبر، وصعوبة الإجماع حول تعريف واحد لهذه المادة إلى عدم التمييز بين لفظ الخبر من ناحية، و القيمة الإخبارية من ناحية أخرى، ويوضح عبد الفتاح عبد النبي هذه النقطة، من خلال التمييز بين مفهوم الخبر على أنه " كل قول أخبرت به مستمعه، ما لم يكن عنده، أو هو استجلاء لبواطن الأمور، مما يوصل إليها بالخبر، أما القيمة الإخبارية، فالمقصود بها مدى التنوع في عناصر الخبر، بمعنى آخر الوزن النسبي للمعلومات التي تتضمنها القيمة الخبرية التي يتم نقلها، والخلط يرجع إلى تعريف الخبر من زاوية القيمة الخبرية، حيث يحاول كل صاحب تعريف أن يقرنه بعنصر أو أكثر من عناصر الخبر الصحفي، ولما كانت عناصر الخبر كثيرة ومتعددة ومرنة، وتختلف من مجتمع إلى آخر، بل ومن صحيفة إلى أخرى، داخل المجتمع الواحد، على ضوء السياسة التحريرية لكل صحيفة، فإن أي تعريف يصبح ناقصاً عند النظر إليه، من زاوية أخرى، غير زاوية كاتبه، كما أنه ليس من المنطقي أن يضم تعريف الخبر الذي يفترض منه أن يكون مختصراً ومحدداً لجميع العناصر، لكي يكون جامعاً مانعاً، و يَحْظَى بالقبول من الآخرين"⁽³⁾.

8- يتفاوت تعريف الخبر أيضاً، حسب نظرة كل صحفي لوظيفته أو فهمه لها، وحسب تحديده لدوره داخل المجتمع، لأن معارف الصحفي واهتماماته هي التي تحدد تصوره ومن ثم تتعكس على تعريفه

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

الصحافة القومية و الحزبية 1989-1990، مرجع سابق، ص 146.

(2) - سعيد محمد السيد، حسن عماد مكاوي: مرجع سابق، ص 15.

(3) - عبد الفتاح عبد النبي: سوسيولوجيا الخبر الصحفي: دراسة في انتقاء و نشر الأخبار، مرجع سابق، ص 12-13.

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

إن الاعتبارات السابقة الذكر جعلت من الصعوبة إيجاد تعريف للخبر يناسب جميع وسائل الإعلام وجميع فئات المجتمع، ومن ثم فإنه لا يمكن تقديم تعريف واحد يتفق حوله الجميع، لأنه غالباً ما يؤخذ أحد هذه الاعتبارات كمحدد رئيس في أي محاولة لتعريف هذه المادة الإعلامية ويرى محمود منصور هيبية أن "صعوبة تقديم تعريف جامع، مانع للخبر لا يجب أن يدفعنا إلى تجاهل أهمية تحديد هذا التعريف. فمثل هذا التجاهل قد يوقعنا في الخلط بين مفهوم الخبر وبين العديد من المصطلحات المرتبطة به أو القريبة منه مثل الخلط بين مفهوم الخبر وعناصره من ناحية وبين أسس تقييم الخبر أو شروط نشره من ناحية ثانية"⁽²⁾، لكن الحقيقة التي لا يمكن تجاهلها أننا عندما نكتب الخبر، فإننا نتعامل مع وقائع وأحداث ونقوم بنقلها إلى القارئ، وفي هذه المرحلة لا يفكر أغلبية القارئ على هذه العملية إن لم نقل جهم في إعطاء تعريف للخبر ولا في الاختلافات بين التعريفات المختلفة والمتعددة التي قدمت للأخبار.

9- تدفعنا هذه الفكرة إلى طرح اختلاف آخر في تعريف الخبر، والمتعلق أساساً "بالتناقض الموجود بين الواقع الأكاديمي لتعريفات الخبر، وبين الممارسات العملية لمهنة الصحافة، فما تدرسه معاهد وكليات الصحافة، لا ينطبق حرفياً داخل المؤسسات الصحفية، ومن ثم توجد نظرتان في تعريف الخبر، أحدها يطرحها الدارسون الأكاديميون والأخرى يطرحها الممارسون"⁽³⁾. إن التعريفات المقدمة لتحديد الخبر لم تساعد على فهمه، لأنها قدمته و كأنه شيء جامع، بدلاً من أن تقدمه على أنه عملية متفاعلة ومعقدة.

(2)- السيد بحيث محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية، دراسة تطبيقية في الصحافة القومية و الحزبية 1987- 1990، مرجع سابق، ص 147-148.

(2)- محمود منصور هيبية: الخبر الصحفي و تطبيقاته (الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب، 2004 م.) ص 5.

(3)- راسم الجمال: الاتصال و الإعلام في الوطن العربي (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1991 م.) ص 182.

لقد تطور مفهوم الخبر في المجتمعات الغربية عما كان عليه في نظرية السلطة * بشكل كبير، وتحرر الإعلاميون من القيود التي كانت مفروضة عليهم، ومن المساحات الضيقة التي كانوا محاصرين فيها، وأعطيت للأخبار عناية فائقة، ووضعت لها معايير مهنية، شكلت الانطلاقة الأساسية نحو قيام صحافة مهنية متخصصة تلتزم بمعايير واضحة، وضوابط محددة⁽¹⁾.

يعرف قاموس الاتصال الخبر بأنه المادة الأولية للصحافة⁽²⁾، ويعرف والتر وليام مؤسس أول مدرسة للصحافة الخبر على أنه كل ما يهم القراء⁽³⁾، ويكاد يجمع كل الباحثين في فن الخبر الصحفي أن أقدم تعريف لهذه المادة الإعلامية هو ما قدمه اللورد نور تكليف والذي نشر سنة 1865، على أن "الخبر هو الإثارة والخروج عن المألوف، فعندما يعرض الكلب رجلا فليس هذا بخبر، ولكن عندما يعرض الرجل كلبا..... فهذا هو الخبر"⁽⁴⁾، إذ يعد عنصر الإثارة والغرابة من المعايير الهامة التي تحكم العمل الإعلامي في وسال الإعلام الغربي⁽⁵⁾. ويرى حمدي حسن أن كثير من المراجع العربية تنسب هذا التعريف إلى اللورد البريطاني نور تكليف، إلا أن الكثير من المراجع الأجنبية تنسبه إلى جون بوجارت محرر صحيفة نيويورك صن وهي إحدى صحف الإثارة الشعبية الرائدة في تاريخ الصحافة الأمريكية⁽⁶⁾.

في حين، ذكرت مراجع أخرى أن صاحب هذا التعريف هو شارلس أ. دانا رئيس تحرير نيويورك صن⁽⁷⁾. ويرى فاروق أبو زيد أن هذا المفهوم يتمتع بنفوذ قوي على كثير من المؤلفات التي وضعت في

* كان ينظر للخبر على أنه معلومات عن أحداث تقرر الحكومة نشرها، انطلاقا من أن ذلك سيساعد على استمرارها و تدعيم سلطتها و نفوذها، وتأيد قراراتها، و الدعاية لها.

(2)- عبد الله بدران : مرجع سابق، ص 68.

(²)- Jean Paul Truxillo, Philip Corso: Dictionnaire de la communication (Paris : Ed. Armand Colin, 1991) p.320.

(³)- M.S. Bisht :journalism techniques and practices, Cyber Tech Publications,2007, p.16.

(⁴) -Newman- Alec :Teaching pratical journalism (London : National Council for the training of journalists 1977) pp 4-5، نقلا عن فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، الطبعة الثالثة (القاهرة: عالم الكتب، 1977) pp 4-5.

(1998) ص 14.

(⁵)- عبد القادر طاش، تأثير القيم الإخبارية والاعتبارات المهنية في تغطية شؤون الإسلام والعرب في وسائل الإعلام الغربية، مجلة الدراسات الإعلامية (القاهرة- العدد 91 - 1998 م.) ص 63.

(⁶) - حمدي حسن: الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام (القاهرة: دار الفكر العربي، 1991 م.) ص 49.

(7)- كرم شلبي: الخبر الصحفي و ضوابطه الإسلامية، مرجع سابق، ص 31.

تعريف الخبر طوال الربع الأخير من القرن التاسع عشر والنصف الأول من القرن العشرين، وكذلك فقد كان لهذا المفهوم سطوة كبرى على الصحافة الغربية بشكل عام، وظل لفترة طويلة دستورا للصحافة الشعبية في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا الغربية⁽¹⁾. ومن جهته، يعرف جوزيف بولتزر ناشر نيويورك ورلد New York world الخبر على أنه كل حدث درامي، رومانسي، مثير، فريد، غريب، ظريف، شاذ، ومثير للحديث عنه⁽²⁾. يحدد هذا التعريف الملامح الرئيسية المتبناة في تحديد مفهوم الخبر في ظل نظرية الحرية، ومن هذا المنطلق لا يمكن اعتبار كل حدث خيرا، بل لا بد من أن يكون هذا الحدث مهما، أو غريبا، أو مثيرا للاهتمام أو لافتا للنظر.

وانطلاقا من هذا، فإن تحديد أو تعريف الخبر في المجتمعات الغربية لا يخرج عن نطاق الفلسفة الليبرالية، حيث تتعكس خصائص هذه المجتمعات وفلسفتها على طبيعة ما يُنشر من أخبار وأسلوب عرضها حيث يتم الحكم عليها وفقا لاعتباريين، يتمثل الاعتبار الأول في أنه مادامت وسائل الإعلام أداة الإنسان إلى المعرفة، واكتشاف الحقيقة⁽³⁾، فإن التعامل مع الأخبار لا ينبغي أن يقيد بأي شروط، وهذا الاعتبار مهني بحث ينبغي أن تضعه وسائل الإعلام في مقدمة المسلمات⁽⁴⁾ غير أن الحكم على الخبر من منطلق مهني يتغير أيضا لأن المحررين ومديري الأخبار يسعون لاكتشاف ماذا يريد قراءهم ومشاهدوهم أن يعرفوه⁽⁵⁾، أما الاعتبار الثاني فينطلق من أن الصحف محكومة بعامل اقتصادي، هو تحقيق الربح، الذي يكفل لها الاستمرار والاستقرار، ولن يتأتى ذلك إلا بتوزيع ضخم لإنتاجها، يغري المعلنين بالنشر بها، وهذا ما يجعل بعض الصحف، تحدد وتستتبط ماهية الخبر الصحفي انطلاقا من تعريف اللورد نورثكليف. واستنادا إلى هذه الاعتبارات فقد جاء تعريف الخبر في ظل هذه النظرية محددا في إطار مدرستين هما:

(1)- فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، الطبعة الرابعة (القاهرة: عالم الكتب، 2000) ص 14.

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

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

(4) - كرم شلبي، مرجع سابق، ص 26-27.

(5) - M.L. Stein, Susan, F. Paterno and R. Christopher Burnett: News Writer's Handbook: An introduction to journalism, second edition(U.S.A.:Black Well Publishing, 2006) p.3.

II-1-2-الخبر الصحفي في المدرسة المهنية:

تولي هذه المدرسة أهمية للمعايير المهنية للخبر انطلاقاً من الوظائف المحددة له، ولطبيعة وظيفة الصحيفة وما تقدمه من مواد وتتعلق هذه المدرسة من اعتبار أساسي يتمثل في أن الخبر الصحفي هو المادة الرئيسية للصحيفة التي تتمثل وظيفتها في عملية الإخبار، أي الإعلام، ويقصد من وراء ذلك تقديم المعلومات عن كل ما يجري حول الناس.

ويشترط في الخبر، في ظل هذه المدرسة، الحالية أو الجدة وليس نوعه، أو طبيعته، أو تأثيره، فالخبر في تصور أصحاب هذه المدرسة هو كل الأحداث التي تقع، وتجري حول الإنسان، وكل ما توحى به أو ينجم عنها. فالخبر هو تقرير عن أحداث، يرى الصحفي أنها صالحة للنشر، وأنه كل شيء لم يكن معروفاً، تم جمعه بدقة أو من مصادر موثوق بصحتها.

II-1-3-الخبر الصحفي في مدرسة الإثارة:

يعتبر كل من نورثكليف، تشارلز دانا، و بوليتزر، و جيرالد جونسون، و راند ولف هيرست، و بيار ألبير، وغيرهم من الذين ارتبطت صحافة "الإثارة" أو "الصحف الشعبية" أو "الصحف الصفراء" بأسمائهم فلاسفة ومنظرو هذا الاتجاه⁽¹⁾، حيث يشكل عنصر الإثارة حسب هذه المدرسة العمود الفقري في الخبر الصحفي، ويعرف منظرو هذه المدرسة الخبر بأنه " تلك المعلومة الجديدة التي تثير اهتمام أكبر عدد من القراء"⁽²⁾، وتجب الإشارة إلى أن أهم الصفات التي تثير القراء في الأخبار في المجتمعات الغربية هي الغرابة، الجنس، والشهرة.

لقد طغت عناصر الخبر مثل القرب والأهمية والفورية والإثارة على كل التعريفات التي قدمت لهذه المادة الإخبارية، وإن اختلفت تعريفات الباحثين من خلال تركيز البعض منهم على عناصر معينة قد تظهر كلها أو قد يظهر البعض منها في تعريف الخبر وقد يكتفي البعض الآخر بذكر عنصر واحد، بالإضافة إلى عدم الاهتمام بالعوامل التي تسبب الأحداث، إذ نادراً ما يربط الإعلامي الأحداث بخلفيتها التاريخية أو الأحداث المرتبطة بها، وتعد هذه النقطة من بين الانتقادات الموجهة لتعريف الخبر في المجتمعات الغربية، حيث يهتم الخبر بالأحداث المنفصلة ولا يهتم بالظواهر الكلية - التي تحاول

(1)- كرم شابي، مرجع سابق، ص37.

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

التعريفات المقدمة للخبر في دول العالم الثالث استدرأها- وتؤكد هذه التعريفات على حالة التغيير كعنصر جوهري من عناصر الخبر مما يعكس منطلقات النظرية الليبرالية.

وتركز وسائل الإعلام الغربية على الأخبار السلبية، ويبررون ذلك بأن الغرب يتوقع الازدهار والتقدم والنمو، ولهذا فإن الفشل يعتبر قيمة إخبارية، لأنه يعتبر انحرافاً وخروجاً عن المألوف، بعكس دول العالم الثالث التي تتوقع الفشل وبالتالي يصبح للشيء الإيجابي قيمة إخبارية. لكن يعد عنصر الإثارة أكثر المعايير استخداماً في الصحافة الغربية، و يُعزى ذلك إلى السعي الحثيث إلى جذب أكبر عدد من القراء، وإقائهم متلهفين، مترقبين صدور الصحيفة، وبهذا تتمكن الصحيفة من تأمين الربح المادي المطلوب، والإبقاء على مكان مناسب لها في ظل الصراع المحموم والتنافس الشديد من أجل البقاء، والهروب من شبح الإفلاس⁽¹⁾.

ولو أننا استعرضنا معظم التعريفات الغربية للخبر لوجدنا أن الإثارة تحتل مكانة محورية، أي أنها العنصر الأهم في المفهوم الغربي للخبر، وطبقاً لذلك فلكي يمكن اعتبار الخبر خبراً لا بد من أن يكون مثيراً⁽²⁾، والدليل على ذلك أن بعض المحررين يذهبون مباشرة لبيع الإثارة والفضائح والجنس لكسب حفنة من الأموال⁽³⁾، أما أفضل توضيح لذلك فهو الرسم الكاريكاتوري القديم في صحيفة "نيو يوركر" الذي يصور رجلين في قطار، أحدهما يحمل صحيفة يقول عنوانها الرئيس "عليك معرفة العديد من الأمور الهامة"، في حين حملت صحيفة الآخر "إشاعات، فضائح، أمور لا تصدق" أما الدعابة فهي أن الأول لا يستطيع أن يبعد بصره عن صحيفة الثاني⁽⁴⁾.

إن المفهوم الغربي يقيس ما يمكن اعتباره خبراً وما لا يمكن اعتباره خبراً بمقاييس تجارية تهدف إلى تحقيق الربح، دون إعطاء أي أهمية لمصالح المجتمع، والمبرر الإيديولوجي الغربي الذي يستند إليه في التراث العلمي الغربي هو إعطاء الجمهور ما يريد بالرغم من أنه من الصعوبة بمكان أن نعرف بالتحديد ماذا يريد الجمهور⁽⁵⁾، إذ أن في ذهن كل صحفي "جمهور مختلف ومصالحة مختلفة، إن ما يجب

(1) - عبد الله بدران، مرجع سابق، ص 68.

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

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

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

(5) - سليمان صالح، مرجع سابق، ص 21.

أن يعرفه الجمهور، من وجهة نظر المؤسسة الإخبارية، هو كل ما تعتقد أنه يريده ويحتاج إلى معرفته ومن الواضح أن هذه الأحكام ذاتية تعتمد على رؤية من يشغلون مواقع السلطة"⁽¹⁾.

ومع بداية النصف الثاني من القرن العشرين بدأت نظرية الحرية تتعرض لانتقادات شديدة، يأتي في مقدمتها اتساع مساحة الحرية التي منحتها لمجتمعاتها، وعدم وجود ضوابط تحد من سلبياتها، أو حدود تضعها في إطار واضح المعالم والأبعاد مما انعكس بشكل كبير على تحرر وسائل الإعلام، إذ أصبح بإمكانها بث ونشر الأخبار والتقارير التي تريدها من دون قيود ولا شروط"⁽²⁾، فكانت النتيجة أنه لا بد من إعادة النظر في مفهوم الحرية الذي لم يعد بالإمكان السيطرة عليه في هذه المجتمعات وإلى ضرورة وضع مفهوم جديد للحرية يضمن توجيهها نحو خدمة المجتمع، بحيث تصبح هذه الحرية جزء لا يتجزأ من التركيب الاجتماعي المعقد الذي يستلزم المسؤولية والحرية جنباً إلى جنب.

ومن هنا تغير مفهوم الحرية، من حرية مطلقة، لا حدود، ولا قيود، ولا ضوابط لها، إلى حرية تقابلها مسؤولية، و بالتالي فإن من يتمتع بالحرية عليه التزامات معينة تجاه المجتمع، وأن الحرية هي حق وواجب ونظام ومسؤولية في وقت واحد. وانبثق عن نظرية المسؤولية الاجتماعية ظهور مفهوم جديد للخبر، مبني أساساً على الخلفية الفلسفية لهذه النظرية التي جاءت لوضع حد لتجاوزات الليبرالية، فلم يعد ينظر للخبر من نفس زاوية الليبرالية، فقد أُضيف للمفهوم الليبرالي بعداً آخرًا يتناسب ومنطلقات هذه النظرية، وهو أن يكون للخبر وظيفة اجتماعية، فلم يعد الخبر الصحفي ذلك الخبر الذي يثير الغرابة والاهتمام ويخرج عن المألوف، ويخبر عن الحوادث في كل زمان ومكان"⁽³⁾، بل أصبح الجديد الذي يهم الناس، أي يكون مهماً وضرورياً لهم ومن ثم ينبغي إعلامهم به"⁽⁴⁾.

ويرى فاروق أبو زيد أن أفضل تعريف لمفهوم الخبر على ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية، هو التعريف الذي قدمه ادجار، المستشار في منظمة اليونسكو، الذي يعرف "الأخبار بمدى تأثيرها علينا" فهي أحياناً تلبى رغبتنا في العلم بالشيء... وتذكرنا بالماضي أو تفرّض علينا مشكلة أو سرا أو حالة مضطربة وهي تمكننا من معرفة حقيقة مشاعرنا الداخلية نحو أهداف الآخرين وتقترح علينا ما نقوم به

(1) - كارولين ديانا لويس: التغطية الإخبارية للتلفزيون، ترجمة محمد شكري العدوي (القاهرة : المكتبة الأكاديمية، 1993) ص 34.

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

(3) - المرجع نفسه، ص 76.

(4) - كرم شلبي، مرجع سابق، ص 39.

وأهم من ذلك كله فإن الأخبار تعطي الفرصة لإعادة حكمنا على المسائل العامة والشخصية وتمدنا بمعلومات عن ماضيها و تتيح لنا فهم العالم الذي نعيش فيه الآن⁽¹⁾.

لقد أصبح مفهوم الخبر هو كل ما يهم القراء، أو يترك أثرا في علاقاتهم، ونشاطهم وآرائهم، وأخلاقهم، وسلوكهم، كما أنه كل شيء يرغب عدد كاف في قراءته، يشترط ألا يكون خارجا عن الذوق العام، وقوانين السب والشتم⁽²⁾. وقد لاحظ فاروق أبو زيد أن أنصار نظرية المسؤولية الاجتماعية لم يستبعدوا عنصر الإثارة الذي يمثل محور الخبر في نظرية الحرية، وإنما تفاوتت النظر إليه، فبعضهم تجاهل هذا العنصر تماما في حين أن البعض اعتبره عنصرا مهما مضافا إليه عناصر أخرى كالجدة والفائدة.

وكان لإعطاء الخبر وظيفة اجتماعية، وهي الصفة أو الخاصية التي انفرد بها أتباع نظرية المسؤولية الاجتماعية، عبر تقديم المعلومات الجديدة عن الأحداث الجارية بغض النظر عن مدى الإثارة في هذه الأحداث دورا كبيرا في القضاء على الصحافة الصفراء ومن ثم إضعاف سيطرة الأخبار المثيرة على الصحافة، مثل أخبار الجنس، الجريمة، المال، الحروب والصراعات التي انتشرت في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا الغربية خاصة عقب نهاية الحرب العالمية الثانية، حيث فُسح المجال للأخبار التي تحتوي على حقائق مفيدة للقارئ⁽³⁾.

من خلال ما تم استعراضه، يمكن أن نستنتج أن تحديد أو تعريف الخبر في المجتمعات الغربية لا يخرج عن نطاق الفلسفة الليبرالية، حيث تتعكس خصائص المجتمعات الغربية وفلسفتها في التعريف الذي تتبناها المؤسسات الإعلامية الغربية لطبيعة ما يُنشر من أخبار وأسلوب عرضها. لكن ومع بداية النصف الثاني من القرن العشرين تعرضت نظرية الحرية لانتقادات شديدة أسفرت عن إعادة النظر في مفهوم الحرية وإلى ضرورة وضع مفهوم جديد لها يضمن توجيهها نحو خدمة المجتمع، ومن هنا تغير مفهوم الحرية، من حرية مطلقة إلى حرية تقابلها مسؤولية. وإذا شكلت الفلسفة الليبرالية المنطلقات الفكرية لتلي يُستند عليها في تعريف الخبر في المجتمعات الغربية فما هي الخلفية الفلسفية والإيديولوجية التي بُني عليها الخبر في النظرية الماركسية؟.

(1)-Dade Edgar: How to read a news paper (New York: The Mac Millan Compant, 1980) pp. 102-117.

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

(3)-فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، الطبعة الرابعة، 2000، مرجع سابق، ص23.

II-2- مفهوم الخبر الصحفي في النظرية الاشتراكية .

يتناول هذا الجزء المفهوم الماركسي للخبر، حيث ورغم انحصار تطبيق هذا النموذج في العالم، إلا أنه مازال موجودا ولو في إطار نماذج معدلة، وذلك من خلال:

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

يجب أن يربط تعريف الخبر في ظل هذه النظرية بالمفهوم الماركسي للصحافة، لأنه انطلاقا من " قوة الصحافة وتأثيرها نجح لينين في ثورته وبعد ثلاثة أيام فقط من توليه السلطة حظر لينين صحف المعارضة، وكان منطقه في ذلك واضحا وتعبيره عنه صريحا، إن أي حكومة من الحكومات يجب ألا تسمح للمعارضة باستعمال الأسلحة الفتاكة. واعتبر أن الأفكار أشد فتكا وخطورة من المدافع⁽¹⁾، بالإضافة إلى أنه حدد دور الصحافة في ثلاثة مهام رئيسية: دعاية جماعية، محرك جماعي ومنظم جماعي"⁽²⁾.

وانطلاقا من هذا، تمتلك الحكومة وسائل الإعلام ملكية تامة، وتسيطر عليها، وبهذا يعتبر النظام الإعلامي في الدولة " جزء لا يتجزأ من النظام الحكومي ذاته. أما بالنسبة لدول أوروبا الشرقية التي انتهجت وسارت على الإيديولوجية نفسها، والتي شهدت تعدد الأحزاب السياسية، فإن وسائل الإعلام كانت موجهة من طرف الحزب الحاكم الذي يسيطر عليها، ولا يسمح إلا للحزب الشيوعي والحكومة التي يسيطر عليها هذا الحزب بامتلاك وسائل الإعلام، بالإضافة إلى المنظمات العامة الموجهة من طرف الحزب. ويدافع أنصار هذه النظرية عن ذلك بالقول " إن وسائل الإعلام تصبح بذلك ملكية للشعب"، ومن هنا يحاول أنصار هذه النظرية إيهام المجتمع بأن وسائل الإعلام أصبحت ملكية عامة بدلا من أن تتركز في يد قلة من الأفراد، وهو النقد الموجه لملكية وسائل الإعلام في النظام الليبرالي.

والإعلامي في ظل هذه النظرية هو مسؤول سياسي موجه، له واجب واحد هو مساعدة الحزب الشيوعي على تحقيق الثورة، ويحق للأعضاء الحزبيين فقط حق التعبير عن آرائهم وحق النشر⁽³⁾، ولا ريب في أن سيطرة الحزب الحاكم - أو الحكومة - على وسائل الإعلام تفرض على الأخبار أن تنطق

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

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

(3) - كرم شابي، مرجع سابق، ص 42.

وفق تعاليمها وأهدافها، وأن تحذف منها كل ما يخالف توجهاتها ومبادئها، كما أن رقابتها الصارمة على وسائل الإعلام الخارجية تمنع دخول الأخبار التي ترى أنها تضر بمصلحتها الوطنية، وتحدث الفوضى، وتسبب الاضطرابات في المجتمع" (1). وبصفة عامة، يقوم الخبر في ظل هذه النظرية على ثلاثة أسس رئيسة (2):

الأول: أن يكون واقعياً... أي ذا أهمية اجتماعية.

الثاني: أن يكون ملتزماً... أي يرتبط بقضايا ومشاكل المجتمع وبالنظام السياسي والاجتماعي القائم وبالأيديولوجيا السائدة فيه وأن يلعب دوراً في التوعية بهذا النظام وبذلك الأيديولوجيا.

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

ومن هنا يجري تعريف الأخبار، على أنها تلك الأخبار النابعة من الإيديولوجية الماركسية، حيث يكمن هدفها في تدعيم الحزب الشيوعي على وجه خاص، ومن ثم فإن الأخبار عبارة عن رسائل تنتجها الحكومة، وتوجهها وتسيطر عليها، خدمة لمصالحها، ومن هنا يصبح مفهوم الخبر لا شأن له تقريباً بمفاهيم الخبر، حيث يصبح الحزب الشيوعي هو الخبر، بمعنى أن ما يقوله الحزب وما يفعله، وما يفكر فيه الحزب، وما لا يفكر فيه، هو ما يشكل الخبر" (3).

ويمكن القول، انطلاقاً مما سبق، أن الخبر يستخدم في الدعاية الإيديولوجية مما يجعل الأخبار ذاتية وغير موضوعية، وبخصوص الموضوعية، يشير جون مارتين وأنجو جروفير، في كتابهما نظم الإعلام المقارنة، أنه تم الاعتراف في المجتمعات الغربية التي تدعي الموضوعية في نقلها للأخبار، بأن هذه الصفة مثل أعلى لا يمكن تحقيقه، وذلك لأن الأخبار تكتب من وجهة نظر المخبر الصحفي، ولذلك فإن هذا المفهوم قد حل محله مفهوم الإنصاف والدقة والحياد (4)، كما أن العالمين النرويجيين جوهان جالتونج وماري هولمبوى روج تجنباً تعبير الموضوعية. ومن هنا يمكننا أن نلاحظ المفاهيم الغائبة عن الأنماط الإخبارية في ظل التوجه الماركسي ومن بينها على سبيل المثال أن الأخبار ليست موضوعية أو مثيرة، وهي لا تتناول أحداثاً سلبية كثيرة ولا تغوص في الحياة الخاصة للشخصيات العامة، وهي مفاهيم

(1) - عبد الله بدران، مرجع سابق، ص 89.

(2) - أنظر فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، الطبعة الرابعة، 2000، مرجع سابق.

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

(4) - ل. جون مارتين، أنجو جروفير شودري: مرجع سابق، ص 28.

أساسية تقوم عليها الأنماط الإخبارية في العالم الغربي، ولأنها لا تخدم أغراض وأهداف الحزب الشيوعي وإيديولوجيته، فإنها ليست من الأخبار فيه، إذ ترفض هذه النظرية نشر أخبار الجريمة، ونشر الفضائح السياسية والجنسية في الصحف، و" للخبر في هذه النظرية وظيفة لا تتفصل بأي حال عن وظيفة وسائل الإعلام نفسها" (1).

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

هذا ما يؤكد تعريف المدير العام لوكالة تاس السوفيتية ورئيس كلية الصحافة بجامعة موسكو بلجانوف " أن الأخبار ليست مجرد الاهتمام بتغطية الحقائق والأحداث، يجب على الأخبار أو الإعلام أن يسعى وراء هدف، عليه أن يخدم ويدعم القرارات التي تتصل بالواجبات الأساسية التي تواجه المجتمع السوفييتي، وشعبنا السوفييتي الذي يسير في طريق التحول التدريجي من الاشتراكية إلى الشيوعية. عند اختيار هدف الإعلام يجب على مؤلفي التقرير الإعلامي أن يتخلوا أولا وقبل كل شيء عن فكرة أن أي حقيقة أو أي حدث لا بد أن يغطي في صفحات الجريدة. إن هدف الإعلام هو أن يقدم أحداثا ووقائع منتقاة" (4). وتذهب جريدة البرافدا إلى أكثر من هذا، إذ جاء في أحد فقراتها "يجب على الصحافة ألا تقدم صورة فوتوغرافية للحقائق والوقائع، مجرد سرد لما حدث، ولكن عليها أن تقدم وصفا للأحداث وللظواهر موجها وذا هدف" (5).

وعلى هذا فإذا كان المفهوم الليبرالي قد أدى إلى المبالغة في نشر الأخبار المثيرة بحجة إعطاء الجمهور ما يريده وزيادة توزيع الصحف، والتركيز بالتالي على الفضائح والجنس والرياضة، فإن المعنى

(1) - كرم شلبي، مرجع سابق، ص 43.

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

(3) - عيد الله بدران، مرجع سابق، ص 90.

(4) - ل. جون مارتين، أنجو جروفور شودري، مرجع سابق، ص 108.

(5) - ل. جون مارتين، أنجو جروفور شودري، مرجع سابق، ص 108.

الماركسي أو الشيوعي قد بالغ في تحويل الخبر إلى أداة للدعاية الإيديولوجية الشيوعية، ولتحقيق مصالح المجتمع الملتزم بهذه الإيديولوجية" (1).

وكانت لدعوتي الجلاستوت والبروسترويك، التي أطلقها جورباتشيف أثرها في حدوث تغيير في تعريف الخبر، ومعايير نشره، حيث بدت وسائل الإعلام في الاتحاد السوفيتي (سابقا)، أكثر انفتاحا، وحرية وانتقادا، وبهذا عرفت الصحافة السوفيتية تحولات خاصة مع تبني قانون جوان 1990، و دخوله حيز التنفيذ في 1 أوت من السنة نفسها، والذي يقضي بإلغاء الرقابة على أجهزة الإعلام السوفيتية(2)، هذا ما يؤكد قانون الإعلام الصادر في 1991/12/27، حيث تنص المادة الثالثة على عدم إخضاع وسائل الإعلام والنشر للرقابة (3).

II - 3- مفهوم الخبر الصحفي في النظم المختلطة.

يدور موضوع هذا الجزء حول ماهية الخبر في دول العالم الثالث، وحاجة هذه البلدان إلى مفهوم جديد للخبر يختلف عن طرح المفكرين في النظريات السابقة الذكر، وذلك من خلال:

- 1- الخلفية التي يقوم عليها الخبر الصحفي في دول العالم الثالث.
- 2- تعريف الخبر في الأدبيات العربية حيث حاولنا رصد محاولات بعض الباحثين العرب لتقديم تعريف للخبر الصحفي، بما يتلاءم وخصوصيات المجتمعات العربية.

يرى جون مارتين و أنجو جروفر شودري أن دول العالم الثالث تركز على وظيفة الإخبار وليس على ماهية الأخبار، إن الغرض من الأخبار بالنسبة لهم هو التوجيه والتأثير في الناس، وليس الغرض هو إمتاعهم، وذلك لأنهم لا يحاولون بيع الأخبار، ولكنهم يستخدمونها لغرض معين، فالأخبار في العالم الثالث تستهدف تعليم الجماهير وتساعد على بناء الأمة، كما أن تقديم الأخبار في التوجه الماركسي وفي العالم الثالث يأخذ غالبا شكل " البيان " الذي يصاغ بطريقة " لقد صدر البيان التالي....."(4).

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

(1)-سليمان صالح: مرجع سابق، ص 22.

(2)- Roland Cayrol, op. cit,p.417.

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

(4)-ل. جون مارتين، أنجو جروفر شودري: مرجع سابق، ص 28-29.

يرى أن إنتاج هذا المفهوم الجديد يجب أن تضبطه شروط موضوعية، تنبثق أساسا من إيديولوجية وتوجهات وطموحات الشعوب النامية، بمعنى مشروع حضاري تتحدد في ظلّه مكانة الإنسان ودوره في المجتمع، ومسؤولية المجتمع عنه، ووظائف الأمة، ووظائف الإعلام⁽¹⁾.

لقد قدم فاروق أبو زيد تعريفا وضعه في إطار ما أطلق عليه " مفهوم الخبر في الدول النامية "، معتبرا أن الخبر هو تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء وهي تثير اهتمامهم بقدر ما تسهم في تنمية المجتمع وترقيته⁽²⁾، رغم أن الأوروبيين مازالوا متشككين من هذا المفهوم الذي يعتبرونه جزء من عملية الترويج للأنظمة السياسية السلطوية وشخصها في دول العالم الثالث⁽³⁾، كما استنتج بعد أن استعرض مختلف التعريفات المقدمة في هذا الإطار، أن هؤلاء اكتفوا بنقل المفاهيم الغربية التي تعكس واقع الصحافة في أوروبا وأمريكا، بحيث لم يأخذ هؤلاء في اعتبارهم الطبيعة الخاصة للصحافة في المجتمعات النامية، بالتزاماتها وواجباتها وانعكاساتها على مفهوم الصحافة والخبر، ذلك أن مفهوم الخبر في المجتمعات المتقدمة لا يمكن أن يؤخذ به كنموذج في البلدان النامية نظرا لطبيعة وخصوصية هذه المجتمعات.

II-4- مفهوم الخبر الصحفي في الأدبيات العربية :

43

من المفاهيم السابقة الذكر، نجد أن هناك اختلافات واضحة في التعريفات الموضوعية لتحديد ماهية الخبر، تعريفات وضعها إعلاميون مارسوا المهنة لسنوات وأكاديميون وباحثون اجتهدوا في هذا المجال وحاولوا تحديد أطر واضحة المعالم للخبر، إلا أن الحقيقة تؤكد على عدم وجود تعريف جامع وشامل للخبر⁽⁴⁾. ورغم ذلك سنحاول في هذا الجزء رصد بعض المحاولات العربية لتقديم تعريف للخبر، بما يتلاءم وخصوصية المجتمعات العربية.

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

(1)-سليمان صالح: مرجع سابق، ص 27.

(2)-فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، الطبعة الرابعة، 2000، مرجع سابق، ص 37.

(3)-محمد نجيب الصرايرة، التدفق الإخباري الدولي، مشكلة توازن أم اختلاف مفاهيم، مجلة العلوم الاجتماعية (جامعة الكويت - المجلد 17 - العدد 1-1989م.) ص 251.

(4)- عبد العالي رزاق، الخبر في الصحافة، الإذاعة، التلفزيون والانترنت (الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع،

من أهم مواد الصحيفة، وأنها تهتم القراء من جانب وتهتم الصحيفة نفسها من جانب آخر وأنها تعتبر مورداً من موارد الثروة للصحيفة" (1). ويرى فاروق أبو زيد أن عنصر الأهمية الذي ركز عليه عبد اللطيف حمزة لا خلاف حوله ولكن الخلاف حول محاولته اعتبارها تعريفاً للخبر، ذلك أن تأكيد أهمية الشيء لا يمكن اعتبارها تعريفاً له، بل ولا يغني عن تعريفه (2).

من جهته، يعرف محمود أدهم الخبر، بعد أن قدم حوالي 100 تعريف له، أنه وصف موضوعي دقيق تطلع به الصحيفة أو المجلة قراءها في لغة سهلة وواضحة وعبارات قصيرة، على الوقائع والتفاصيل والأسباب والنتائج المتاحة والمتابعة لحدث حالي أو رأي أو موقف جديد أو متجدد، لافت للنظر أو فكرة أو قضية أو نشاط هام وقعت غالباً أو مستمرة الوقوع أو تؤكد أنها ستقع، تتصل - جميعها - بمجتمعهم وأفراده وما فيه أو بالمجتمعات الأخرى، كما تساهم في توعيتهم وتنقيفهم وتسليتهم وتحقيق الريح المادي لها (3) ويرى عبد العالي رزاقى أنه "تعريف ينسحب على الصحافة المكتوبة دون السمعي - البصري أو إعلام الانترنت، وهو مجهود جدير بالتنويه، ولكنه يصعب تعميمه إعلامياً" (4).

أما جلال الدين الحمامصي، فيرى في كتابه المندوب الصحفي أن الخبر الصحفي هو كل خبر يرى رئيس التحرير أو رئيس قسم الأخبار أنه جدير بأن يجمع ويطلع وينشر على الناس، لحكمة أساسية هي أن الخبر في مفهومه يهتم (أكبر جمع) من الناس ويرون في مادته إما (فائدة) ذاتية، أو توجيهاً ما لأداء عمل أساسي أو تكليفاً بواجب معين إلى آخر ما يراه الناس واجبا ويتحتم على الصحافة كأداة من أدوات الإعلام أن تؤديه نحوهم (5). وترى أمال سعد المتولي أن هذا التعريف قدمه وليار بلاير (6)، أما فاروق أبو زيد فيرى أن تعريف الحمامصي يكاد يتطابق تماماً مع تعريف كارل وارن على أن الخبر لا بد أن يثير انتباه أو اهتمام أكبر عدد من الناس، كما أن تعريف الحمامصي يجمع بين جوانب من المفهوم الليبرالي للخبر في تركيزه على ضرورة أن يثير الخبر اهتمام أكبر عدد من الناس، وبين جوانب من

-
- (1)- عبد اللطيف حمزة، المدخل في فن التحرير الصحفي، مرجع سابق، ص 44-46.
 - (2)- فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، الطبعة الثالثة (القاهرة: عالم الكتب، 1998) ص 29.
 - (3)- محمود أدهم: فن الخبر، سلسلة فنون التحرير بين النظرية والتطبيق (القاهرة: د.ت.ن) ص 14-26.
 - (4)- عبد العالي رزاقى، مرجع سابق، ص 24.
 - (5)- جلال الدين الحمامصي: المندوب الصحفي (القاهرة: دار المعارف، 1963) ص 23.
 - (6)- أمال سعد المتولي، دراسة نقدية لتعريف الخبر في الأدبيات العربية، مجلة البحوث الإعلامية (القاهرة - جامعة الأزهر - العدد 8 - 1998) ص 79.

المفهوم القائم على نظرية المسؤولية الاجتماعية في تركيزه على ضرورة أن يكون الخبر مفيداً⁽¹⁾. أما خليل صابات فيرى أن الخبر يجب "أن يحوي شيئاً خارجاً عن المعتاد والمألوف ليؤثر في الناس وأن يتميز بالفائدة والأهمية والجدة والصدق"⁽²⁾. نلاحظ من خلال هذا التعريف أنه انصب على ذكر العناصر الواجب توافرها في الخبر، وهو الخلاف الموجود حالياً بين مختلف التعريفات المقدمة لهذه المادة الإعلامية والمتمثل في عدم التفرقة بين تعريف الخبر وعناصره.

ويعرفه صلاح الدين قبضايا "بأنه سرد لحادث يؤثر في العلاقات الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية ويغير وضعاً قائماً أو يوقع اضطراباً"⁽³⁾، يركز هذا التعريف على أن الخبر يحدث تغييراً ما أو يوقع اضطراباً، وهذا ما يتوقع من الخبر في الأنظمة الليبرالية.

وتعرفه إجلال خليفة أنه "الحياة بأبعادها المختلفة فهو يسجل الأنشطة الإنسانية على أن تُعطى للقارئ (مجردة) من رأي المحرر، أو أي تدخل من الصحيفة في شكل استحسان أو استنكار لها، كما أنه (يهم أكبر) عدد من الناس لأسباب يتفوقون عليها على الرغم من اختلافهم في التكوين الشخصي والثقافي والفكري والمستوى العقلي"⁽⁴⁾ حاولت إجلال خليفة من خلال هذا التعريف الابتعاد بالخبر عن الإثارة من جهة، والفصل بين الخبر والرأي من جهة ثانية. أما تعريف مرعي المذكور للخبر فقد جاء على أنه "عرض دقيق وموضوعي تقدمه الصحيفة عن مجريات الأمور من أحداث وأراء، وأفكار ومشروعات وظواهر ومشكلات وقوانين وابتكارات وبحوث وجرائم وقعت بالفعل أو تأكد وقوعها، تهم القراء وتؤثر فيهم وتساهم في (تنقيفهم) و(توجيههم) بما يتفق و(تنمية) مجتمعاتهم بحيث لا يتعارض ذلك مع (عقيدة) المجتمع وقيمة"⁽⁵⁾، ركز هذا التعريف على المواصفات التي يجب أن تتوفر في الخبر (الدقة، الموضوعية) وعلى بعض العناصر الإخبارية مثل (الأهمية، التنمية) مع ضرورة الحفاظ على قيم المجتمع.

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

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

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

(3) - صلاح الدين قبضايا: تحرير ولخراج الصحف (القاهرة: المكتب المصري الحديث، 1985) ص 37.

(4) إجلال خليفة: علم التحرير الصحفي وتطبيقاته العملية في وسائل الاتصال الجماهير، ج 1، ط 1 (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1980) ص 45.

(5) - مرعي المذكور: الصحافة الإخبارية، الطبعة الأولى (القاهرة: دار الشروق، 2002) ص 34.

معينة"⁽¹⁾، أما السيد بخيث فيعرفه على " أنه حدث أو عملية ذات صفات وخصائص معينة، تميزه عن غيره، ويتم من خلاله تزويد الأفراد بمعرفة حول ما يجري من وقائع في النواحي المختلفة من الحياة"⁽²⁾، وترى أمال سعد المتولي أن تعريف عبد الفتاح عبد النبي والسيد بخيث يتفقان، بل يكاد يكون نص التعريف الذي قدماه واحد⁽³⁾.

انتقد فاروق أبو زيد كل التعريفات التي قدمت للخبر منذ أقدم تعريف له، وناقش مفاهيم الخبر في النظريات الإعلامية المختلفة، حيث شكلت "الإثارة" أهم عنصر في المدرسة الليبرالية، في حين نجد أن الخبر موجه في المدرسة الاشتراكية، ويركز على الوظيفة والجدوى في المسؤولية الاجتماعية، ويرى أن من تصدوا لتعريف الخبر في المكتبة العربية، سواء من تبنى منهم المفهوم الليبرالي للخبر، أو المفهوم القائم على المسؤولية الاجتماعية أو المفهوم الاشتراكي، قد تجاهلوا تماما واقع الصحافة العربية كجزء من العالم النامي، ولقد اكتفى هؤلاء في -رأيه- بنقل المفاهيم الغربية للخبر والتي هي انعكاس لواقع الصحافة في دول العالم المتقدم⁽⁴⁾ وتوصل فاروق أبو زيد إلى وضع تعريف للخبر على أنه " تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح عدد أكبر من القراء تثير اهتماماتهم بقدر ما تساهم في تنمية المجتمع وترقيته"⁽⁵⁾، ويرى عبد العالي رزاقى أن هذا التعريف لا يضيف جديدا إلى ما جاء به محمود أدهم في تعريفه السابق المتعلق بالصحافة المكتوبة⁽⁶⁾، كما يثير هذا التعريف حسب حمدي حسن العديد من التساؤلات حول مفهوم الموضوعية والدقة والاهتمام في السياق الصحفي في دول العالم الثالث، وأن تعريف فاروق أبو زيد يقترب من المفهوم الآسيوي للأخبار التنموية كما ظهر في بداية السبعينيات⁽⁷⁾، و من جهتنا، نرى أن فاروق أبو زيد حاول ربط تعريف الخبر بعلمية التنمية، وهو ما يتوقع أن يؤديه الخبر كوظيفة في المجتمعات النامية أو الدول العربية مع ضرورة التفرقة بين صحافة التنمية ووسائل الاتصال المساندة للتنمية والتي تصمم لدعم ودفع قضية التنمية الاقتصادية.

ويخلص عبد العالي رزاقى إلى أن "الخبر هو كل ما يولد ليموت، يبقى مرهونا بالأسئلة المحددة

(1) - عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي: سوسولوجيا الخبر الصحفي: دراسة في انتقاء ونشر الأخبار، مرجع سابق، ص 24.

(2) - السيد بخيث محمد درويش: الصحافة المصرية، قيم الأخبار وتزييف الوعي، ط1 (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع،

1998) ص 26.

(3) - أمال سعد المتولي، مرجع سابق، ص 82.

(4) - المرجع نفسه، ص 82-83.

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

(6) - عبد العالي رزاقى، مرجع سابق، ص 26.

(7) - حمدي حسن: مرجع سابق، ص 52.

مسبقاً، والتي يجب الإجابة عنها في أي خبر كان⁽¹⁾، وبهذا التعريف ينساق الباحث وراء أهم عنصر في الخبر في الأنظمة الليبرالية وهو الحالية. ولم يقدم كل من حمدي حسن مفهوماً للخبر بقدر ما قدم مناقشة حول تعريفاته، ومفاهيمه، إذ يرى "أن أي تعريف هو انعكاس للخبرات المتاحة وكذلك يحمل وجهة نظر المجتمع والثقافة السائدة، ومن ثم فلا وجود لأي تعريف خارج الثقافات البشرية المتباينة، أو بعيداً عن المؤثرات الثقافية، ورصد اتجاهين لتقديم مفهوم الخبر، اتجاه تجريدي وآخر واقعي"⁽²⁾، أما سليمان صالح فلم يقدم تعريفاً للخبر لكنه لمس حقيقة وهي أن الخبر في الصحافة العربية لم يستطع التحرر من المفهوم الغربي الرأسمالي للخبر بالرغم من أن تنظيم أوضاعها الأخرى غير رأسمالي، إذ خضعت لفلسفات سلطوية وشيوعية⁽³⁾، ويعقب عبد الستار جواد على الجهود التي انصبت على محاولة تعريف الخبر، دون أن يقدم تعريفاً له، فيجد أنها اتجهت إلى الأحداث التي تكونت فيها الأخبار وليس الأخبار ذاتها، وقد جرت محاولات عديدة للوصول إلى تعريف جامع شامل للخبر، إلا أنها - حسب رأيه - تتحدث عن العملية الإخبارية ووصف تغطيتها، أكثر من تحديد تعريف للخبر، أو وصفه بلغة محكمة موجزة تحدد أبعاده وتوضح مفهومه⁽⁴⁾.

أما أمال سعد المتولي فبعد أن تعرضت بالنقد والتحليل للعديد من التعريفات التي تقدم بها إعلاميون وأكاديميون وباحثون، خلصت إلى أن تعدد التعريفات لا يعكس تعقد الخبر، كما رفضت الرأي القائل بأن المسألة ليست تقديم تعريف، ولكن تعدد التعريفات يعني تعدد الزوايا التي يمكن منها النظر إلى الخبر أي المكونات والعناصر، وأن هناك زاوية لم يتطرق إليها أحد وهي ما هو الدافع لدى الإنسان لمعرفة الخبر، وتتوصل إلى تقديم تعريف للخبر على أنه استقصاء موضوعي لكشف غموض إحدى الظواهر (الطبيعية - الإنسانية) في اللحظة الآنية بما يشبع رغبة حب الاستطلاع لدى الإنسان⁽⁵⁾، لكن الباحثة لم تتعد كثيراً عن التعريفات السابقة الذكر، إذا ضمنت تعريفها أحد مواصفات الخبر (الموضوعية) وأقرت بوجودها في العمل الصحفي، كما شمل التعريف أحد عناصر الخبر (الآنية أو الحالية)، فضلاً عن أنها شرحت آخر جزء في التعريف - بما يشبع حب الاستطلاع لدى الإنسان - بعدم الاكتفاء بمعرفة الظاهرة أو الحدث ولكن ملابساتها وكل ما يتعلق بها، وفي رأينا أن هذا الجزء من التعريف قد ينطبق

(1) - عبد العالي رزاق: مرجع سابق، ص 28.

(2) - حمدي حسن: مرجع سابق، ص 44-50.

(3) - أمال سعد المتولي، مرجع سابق، ص 83.

(4) - عبد الستار جواد، فن كتابه الأخبار، الطبعة الثالثة (الأردن: دار مجد لأوى، 2001) ص 44.

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

على أنواع صحفية أخرى.

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

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

وفي الأخير فإننا نتفق مع ما توصل إليه الصرايرة من أن المفاهيم المتباينة لمعنى الأخبار، مصدرها الاختلاف في النظرية الفكرية التي تسود كل مجتمع من المجتمعات المختلفة، والتي تؤثر بشكل فاعل على المعايير التي تحكم وسائل الإعلام ووظائفها في المجتمع⁽⁴⁾.

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

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

(3) - المرجع نفسه، ص 9.

(4) - محمد نجيب الصرايرة، مرجع سابق، ص 255.

III - مفهوم الخبر الصحفي حسب الاتجاه المهني والوظيفي:

III-1- ضوابط الخبر الصحفي في الاتجاه المهني:

يستدل من العنوان على الاتجاهات والضوابط التي تحكم الخبر الصحفي في الاتجاه المهني، فأغلبية أنصاره من الممارسين الفعليين للعمل الصحفي، هذا الأخير الذي تحكمه معايير تختلف من فترة لأخرى، وذلك حسب معطيات وظروف كل زمن، بل إن الاختلاف والتباين يكون من صحيفة إلى أخرى في ظل النظام نفسه، فلكل صحيفة اتجاهاتها وانتماءاتها الإيديولوجية والسياسية، وإن كانت لا تخرج عن نفس النظام العام للبلاد، حيث تلعب سياسة الصحيفة دورا في هذا الاختلاف والتباين انطلاقا من أن الأخبار هي ما تقرره المؤسسة الإخبارية، مما يصعب على الذين يحاولون إيجاد تعريف جامع للخبر، الوصول إلى ذلك، لأن العملية تبقى نسبية نظرا للعوامل المتحركة في ذلك والتي تختلف بدورها من زمن لآخر، و من مجتمع لآخر، ومن نظام لآخر،.....الخ. فعادة ما يربط أصحاب هذا الاتجاه تعريف الخبر بمعادلات حسابية، إذ يُفق على أنه "ليس هناك تعريفات قاطعة للأخبار وإنما هناك التقاليد والحاجات المتغيرة للسوق الاستهلاكية"⁽¹⁾.

ومن هنا تأتي مختلف التعريفات المعتمدة في هذا الاتجاه تعبيرا عما يُنتظر من وسائل الإعلام أن تحققه، فالصحف تُعنى قبل كل شيء ببيع سلعة تسمى "الخبر"⁽²⁾، ومن ثم يصبح الخبر "إيراد لحادث تنشره الجريدة اعتقادا منها بأن ذلك يعود عليها بالربح"⁽³⁾، وبالتالي يمكننا القول بأن الصحف في ظل هذا الاتجاه تتاجر في سلعة تسمى "الخبر". يسود هذا الاتجاه في المجتمعات الليبرالية التي تؤكد على حرية الصحافة وتفسح المجال للممارسة الإعلامية الحرة، إذ ينظر إلى هذه المؤسسات على أنها مشاريع تجارية تسعى إلى تحقيق الربح مثلها مثل باقي المؤسسات والمشاريع الاقتصادية الأخرى.

وانطلاقا من الاعتبارات التي بني عليها هذا الاتجاه، يتم التعامل مع الخبر الصحفي من منظور مهني بحث حيث يقاس العمل الصحفي بمدى نجاحه في زيادة التوزيع وإبراز المهارة المهنية التي تتمثل أساسا في تحقيق الاعتبارات الفاعلة في سوق الاستهلاك كالسبق الصحفي والتركيز على بعض القيم التي

(1) - كارولين ديانا لويس: مرجع سابق، ص34.

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

(3) - المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

تدفع القراء قراءة محتوى الجرائد، كالأثر، الغرابة، الجنس، وغيرها من القيم التي يتوقع الصحفيون أنها ستزيد من توزيع الصحف أو ما تحققه من رواج للصحيفة.

يختفي أصحاب هذا الاتجاه وراء اعتبارات عديدة لتبرير هذا التوجه نحو هذا النوع من الأخبار، منها أن الصحف تسعى لتقديم ما يرغب الجمهور في معرفته، رغم أنه من الصعب معرفة ذلك، أو أن وسائل الإعلام تنشر ما يهم الجمهور، رغم أنه ليس هناك أهمية عامة مطلقة لكل الأخبار الصحفية، ولكن أهميتها في الواقع نسبية. وقد انتقد هذا الاتجاه، بداية بوصفه يمثل الصحافة الصفراء أو ما اصطلح على تسميته بـ"صحافة الإثارة والفضائح"، كما يكشف هذا الاتجاه عن الطابع النفعي أو الانتهازي الذي يحكم أنصاره في ممارسة العمل الصحفي.

III- 2- ضوابط الخبر الصحفي في الاتجاه الوظيفي:

ينظر أنصار هذا الاتجاه إلى الخبر من منظور الوظيفة الاجتماعية للخبر ومصالح الجمهور والمسؤولية في العمل الإعلامي بصفة عامة. كما يظهر هذا الاتجاه واضحا في المجتمعات الاشتراكية التي تنظر إلى الصحافة باعتبارها أحد أجهزة الدولة على حد تعبير خروشوف " الصحافة هي سلاحنا الإيديولوجي الرئيس"، وهذا ما يفرض عليها الدفاع على المبادئ التي رسمها الحزب أو الحكومة، كما يمكن أن يستدل على وجود هذه الخاصية في التوجه الاشتراكي من خلال تضمين المعايير التي يُنتقى على أساسها الخبر " قيمة المسؤولية الاجتماعية"، كما يتحمس لهذا الاتجاه العديد من الباحثين في دول العالم الثالث حيث عادة ما يتم التأكيد على الوظيفة التنموية للإعلام والالتزام بدعم عمليات التغيير والعمران ومساندة إجراءات النخب الحاكمة... الخ في مواجهة القضايا والمشكلات التي تعوق مسيرة التنمية في المجتمع"⁽¹⁾، فالتنمية تمثل قيمة إخبارية رئيسية في العالم الثالث والخبر هو النمو والتنمية، و الخبر هو أيضا السدود والمباني الجديدة والطرق"⁽²⁾. وعلى هذا الأساس يتم تعريف الخبر في هذه المجتمعات بأنه " مسؤولية على الرغم من أن هذه القيمة الإخبارية لها ثقلها في جميع أنحاء العالم الثالثة، إن الخبر المسؤول داخل التركيبات الهشة في دول العالم الثالث يعد أمرا ضروريا لا غنى عنه"⁽³⁾.

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

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

(3) - المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

جاء هذا الاتجاه كرد فعل للمفهوم الليبرالي للخبر الذي يخول للصحفي في ظل نظرية الحرية إمكانية النشر بلا رقابة ولا قيود، " إن حرية النشر وفقا لهذه الرؤية تقابلها مسؤولية، ومن يتمتع بالحرية عليه التزامات معينة قبل المجتمع، وإذا تحملت الصحف مسؤولياتها وجعلتها أساس سياستها في العمل فإنها تستحق الحرية الممنوحة لها، والا فإن الأمر يتطلب التدخل لتصحيح مسارها وتوجهاتها للقيام بواجباتها الأساسية قبل الأفراد والمجتمع الذي تعمل فيه"⁽¹⁾، إن الحرية لا بد وأن تقابلها مسؤولية، وبالتالي فمن يتمتع بالحرية عليه التزامات معينة قبل المجتمع، لقد تغير مفهوم الحرية بحيث أصبح يضمن توجيهها نحو خدمة المجتمع.

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

ويرى عبد النبي عبد الفتاح في كتابه سوسيولوجيا الخبر الصحفي، أنه في الوقت الذي نجد فيه وضوح منطوق وأهداف أنصار الاتجاه الأول، رغم التحفظ الشديد عليه، فإننا نجد تعريفات أنصار الاتجاه الثاني، وما تقوم عليه من مبادئ ومفاهيم تتسم بالعمومية والغموض الشديد، إلى الحد الذي يترتب عليه صعوبة تطبيق هذه التعريفات في الممارسة العملية⁽²⁾.

من المفاهيم السابقة الذكر، نجد أن هناك اختلافات واضحة في التعريفات الموضوعية لتحديد ماهية الخبر في دول العالم الثالث، ويرجع ذلك لعدم وضوح الرؤية بالنسبة لهذه الدول ما أفرز خليطا من

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

(2) - المرجع نفسه، ص 22.

النظم الإعلامية، بحيث لا يمكن أن يؤخذ بمفهوم الخبر في المجتمعات المتقدمة أو بمفهومه في المجتمعات الاشتراكية كنموذج في البلدان النامية نظرا لطبيعة وخصوصية هذه المجتمعات.

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

IV - القيم الخبرية وعناصرها في مختلف الأنظمة الإعلامية.

يتناول هذا الجزء القيم الخبرية من خلال استعراض مفهومها في الدراسات الأجنبية والعربية، انطلاقاً من العناصر الآتية:

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

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

1- التطرق إلى مداخل دراسة القيم الخبرية نظراً لأهميتها في تحقيق ما يسمى بالجدارة الإخبارية، فضلاً عن عرض خصائص القيم الخبرية.

IV - 1- تعريف القيم:

تعني القيمة في اللغة العربية " ثمن الشيء بالتقويم"⁽¹⁾، وتعني القيمة في معجم القرآن الكريم: الطريق الثابت المستقيم الذي لا عوج فيه⁽²⁾. ويشير قاموس علم الاجتماع أن مفهوم القيم لم ينتشر في العلوم الاجتماعية إلا حديثاً إذ يعد كل من توماس وزنانيكي أول من استخدم هذا المفهوم في كتابهما "الفلاح البولندي في أوروبا وأمريكا"، حيث عرف القيمة الاجتماعية بأنها تعني أي معنى ينطوي على مضمون واقعي وتقبله جماعة اجتماعية معينة، كما أن لها معنى محدداً حيث تصبح في ضوئه موضوعاً معيناً، أو نشاطاً خاصاً⁽³⁾.

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

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

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

ومن بين التعريفات الهامة للمصطلح أيضاً تعريف كلاهون (C.Klukhohn) " فالقيمة هي تصور، واضح أو مضمّر، يميز الفرد أو الجماعة ويحدد ما هو مرغوب فيه بحيث يسمح لنا بالاختيار من الأساليب المتغيرة للسلوك، والوسائل، والأهداف الخاصة بالفعل" (1).

ويعرف محمد أحمد بيومي القيمة "على أنها المرغوب فيه، بمعنى أي شيء مرغوب من الفرد أو الجماعة الاجتماعية. وموضوع الرغبة قد يكون موضوعاً مادياً أو علاقة اجتماعية أو أفكار أو بصفة عامة أي شيء يتطلبه ويرغبه المجتمع" (2). ويرى عبد العالي رزاق، " أن القيم تختلف من مجتمع لآخر، وأنها تتعدد تعريفاتها داخل المجتمع الواحد، ولكل شعب قيمه، ولكن هناك فرقاً بين القيم المتغيرة والثابتة في المجتمع، فالقيم المتغيرة هو إجماع فئة أو شريحة أو مجموعة على اتخاذ موقف إيجابي أو سلبي إزاء فكرة أو قضية في ظرف معين، أما القيم الثابتة فهي القيم التي يتم دسترتها داخل أي مجتمع، والقيم المتغيرة التي يتم الإجماع حولها قد تصبح من ثوابت المجتمع، إذا صارت عرفاً أو قانوناً، وهي تنتشر في جميع مجالات الحياة، ويتفاوت التعامل معها" (3).

ويعد مفهوم القيمة على شيوخ استخدامه واحداً من أكثر المفاهيم المستخدمة في العلوم الاجتماعية غموضاً وإثارة للخلاف على الإطلاق إذ يختلط هذا المفهوم بعدد كبير من المفاهيم الأخرى المشابهة، كالاتجاه، والمعتقد، والمعيّار، والدافع، والرغبة (4).

ويرجع عدم التحكم في ضبط وتحديد مفهوم القيمة إلى التعريفات المختلفة التي تطرقت وتناولت الموضوع والتي حاولت تقديم تعريف لهذا المفهوم، وذلك انطلاقاً من وجهات نظر مختلفة، فإن كل هذه الأسباب والمعطيات "دفعت ببعض الباحثين إلى التشكيك في كلمة (القيمة) ذاتها نتيجة استخداماتها المتباينة والمتناقضة والدعوى إلى استخدام مصطلح جديد بديلاً للكلمة الإنجليزية (Value) مثل مصطلح الاتجاهات المشتركة" (5).

(1)- المرجع نفسه، ص 505 - 506.

(2)- محمد احمد بيومي: علم اجتماع القيم (مصر: دار المعرفة الجامعية د.ت.ن.) ص 146.

(3)- عبد العالي رزاق: مرجع سابق، ص 107.

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

(5)- عبد الفتاح إبراهيم محمود عبد النبي، دور الصحافة في تغيير القيم الاجتماعية، مرجع سابق، ص 19.

وقد ذهب فريق آخر في تحديد مفهوم القيمة بالعودة إلى الإطار الديني الذي يحكمه، ومن ثم جاء تحديد القيمة في المفهوم الإسلامي على أنها " نسق من المعايير الثابتة للسلوك الإنساني التفضيلي تتجسد في ممارسات سلوكية لفظية أو حركية، مباشرة أو غير مباشرة، صريحة أو ضمنية، تهدف إلى تحقيق أمر مرغوب فيه، وتنقل عبر الأجيال عن طريق أجهزة التنشئة الاجتماعية⁽¹⁾ .

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

يتفاوت نسق القيم من مجتمع لآخر، وما يضعه مجتمع في قائمة أولوياته، قد لا يراه كذلك مجتمع آخر، وإن كان ذلك لا ينفي وجود بعض القيم العامة المشتركة بين المجتمعات المختلفة، وفي داخل المجتمع الواحد، كما "أن القيم تنتظم في بناء هرمي، بمعنى أن القيم ليست ذات درجة واحدة من الأهمية، ولكن هناك قيماً تحتل مركز الصدارة ولها الأولوية، ثم تليها قيماً أخرى، وهكذا، بالإضافة إلى أن الحكم على سلبية القيم وإيجابياتها يجب أن يتم من خلال الحكم على أهدافها، أي أنه يجب التركيز في دراسة القيم على أهدافها وغاياتها، بدلاً من التركيز على لفظ القيمة ذاتها⁽⁴⁾ .

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

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

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

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

ومهما كانت طبيعة التناقض والغموض الذي يحيط بمفهوم القيمة، وتعدد الأسباب والمسببات وراء هذا التناقض والخلاف بين الباحثين في تحديد مدلولها، فقد حدد عبد النبي عبد الفتاح انطلاقاً من واقع التعريفات المقدمة في هذا الشأن، بعض المؤشرات العامة حول مدلول لفظ القيمة⁽¹⁾:

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

IV - 2 - تصنيف القيم:

تتطوي عملية تصنيف القيم على صعوبات كثيرة ترجع إلى تعدد التعريفات التي صاغها الباحثون حول مفهوم القيم، ومن ثم تعددت طرق التصنيف ونماذجه، واختلفت المبادئ التي تنهض عليها التصنيفات والزوايا التي تتم من خلالها، ومنها⁽³⁾: بعد المحتوى كالقيم الجمالية والاقتصادية والسياسية

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

(2)- محمد محمد الزلياني: القيم الاجتماعية، مدخلا للدراسات الأنثروبولوجية والاجتماعية (مصر: مطبعة الاستقلال الكبرى، 1973) ص 26.

(3)- أنظر فوزية دياب: القيم والعادات الاجتماعية (مصر: دار الكتاب للطباعة والنشر، د.ت.ن.) ص 73 - 100، عبد الفتاح عبد النبي، دور الصحافة المصرية في تغيير القيم الاجتماعية، مرجع سابق، ص 44-46، صابر سليمان عسران، القيم الإسلامية التي يتضمنها المسلسل العربي بالتلفزيون المصري، مرجع سابق، ص 37-42، محمد عبد البديع السعيد: أثر القنوات الفضائية على القيم الأسرية، الطبعة الأولى (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2009 م.) ص 89-

والاجتماعية الخ، ويدُعد المقصد كقيم وسائلية وهدفية أو غائية، ويدُعد الشدة كالقيم الملزمة والتفضيلية والمثالية، ويدُعد العمومية كالقيم المنتشرة في المجتمع والقيم الخاصة بفئات اجتماعية أو مهنية معينة أو عامة أو لخاصة، ويدُعد الوضوح حيث تصنف القيم في هذه الحالة إلى قيم ظاهرة أو صريحة يعبر عنها بالكلام، وأخرى ضمنية يمكن استخلاصها، ويستدل على وجودها بالسلوك والاختبارات وتحليل المضمون، ويدُعد الدوام حيث تصنف إلى قيم عابرة (مادية) وقيم دائمة (روحية) نسبياً، كما أن هناك من يقسمها طبقاً للنظم الاجتماعية إلى قيم بيئية وإيديولوجية وسياسية وعائلية وتعليمية وتربوية ودينية.

يستدل من خلال ما تقدم تعدد المفاهيم والتعريفات المستخدمة لبيان معنى القيم، حيث تم تناول هذا المفهوم من طرف العديد من الباحثين في مختلف العلوم الاجتماعية، ولعله من الطبيعي أن يرتبط علم الاتصال بنتائج تلك الدراسات وغيرها عند دراسة محتوى الاتصال عامة والقيم الخبرية المختلفة خاصة، إذ أنه لا يمكن دراسة القيم الخبرية بعيداً عن قيم المجتمع، ولا يمكن فهم القيم الخبرية لصحيفة ما إلا في إطار الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية لها وللمجتمع الذي تصدر فيه.

IV-3- مفهوم القيم الخبرية:

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

نحاول أن نستعرض مفهوم القيم الخبرية كما وردت في العديد من الدراسات الأجنبية والعربية، مع الإشارة إلى أنه يتعذر فهم أو تحديد القيم الخبرية لوسيلة إعلامية، أو لصحيفة ما بعيداً عن قيم المجتمع الذي تصدر فيه، بالإضافة إلى أن القيم الخبرية تتباين من صحفي إلى آخر، ومن صحيفة لأخرى، ومن مجتمع لآخر، ومن فترة زمنية لأخرى، فالقيم الخبرية التي تحكمت في صياغة المادة الخبرية في عهد الحزب الواحد تختلف وتتباين عن القيم الخبرية في عهد التعددية الإعلامية وإن كان ذلك على مستوى ترتيب هذه القيم من حيث الأهمية فقط، هذا بالرغم من وجود قيم مشتركة وعامة، يتفق عليها المجتمع الصحفي والتي تمثل إطاراً مرجعياً في الاختيار والانتقاء والنشر.

101، هاشم حسن تميمي: فلسفة الخبر الصحفي، دراسة لمفهوم القيم الخبرية في الصحافة العراقية، الطبعة الأولى (الأردن: دار ورد الأردنية للنشر والتوزيع، 2008 م.) ص 54، محمد احمد بيومي: مرجع سابق، ص 163.

إن موضوع القيم الخبرية مازال مطروحاً للنقاش ولم يحسم فيه الأمر بعد، لأنه موضع خلاف بين الباحثين، بسبب الاختلاف والتباين بين المجتمعات والمؤسسات ومختلف القطاعات في علاقاتها مع وسائل الإعلام، إذ أن القائم بالاتصال يتعامل ويترجم المادة الإعلامية في إطار ثقافته الخاصة، فعلى سبيل المثال، شكلت حادثة وفاة الأميرة ديانا في 1997 م. أكبر قصة جريمة في الصحافة البريطانية في تلك الفترة، بينما لم ينشر الخبر في أحد الصحف الرئيسية في الفيتنام إلا بعد مرور أسبوعين عن الحادث، تحت عنوان "امرأة جميلة تموت"⁽¹⁾، ومن ثم فإن وسائل الإعلام بمختلف اتجاهاتها وانتماءاتها تساهم في إبراز قيم على أخرى، من خلال وضع بعضها في الصدارة ومن ثم خلق الاهتمام بها والتركيز عليها من خلال تكثيف النشر حولها، في حين أن قيم أخرى تغيب وتتقهقر بسبب عدم الاهتمام بها، أو أنها لا تشكل أهمية مقارنة مع القيم التي يتم التركيز عليها، ومن هذا المنطلق فإن وسائل الإعلام تساهم بشكل كبير في تحديد اتجاه الجمهور، وفي ترتيبه للأحداث أو ما يطلق عليه دور وسائل الإعلام في بناء أجندة الأحداث، إذ أن المواد الخبرية، تقوم على إشباع الفضول لدى الجمهور المتلقي في معرفة ما يحيط بهم من أحداث وتطوراتها وهذا يساعدهم على تكوين وجهات نظر تجاه هذه الأحداث واتخاذ مواقف تجاهها⁽²⁾.

58 لقد تعددت التعريفات الخاصة بالقيم الخبرية منها أنها "مفتاح صغير لحل سؤال لماذا تعتبر قصة ما جديدة بالإخبار عنها"⁽³⁾ أو "أنها المقياس الذي يتم على أساسه عملية المفاضلة بين خبر وآخر عند النشر، أو أنها المقياس الذي يتم على أساسه تحديد أهمية الأنباء وطريقة بناء المادة الإخبارية وذلك على ضوء محدودية الموارد والوقت والمساحة وغزارة الأخبار المتدفقة يومياً إلى الوسيلة الإعلامية، أو هي تلك العناصر التي إذا توافرت في أحد الأخبار زادت فرصته في النشر"⁽⁴⁾.

ويشير هاشم حسن التميمي قبل تقديم مفهومه الخاص للقيم الخبرية أن الدراسات التي اهتمت بهذا المجال، ركزت إما على الحدث أو الخبر أولاً وعلاقة ذلك بالمرسل (القائم بالاتصال) المبلغ ثانياً، ولما على الجمهور (المتلقي)، لينتهي إلى اعتبار القيم الخبرية من الناحية الذاتية الإطار الإدراكي والدلالي - الصريح أو الضمني - الذي يجعل القائم بالاتصال " فرداً أو مجموعة أفراد أو مؤسسة" قادراً على إدراك

(1)- Graham Meikle: Interpreting News(London: Palgrave Macmillan, 2009) p. 25.

(2)-سوزان القليني، هبه السمري: إنتاج البرامج للراديو والتلفزيون، ط1(القاهرة: مكتبة الشباب، 1993 م.) ص 97.

(3)- John Hartley, Understanding news (London and New York; Methuen, 1982) p. 82.

(4)- السيد بخيث محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية: دراسة تطبيقية في الصحافة القومية و الحزبية خلال 1987-1990، مرجع سابق، ص 34.

وانتقاء القيم الخبرية الأكثر أهمية بين عدد كبير من الوقائع أو المعلومات وله القدرة على صياغتها وتشكيل وإنشاء عناصرها في ترتيب إخباري خاص، ومنحها فرص الظهور عبر إحدى وسائل الإعلام بدرجات من البروز تستمد من طبيعة الوسائل وظرفها الخاص والعام. والقيمة من الناحية الموضوعية تعني مجموعة المكونات الجوهرية التي تتشكل منها الأخبار وتتميز بتميزها وتغيب بغياب أبرزها، ويجد فيها حراس البوابات والجمهور أنها مثيرة للاهتمام، وتستحق التفضيل والإبراز في وسائل الإعلام في زمان ومكان معينين⁽¹⁾. ويرى أن القيمة في هذا التعريف ثلاثة مستويات فهي بالنسبة للقائم بالاتصال تعني المقياس أو المعيار الذهني الذي يستدل به على الأخبار، وللخبر هي الخصائص أو المكونات التي تتوفر فيه وتؤهلها للانتقاء والظهور في وسائل الإعلام، والجمهور يجد في القيمة الإطار الإدراكي الذي يساعده على تفسير وفهم الأخبار⁽²⁾.

كما يعرف نصر الدين العياضي القيم الخبرية على أنها مجموعة المعايير المادية والذهنية التي سيتم على أساسها تحويل الحدث إلى خبر صحفي، فهي الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث والجمهور، وهي تكشف على جوهر الحدث وعن استخدامه الاجتماعي أي تحويله إلى موضوع للاطلاع والمعرفة والفهم⁽³⁾، ويعني سعيد محمد السيد بالقيمة الخبرية "تلك العناصر التي تحدد أسبقية النشر لخبر ما"⁽⁴⁾.

والقيم في أبسط تعريفاتها حسب عبد العالي رزاق، "هي خصائص، أو صفات، أو عناصر، أو مقاييس، أو أسس، أو مبادئ، أو مواصفات، أو معايير، أو مفاهيم، أو سمات، تحدد موقع الخبر في المؤسسة الإعلامية ومكانته في نشرات الأخبار"⁽⁵⁾، أو على أنها مجموعة المعايير المادية والذهنية التي على أساسها يتم تحويل الحدث إلى خبر صحفي، أو هي "تلك (القيم) التي تستخدم في الحكم على صلاحية الأخبار للنشر بواسطة حراس البوابات، كما يتم استخدامها في الحكم على صلاحية تفاصيل معينة في الخبر"⁽⁶⁾.

(1)- هاشم حسن التميمي: فلسفة الخبر الصحفي: مرجع سابق، ص 66.

(2)- المرجع نفسه، ص 67

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

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

(5)- عبد العالي رزاق، مرجع سابق، ص 108

(6)- سليمان صالح: مرجع سابق، ص 69.

ويطلق البعض على القيم الخبرية مصطلح الجدارة الإخبارية " أي ذلك القياس الذي يتقرر بموجبه ما يختار وما يهمل من سجل الأحداث اليومية الحافل الذي يصل إلى المحررين⁽¹⁾، ولا يوجد اتفاق عام حول عدد عناصر الخبر ولا ماهية هذه العناصر⁽²⁾، بالإضافة إلى أن القيم الإخبارية، سواء زاد عددها أو نقص، ما هي إلا افتراضات حُسبية يعتمدها الصحفيون في اختيار ما يعتقدونه يجذب اهتمام الجمهور⁽³⁾.

إن الخلاف في تحديد القيم الخبرية يرجع لعوامل أيديولوجية لأن نظرة الكتاب الليبراليين تختلف عن نظرة الكتاب الاشتراكيين⁽⁴⁾، كذلك يختلف الأمر بين الكتاب الذين ينتمون إلى الدول المتقدمة بين أقرانهم في الدول النامية. فقد أشارت اللجنة الدولية لبحث مشكلات الاتصال، أن الأنباء التي تنشر تعكس واقع وقيم المجتمع الذي تنشر فيه وليس واقع المجتمع الذي صدرت عنه⁽⁵⁾.

إن عملية نشر أو إذاعة أو بث أحداث أو أخبار دون أخرى، وكذلك اختيار أو انتقاء جوانب لحقائق وإغفال أخرى عن كل حدث أو خبر يتم وفق نظام القيم الذي يعتنقه الصحفيون والذي يتوافق مع نظام القيم السائد في مجتمعهم، فكل مجتمع قيمه التي تختلف وتتباين مع قيم المجتمعات الأخرى ولهذا فإن نظام القيم السائد في مجتمع ما سيؤثر بالضرورة على تصورات القائمين بالإعلام في هذه المجتمعات، "بالإضافة إلى المؤثرات المجتمعية التي يقرها البناء الاجتماعي والسياسي، فالقيم الإخبارية تتكون بفعل عوامل عدة منها علاقات النظام السياسي بالدول الأخرى، توجهات الوسيلة الإعلامية وأهدافها، تطور تقنيات وآليات الاتصال والتبادل الإعلامي وبعضها يتشكل بفعل طبيعة الأحداث والأخبار التي تفرض نفسها لتوافر عناصر كالأهمية أو النخبة أو الضخامة، فضلاً عن دور ضغوط المهنة أو المؤسسة والقوى الفاعلة داخلها، وعلاقات العمل التي يكون القائم بالاتصال طرفاً فيها"⁽⁶⁾.

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

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

(3) - عبد الستار جواد: مرجع سابق، ص 55.

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

(5) - السيد بخيث محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية ، دراسة تطبيقية في الصحافة القومية و الحزبية خلال 1987-1990، ص33.

(6) - السيد بخيث محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية، دراسة تطبيقية في الصحافة القومية و الحزبية خلال 1987-1990، مرجع سابق، ص 38.

إذن "يعد موضوع القيم الإخبارية خلاصة لنتائج عمل أطراف عدة، فهو إفران لسياسة نظام، وقيم مجتمع، ونشاط مؤسسات، ومؤهلات أفراد، كما أنه موضوع مطروح عالمياً ومحلياً، ويعد محاولة لتقريب الفجوة بين العلم الأكاديمي والممارسة العملية، واهتمامات المجتمع" (1).

تشير بعض التعريفات إلى ضرورة التفرقة بين القيم الخبرية أو كما يسميها بعض الباحثين عناصر الخبر وبين صفات الخبر كالصدق والدقة والموضوعية والحالية التي تعد من المسؤوليات التي يجب أن يتحلى بها المحرر أو الصحفي عند كتابة مادته الخبرية، لأن عدم تضمينها في الخبر يعد إهداراً لهذه المسؤولية تجاه القارئ أو متلقي الرسالة الإعلامية، "كما أن صفات الخبر لا تعد معياراً من معايير النشر وإنما هي شروط أخلاقية ومهنية ينبغي أن تلتزم بها وسائل الإعلام في نشر الأخبار" (2)، أما القيم الخبرية أو عناصر الخبر "هي خصائص لم تكن حصرها تاريخياً من خلال ملاحظة الأخبار التي تنشرها الصحف والتي تذيعها محطات الراديو والتلفزيون، ولا يوجد اتفاق عام حول عدد عناصر الخبر ولا ماهية هذه العناصر" (3).

لهذا تعددت تصنيفات الكتاب والباحثين لمنظومة القيم الخبرية، حيث قام بعضهم بتصنيفها وفقاً لدول الشمال مقابل دول الجنوب (4)، بينما صنفها البعض الآخر وفقاً للعوامل، كذلك صنفها بعض الباحثين وفقاً للأنظمة السياسية والأيدولوجية (ليبرالي، اشتراكي، أنظمة مختلطة)، وصنفها البعض الآخر بما يزيل الحواجز بين الأنظمة، بحيث يجعل القيم الخبرية قسماً مشتركاً بين كل الأنظمة مع وجود تباينات طبيعية داخل كل مجتمع، وسوف نقوم بتصنيف القيم الخبرية وفقاً للأنظمة السياسية السائدة في العالم وهي تعكس العلاقة التلازمية بين الممارسة الإعلامية بكافة أشكالها والنظام السياسي السائد.

IV-4- مداخل دراسة القيم:

تعرف القيم الخبرية على أنها مجموعة العناصر أو المعايير التي يجب توافرها كلها أو بعضها في الحدث لكي يرقى إلى مستوى الخبر. فالمحرر الذي يجلب الخبر أو يتلقاه من مصادره المختلفة يقوم بأول عملية تقييم يتعرض لها الخبر حيث يزداد اهتمامه بهذا الخبر أو يقل، وبالتالي يبحث عن مزيد من

(1)- المرجع نفسه، ص 8.

(2)- حسن نصر: سناء عبد الرحمن: الخبر الصحفي، الطبعة 1 (الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، 2003 م.) ص 69.

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

(4)- السيد بخيث محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية، دراسة تطبيقية في الصحافة القومية و الحزبية خلال 1987-1990، ص 43.

التفاصيل والحقائق أو يهملها. وعندما يقوم بصياغة وقائع الخبر فإنه قد يهمل أحدها في حين يهتم بأخرى، وقد يبرز عناصر معينة ويضعها في صدر الخبر ويهمل عناصر أخرى فلا يذكرها أو يضعها في نهاية الخبر. ليأتي دور رئيس القسم، فتبدأ عملية التقييم من جديد وقد تنتهي إلى استبعاد أخبار كثيرة و تقديم أخبار بذاتها على أخبار أخرى. ثم يعاد تقييم كل خبر على حده، وتتكرر عملية التقييم من جديد عندما يعاد صياغة تلك الأخبار⁽¹⁾، و في مرحلة الثالثة، يأتي دور رئيس التحرير أو نائبه لتقرير ما يجب أن يُنشر أو يُستبعد، و ما يستحق النشر في الصفحة الأولى أو الأخيرة، وما يوضع في الصفحات الداخلية، دون أن ننسى دور سكرتير التحرير في اختيار المحددات الفنية المتمثلة في مكان نشر الخبر والصورة المرافقة له إلى نوع البنط وعناصر الإبراز. ولا تتوقف أهمية القيم الخبرية في توجيه عملية جلب وتلقي الصحفيين للأخبار ولكن في قياس أهمية هذه الأخبار والمفاضلة بينها في النشر، أو في تحديد طبيعة هذه الأخبار وتوجهاتها العامة⁽²⁾.

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

○ المدخل النفسي:

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

بصفة عامة، يركز هذا المدخل على كل الأخبار التي تؤثر تأثيرا مباشرا أو غير مباشر في مشاعر القارئ ونفسيته، فتحمله على الارتياح أو على الأسف. فصناعة الأخبار هنا يمكن أن تؤدي المهمة المتمثلة في خلق الجو العام لتكريس اتجاهات نفسية معينة نحو قضية ما، تأييدا أو رفضا⁽³⁾.

(1) - محرز حسين غالي: إدارة المؤسسات الصحفية واقتصادياتها في العالم المعاصر، الطبعة الأولى (القاهرة: دار العالم العربي، 2009 م.) ص 246.

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

(3) - عبد النبي خزعل: مرجع سابق، 15.

○ المدخل التنموي:

يستدل من عنوان هذا المدخل أنه يحاول الكشف على نوعية خاصة من القيم الخيرية والتي تتطوي تحتها جميع الأخبار المتعلقة بالتنمية، إذ ينطلق في بحثه من منظور الوظيفة الاجتماعية والتنموية للخبر، وهنا تتحدد قيم مثل الأهمية المجتمعية، والنفعة العام، والتثقيف، والتكامل، والشمول، كقيم خيرية⁽¹⁾.

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

○ المدخل الإيديولوجي:

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

○ المدخل السياسي:

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

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

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

○ المدخل التنظيمي:

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

○ المدخل المؤسسي:

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

IV-5- خصائص القيم الخبرية.

- 1- إن اختلاف الباحثين في تحديد ماهية الخبر الصحفي، نتج عنه اختلاف في تحديد العناصر أو القيم الخبرية، التي تُستقى أو تُنشر على أساسها الأخبار.
- 2- وقد نتج عن ذلك عدم وجود اتفاق حول عدد عناصر القيم، و لا ماهية هذه العناصر، ويرجع ذلك لاختلاف الباحثين في تعريف الخبر الذي يتأثر تحديده بعدة عوامل إيديولوجية، وسياسية، ومهنية... الخ.
- 3- تتفاوت النظرة إلى معايير تقييم الأخبار باختلاف النظم الإعلامية السائدة في المجتمعات، بل إن الاختلاف يمتد إلى تبني كل وسيلة إعلامية لمصفوفة معينة من العناصر الخبرية داخل النظام نفسه، فضلا عن اختلافها من صحفي إلى آخر، على الرغم من أن الصحفيين كثيرا ما يتفقون على عدد من العناصر التي تساهم في صياغة الخبر.

(1) - السيد محمد بخيت درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية: دراسة تطبيقية في الصحافة القومية والحزبية خلال 1987-1990، مرجع سابق، ص 179.

(2) محرز حسين غالي: مرجع سابق، ص 250.

4- هذا ما يدعو إلى القول باستحالة تعميم القيم الخبرية وجعلها قواعد ثابتة تحكم عملية الاختيار والانتقاء على مستوى عالمي، وذلك لنسبية هذه القواعد ومرونتها وتغيرها، وقد أكدت الدراسات السابقة هذا الطرح، من خلال النتائج المتوصل إليها، حيث أظهرت تبني كل وسيلة إعلامية لمصفوفة معينة من المعايير، وإن كان ذلك على مستوى ترتيب هذه القيم من حيث الأولوية والأهمية.

5- تساهم عدة عوامل في تشكيل المنظومة القيمية المعتمدة في انتقاء واختيار الأخبار، منها عوامل خارجية وداخلية، انطلاقاً من أن وسائل الإعلام تتأثر بما يفرزه الواقع الخارجي المحلي، أو الدولي.

6- لا يشترط توافر جميع القيم الجبرية في الخبر، بل قد يرشح خبر للنشر بمجرد تضمنه لبعض العناصر، فتقويم أي خبر يتم على أساس قيمة ووزن كل عنصر من العناصر المكونة له.

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

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

إن التباين في تحديد مفهوم القيمة بصفة عامة، قد انعكس على تحديد القيم الخبرية، ذلك أن هذه الأخيرة تتباين بتعدد الصحفيين والصحف والعاملين بها، والمجتمعات التي ينتمي إليها القارئون على الأخبار، بالإضافة إلى أنها تختلف من فترة زمنية إلى أخرى، وأن أولويات القيم الخبرية متباينة من مجتمع إلى آخر، ومن صحيفة إلى أخرى، بيد أنه توجد قيم إخبارية مشتركة وعامة، يتفق عليها المجتمع الصحفي، وتمثل إطاراً مرجعياً له في الاختيار والانتقاء والنشر.

IV-6- القيم الخبرية في الأنظمة الليبرالية والاشتراكية.

يدور موضوع هذا الجزء حول عرض اجتهادات العديد من الباحثين في الدول الليبرالية والاشتراكية في تحديد العناصر التي يتم على أساسها تقييم أهمية الأحداث والمفاضلة بينها في النشر، ويشمل العناصر التالية:

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

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

IV - 1-6 - أولى تصنيفات القيم الخبرية في الدول الليبرالية:

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

وإذا كان النقاش حول القيم الخبرية ضمن بحوث الاتصال قد بدأ في الستينيات من القرن الماضي، فإن له في الواقع تراثا يمتد إلى القرن السابع عشر، "ففي عام 1676 دعا كريستيان وايز (Christian Wise) إلى ضرورة الفصل بين ماهو حقيقي وماهو زائف في عملية الأخبار، كما تصدى لهذه المسألة أيضا ايراختن هارتناك (ErachtenHartnack) عام 1788 مؤكدا على واقعية الحدث في حياة الناس"⁽¹⁾.

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

(1) - عبد الستار جواد: مرجع سابق، ص 54.

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

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

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

1- الجدة والطرافة.

2- قرب المكان.

3- التأثير

4- الأهمية

5- السلبية.

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

IV - 6 - 2- تصنيف القيم الخبرية في البحوث الإعلامية الحديثة:

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

ويقسم شرام الجزء إلى نوعين هو الجزء العاجل أو الفوري ويشمل الأخبار التي تركز بصورة عامة، على أخبار الجريمة والفساد، والحوادث والنكبات، والرياضة واللهو، والأحداث الاجتماعية وما يتسم بالطابع الإنساني. أما الجزء المؤجل، فيمكن أن يتوقع من أخبار الشؤون العامة، والشؤون الاقتصادية، والمشكلات الاجتماعية والعلوم والثقافة والصحة⁽³⁾. ويختلف الجزء الذي يحققه الخبر من فرد لآخر، فالخبر الذي يحقق جزءا عاجلا لفرد قد يحقق جزءا عاجلا لفرد آخر، و ربما يتحقق مزيج من الجزء العاجل والجزء الآجل لفرد ثالث. أي أن شرام اعتمد على تقييم الأخبار وفقا للمضمون بصرف النظر عن المتلقي⁽⁴⁾.

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

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

(2)- عبد الستار جواد: مرجع سابق، ص54.

(3)- ف. فريزر بوند: مرجع سابق، ص 128.

(4)- حسن عماد مكاوي: الأخبار الإذاعية و التلفزيونية (القاهرة: الدار العربية للنشر و التوزيع، 2009 م.) ص117.

كذلك استخدم الباحثان بادو ووارد "إطارا آخر لتقييم الأخبار الغربية يقوم على أربعة أبعاد هي: الجزء بمعنى استجابة المتلقي للأخبار، الأهمية ويقصد بها مدى تأثير الخبر بشكل مباشر على المتلقي، والبعد الثالث هو التفرد أو الغرابة ويقصد بها الأخبار غير المألوفة، وأخيرا البروز ومعناه أن الخبر يكتسب أهميته لدى المتلقي إذا كان متصلا بشخص أو مكان أو حدث بارز " (1).

ومن أبرز الدراسات التي أجريت لتحديد القيم الخبرية التي يستند إليها القائم بالاتصال في وضع الحدث في دائرة الانتباه، الدراسة التي قام بها جالتونج وماري روج Galtung et Ruge سنة 1965، بتقديمهما مصفوفة من القيم التي تجعل من الحدث خبرا، ومن ثم فإن الأحداث التي تتوافر فيها كل هذه العناصر أو بعضها تكون جديرة بالنشر أو البث (2).

وقد أشار الباحثان إلى اثني عشر عنصرا (3) تحقق ما يسمى بالجدارة الإخبارية وهي: التوقيت Frequency ويعني أن يكون توقيت حدوث الخبر متزامنا مع زمن صدور أو بث الوسيلة الإعلامية، الحجم أو الضخامة Threshold والمقصود به حجم الحدث، إذ يوجد حد معين لن ينقل الحدث قبل بلوغه، الوضوح Unambiguity أي أن يكون الحدث واضحا لا يحتمل الغموض، القرب الثقافي أو المطابقة الثقافية Meaningfulness أي اقتراب الحدث أو توافقه مع النسيج الاجتماعي أو أن يتناسب الحدث مع السياق الثقافي للمجتمع حتى يكتسب معنى ومغزى بالنسبة للجمهور، التوافق أو التناغم أو الانسجام Consonance بمعنى أن يتوافق الحدث مع توقعات الوسيلة الإعلامية، وقد قام بدراسة هذه الظاهرة هالوران، حيث وجد أن وسائل الإعلام في تغطيتها لمظاهرات لندن 1968 المناهضة لحرب الفيتنام قد ركزت وبشكل كبير على ما تم توقعه وهو حدوث أعمال عنف، لكن ما حدث لم يعكس توقعات وسائل الإعلام التي لجأت إلى تضخيم الأحداث مع تجاهل القضايا المتنازع عليها، الفجائية أو الغرابة أو عدم التوقع Unexpectedness، الاستمرارية Continuity أي متابعة تداعيات الأحداث التي تم تقديمها وارتباطها بالأحداث، التركيب Composition أي تحقيق التباين في عرض نوعيات الأخبار، دول النخبة أو الدول الكبرى Elite Nations مثل أمريكا وروسيا، وتعد هذه القيمة معيارا أساسيا في انتقاء ونشر أخبار بعض الدول مقارنة بدول أخرى، فعلى سبيل المثال تحظى الانتخابات في فرنسا، ألمانيا وإيطاليا بتغطية أوسع مقارنة بالعملية نفسها في أمريكا اللاتينية وإفريقيا، شخصيات النخبة

(1) Naum Badu and Walter J. Ward, The nature of news in four dimensions, Journalism quarterly, 1980, pp.243-244.

(2) Paul Brighton and Dennis Foy: News values (London Sage Publications, 2007) pp.6-7.

(3) John Hartley, Understanding News, Methuen, London and New York, 1982, pp. 76-79.

أو الشخصيات البارزة في المجتمع Elite People، شخصنة الأحداث Personalization بمعنى جعل الأحداث نتاج أفراد أكثر منها نتاج مؤسسات، إذ أنه من السهل تحديد هوية الأفراد أكثر من الهيئات والمؤسسات، السلبية Negativism فالأخبار السيئة هي أخبار سارة، لأنها غير متوقعة، واضحة، تحدث بسرعة، متناغمة، مؤثرة مقارنة بالأخبار الإيجابية. ويرى جالتونج و روج أن القيم الأربعة الأخيرة وهي النخبة، شخصيات النخبة، التشخيص والسلبية تتفرد بها دول الشمال.

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

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

لكن رغم الإسهامات التي حققتها دراسة جالتونج وروج فيما يتعلق بوضع مصفوفة من القيم التي يتم على أساسها انتقاء واختيار ونشر الأخبار إلا بعض الباحثين رأوا أنه من الضرورة إعادة النظر فيما توصل إليه الباحثان انطلاقاً من عدة اعتبارات، يأتي على رأسها التغيرات الحاصلة في المجال الإعلامي، فالعالم الذي عاش فيه الباحثان يختلف تماماً عن العالم الذي نعيش فيه الآن، حيث أصبح النقل التلفزيوني يتم مباشرة من موقع الحدث، فضلاً عن كم الأخبار الهائل الذي أصبح يتدفق يوميا

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

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

على وسائل الإعلام من مختلف الوكالات، بالإضافة إلى صعوبة تطبيق ما توصل إليه جالتونج وروج فيما يتعلق بالنقاط التي طرحها كتحقيق الإجماع حول خبر ما فالأمر ممكن فقط عندما يتعلق الحدث بظاهرة طبيعية تثير القدر نفسه من الاهتمام عند كل أفراد المجتمع كإعصار تسو نامي الذي ضرب ساحل المحيط الهندي في ديسمبر 2004. بصفة عامة، إن الأشياء قد تغيرت بمرور الوقت، فشكل ومضمون وسائل الإعلام قد تغيرا في القرن الواحد والعشرين⁽¹⁾.

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

كما حدد فريزر بوند أربعة عوامل ذات القيمة الإخبارية وهي: الجدة الظرفية، القرب، الحجم، والأهمية، وقدم من جهته اثني عشر عنصرا من شأنها استثارة القارئ والمستمع، وتشمل: الاهتمام بالذات، المال، الجنس، الصراع، الطرافة، والغربة والتناقض، البطل والشهرة، الترقب، النزعة الإنسانية، الأحداث التي تمس المجموعات الكبيرة المنظمة، التباري، الاكتشاف والاختراع، الجريمة، واعتبر فريزر بوند أن كل من العوامل الأربعة والعناصر الـ12 تلعب دورا في تقرير الجدارة الإخبارية⁽³⁾.

أما فيليب غايار فيحصر القيم الخبرية التي تعتمد عليها وسائل الإعلام في الحالية، فالجمهور عادة ما ينتظر الجواب عن سؤال ما الجديد؟ بالإضافة إلى قيمة المعنى أو المغزى، أي هل يشكل الحدث معنى للجمهور ومتلقي الخبر، الاهتمام والذي يشمل البعد الدرامي للأحداث، والقرب النفسي

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

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

(3) - ف3. فريزر بوند: مرجع سابق، ص 120-125.

والجغرافي، وأخيرا الاهتمامات الإنسانية⁽¹⁾. وتتحصر القيم الخبرية حسب دنيس ماكشين Denis Macshane في الصراع، الغرابة وغير المؤلف والحادثة والفضائح و التفرد⁽²⁾.

أما دراسة هاركب و أونيل Harcup and O' Neill عن الصحافة المطبوعة فقد نتج عنها مراجعة وتحديث ما قدمه كل من جالتونج و روج، و توصلنا إلى تقديم مصفوفة بالقيم الخبرية التي يتم على أساسها اختيار الأخبار وتتمثل في الصفة، الشهرة، الترفيه، المفاجأة، السلبية، الايجابية، الضخامة، المتابعة، التوافق، والأجندة الإعلامية⁽³⁾، كما ميز ستوارت هال Stuart Hall بطريقة حاسمة بين القيم " الرسمية " للأخبار التي طرحها جالتونج وروج و أوستجارد والتي أطلق عليها هال "القيم الإيديولوجية"، كما حدد قيم الأخبار " الرسمية " في أربع نظريات الترابط أو الاتصال، زمن وقوع الحدث، جدارة الحدث أو الشخص بالإخبار عنه، و يرى هال بأن المعيار الأخير يثير أسئلة أكثر من كونه يقدم إجابة⁽⁴⁾.

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

1- حكم الصحفي

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

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

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

ويحدد جانز الأهمية، الاهتمامات الإنسانية، عوامل المنتج و تشمل الوسيط والإخراج الفني، الحادثة، نوعية القصة، توازن القصة، التنافس كمعايير لانتقاء القصص الإخبارية، كما أضاف جانز قيما أخرى

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

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

(3)- Ibid. pp. 8.

(4)-Paul Brighton, and Dennis Foy ,op.cit.,pp.9-12.

تتحصر في التمرکز حول العرق، الديمقراطية الإیثارية، البيئة الريفية والمدن الصغيرة، النزعة الفردية، الوسطية⁽¹⁾.

ويحصر بيشت Bisht القيم الخبرية في التوقيت، القرب، أي أن الناس ينشغلون أكثر بالأحداث القريبة منهم، الصراع، البروز والأهمية، أي أن ما يحدث للأشخاص المهمين يصنع الأخبار، الإجراءات الحكومية ويقصد بها تمرير قانون ما أو ترتيبات تهم المجتمع، كاجتماع مجلس الوزراء، دورات انعقاد البرلمان والمجالس النيابية، قيمة مواضيع ومشروعات التنمية، الطقس والرياضة، قيمة متابعة الأحداث الإخبارية⁽²⁾.

IV - 6-3 - القيم الإخبارية في الدول الاشتراكية.

لم يعد بالإمكان التحدث عن نظرية إعلامية اشتراكية بعد انهيار المنظومة الاشتراكية والاتحاد السوفيتي سابقاً، وتفكك الجمهوريات السوفيتية إلى جمهوريات مستقلة وتحول أغلبية الدول التي تتبنى النظرية الاشتراكية في الإعلام، إلى أنظمة ديمقراطية لها علاقاتها الدولية المبنية على مفاهيم جديدة، حيث تغيرت صورة النظام الإعلامي القائم في هذه البلدان ولعل هذا ما عبر عنه مراسل صحيفة ايزفستيا الكسندر سايتشيف في الكلمة التي ألقاها خلال الاجتماع السنوي للمراسلين الأجانب الذي عقد في عاصمة السويد نهاية خريف 1987، إذ جاء فيها: "حاولوا أن تتخللوا أن كل شيء في وسائل الإعلام لديكم، ناهيك عن بلادكم قد لحق به تغيير، فالموضوعات التي اعتدتم تغطيتها لم تعد تطرح، وأصبح يتعين عليكم كتابة تقارير عن الأحداث التي كانت تعتبر في الماضي غير مثيرة للاهتمام، وأسلوبكم في الكتابة والعرض شيئاً عتيقاً لا يتماشى والمتطلبات الحديثة"⁽³⁾. وبعد هذا التحول، أصبحت وسائل الإعلام أكثر تساهلاً فيما يجوز أن تكشف عنه أو تنتقده، وظهرت في وسائل الإعلام المجتمعات الاشتراكية السابقة قيم خبرية مثل الكوارث، والحوادث، والاضطرابات، وغيرها من الأخبار السيئة التي كان من المعتاد إخفاؤها عن الجمهور.

ولكن وبالرغم من التطور الذي طرأ على مفهوم الدول الاشتراكية، فإن هذه القيم لها مكانة متأخرة في مصفوفة القيم الخبرية السائدة في هذه الدول، سواء كانت من دول الشمال أو دول الجنوب، إذ كثيراً

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

(2) - M .S. Bisht, op.cit.,p. 16-17.

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

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

ورغم تفاوت هذه البلدان في ظروف وأوضاع كل منها بعد التحولات التي طرأت على هذه الكتلة، بالإضافة إلى التغيرات التي تشهدها الساحة العالمية، مما انعكس بالضرورة على أنظمة الاتصال والإعلام التي تتبناها هذه الدول والتي توجه حسب ما تقرضه المرحلة الجديدة، فإن ثمة إجماعاً على مجموعة من القيم التي توجه المعالجة الإخبارية للأحداث في الأنظمة التي تتمسك بالفكر الاشتراكي، إذ أن كل قرار تشتمل عليه العملية الإخبارية ابتداءً من اختيار القصة الخبرية وحتى تقديمها على الصفحات أو الشاشة يتم اتخاذه على أساس اعتبارات أيديولوجية، إذ تهيمن هذه القيمة على طبيعة المعالجة الإخبارية انطلاقاً من أن الخبر هو الأيديولوجية، والواقع أن العناصر التالية الخاصة باستحقاق الخبر يمكن اعتبارها عناوين فرعية تدرج تحت التصنيف الرئيسي للمغزى الإيديولوجي، وتتمثل هذه العناصر في اهتمامات الحزب حيث تعد هذه القيمة الخبرية ذات أهمية كبرى وذات عون حقيقي لجمهور وسائل الإعلام، وقيمة المسؤولية الاجتماعية، فالخبر مسؤول تجاه المجتمع في العالم الثاني، قيمة التثقيف، انطلاقاً من تعريف الخبر على أنه يعلم ويعظ، الاهتمام الإنساني، وهي قيمة شبيهة جداً بقيمة مماثلة في العالم الأول والمتمثلة في أن الخبر ينبغي أن يكون عن الناس ومن أجلهم، لكن هذه القيمة في العالم الثاني تُضفى عليها لمسة أيديولوجية.

إذ من الخطأ أن نفترض أن القيم الخبرية التقليدية في العالم الأول مثل: الفورية، وقرب المكان، وبروز الشخصية تغيب عن أخبار العالم الثاني⁽²⁾.

تطرقنا في الجزء السابق إلى محاولات العديد من الباحثين الغربيين تقديم مصفوفة بالقيم الخبرية التي يتم على أساسها انتقاء واختيار ونشر الأخبار ومن ثم تحويل الأحداث إلى أخبار، وتوصلنا إلى حقيقة مفادها عدم الاتفاق حول عناصر القيم الخبرية وطبيعتها، حيث تعددت تصنيفات الكتاب والباحثين لمنظومة القيم الخبرية، كما حاولنا في هذا المبحث رصد القيم الخبرية في البلدان الاشتراكية التي عرفت

(1)- سهام محمد عبد الخالق، معايير تكوين أجندة الأخبار الخارجية في نشرة الأخبار في التلفزيون المصري وتأثيرها على اتجاهات الجمهور نحو النشرة والدول مصدر الأحداث، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2005) ص 120.

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

تحولاً انعكس على أداء وسائل الإعلام التي أصبحت أكثر تساهلاً فيما يجوز أن تكشف عنه أو تنتقده، وسنطرح في الجزء الموالي محاولات بعض الباحثين رصد القيم الخبرية في دول العالم الثالث وذلك رغم التفاوت الملحوظ بين هذه الدول فيما يتعلق بالمعالجات الإخبارية للأحداث.

IV-6-4- القيم الإخبارية في النظم المختلطة.

يدور موضوع هذا الجزء حول مصفوفة القيم الخبرية التي تتفق والوضع الحضاري لدول العالم الثالث، ويشمل العناصر التالية:

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

3- قراءة في القيم الخبرية في دول العالم الثالث من حيث درجة الالتزام بها، ومدى تأثيرها بمصفوفة القيم الخبرية السائدة في الدول الليبرالية والاشتراكية، فضلاً عن تحليل الأطر التي يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار عند محاولة وضع تصنيف بمصفوفة القيم الخبرية في دول العالم الثالث.

تتقاسم مجتمعات العالم الثالث(*)، مشاكل مشتركة، تتمثل أساساً في أنها مازالت بشكل أو بآخر تعاني من التبعية الاستعمارية، مما يفرض أولويات ومطالبات وحاجات تختلف عما هو موجود أو يُرغب في تحقيقه في المجتمعات الأولى والثانية، إذ تقوم المجتمعات الحديثة بالاستقلال بتبني نمط يختلف عما هو موجود عند غيرها من البلدان، ولعل الحاجة إلى نوع آخر من التطور يفرض نفسه في هذه الحالة. ومن ثم يُنظر إلى وسائل الإعلام في هذه البلدان بشكل يختلف عن نظرة الغربيين لها، إذ يُنظر منها أن تقوم بدور أساسي ومحوري في عملية التنمية، مما يفرض ضرورة إيجاد نوع جديد من المعالجة الإخبارية،

دول العالم الثالث اصطلاح يشير إلى مجموعة الدول التي تشق طريقاً ثالثاً بين العالم الرأسمالي والعالم الاشتراكي والتي لها ظروف اجتماعية واقتصادية تختلف كثيراً عن دول الكتلتين، تنتشر هذه الدول في آسيا وإفريقيا وأمريكا اللاتينية، أنظر محمد منير حجاب: الإعلام والتنمية الشاملة (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 1998) ص 16-17. ويرى البعض أن مصطلح العالم الثالث يمثل إذعاناً أمام مفهوم السيادة الشعبية الذي يضيء منزلة على الأمم المستقلة بغض النظر عن درجة نموها الاقتصادي، ولقد طرحت مصطلحات مختلفة على هذه الأمم، بدأت في القرن 19 بإطلاق اسم (جمل الرجل الأبيض) على المستعمرات، وبعد ذلك سميت (الأمم المتخلفة)، وبعد عام 1945 راج مصطلح (الأمم الناقصة النمو) بعض الوقت، في آن واحد مع اصطلاح (الأمم الأقل نمواً) وبعد ذلك تم التخلي عنه ليستخدم بدلاً منه مصطلح (الدول النامية) الذي توارى بدوره ليحل محله المصطلح الشائع حالياً، دول العالم الثالث. انظر ل. جون مارتن، أنجو جروفر شودري، مرجع سابق، ص 448.

التي لا تقوم على التجزئة والتفرد كما هو الحال في النظام الرأسمالي، أو التوحد والالتزام الإيديولوجي الصارم كما هو الأمر في النظام الاشتراكي، بحيث "يعمل الإعلام في العالم الثالث على دعم وتعزيز شعور الأفراد بالانتماء والمشاركة في برامج التنمية والتغيير والمحافظة على القيم والتقاليد والمعايير الثقافية الأصلية. وعلى ضوء هذه المهام الملقاة على أجهزة الإعلام، تتزايد الدعوة بقوة في المجتمعات النامية لكي تتبنى المعالجة الإخبارية مجموعة من القيم التي تتفق والوضع الحضاري لهذه المجتمعات وتطلعاتها لبناء نفسها"⁽¹⁾.

IV-6-5- تصنيف القيم الخبرية في دول العالم الثالث:

وبالرغم من عدم وجود نظرية إعلامية خاصة بالدول النامية وأن هناك تبايناً ملحوظاً في مفهوم الدول النامية للقيم الخبرية وذلك نتيجة لانتشار هذه الدول في آسيا وإفريقيا وأمريكا اللاتينية مما لم يساعد على خلق شخصية إيديولوجية مشتركة بين هذه الدول، فهناك دول تتبع نظماً تقوم على النمط الأوروبي ودول أخرى تتبع النظم الشيوعية والتي كانت مدعومة من الاتحاد السوفيتي السابق ونظم أخرى مختلطة⁽²⁾، ومن ناحية أخرى، فإن عدم الاستقرار السياسي والإيديولوجي الذي تعاني منه الدول النامية جعل القيم الخبرية في هذه الدول تتسم بعدم الثبات أو الاستقرار مثل القيم السائدة في المجتمعات الغربية، بل إن هناك قيماً شبه ثابتة تتحكم في انتقاء وعرض الأنباء⁽³⁾.

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

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

(2)- ل.جون مارتن، أنجو جروفير شودري، مرجع سابق، ص 40.

(3)- حسن عماد عبد المنعم مكاوي، دراسة الخدمة الإخبارية التي يقدمها راديو القاهرة ومقارنتها بالخدمة الإخبارية الموجهة من هيئة الإذاعة البريطانية للمستمع المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 1984) ص

113 - 114.

(4)- إجلال خليفة، مرجع سابق، ص 46-70.

التوقيت، الضخامة أو العدد أو الحجم، التشويق، الصراع، المنافسة، والتوقع أو النتائج، والغرابية والطرافة، والشهرة، والاهتمام الإنساني والأهمية والإثارة⁽¹⁾.

وصنفها صلاح الدين قبضايا في القرب الزمني بمعنى الحداثة والجدة والقرب المكاني بمعنى مدى تأثير الخبر على القراء، وقيم أخرى مثل المال والغرائز⁽²⁾، بينما صنفها عبد النبي عبد الفتاح في القيم الخاصة بدول العالم الثالث والقيم الخاصة بالمجتمعات العربية، وتتمثل الفئة الأولى في قيمة التنمية باعتبارها ضرورة ملحة للمجتمعات النامية ويعول على أجهزة الإعلام في هذا المجال، وقيمة المسؤولية الاجتماعية، حيث يكمن الهدف من ورائها في المحافظة على سلامة المجتمع وتماسكه، وقيمة التثقيف التي تعد هدفاً ضرورياً في المجتمعات النامية بالنظر إلى اتساع حجم القطاعات المحرومة من التعليم، والوحدة الوطنية، ويقصد بها تعزيز النعرة القومية والانتماء ووحدة الأمة. أما فيما يتعلق بالقيم الخاصة بالمجتمعات العربية فتمثل في المركز الوظيفي ويقصد بها الأخبار التي تتناول شخوص جهاز الحكم، التضخيم بمعنى تضخيم تصريحات وأفعال القادة وأولي الأمر، المسؤولية الاجتماعية ويرى الكاتب أنها لا تعني في الدول النامية الفائدة الاجتماعية للخبر كما هو الحال في المجتمعات الرأسمالية، وإنما تعني الالتزام بموقف الحكومات والسياسات العليا للبلاد والالتزام الديني والمحافظة على التقاليد، الوحدة الوطنية بمعنى تقديم كل ما من شأنه توحيد ودمج العديد من الأقليات والجماعات العرقية المتواجدة في المجتمعات العربية واستبعاد كل الأخبار التي يمكن أن تثير المنازعات الطائفية، كذلك أضاف الكاتب قيم النعرة الوطنية ويقصد بها تدعيم الشعور بالتفوق والاعتزاز، التوازن بين الفرد والجماعة أي محاولة تحقيق التوازن بين المصالح الفردية والقومية معاً، الحياء والخجل بمعنى عدم نشر المضامين الإباحية أو الخارجة عن التقاليد الإسلامية، المجاملة الشخصية بمعنى تقديم أخبار أصحاب السلطة والنفوذ لإيجاد العلاقات القوية وكسب الصداقات وأخيراً الاستقرار بمعنى نشر الأخبار التي تدعم الوضع القائم وإخفاء الأحداث التي من شأنها الإضرار بهذا الوضع⁽³⁾.

أما السيد بخيث محمد درويش فقد وجد في دراسته عن القيم الخبرية في الصحافة المصرية من صحف قومية ومعارضة أنها تتمثل في الإثارة، والتوقيت، والنخبوية أو الشهرة، والأهمية والقيم المرتبطة بالتنمية. كذلك أضاف الباحث قيم الضخامة أو الحجم، والتشويق، والجدة أو الحالية، والصراع، والصلة

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

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

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

أو المغزى وتشمل الأخبار التي تمس دول صديقة أو هيئات ذات صلة بالدولة، والاهتمام الإنساني، قيمة القرب، قيمة الصالح العام، فضلاً عن أن الباحث أشار إلى قيم النتائج أو الآثار المتوقعة، والغريبة، الاهتمامات الحزبية، والنصرة الوطنية والحزبية، بالإضافة إلى قيم المنافسة⁽¹⁾.

كذلك وجد أحمد صلاح الدين نفاذي، أن القيم الإخبارية في صحف الإمارات العربية تتمثل في الجدة، والأهمية، والقرب المكاني والنفسي، والشهرة الشخصية، والصراع، والاهتمامات الإنسانية، والإثارة، والنتائج، والضخامة، والتشويق، والفائدة أو المصلحة العامة، والمنافسة، والغربة، والطرافة⁽²⁾.

كما صنفت سهام محمد عبد الخالق القيم الخبرية من حيث التوجه أو المنظور الذي تحمله إلى ثلاث فئات أساسية، تشمل الفئة الأولى، والتي تنتشر في الدول الرأسمالية، القيم الخبرية التي تسعى إلى البحث عن كل ما من شأنه استهواء النفس البشرية وتلبية الغرائز الإنسانية وتشويق القارئ وهي الأخبار التي تتعلق بالغرائب، والكوارث والحوادث وبالذات وما يصاحبها من خسائر في الأرواح والممتلكات، والأخبار التي تخاطب المشاعر الإنسانية أو تشبع الاحتياجات الإنسانية، كذلك الأخبار الخاصة بكل ما هو غريب أو غير مألوف، في حين تشمل الفئة الثانية، والمنتشرة في الدول النامية، القيم الخبرية التي تحمل منظور الوظيفة الاجتماعية والتنمية للخبر، وهنا تتحدد قيم مثل المسؤولية المجتمعية، والنفع العام، والتنقيف، وتشمل الفئة الثالثة، والمعتمدة من طرف وسائل الإعلام التي مازالت تتبع النظام الاشتراكي، القيم الخبرية التي تحمل منظور الالتزام بسياسة الوسيلة ومبادئ الدولة أو الحزب أو الجماعة التي تملك الوسيلة وتديرها بصرف النظر عن الجوانب النفسية أو التنموية لواقعة ما، فالقيم الخبرية للوسيلة يحددها كل ما من شأنه خدمة مصالح هذه الأطراف ومبادئها⁽³⁾.

كما توصل هشام حسن التميمي في دراسته عن القيم الخبرية في الصحافة العراقية من رصد أثنى عشر قيمة إخبارية مقسمة إلى ثلاثة مستويات من الاهتمام، ضم الأول القيم (الأساسية): الفورية، والأهمية، والإثارة، والشهرة، وتكون المستوى الثاني من القيم (المتوسطة): الغربة، والطرافة، الصراع،

(1) - السيد بخيث محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية، دراسة تطبيقية في الصحافة القومية و الحزبية خلال 1987-1990، مرجع سابق، ص 321 - 324.

(2) - أحمد صلاح الدين أحمد نفاذي، أخبار الصفحة الأولى: دراسة مقارنة في المضمون والقائم بالاتصال في صحف الاتحاد والخليج والبيان بدولة الإمارات العربية المتحدة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الإعلام - 1995) ص 112.

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

الاهتمام الإنساني والزعيم، واحتوى المستوى الثالث على القيم (الثانوية): التنمية، الاهتمام الإداري، الحزب والتعبئة⁽¹⁾.

كما نبه هاشم حسن التميمي إلى ما يسمى بالقيمة الزائدة، التي أثار اهتمام العديد من المختصين في دراسات تحليل المحتوى لارتباط قيمة الخبر بعوامل فنية كثيرة تؤثر في القارئ ومنها، تشكيلات الطباعة المستخدمة في إظهار الخبر ضمن الأخبار والإعلانات والمؤثرات الطبيعية المتنوعة مثل الصور أو الخرائط أو الرسوم البيانية والكاريكاتير أو ما يطلق عليها (زيادة قيمة الأنباء) وأول من اهتم بدراسة هذا النوع أو الصنف من هذه القيم الكاتب الفرنسي جاك كزير الذي نبه إلى وجود عوامل تزيد من قيمة الأخبار وتوجه القارئ لحظة قراءته⁽²⁾. ويقابل القيمة الزائدة في الصحافة (القيمة المرئية) في التلفزيون، ويمكن الحديث عن قيم سمعية ترتبط بالأخبار الموثقة عبر المذياع وما يصاحبها من مؤثرات صوتية عند قراءة النشرة الإخبارية، والمقصود من ذلك تنوع أداء المذيع وطريقة نطقه للكلمات⁽³⁾.

وتطرح ليلي عبد المجيد ومحمود علم الدين بعد أن أشارا إلى تأثير معظم الكتاب العرب الذين تناولوا هذا الموضوع بالفكر الليبرالي في تصنيفهم للقيم الخبرية، مصفوفة من القيم " التي أصبح مسلما بها إذا ما أردنا أن ننقل للجمهور في كل أنحاء العالم صورة أصدق وأشمل للأحداث في البلاد المتقدمة والنامية على السواء ويمكن إجمال أهم هذه القيم في: الأهمية والضخامة، المنفعة والفائدة الشخصية، الشهرة، الاهتمامات الإنسانية، القرب المكاني والنفسي، التوقيت، الغرابة والطرافة، الصراع وما يرتبط به من توقع ونتائج"⁽⁴⁾.

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

○ التنمية:

تمثل التنمية قيمة خبرية أساسية محورية في العالم الثالث، فعادة ما يُربط تعريف الخبر في هذه البلدان بعملية النمو والتنمية، إذ يعول كثيراً على وسائل الإعلام في هذا المجال، ويحرص المسؤولون في هذه الدول على التعريف بمختلف الخطط والمشروعات التنموية التي يجري تنفيذها أو تلك التي ينوون

(1) هاشم حسن التميمي: مرجع سابق، ص 285.

(2) -هاشم حسن التميمي، ص 77.

(3) -المرجع نفسه ، ص 78.

(4) - ليلي عبد المجيد، محمود علم الدين: مرجع سابق، ص 119-120.

القيام بها والحاجة إلى مساندة أجهزة الإعلام لهذه المشروعات، وهو ما يعكس دور الإعلام في تحقيق التنمية، ومن ثم فإن مفهوم التنمية يمثل قيمة خبرية رئيسية في التغطية الإخبارية في مجتمعات العالم الثالث.

○ المسؤولية الاجتماعية:

الخبر مسؤولية وعلى الرغم من أن هذه القيمة الخبرية لها ثقلها في جميع أنحاء العوالم الثلاثة، فإن الخبر المسؤول داخل التركيبات الهشة في دول العالم الثالث يعد أمراً ضرورياً لا غنى عنه⁽¹⁾.

وإذا كان الالتزام بهذه القيمة في التغطية الخبرية يمثل قيماً على حرية ممارسة العملية الإخبارية حيث ينبغي في إطارها تجاهل أو التقليل من الأخبار السيئة أو السلبية أو جوانب الفشل... الخ، فإن الظروف والأوضاع التي تعيش فيها أعداد كبيرة من شعوب المجتمعات النامية تعد مبرراً كافياً لفرض مثل هذه القيود⁽²⁾.

○ التثقيف:

في العالم الثالث الخبر يعلم ويتقف، إن الخبر يمكن أن يستخدم لتوصيل معلومة عن الرعاية الصحية أو معلومة تساعد في العمل الزراعي أو لنشر الأعمال الثقافية⁽³⁾، حيث أن مشكلات العالم الثالث تبدأ بالأمية والفقر، وعدم التحاق نسبة كبيرة من أفراد هذه المجتمعات بقطاعات التعليم، وهنا تكون وسائل الإعلام بدائل لتلبية الحاجات المعرفية والثقافية.

○ التكامل الوطني أو الوحدة الوطنية:

تعد هذه القيمة امتداداً منطقياً للصحافة الإنمائية والمسؤولية اجتماعياً، إذ أن الخبر قد يكون دافعاً للشعور بالعزة القومية والوحدة وذلك عن طريق التركيز على الإنجازات الإيجابية للأمة، ومثل هذه العزة القومية والوحدة لا يقدران بثمن بالنسبة للدول التي في طور التكوين (وبالنسبة أيضاً للحكومات الحديثة

(1)-ألبرت ل. هستر، واى لان ج. تو: مرجع سابق، ص 57.

(2)-عبد الفتاح عبد النبي: سوسيولوجيا الخبر الصحفي: دراسة في انتقاء و نشر الأخبار، مرجع سابق، ص 57.

(3)-ألبرت ل. هستر، واى لان ج. تو: مرجع سابق، ص 59.

التي تريد التمسك بالسلطة⁽¹⁾، فقيمة التكامل الوطني تعلق كل القيم، لذلك تسعى الصحف في العالم الثالث دائماً لتوضيح هذه القيمة، حتى أن الحكومات تركز جهودها لإعلاء هذه القيمة الخيرية⁽²⁾.

نجد أن معايير الأخبار الداخلية تركز على اختيار المعلومات المطمئنة التي تدعم الثقة في تصرفات الحكومات والسلطة التنفيذية والتي تقدم صورة طيبة و متميزة للدولة وقيادتها السياسية والتي تغطي أنشطة رئيس الدولة ورئيس الحزب الحاكم تغطية كاملة، ونشر خطب وبيانات وتصريحات رئيس الدولة والأجهزة المعاونة، وتغطيتها تغطية كاملة، بالإضافة إلى معيار الخلفية الثقافية والسياسية والاجتماعية للجمهور المستهدف⁽³⁾.

وفي القليل النادر من الدول النامية، حيث توجد أحزاب المعارضة، نجد أن صحف المعارضة غالباً ما تركز على الجوانب السلبية للحكومة، والمعيار في هذه الحالة هو الدفاع عن موقف الحزب ونشر الأخبار التي تشكك في الحكومة التي في السلطة (ألسينو لويس داكوستا 1980)⁽⁴⁾.

هذا بالإضافة إلى وجود اعتبارات أخرى تلعب دوراً هاماً في اتخاذ القرارات الخاصة بنشر الأخبار الداخلية ويأتي على رأسها حارس البوابة وتعتمد قراراته في ترشيح بعض الأخبار للنشر واستبعاد أخرى إلى حد كبير على درجة الولاء للنظام والالتزام بالحزب، وليس على مستوى الاحتراف، كما أنه كثيراً ما يتم تقرير قيم الأخبار في بعض مناطق العالم الثالث طبقاً لاعتبارات إقليمية أو سياسية أو ثقافية.

لقد طرحت محاولات أخرى تخص الأخبار الخارجية⁽⁵⁾، كالدراسة التي تعرف من خلالها ألسينو لويس داكوستا، مدير الصحيفة الأسبوعية (أفريك نوفل) (أفريقيا الجديدة) على عدة معايير يستخدمها رؤساء التحرير الأفارقة لتقييم الأخبار الدولية لقرائهم، منها:

○ معيار "الأمن النفسي - السياسي":

الذي يبرز الأخبار المطمئنة القادمة من البلدان التي توجد معها علاقات وثيقة، أما الأخبار التي تعد مدمرة أو ضارة من الناحية السياسية فلا تنشر في الصحف أو في الإذاعة، وهذا ينطبق بصفة عامة

(1) - ألبرت ل. هستر، واى لان ج. تو: مرجع سابق، ص 58.

(2) - عبد الحليم موسى يعقوب: الموضوعية والقيم الإخبارية في الإعلام، ط1 (مصر: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2008) ص 40.

(3) - محرز حسين غالي: مرجع سابق، ص 225.

(4) - ل. جون مارتين، أنجو جروفور شودري، مرجع سابق، ص 84 - 85.

(5) - ل. جون مارتين، أنجو جروفور شودري، مرجع سابق ص 83-84.

على الإعلام الذي تسيطر عليه الدولة، حيث لا يسمح النظام بنشر الأخبار التي قد تشكك في السياسات الوطنية أو تقلق الرأي العام.

○ معيار "مجتمع المصالح":

يعطي هذا المعيار الأولوية لنشر الأخبار السارة عن البلدان التي لها نفس المصالح السياسية والاقتصادية والثقافية والإيديولوجية، ويأخذ الإعلام في الاعتبار مصالح الدول الأخرى التي تنتمي إلى نفس الهيئات مثل حكوماتها. وفي هذا الصدد، فإن العلاقات الوثيقة مع بلد ما تعد عاملاً حاسماً في اختيار الأخبار أكثر من عامل القرب الجغرافي.

○ معيار "ضروريات السياسية القومية":

يساهم هذا المعيار في دعم شرعية مركز الحكومة وتقويتها، وبالتالي فطبقة ما لهذا المعيار يجب على إعلام بلد ما ألا يقوم بنشر أخبار عن دول أخرى إلا إذا كانت متوافقة مع السياسات التي وضعتها حكومة هذا البلد، أما الأخبار التي تعالج حركات التحرر الوطنية، والكفاح ضد سياسة التمييز العنصري، وضد العنصرية فإنها لا يتم اختيارها والتركيز عليها إلا إذا توافقت مع المواقف المعلنة للحكومة (كوستا 1980).

IV -6-6- قراءة في القيم الخيرية في دول العالم الثالث:

إن اعتماد وسائل الإعلام في دول العالم الثالث على هذه المعايير في انتقاء أخبارها الداخلية والخارجية، لا ينفى دور وكالات الأنباء الغربية الكبرى* في تشكيل تقديم الأخبار في دول العالم الثالث، كما قامت بتعريف قيم الأخبار لوسائل إعلامها وذلك بسبب اعتمادها المباشر على هذه الوكالات كمصدر أساسي والقلّة من وسائل الإعلام في العالم تلك التي تستطيع أن تدعي الاستقلال في جمعها للأخبار.

كما شكلت وكالات الأنباء قيم الأخبار في العالم الثالث عن طريق اشتراكها في برامج تدريب مع وكالات الأنباء الوطنية، ففي إفريقيا على سبيل المثال ساعدت وكالة رويتر في إنشاء وكالات أنباء بكثير من الدول حديثة الاستقلال وقامت بتدريب الكثير من العاملين فيها، والشيء نفسه من الممكن أن يقال

*وكالات الأنباء الغربية الكبرى: الأسو شيتد برس، اليوناتيد برس، رويتر، أجنس فرانس برس ... الخ

عن وكالة الأنباء الفرنسية، وبهذا فإن وكالات الأنباء الغربية الكبرى تميل إلى وضع جدول للأعمال وتحديد قيم الأخبار، والأسلوب والشكل في العالم الثالث⁽¹⁾.

يقر الباحثون في مجال الإعلام أن مصفوفة القيم التي وضعت لتلائم خصائص ومميزات بلدان العالم الثالث، أن درجة الالتزام بها في المعالجة الإخبارية في العديد من مجتمعات العالم الثالث، لا تتجاوز حد الشعارات والمناشدات، والخطب الرنانة في المؤتمرات والندوات العلمية، في حين أن الواقع يكشف عن سيادة معالجات إخبارية تأخذ أحياناً من قيم النظام الرأسمالي، وأحياناً أخرى من قيم النظام الاشتراكي، من الأول تأخذ الحداثة والقرب المكاني، والاهتمام الشخصي، ومن الثاني تأخذ القومية، والالتزام، والتركيز على الأخبار الايجابية أو الطيبة وتجنب الأخبار السيئة ... الخ⁽²⁾، ويرجع ذلك إلى المعايير الأجنبية التي مازالت تتحكم في انتقاء واختيار الأخبار، والتي تعكس صور التبعية الإعلامية.

إن تحديد القيم الخبرية التي تُنتقى على أساسها الأخبار لكي تكون صالحة للنشر مرتبطة بمفهوم الصحافة، ففي حين يرى الصحفيون الغربيون أن دورهم هو أشبه بدور الأعضاء في حزب معارض، وعليهم أن يكشفوا التصرفات السيئة للحكومة، فإن الصحفيين في العالم الثالث قد أعطوا الأولوية لأخبار التنمية، ولتفسير الأحداث في إطارها المناسب، انطلاقاً من أن قيمة الأخبار في كل مجتمع تختلف طبقاً لاحتياجات مجتمعاتها، فدول العالم الثالث تواجه مشكلات تختلف عما يواجهه العالم الأول، وهي مشكلات تبدأ بالأمية والفقر إلى عدم فهم لوظيفة الدولة الحديثة، ومن ثم فإن وسائل الإعلام في هذه المجتمعات لا تستطيع أن تعمل بنظريات الإعلام الغربية التي تركز على التنافس على الجماهير في سوق حر للأفكار وتركز أيضاً على الأفكار التي تنشأ من غير العادي وليس من العادي ومن الاستثناء وليس من القاعدة.

إن حراس البوابة في العالم الثالث يستخدمون مقاييس مختلفة لقياس واختيار الأخبار لوسائل إعلامهم، ويتوقف هذا الاختلاف على مفهومهم للأحداث التي تحدها ميولهم الثقافية والسياسية، وأيضاً تحدها نسبية قيم الأخبار، حيث أن المعايير التي يستخدمها الصحفيون لاختيار الأخبار وتغطية الأحداث تعتمد إلى حد كبير على ما يسمى "ثقافة الخبر" في بلد ما، وعلى الكيفية التي ينظر بها حراس البوابة إلى مفاهيم مثل قيم الأخبار وحرية الصحافة، ومصداقية المصدر وسيطرة الدولة على الإعلام.

(1) ل. جون مارتين، أنجو جروفر شودري، مرجع سابق، ص 88 - 89.

(2) - عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي : سوسولوجيا الخبر الصحفي : دراسة في انتقاء و نشر الخبر، مرجع سابق، ص 57

إن حراس البوابة في العالم الثالث يختارون بعض الحقائق كأخبار وينحون غيرها جانبا وذلك لأنهم يشكلون إدراكهم للعالم طبقاً لأطرهم المرجعية الثقافية والإيديولوجية.

الواقع أنه لا يمكن النظر في مسألة القيم الخبرية ومضمونها بدون النظر في مسألة المصادقية في إعلام العالم الثالث، هذا الأخير الذي لم يحقق درجة الاحترافية العالمية والدرجة الفنية المرتفعة التي حققها الإعلام الغربي، لهذا ينظر إلى الكثير من الصحفيين وخاصة في الدول التي تسيطر الحكومة على الإعلام فيها على أنهم لسان حال الحكومة أو الحزب، وينظر الجمهور في هذه البلدان إلى الإعلام بدرجة كبيرة من التشكك ولا يقبل مضمون الأخبار. إن فقدان الموضوعية وغياب الثقة كثيراً ما يدفعان القراء إلى قراءة ما بين السطور للتعرف على المعاني التي ألغيت أو المعاني الضمنية، وفي الكثير من الأحيان نجد أن الخلط بين الأخبار والآراء يجعل من الصعب على القارئ أن يفرق بين ما هو خبر وما هو تعليق.

كما يجب أن ينظر إلى قيم الأخبار في العالم الثالث في إطار حرية التعبير وخاصة حرية الصحافة التي ضُحى بها في هذه البلدان في غمرة الحماسة لتحقيق الوحدة الوطنية، إن زعماء العالم الثالث يدعون أن حرية الصحافة تهدد الأمن القومي والسلام الاجتماعي، ويجادلون أنه حيث يكون أغلبية الشعب أميين، ويكون ولائهم للأسرة أو للقبيلة وليس للأمة، فتلك ظروف لا تحبذ وجود صحافة حرة، ولكنه أمر لا معنى له أن نتوقع حرية الصحافة عندما تغيب باقي الحريات. إن حرية الصحافة لا يمكن أن تعيش في غياب المؤسسات الديمقراطية وفي غياب الحريات السياسية والاجتماعية⁽¹⁾.

ولا شك أن الدول النامية ما زالت متأثرة بشكل أو بآخر بقيم الأخبار الغربية لأسباب عديدة منها أن استخدام وسائل الإعلام وإدراك أهميتها في الدول النامية مازلت حديثة إذا ما قورنت باستخدام وسائل الإعلام في المجتمعات الغربية، كذلك فإن هناك تأثيراً كبيراً لقيم الأخبار ناتج عن تدفقها من خلال أخبار وكالات الأنباء الدولية ومختلف وسائل الإعلام الأخرى، كذلك لا يجب إغفال تأثير المشتغلون بوسائل الإعلام في الدول النامية بقيم الأخبار الغربية.

IV-7- عناصر القيم الخبرية:

يدور موضوع هذا الجزء حول عناصر القيم الخبرية، إذ ارتأينا تقديم بعض القيم الخبرية المتفق عليها في جميع وسائل الإعلام بنوع من التفصيل حتى يتسنى الإلمام بها وذلك من خلال طرح مختلف تعريفات

(1) - ل . جون مارتن ، أنجو جروفور شودري، مرجع سابق، ص 97 -101.

الإعلاميين والأكاديميين الخاصة بكل قيمة خبرية، فضلا عن عرض تفاوت رؤية الباحثين في مختلف الأنظمة الإعلامية لأهمية كل قيمة، إذ قد تحظى بعض القيم الخبرية بأهمية كبيرة في بعض الأنظمة الإعلامية، في حين لا تولي لها أنظمة أخرى الأهمية نفسها، بالإضافة إلى تقديم الانتقادات التي تعرضت لها بعض القيم الخبرية انطلاقا من أن تركيز وسائل الإعلام وبشكل كبير على بعض القيم الخبرية من شأنه التأثير على فهم الجماهير للأحداث أو إلى إفراغ الأحداث من محتواها الحقيقي.

نظرا لتراجع الأيدلوجية الماركسية وانحسارها وسيادة المفهوم الغربي الليبرالي للإعلام في العالم وزيادة وانتشار الإعلام التجاري وتحطم الحواجز والحدود أمام البث الفضائي الوافد وتراجع سيطرة الدولة على الإعلام الوافد، ارتأينا أن تورد عددا من القيم الخبرية تتفق عليها جميع وسائل الإعلام بغض النظر عن الاختلاف في درجة أهمية كل واحدة منها وتسلسلها ضمن سلم الأولويات بالنسبة لكل وسيلة والتي أشار إليها عدد من الباحثين.

1. الحداثة، الجودة:

يعد الاهتمام بقيمة الحالية من المعايير الأساسية في اختيار نوعيات القصص الإخبارية المختلفة، وخاصة القصص الإخبارية التي تدور حول موضوعات سياسية⁽¹⁾، ويعني ذلك أنه من الضروري أن يكون الخبر جديدا وهو ما يتصل بعنصر الزمن والحالية والآنية، أو بمعنى أن يكون الخبر طازجا متمشيا مع الأحداث الجارية، فالخبر هو أسرع مادة معرضة للتلف والفساد بمجرد مرور ساعات قليلة على وقوعه⁽²⁾، فالخبر الجديد "يفقد جدته وبالتالي يفقد قيمته إذا سبقتك إليه صحيفة أخرى ونشرته"⁽³⁾ ولذلك يقول كارين وارين: "أحداث الأسبوع الماضي لا تصلح إلا وقوفا للأفران"⁽⁴⁾ كما اعترف اندريه جيد الروائي الفرنسي، بأهميته التوقيت المناسب والملائم بالنسبة للصحفي، وذلك في تعريفه للصحافة " هي كل شيء سوف يصبح غدا أقل أهمية واثارة من اليوم"⁽⁵⁾، لكن هذا لا ينفي أن بعض الأحداث التي وقعت منذ فترات بعيدة ولم تُنشر من قبل يمكن أن تكون مادة صحفية جيدة لخبر جديد، بل أن بعض

(1)- نهى عاطف عدلي العبد: صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي، الطبعة الأولى (القاهرة: دار الفكر

العربي، 2007 م.) ص 75.

(2)- إبراهيم عبد الله المسلمي: مدخل إلى الصحافة (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1999 م.) ص 336.

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

(4)- إبراهيم عبد الله المسلمي، مرجع سابق، ص 336.

(5)- ميلفن مينتشر: تحرير الأخبار في الصحافة، و الإذاعة، و التلفزيون، ترجمة أديب خضور، الطبعة الأولى (دمشق:

1992 م.) ص 43.

هذه الأخبار قد يفرض نفسه على الصفحات الأولى في الصحف⁽¹⁾، مثل وثائق جديدة تفيدنا في الكشف عن ظروف وملابسات اغتيال الرئيس الجزائري الراحل محمد بوضياف.

إن الزمن عامل مهم جداً في الخبر، حتى أن ساعة أو ساعتين قد تؤثران في قيمة الخبر الصحفي من حيث هو، ولذا نرى أن آخر الأنباء أكثرها لفتاً لأنظار القراء⁽²⁾.

يُحظى هذا العنصر بأهمية كبيرة في الدول الغربية، فوسائل الإعلام في هذه الدول تتهافت وتتسارع من أجل الحصول على الخبر لحظة وقوعه ومن ثم بثه أو نشره أو إذاعته مباشرة، بالنظر لما قد يحققه للوسيلة من أرباح مادية أو مكاسب معنوية، ومن ثم فهي قيمة تضغط بقوة على الصحفي الذي يسعى إلى البحث عن الجديد لدى المصدر، أو في الموضوع، أو في متابعة تطورات الحدث، وهو جهد شاق يتطلب متابعة دقيقة للأحداث، وإقامة صلات وثيقة بالمصادر، تجعله قادراً على الإجابة عن سؤال رئيسي يومي، ما الجديد لديك؟ وتساعد سرعة نقل الأخبار على جذب عدد كبير من الجمهور، ولذلك يعمد الصحفيون إلى استخدام الفعل المضارع كلما أمكنهم ذلك، لإيهام الجماهير بأنهم يعيشون الأحداث لحظة وقوعها⁽³⁾، لكن رغم أهمية هذه القيمة الخبرية إلا أنها تعرضت لبعض الانتقادات لعدم توشي الدقة عند نقل الأحداث وعدم التأكد من المصادر بفعل ضيق الوقت والسرعة في نقل الأخبار وأحياناً أخرى عدم استكمال المعلومات حول الحدث.

2. التوقيت :

يطلق البعض على هذه القيمة مسمى الفورية أو الآنية ومسمى التوقيت إذ ترى كارول ريتش "أن التوقيت أو الفورية يجيب عن سؤال القارئ: لماذا تخبرني بهذا الآن؟"⁽⁴⁾، كما يطلق على هذه القيمة "عصر الأثر الزمني المستمر، حيث أن توقيت وقوع الحدث قد يضيف إليه أهمية مضاعفة، وقد

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

(2) - عبد اللطيف حمزة: المدخل في فن التحرير الصحفي، الطبعة الخامسة (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2002 م.) ص 81.

(3) - السيد بخت محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية، دراسة تطبيقية في الصحافة القومية و الحزبية خلال 1987-1990، مرجع سابق، ص 205.

(4) - كارول ريتش: كتابة الأخبار والتقارير الصحفية، ترجمة عبد الستار جواد (الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، 2002 م.) ص 56

يحدث العكس أي يقلل من هذه الأهمية أو يلغيها تماماً، فلا يجد الخبر له مكاناً على أي صفحة من صفحات الجريدة" (1).

ويقصد بهذه القيمة "نقل الحدث أو الواقعة فور حدوثها وفي أسرع وقت ممكن بغية المنافسة وتحقيق السبق الصحفي والانفراد في نشر الحدث، وكلما توافر في الخبر هذه الميزة، كان صالحاً للنشر باعتباراً على الاهتمام (2)، و يذهب غراهم ميكل إلى أنه كلما كان نقل الحدث سريعاً كلما كان الأداء احترافياً (3).

تعطي الدول الغربية أهمية كبيرة لهذه القيمة انطلاقاً من الايدولوجيا والتوجه الإعلامي لهذه الدول، حيث يعد هذا العنصر من العناصر الأساسية في الحكم على صلاحية الأحداث لكي تكون أخباراً وذلك من منطلق النظرة الرأسمالية للخبر على أنه سلعة تجارية، ومن ثم يخضع لمبدأ المنافسة "والذي يمثل بدوره محورا لبناء الاقتصاد الرأسمالي، كما ترجع إلى أهمية معرفة ردود فعل الجمهور على القرارات التي تخصه، وإلى قيام وسائل الإعلام بدورها الرقابي على الحكومات القائمة، ومن ثم الحرص على إطلاع الجمهور على ما يهمه" (4) في التوقيت المناسب الذي يضيف على الخبر قيمة وأهمية خاصة.

في حين، لا تُحظى هذه القيمة بالأهمية نفسها في المجتمعات الشيوعية انطلاقاً من فلسفة هذه الأخيرة ومن نظرتها إلى الخبر، فقد يتم تأجيل نشر الأخبار إلى أن يتم الحصول على موافقة السلطة، أو الانتظار للتأكد من أن الأخبار لا تتعارض والأيدولوجية الشيوعية، " إذ أن تغطية كثير من الأحداث السياسية الهامة، وخاصة في فترات الأزمات (الأزمة الكوبية 1962، أزمة تشكوسلوفانيا 1968، سقوط حكم عيدي أمين في أوغندا، الثورة في إيران 1978-1979، التدخل في أفغانستان) غالباً ما تتأثر بوسائل التعطيل، أما الغرض من ذلك فهو كسب الوقت الحرج لتجهيز أولاً، جهاز الدعاية ثم الرأي العام لإذاعة أخبار لا بد من إذاعتها. وتسمى هذه المساحة في كسب الوقت بالمساحة الرمادية" (5)، "وهو أدى

(2) - إبراهيم عبد الله المسلمي ، مرجع سابق ، ص 337 .

(2) - عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي: سوسيولوجيا الخبر الصحفي: دراسة في انتقاء ونشر الأخبار، مرجع سابق، ص 47.
(4) Graham Meikle, op. cit., p.9.

(5) - السيد بخيث محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية، دراسة في الصحافة القومية و الحزبية خلال 1987-1990 ، مرجع سابق، ص 206.

(5) - ل. جون مارتين، أنجو جروفير شودري، مرجع سابق، ص 106.

إلى تراجع قيمة التوقيت، كمحدد أساسي لنشر الأخبار، فضلاً عن عدم تنافس وسائل الإعلام فيها على نشر الأخبار الجديدة، وعدم تبيينها لمبدأ تحقيق الربح"⁽¹⁾.

وفي العالم الثالث، يظهر تأثير العوامل السياسية في نشر بعض الأخبار في توقيتات معينة، وكذا حجب نشر بعضها تحريزاً لمضاعفاتها السياسية، أو خوفاً من كشف أنشطة معينة، يُخشى أن يؤدي النشر عنها، إلى حدوث ردود أفعال لدى الرأي العام، يرى النظام السياسي أن توقيت نشرها غير ملائم، كما قد تتأني الصحف في نشر أخبار معينة، قبل أن تتلمس التوجيهات السياسية للنظام إزاءها، وخاصة الأخبار المتعلقة بسياسة الدولة الخارجية، وذات الصفة الأمنية"⁽²⁾.

تجدر الإشارة إلى أن هذه القيمة تعرضت للنقد، انطلاقاً من أن وسائل الإعلام وبسبب اعتمادها على هذه القيمة أثرت على فهم الجماهير للأحداث، خاصة عندما يتعلق الأمر بالأحداث التي تستمر فترة طويلة (القضية الفلسطينية، المجاعة في إفريقيا، الحرب على العراق...)، فمثل هذه القضايا تفقد اهتمام وسائل الإعلام بها، ولن تلتفت إليها إلا عند حدوث تطور مفاجئ يتضمن قيمة إخبارية أخرى، مما قد ينعكس على معرفة وإدراك الجمهور لهذه الأحداث وتطوراتها، "إذ أن وكالات الأنباء والصحف ووسائل الإعلام لا تهتم كثيراً بالمعلومات الخلفية، بالرغم من أنها ضرورية لفهم الأحداث الجديدة، مما يؤدي ذلك إلى عدم قدرة الصحافة على الوفاء بحق الجماهير في المعرفة، كما يؤدي عدم الاهتمام بنشر المعلومات الخلفية إلى تشويه الكثير من قضايا الشعوب ومواقفها من أحداث معينة"⁽³⁾، بالإضافة إلى أن "ارتباط الحدث بأحداث أخرى تزيد من احتمالات بثه عبر وكالات الأنباء أو نشره في الصحف، وهذا الترابط أو التزامن مع أحداث يعطي لهذا الحدث أهمية حتى وإن قلت أهميته في ذاته، وتلعب تطورات العلاقات بين الدول دوراً أساسياً في زيادة التركيز على أخبار معينة"⁽⁴⁾.

3- القرب:

ينظر إلى هذه القيمة من زاويتين، الأولى وتتمثل في القرب الجغرافي، أما الثانية، فتتعلق بالقرب النفسي أو العاطفي أو السيكلوجي. نعني بالأولى القرب المكاني للخبر من الصحيفة والقارئ، سواء تعلق الحدث بأفراد، أو تناول أحداث أو مؤسسات وهيئات، أما الزاوية الثانية لهذه القيمة المتعلقة بالقرب

(1) - السيد بختيار محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية، دراسة في الصحافة القومية و الحزبية خلال 1987-1990، مرجع سابق، ص 206.

(2) - المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

(3) - سليمان صالح، مرجع سابق، ص 73.

(4) - سليمان صالح، مرجع سابق، ص 73.

بالمعنى النفسي أو العاطفي، فيقصد بها التشابه أو التقارب السيكولوجي للخبر وللصحيفة مع القارئ، وذلك بفعل عوامل نفسية أو دينية أو عقائدية أو إيديولوجية أو تاريخية.. الخ، فكلما عبرت الأخبار عن أحداث وقعت في مكان قريب من القارئ أو المستمع أو المشاهد زاد اهتمامه بها⁽¹⁾، إذ أن المشاهد أو المستمع أو القارئ يهتم بالموضوعات التي يشعر أنها قريبة منه وترتبط به ارتباطاً مباشراً ومن هنا "يأتي الافتراض، أنه كلما كان الخبر قريباً من المنطقة التي يعيش فيها الفرد، كلما اكتسب أهميته خاصة"⁽²⁾، وأنه "إذا تساوت الأخبار في عناصرها الإخبارية، كان لمكان وقوع الحدث أهمية خاصة، وأنه كلما بعد موقع الخبر، قل الاهتمام به"⁽³⁾.

لقد اختلفت آراء الباحثين حول أهمية هذه القيمة في البلدان الغربية وبلدان العالم الثالث، ففي الوقت الذي ترى فيه إحدى الدراسات "أن القرب الثقافي لعب دوراً في تغطية الصحف اليونانية للحملة الانتخابية الأمريكية 1988، وأشارت إلى تركيز هذه الصحف على أخبار دوكاكيس - أحد المرشحين - للانتخابات باعتباره أمريكي من أصل يوناني، وإعطائها مساحة أكبر، مما أفردته لبوش، غير أن الصحف اليمينية اليونانية والتي هي أقرب إلى بوش أتاحت تغطية أقل عن دوكاكيس مقارنة بالصحف اليسارية اليونانية"⁽⁴⁾، كما أظهرت بعض البحوث "أن القارئ المصري يخضع لعامل القرب المكاني والنفسي في تفضيله لأخبار مناطق معينة في العالم. فقد سئلت عنه من الأفراد أن يرتبوا المناطق التالية من حيث اهتمامهم بأخبارها وهي أوروبا، الشرق الأوسط، العالم العربي، شمال إفريقيا، أمريكا الجنوبية، أمريكا الشمالية، الشرق الأقصى، وجاء الترتيب على النحو الآتي :

1. العالم العربي،

2. شمال إفريقيا،

3. الشرق الأوسط ،

4. الشرق الأقصى،

(1)- عبد الله زلطة: فن الخبر، الأسس النظرية والتطبيقات العلمية، الطبعة الثانية (القاهرة: دار الفكر العربي، 2004 م.) ص87.

(2)- عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي، سوسيولوجيا الخبر، دراسة في انتقاء و نشر الأخبار، مرجع سابق، ص 47.

(3)- السيد بخيث محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية، دراسة في الصحافة

القومية و الحزبية خلال 1987-1990 ، مرجع سابق، ص208.

(1)Zaharo Poulos, Thimios, cultural proximity in international news, coverage 1988 U.S. Presidential Campaign in the Greek Press, journalism quarterly, vol.67, 1990, pp.190-191.

5. أوروبا،

6. أمريكا الشمالية،

7. أمريكا الجنوبية⁽¹⁾.

في حين، ترى هبة أسمى في دراستها المتعلقة بالنشرة الإخبارية باللغة الإنجليزية في التلفزيون المصري أن هذه القيمة لا تعد "بنفس درجة الأهمية في المجتمعات الغربية عنها في المجتمعات النامية، حيث أن الإعلام الغربي يهتم بالخبر الأكثر تأثيراً والأشد وقفاً على المشاهد من الخبر الذي وقع في دولة أقرب، فمثلاً من السهل أن نجد مقدمة نشرة أخبار في قناة أمريكية قصة إخبارية وقعت في باريس، بينما في القنوات العربية عادة ما تكون أخبار المقدمة ذات طابع محلي"⁽²⁾.

ورغم ذلك، تبقى قيمة القرب ذات دلالة إخبارية، حيث تُحظى الأخبار المحلية باهتمام كبير من أفراد المجتمع لأنها تمس حياتهم مباشرة أكثر من الأخبار الخارجية التي لا تؤثر على حياتهم، ويمكن تطبيق الصيغة التالية على هذه القيمة: الأخبار الأكثر قرباً، الأخبار القريبة، الأخبار الأقل قرباً، الأخبار البعيدة، أو كما عبر عنها بول مانينج Paul Manning "حياتك هي قصتك"⁽³⁾.

4- الصراع:

يمثل الصراع نزعة إنسانية أو غريزة بشرية، وللصراع أشكال وأنواع ومجالات مختلفة، فهناك صراع الإنسان مع الطبيعة أو المجتمع المنظم أو قوى المجتمع مع بعضها الآخر، فالصراع يعد قيمة إنسانية قديمة قدم التاريخ، فالإنسان، منذ بدأ الحياة يصارع ذاته، ويصارع الآخرين، والدول تصارع بعضها البعض، ويقصد بهذه القيمة "الأحداث التي تعكس صداماً بين الأشخاص أو المؤسسات أو الدول بحيث تكتسب قيمة إخبارية"⁽⁴⁾. ومن الأخبار المتضمنة قيمة الصراع، ما يتعلق بصراع الإنسان مع الطبيعة، الكوارث الطبيعية، الزلازل، البراكين، الفيضانات الأعاصير... الخ، وصراع الجماعات والأحزاب والطبقات والمصالح وصراع الدول.

(1) - حسنى نصر، سناء عبد الرحمان: مرجع سابق، ص 77.

(2) - هبة أسمى، النشرة الإخبارية باللغة الإنجليزية في التلفزيون المصري، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 1987 م.) ص 107-108.

(3) - Paul Manning : News and news sources : A critical introduction(London: Sage Publications,2001) p.61.

(4) - سهام عبد الخالق، مرجع سابق، ص 114.

وتعد مثل هذه الأحداث من المواضيع التي تدفع القارئ للاهتمام بها ومتابعة مجريات هذه القصة الإخبارية التي يتوافر فيها عنصر الصراع، كما تجدر الإشارة إلى أن عنصر الصراع لا يقتصر على الجانب المادي المتمثل في الحروب والانقلابات والاضطرابات والمظاهرات، لكن هناك جانباً آخر لهذا العنصر وهو الاختلاف بين الآراء وعرض وجهات النظر المتباينة للأفراد.

وقد أبدت وسائل الإعلام اهتماماً كبيراً بالأخبار التي تحمل أو تتضمن هذه القيمة، إذ "أن الخبر الصحفي لا بد أن يشبع لدى القارئ رغبته في تتبع هذا الجانب الدرامي من الحياة، فالصراع يشكل أحد مراكز الاهتمام الرئيسية عند الإنسان"⁽¹⁾، إن "أخبار الحروب والثورات والانقلابات مثلاً تكشف عن جانب من جوانب الصراع في حياة الإنسان، كذلك فإن أخبار الانتخابات السياسية أو النقابية تشكل هي الأخرى لونا من ألوان الصراع في الحياة الإنسانية"⁽²⁾.

وبشير ستيوارت ألان في كتابه "ثقافة الأخبار" أن "الصحافة المتوازنة تقتضي أن يكون في القضية طرفين وعندما يكون هذان الطرفان في حالة صراع يكون هناك إحساس بفرورية الأحداث وسرعتها، كما يتم أيضاً التركيز على مصالح معينة من خلال تقديم الأحداث في صورة درامية"⁽³⁾.

وتتفاوت رؤية النظام السياسي في كل مجتمع لقيمة الصراع، فوسائل الإعلام الغربية تولي قيمة الصراع أهمية كبيرة، حيث تهتم بتغطية أحداث الصراع، الحروب، الخلافات، المظاهرات والاضطرابات مبررة بأن استخدام هذه القيمة الخبرية "يأتي استجابة لرغبات الإنسان وغرائزه، ولتحقيق أهداف تجارية وتسويقية، قد يكون جزءاً من الحقيقة، لكنه ليس الحقيقة، وذلك أن هناك أهدافاً إيديولوجية رأسمالية غربية من وراء التركيز على الأخبار ذات الطبيعة الصراعية"⁽⁴⁾.

وباختصار الخبر في العالم الأول هو المعارك والصراعات، وليس هناك أفضل دليل على ذلك مما قاله أوتيسبايك وهو صحفي في عمود في صحيفة نيوز داي "إذا لم يكن الشيء مرعباً أو موقعا في النفس رهبة، فإنه لا يصلح أن يكون خبراً"⁽⁵⁾، كما أن التركيز على أخبار الحروب والصراعات في المجتمعات الأخرى يلعب دوراً في زيادة الشعور بالاستقرار في المجتمعات الغربية، بالإضافة إلى أنه يسهم في تشويه صورة دول وشعوب العالم الثالث، التي تظهر في الأخبار إلا مرتبطة بصراعات محلية

(1) - إبراهيم عبد الله المسلمي، مرجع سابق، ص 337.

(2) - فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، الطبعة الثالثة، ص 68.

(3) - ستيوارت ألان: ثقافة الأخبار، ترجمة هدى فؤاد، الطبعة الأولى (القاهاة: مجموعة النيل العربية، 2008) ص 123.

(4) - سليمان صالح: مرجع سابق، ص 87.

(5) - ألبرت ل. هستر، واى لان ج. تو: مرجع سابق، ص 46.

أو دولية، ومن ثم يسهم في إيجاد المبررات الأخلاقية لأي اعتداءات تقوم بها الدول الغربية على هذه الدول⁽¹⁾.

إن المعالجة الإخبارية التي تهتم بالصراع كقيمة إخبارية تستهوي النفس البشرية، قد تفقد فاعليتها على أرض الواقع، إذا ما أصبح الصراع روتيني ومألوف لدى الأفراد، فأخبار الانتفاضة الفلسطينية وحرب العراق وأحداث دار فور وغيرها من الحروب والمعارك والصراعات التي ألفها القراء لم تعد تجذب اهتمامهم كما كان عليه الحال في بداية هذه الأحداث، بينما تحاول وسائل الإعلام في دول العالم الثالث عدم إظهار هذه القيمة بحدّة كبيرة، بحيث تسعى بصفة عامة إلى تهدئة الأوضاع وعدم إظهار الاختلاف ويؤر النزاع والتوتر، وإن كان ذلك يختلف بين الصحف الموالية والصحف المعارضة الحزبية، والصحف المستقلة.

وقد أشارت الدراسات إلى أن وسائل الإعلام في تغطيتها لأخبار الصراع والكوارث، تميل إلى التركيز على العناصر الظاهرة والأشكال المباشرة لها، في غياب أي تحليل للظروف البنائية السابقة عليها، ويعني ذلك تقديم الأحداث، كما لو كانت نتيجة أفعال، وليست محصلة للصراع الاجتماعي، مع تجاهل النتائج المترتبة عليها، وأوضحت هذه الدراسات أن التأكيد المستمر على الصراع له تأثيرات ضارة للغاية، من ناحية خلق التوتر المستمر في نفوس القراء، والإحساس بعدم الأمان، وإبراز الاختلاف دون التوافق، وأن التعامل مع الأخبار من خلال الصراع والعنف، قد لا يتيح دائماً وضع الحدث في مضمون مفيد، حيث يتجه التركيز في المعالجة على المكان والوقت، وأطراف الصراع ونتائجه، مع تجاهل مسببات هذا الصراع ودوافعه، أو الذين يعملون من أجل إيجاد الحلول لمنع الصراع والعنف⁽²⁾.

5- قيمة الشهرة أو الصفة أو النخبة:

تهتم وسائل الإعلام في الدول الغربية ودول العالم الثالث بهذه القيمة التي تعتبرها من القيم الخيرية الهامة، "فكلما ازدادت شهرة الشخص الذي يتناوله الخبر، زادت أهمية الخبر وازدادت فرصته في النشر، بل وفي احتلال مكان بارز على صفحات الجريدة"⁽³⁾.

تعني قيمة الشهرة ارتباط الخبر الصحفي بالشخصيات البارزة أو التي تحتل مكانة اجتماعية معينة، لكن أهمية الشهرة لا تنطبق على الأشخاص فقط وإنما تتعلق كذلك بالأماكن التي لها قيمة

(1) - سليمان صالح، مرجع سابق، ص 86.

(2) - عبد الفتاح عبد النبي، سيوسولوجيا الخبر الصحفي، دراسة في انتقاء و نشر الأخبار، مرجع سابق، ص 50.

(3) - إبراهيم عبد الله المسلمي، مرجع سابق، ص 339.

تاريخية، الكتب، الأشياء، الآثار... الخ، ويرجع اهتمام وسائل الإعلام بهذه القيمة الخبرية إلى أن القراء ينجذبون إلى قراءة الأخبار التي تتعلق أو ترتبط بأسماء معينة، كما أن الصحفيين، من جهتهم، يفضلون تتبع ونشر أخبار الصفوة.

وتنقسم هذه القيمة إلى نوعين "دول الصفوة" حيث يعطي الصحفيون والمحررون الأولوية في تغطية أخبار دول العالم الأول، لأنها تمثل دول الصفوة ولأن الجمهور يريد معرفة أخبارها، فهناك "ترتيب هرمي ملحوظ يمكن أن نميزه بوضوح هنا وهو يعطي الأولوية للأحداث التي تقع في الدول التي يُنظر إليها باعتبار أنها تؤثر تأثيراً مباشراً على رفاة الجمهور، مثل الولايات المتحدة ودول العالم الأول الأخرى"⁽¹⁾.

ويتمثل النوع الثاني في شخصيات الصفوة، فالصحف والإعلاميون يعطون الأولوية لتغطية أخبار الصفوة من السياسيين والفنانين والمشاهير عموماً لتطلع الجمهور للتعرف على أخبارهم "إذ يفضل في الأخبار التركيز على الشخوص البشرية وهم يتفاعلون مع مختلف الظروف المحيطة بهم عن تقديم وصف تجريدي مبهم لنظم أو قوى أو مؤسسات غير واضحة المعالم"⁽²⁾.

وكما هو معروف في وسائل الإعلام بمختلف أنواعها إن الأسماء تصنع الأخبار، بل إن الأسماء الكبيرة لا تصنع الأخبار فحسب، ولكنها هي نفسها الأخبار⁽³⁾، ذلك لما لأشخاص الصفوة من أهمية كبيرة في المجتمع، فكلما ارتبطت أسماء الصفوة بالأحداث كلما رُشحت أن تصبح جزءاً أساسياً من الخبر، نظراً لما للصفوة من نفوذ وقيمة ومكانة عالية سواء تعلق الأمر بأشخاص لهم أسماءهم ومكانتهم في المجتمع أو مؤسسات ذات نفوذ وشهرة أو دول متقدمة مما يرشحها لأن تكون محور اهتمام وسائل الإعلام.

ويؤكد هوارد سميث Smith Howard، الخبير التلفزيوني على هذه القيمة بقوله: "إن التلفزيون هو صورة وكلمة وشخصية، وأن الآلاف من الأشجار ضحت بحياتها ليُصنع منها ورق الصحف الذي استخدم في تغطية أخبار زيجات الممثلة العالمية إليزابيث تايلور، ويصور هذا المثال مدى تأثير هذه

(1) - ستيفارت آلان، مرجع سابق، ص 124.

(2) - المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

(3) - ف. فريزر بوند: مرجع سابق، ص 124.

القيمة الخبرية"⁽¹⁾، وبخصوص هذه القيمة يقول بيير ألبير Pierre Albert أن الصحافة قادرة دائماً على خلق وتنمية الأساطير، حول بعض النجوم⁽²⁾.

إن قيمة عنصر الشهرة هو الذي جعل الصحافة المصرية بمختلف أنواعها واتجاهاتها، تتجند لتغطية محاكمة هشام مصطفى طلعت، أحد الوجوه البارزة في المجتمع المصري، ونائب في البرلمان، والمتهم في قضية اغتيال المطربة اللبنانية سوزان تميم صيف 2008.

أما في دول أوروبا الشرقية، وإن حدث وتم إبراز أخبار النخبة من الأشخاص "فليس بسبب هؤلاء الأشخاص في حد ذاتهم، وإنما على المكانة الوظيفية التي يشغلونها، ولم تهتم وسائل الإعلام في هذه الدول بنشر أي أخبار عن الحياة الخاصة للأفراد أو القيادات، وكانت تقدم بحذر شديد للمحافظة على صورهم كقادة، وقد أمكن للباحثين، تتبع صعود وتراجع ظهور الزعماء الشيوعيين، بقياس كمية الأخبار المنشورة عنهم، وبينما كانت الصحافة السوفيتية تركز على أخبار الدول الصناعية الكبرى وأوروبا الشرقية، إلا أن تركيزها كان ينصب على الأحداث الإيجابية بدلا من السلبية وعلى المؤسسات بدلا من الأفراد"⁽³⁾. وفي الدول النامية، فإن أخبار النخبة الحاكمة تنصدر الصفحات الأولى للصحف، وأحيانا تلجأ الحكومات إلى تحديد المكان المناسب لأخبار النخبة السياسية في وسائل الاتصال المختلفة، وذلك لإضفاء نوع من الهيبة التي يفترضها المنصب السياسي الذي تحتله الشخصية⁽⁴⁾.

تعرض التركيز على هذه القيمة الخبرية لانتقادات عديدة، منها، أن الاهتمام بتغطية أخبار دول الصفرة يتم "على حساب الأحداث التي تقع في مناطق أخرى من العالم، خاصة الدول النامية أو دول العالم الثالث الذي نادرا ما تحظى باهتمام مناسب في الأخبار"⁽⁵⁾.

لقد كشف العالمان النرويجيان جالتونج وروج في دراسة لهما، أن وسائل الإعلام تهتم بتغطية أخبار دول النخبة، إذ أنه كلما كانت الأحداث تتعلق بهذه الدول زاد احتمال نشرها أو بثها أو إذاعتها، وهذا يعني أن تغطية الأخبار تركز على دول النخبة أو تتركز فيها، مما أدى إلى اختلال في تدفق

(1) - نهى عاطف عدلي العبد ، مرجع سابق، ص 83.

(2) - بيير ألبير: الصحافة، ترجمة فاطمة عبد الله محمود (القاهرة: الهيئة العامة للكتاب، 1987) ص228.

(3) - السيد بخيت محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية، دراسة فيالصحافة القومية والحزبية خلال 1987-1990 ، مرجع سابق ص 213-214، ل. جون مارتن، أنجو جروفنر شودري، مرجع سابق، ص 22.

(4) - محمد نجيب الصرايرة، مرجع سابق، ص252.

(5) ستيوارت ألان، مرجع سابق، ص 124-125.

الأخبار في العالم كله، حيث تدور أخبار معظم الصحف حول هذه الدول التي تشكل مركز ودائرة اهتمام الإعلام بصفة عامة، مما يعزز موقع هذه الدول ويزيد من سيطرتها على الكثير من المجالات بما فيها النشاط الاقتصادي والإعلامي، و في هذا الإطار دعا مراسل الشؤون الخارجية في ألبى بي سي جون سمبسون إلى ضرورة الاعتناق من فكرة أن فقط 5 مواضيع و 20 دولة هم كل ما يثير الاهتمام⁽¹⁾.

أما بالنسبة للتركيز على أخبار النخبة الحاكمة، فهذا يزيد من سيطرتها على المجتمع والتقليل من فرص التغيير داخل المجتمع، مما يؤدي إلى تكريس الأوضاع القائمة من خلال العرض المستمر لوجهات نظر هذه الطبقة النخبوية الحاكمة ونشر الأخبار التي تحقق مصالحها، بالإضافة إلى أن تركيز وسائل الإعلام على أخبار الأشخاص الأقوياء والمشهورين سيؤدي إلى أن يصبح المواطن العادي متلقياً سلبياً⁽²⁾.

بالإضافة إلى أن التركيز على هذا النوع من الأخبار أدى بوسائل الإعلام إلى إفراغ الأحداث من محتواها الحقيقي، وذلك بالتركيز على الطابع الفردي، لا الجماعي، وعلى الأشخاص لا القضايا.

6- السلبية:

رغم تعدد مسميات الأخبار السلبية إلا أن أصل المسمى ذو طبيعة واحدة، فالباحثون تباروا في منح الألقاب لهذا النوع المسيطر على الأخبار، وتراوحت هذه الألقاب بين الأخبار السيئة، الأخبار المروعة، الأخبار العنيفة، الأخبار القاسية، الأخبار الساخنة، الأخبار العدوانية، الأخبار المحبطة، الأخبار المظلمة، الأخبار الدامية، الأخبار البائسة أو أخبار البؤس، الأخبار المفرمة، بكسر الميم، الأخبار العابسة، الأخبار الساخرة، الأخبار المتشائمة، أخبار الحساسية أو الأخبار الحساسة، الأخبار الزئبقية⁽³⁾.

إن النظرة إلى الأخبار السلبية لا تعتبر نظرة حديثة، فمنذ الثلاثينيات كان ينظر إلى هذه الأخبار على أنها الأخبار التي تستحق لقب الأخبار فعلا، ففي عام 1930، قدم ستانلي ولترل StanlyWalterl تعريفه للأخبار بأنها كل ما يتعلق بالنساء والنقود والأفعال السيئة، وبالطبع يعكس هذا التعريف معايير

(1) Paul Manning, op. , cit. , p.62.

(2) سليمان صالح، مرجع سابق، ص 76-80.

(3)- عربي محمد المصري، الأخبار السلبية في التلفزيون وعلاقتها بمستوى القلق السياسي للشباب اللبناني، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2007) ص 66.

اختيار الأخبار في تلك الفترة⁽¹⁾، إذ تهتم هذه القيمة بالأخبار السيئة أو ما اصطلح على تسميته بالأخبار السلبية أكثر من اهتمامها بالأخبار الجيدة أو الإيجابية، ويرجع اهتمام وسائل الإعلام بهذه القيمة الإخبارية لما قد تطرحه الأخبار التي تتضمن هذا العنصر من إثارة وما تخلقه من مناقشات واختلافات في وجهات النظر لدى قراء هذا النوع من الأخبار، كما يرى القائمون بالاتصال أن هذا النوع من الأخبار يلقي استجابة كبيرة لدى المتلقين سواء تعلقت بحياتهم أم لا، فالأخبار السيئة أو السلبية تحتوي على أحداث ووقائع تتعلق بالكوارث والانقلابات والاضطرابات وصور الصراع والعنف.

يعتقد الغرب، أن الأخبار السلبية ذات أهمية تفوق أهمية الأخبار الإيجابية، ويعزو كلوس شوانباخ Klaus schoenbach الاهتمام الكبير في الغرب بالأخبار السلبية إلى حقيقة أن الغرب يتوقع النقص، إذن فالإخفاق يستحق التغطية الإخبارية لأنه انحراف ووضع غير عادي⁽²⁾، وأن التغطية الإخبارية لمثل هذه الأحداث يأتي استجابة لرغبات وتطلعات الجمهور وما ينتظرونه من وسائل الإعلام، "وأن الأخبار الإيجابية لا تعد أخباراً"⁽³⁾.

وقد تعرضت وسائل الإعلام الغربية إلى انتقادات بسبب تركيزها وإبرازها لهذه القيمة، نظرا لما قد يسببه هذا النوع من الأخبار من تأثير سلبي على القراء حيث قد يؤدي تزايد نشر أخبار العنف والجرائم إلى زيادتها في الواقع، ويرى سليمان صالح "أن التركيز على الأخبار السلبية يلعب دوراً إيديولوجياً مهماً في الحفاظ على تماسك المجتمعات الغربية، وفي إضفاء الشرعية على النظام القائم، وهو ما دفع المجتمع إلى اعتبار الحركات التي تهدف إلى التغيير حركات غير مشروعة، وقد قام ثلاثة باحثين هم هالوران وإيليوت وميردوك بدراسة تغطية وسائل الإعلام البريطانية للمظاهرات التي جرت في لندن 1968 ضد حرب الفيتنام واكتشف هؤلاء الباحثين أن تغطية هذه المظاهرات كانت متشابهة إلى حد كبير، وأنها قد ركزت على نفس النقطة من الحدث، فتم تصوير المظاهرات على أنها أحداث عنف، وظلت تضع صور المشاهد العنيفة النادرة في صدر تقاريرها، وأن وسائل الإعلام قد صورت هذه المظاهرات بأنها غير مشروعة"⁽⁴⁾، كما أن التركيز على الأخبار السلبية هو أحد أهم العوامل التي تؤدي إلى تشويه صور دول

(1) - حسن عماد مكاوي: الأخبار في الراديو والتلفزيون (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1989) ص 22.

(2) - ل. جون مارتن، أنجو جروفر شودري، مرجع سابق، ص 24.

(3) Claude- Jean Bertrand: La déontologie des médias 1^{ère} édition (France: Presses Universitaires, 1997) p.70.

(4) - سليمان صالح، مرجع سابق، ص 80-81.

العالم الثالث، حيث لا ينقل عن هذه الدول في وسائل الإعلام الغربية سوى الأخبار السلبية مثل الكوارث والمجاعات والانقلابات وأحداث العنف، والأخبار التي توحى بتخلف هذه الشعوب⁽¹⁾.

أما في العالم الثاني، فإن أيديولوجية الدولة وكبار موظفي الحزب لا ينبغي عادة تعريضهما للتجريح ويجب ألا يمتد إليهما البحث والتحقيق، لكن إذا حدث أن ظهرت مشكلة بيروقراطية أو ضبط أحد صغار المسؤولين متلبسا باختلاس بعض الأموال فإن رد فعل وسائل الإعلام عندئذ يميل إلى السخرية والانتقاد بدرجة تثير الدهشة والاستغراب⁽²⁾، فهناك غياب لبعض القيم الخيرية في العالم الثاني، ومن بينها على سبيل المثال "أن الأخبار ليست مثيرة وهي لا تتناول أحداثا سلبية ولا تغوص في الحياة الخاصة للشخصيات العامة"⁽³⁾، ويرجع ذلك إلى أن هذا النوع من الأخبار لا يخدم التوجهات والأهداف الأيديولوجية التي بنيت عليها هذه النظرية.

أما في صحافة دول العالم الثالث، فإن أحد أوجه الجوانب السيئة في الصحافة الإنمائية أن يطلب من الصحفيين التركيز فقط "على الأخبار الطيبة أو الإيجابية والبناءة وإنما هم مطالبون أيضاً بتجاهل أو تقليل أهمية الأخبار السيئة أو السلبية أو جوانب الفشل"⁽⁴⁾، إذا يتم تجنب الأخبار السلبية في العالم الثالث بسبب "البناء السياسي الهش لأغلب حكومات العالم الثالث، إذا تتبعنا النموذج الغربي يقول الصحفي الهندي مكيرجي Mukerjee (في صحيفة أسبوعية في الهند 1976)، ولو استمرينا في العزف على هذه النقاط السوداء بذلك نساعد بغباء على تضاعف الإيمان والثقة اللتين بدونهما من المستحيل تحقيق النمو والتنمية"⁽⁵⁾.

تتباين وجهات النظر، حول نشر أخبار الفساد والسلبيات، فالبعض يرى أن التوسع في النشر، وخاصة إذا تناولت المسؤولين والنخبة، يؤدي إلى إشاعة اتجاهات سلبية تؤثر على عملية الأداء الاقتصادي، وعلى معدلات الإنتاج، ومناخ الاستثمار، نظرا للمكانة العالية التي يحتلونها في نفوس المواطنين، بل ويمكن أن يضعف من فاعلية النظام السياسي ذاته، إذا طلب هذا النظام من الجماهير سلوكا تقشفيًا، أو المساهمة في سداد الديون، لأنه سيظل في الذهن العام مسألة هؤلاء المنحرفين والمفسدين الكبار، الذين نهبوا أموالا ضخمة، أو تلاعبوا بأقوات الشعب، ولم يعاقبوا أو يلاحقوا أو هربوا

(1) - نفسه، ص 82.

(2) - البرت ل. هستر، واى لان ج. تو: مرجع سابق، ص 51.

(3) - المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

(4) - المرجع نفسه، ص 58.

(5) - ل. جون مارتين، أنجو جروفور شودري، مرجع سابق، ص 26.

إلى الخارج، فضلا عن الآثار الاجتماعية والقيمية المترتبة على هذا النشر، وبالذات ما يتعلق منها بفقدان الثقة والأمان، وتدهور الأخلاقيات والاعتدال، والخوف، وفي المقابل يرى أنصار عدم النشر أنه يحد من دور الصحافة لفرض حدود أو قيود على الفساد والانحراف في المجتمع، ومن ثم يحد من أحد وظائفها الأساسية، في كشف الفساد والانحراف والذي يعد عائقا كبيرا أمام جهود التنمية، ومن مصلحة المجتمع والنظام الحاكم ذاته أن تستخدم هذه الأدوات لوقف الفساد⁽¹⁾.

وقد وجدت دراسات عديدة، علاقة ضعيفة بين كثرة الحوادث السلبية التي تنشرها وسائل الإعلام وبين ما يماثلها من واقع، وإشارات إلى أن زيادة تركيز وسائل الإعلام على الأخبار السلبية، قد يشوه إدراك الجمهور للواقع والحقيقة، وأن لها تأثيرا مدمرا على الأفراد والمجتمع، وقد تؤدي إلى زيادة إحباط الفرد، وإفقاده الإحساس بقيمة المساعدة والتعاون، والثقة في المؤسسات القائمة... الخ. وأنها إذا تناولت أخبار فساد وانحراف، لا تتابعهما لمعرفة مصير مرتكبيها، ولا تعمل على خلق رأي عام على بصيرة بموقع هذه النوعية من السلبيات في البلاد المشابهة، كما تنشرها بدون تفسير أو توضيح وبعشوائية، وبدون التعريف بالأسباب والمسببات أو الإجراءات التي اتخذت لمنع تكرار ما حدث، وهو ما يؤدي إلى تقادم الإحساس بالتسبب⁽²⁾.

7- الاهتمامات الإنسانية:

يعرف الاهتمام الإنساني بأنه مجموعة من العناصر التي تضيء على الموضوع أو الخبر بعدا عاطفيا وإنسانيا وأن يكون لها تأثيرها، كما يعبر في بعض الكتب عن هذا العنصر بالتأثير وذلك بسبب تأثيره في حياة الناس بشكل أو بآخر⁽³⁾، إذ يخاطب هذا العنصر عواطف الإنسان، ويدغدغ مشاعره، ويثير في نفسه الشفقة والحنان، ويجعله متعاطفا مع الحالة الإنسانية التي يعرضها، متأثرا بها، ومتفاعلا معها، ومنحازا إليها⁽⁴⁾، والمقصود هنا مخاطبة عواطف الفرد لإحداث رد فعل (مع أو ضد) الحادث أو الخبر الذي نشرته الصحيفة، الحال نفسه مع صورة الشهيد محمد البرة التي نالت تعاطف العالم كله لبعدها الإنساني حيث قتلت الرصاصات الطفل وهو في حضن والده⁽⁵⁾. ولا ريب في أن هذه الوقائع

(1) إبراهيم عبد الفتاح عبد النبي، جرائم النخبة (القاهرة: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1992) ص 42.

(2) المرجع نفسه، ص 198.

(3) عبد الستار جواد، مرجع سابق، ص 50.

(4) - عبد الله بدران، مرجع سابق، ص 219.

(5) - مرعي مذكور، مرجع سابق، ص 51.

تستحق النشر والعرض بالصورة المناسبة، بغية تحقيق نتائج عدة منها مساعدة أصحابها ونصرتهم ماديا أو معنويا وإثارة الرأي العام وتوجيهه والاعتاظ والاعتبار⁽¹⁾.

تهتم مختلف وسائل الإعلام مهما كانت انتماءاتها الأيديولوجية بهذه القيمة الخبرية، التي يطلق عليها الأخبار ذات الزاوية الإنسانية أو الأخبار المستمدة من مجال الحياة، ويهدف الصحفي من نشر مثل هذه الأحداث بعد أن يضيف إليها ملابسات من أضواء الزوايا الإنسانية لجذب اهتمام القارئ وحمله على قراءة هذه الأحداث، لكن في كثير من الأحيان تكون لوسائل الإعلام القدرة على تحويل أحداث معينة لتثير هذه العواطف الإنسانية، بينما هناك أحداث أخرى يمكن أن تكون بذاتها مثيرة للعواطف لكنها لا تُحظى بالتغطية الإعلامية الكافية⁽²⁾. ويقدم والتر ليبمان تفسيراته لمثل هذه القيمة الخبرية، فيقول "إن الجمهور لابد أن يشارك في الأخبار بنفس القدر الذي يشارك به في المسرحية عن طريق الاندماج الشخصي"⁽³⁾.

كما تُحظى هذه القيمة باهتمام وسائل الإعلام في العالم الثاني وتتمثل في "أن الخبر ينبغي أن يكون عن الناس ومن أجلهم ولكن هذه القيمة الإخبارية في العالم الثاني تُضفى عليها لمسة إيديولوجية بمعنى أن الخبر لا يكون عن الناس بالضبط ولكن يكون عن الشعب"⁽⁴⁾.

وفي العالم الثالث، يُنظر إلى هذه القيمة من خلال ما قد تحققه للوحدة الوطنية، لأن الحديث عن القيم الإنسانية في ظل تفشي الحروب والنزاع وبؤر التوتر يصبح أمراً صعب التحقيق، ففي معرض حديثه عن الشقاق والقبلية التي لا تزال قائمة في دول إفريقيا يقول هيلاري نجوينو - رئيس تحرير إحدى الصحف الكينية" في مثل هذه البلاد، يكون الواجب الأول للصحافة كما هو الحال بالنسبة لأي مؤسسة أخرى أو أي فرد آخر، هو التشجيع على وجود قدر أكبر من الوحدة الوطنية، لأنه في غياب حد أدنى من الوحدة الوطنية تصبح كل القيم الإنسانية الأخرى في المجتمع أمراً مستحيلاً. وتصبح الحرية والعدل، عندئذ لا معنى لهما، وتصبح الحياة غير آمنة. وإنني أعتقد أنه حيث لا يوجد قدر كاف من الوحدة الوطنية فإن على الصحافة أن تعكف على المهمة الصعبة المتعلقة بالمعاونة على توحيد الأمة وإزالة عدم الثقة بين المجتمعات والقبائل"⁽⁵⁾.

(1) - عبد الله بدران، مرجع سابق، ص 226.

(2) - سليمان صالح، مرجع سابق، ص 90.

(3) - ألبرت ل. هستر، واى لان ج. تو، مرجع سابق، ص 44.

(4) - ألبرت ل. هستر، واى لان ج. تو، مرجع سابق ص 52.

(5) - المرجع نفسه، ص 59.

8- الإثارة:

تهدف وسائل الإعلام من خلال الاهتمام بهذه القيمة الخبرية إلى تغطية الأحداث المتعلقة بالجوانب المثيرة من حياة بعض الناس، إن صلاحية الخبر للنشر تؤهله تلك الخاصية التي توجد في بعض الوقائع والأحداث وتكسيها جاذبية شديدة إلى لفت انتباه القارئ، ومخاطبة غرائزه الدفينة، وهو ما يظهر في بعض الحوادث التي تتعلق بالفضائح والجرائم والجنس، إذ يدرك الإعلاميون أهمية هذه القيمة، حيث يسعون إلى جلب الأخبار المتعلقة بهذه المواضيع، فقد جندت وسائل الإعلام لتغطية فضيحة كلينتون ومونيكا.

تولى وسائل الإعلام الغربية اهتماما كبيرا بهذه القيمة التي تأخذ حصة الأسد في بعض الصحف والجرائد أو ما يسمى بالصحافة الصفراء ومنطلق وسائل الإعلام في ذلك، أن الجمهور يميل ويحب ويفضل هذا النوع من الأخبار، حيث كشفت إحدى الدراسات التي أجريت عام 1984 بشأن قراء الصحف الأمريكية وأشرفت عليها الجمعية الأمريكية لرؤساء تحرير الصحف "أن عينات القراء الذين شملهم البحث لا تزال تشكو من افتقار الأخبار إلى العدالة والإنصاف، وميلها إلى الإثارة والتلاعب، والتركيز على الأخبار السيئة، كما أوضحت الدراسة أن 25% من القراء الذين شملهم البحث اتهموا الصحف بإضفاء عنصر الإثارة على الأخبار، ومع ذلك فإن هذا الرقم يبدو معقولاً إذا قورن بالرقم الثاني، وهو أن 80% منهم اتهموا التلفزيون بتعمد الإثارة"⁽¹⁾.

إن مغالاة وسائل الإعلام الغربية في التركيز على هذه القيمة، جعلها تتعرض لانتقادات شديدة بحيث تسعى وسائل الإعلام في العالم الأول إلى تحقيق أهداف تجارية بحتة في ترويج أخبار حسب ما يرغب فيه القراء وليس حسب ما يحتاجونه أو أهداف أيديولوجية تتمثل في إلهاء الجماهير عن مشاكلها الحقيقية، بالإضافة إلى أن بعض الصحف -الصحافة الصفراء- تبالغ في التركيز على هذه القيمة الخبرية، خاصة منذ أن بدأ روبرت ميردوك تجريب تلك الصيغة التي وضعها في صحيفة نيوز أف ذا ورد عام 1969، ثم في جريدة السن، وهي الصيغة التي عرفت بـ 3S الفضايح والجنس والرياضة⁽²⁾.

وتأخذ هذه القيمة حقها في وسائل الإعلام في العالم الثالث، بحيث تنشر الأحداث المتعلقة بالجنس، الفضايح، الجرائم أو ما يسمى بالأخبار المثيرة لكنها تراعي ضوابط وقيم وتقاليده هذه المجتمعات.

(1) - المرجع نفسه، ص 47.

(2) - سليمان صالح، مرجع سابق، ص 87-88.

9- الأهمية:

يمس عنصر الأهمية ميادين عديدة، كما له عدة مظاهر، تتعلق بالخبر الذي تفوق أهميته خبر آخر، ويرشح للنشر دون غيره من الأخبار، وقد تؤهله هذه القيمة لأن يوضع في الصفحة الأولى ويحتل المكان المناسب وتخصص له مساحة كافية.

ويمثل القراء أول مظاهر هذه الأهمية، إذ أنه كلما كانت الأخبار تهتم أكبر عدد منهم، اختير هذا الخبر من طرف حارس البوابة للنشر، فالأخبار الصحفية تتفاوت "بحسب أهميتها، فكلما كان الخبر يخص شرائح واسعة من أبناء المجتمع، ويتعلق بأمر مصيري لهم، أو يغطي حدثاً بارزاً على الصعيد الداخلي أو الخارجي، ازدادت أهميته، واحتل مكانة متميزة في الصحيفة"⁽¹⁾.

وقد لا يكون الخبر في حد ذاته هاماً لكن النتائج المترتبة عليه هي الأكثر أهمية، حيث أن خبراً عن ظهور نوع جديد من فيروسات الكمبيوتر قد يكون خبراً عادياً، لكن تأثير ذلك الخبر قد يكون ضخماً على قطاع الأعمال والبنوك وخطوط الهاتف وذلك هو الخبر الأكثر أهمية، وهذا ما يطلق عليه محمود أدهم تعبير "مغزى الحدث" فكلما ترتب عن الحدث أحداث أخرى أو أسفرت عنه نتائج أخرى كلما كان ذلك من الأسباب والعوامل التي تؤهل مثل هذا النوع من الأخبار للنشر⁽²⁾. ولذلك فإنه يعبر عن هذا المظهر بأنه يعني مدى تأثير الحدث في الزمان والمكان، كما يعبر عنه بعنصر الإيحاء حيث تقاس أهمية الخبر تبعاً لما يوحي به، أو لشتى الاهتمامات التي تدور في أذهان قرائه وكذا لما يتفرع عنه من أنباء أخرى متوقعة أو غير متوقعة⁽³⁾.

كما أنه تجدر الإشارة، إلى أن مثل هذه الأخبار تكتسب هذه الأهمية لما تثيره من نقاشات وجدل بين القراء لما لها من أهمية، ولما لها من تأثير عليهم، بحيث تطرح مباشرة أخباراً تمسهم وتتعلق بهم بالدرجة الأولى، ولأن هذا النوع من الأخبار يحمل في مضمونه معنى جادا.

إن الأهمية في الدول الشيوعية توجه إلى منصب الزعيم وليس إلى الشخصية فالأفراد ما هم إلا رموز اجتماعية، أما في العالم الغربي وفي أغلب دول العالم الثالث، فهناك اهتمام واضح بالناس وبأنشطتهم، على الرغم من حقيقة أن الاهتمام يزيد من تألق الفرد. وفي العالم الثاني، نجد أن الاهتمام لا يركز على الأفراد ولكن عامة يتركز على المجموعة أو المجتمع ككل. فالعمال البارزون، المدرس

(1) - عبد الله بدران، مرجع سابق، ص 219.

(2) - نهى عاطف عدلي العبد: مرجع سابق ص 92، محمود أدهم، فن الخبر، الطبعة الثانية، مرجع سابق، ص 547.

(3) - محمود أدهم: فن الخبر، الطبعة الثانية، مرجع سابق، ص 548.

المثالي، والأبطال القوميون، والفنانون ببرزهم الإعلام لأن المجهود الجماعي -طبقا للفلسفة الشيوعية - هو الذي يستأثر بالأهمية، والتركيز بالذات على أشخاص ناجحين، ومن ثم فإن الجماعة ككل قد تنهض⁽¹⁾، إلا أن الملاحظة التي نريد أن نتوقف عندها تتمثل في أنه من الصعب تحديد عنصر الأهمية، رغم وجود بعض الدراسات التي سعت لتحديد هذه القيمة من خلال ثلاثة مؤشرات هي:

1. معرفة ما يعتقد الصحفيون عن ماذا يريده الجمهور.

2. ماذا يقدم الصحفيون من أخبار، ويحتل أولويات اهتماماتهم.

3. سؤال الجمهور عما يفضله من أخبار.

وقد وجدت الدراسات اختلافا في تحديد الأهمية بين المصالح المشتركة للجمهور، وبين ما هو مطروح فعلا في المضمون الإعلامي⁽²⁾.

وتبقى الطريقة الوحيدة -لحد الآن- لمعرفة هذه الاهتمامات تتمثل في القيام بدراسة وتحليل مضمون المنتج الإعلامي لوسائل الإعلام من ناحية، والقيام بمسوح عن اهتمامات القراء ورأيهم فيما يعرض عنهم من أخبار، رغم أن إجراء مثل هذه الدراسات لن تأتي نتائجها بإجابات كاملة وشاملة يمكن تطبيقها على كل القراء وفي كل الأزمنة.

10- الضخامة أو الحجم أو العدد:

تولي وسائل الإعلام أهمية كبيرة لقيمة الضخامة" التي قد تكون كمية وقد تكون نوعية وتتوافر الضخامة الكمية في الخبر إذا كانت تمس أكبر عدد من الأفراد أو الأشياء، وتتوافر الضخامة النوعية إذا كان الخبر يمس مرفقا حيويا يهم المجتمع أو يمس مشكلة سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية⁽³⁾، ومن هنا فإن الخبر الضخم هو الذي يمس أو يثير اهتمام أكبر عدد من القراء لاحتوائه علي معلومات مهمة أو ما يغطيه من أحداث ذات شأن، تنعكس أو تؤثر بشكل كبير على حياة القراء لأنها تتعلق بشؤونهم أو مجتمعتهم . ويشير عبد اللطيف حمزة أن الأساس الذي نزن به حكما (بالضخامة) هو اهتمام الرأي العام

(1)-ل. جون مارتن، انجو جروفر شودري، مرجع سابق، 22-23.

(2)-السيد بخيث محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية، دراسة في الصحافة

القومية و الحزبية خلال 1987-1990 ، ص 222-223.

(3)- عبد الله زلطة ، مرجع سابق، ص 88 .

بالخبر، أو اهتمام أكبر عدد من الناس بمثل هذا الخبر، وما أيسر ما يعرف القارئون على الصحيفة هذه الأوزان⁽¹⁾.

ورغم اهتمام وسائل الإعلام في العوالم الثلاثة بهذه القيمة الخبرية والتركيز عليها إلا أنها تعرضت لانتقادات عديدة، فالإعلام يهتم دائماً بالأحداث الضخمة، فكلما ازداد عدد من يتصور حراس البوابات أنهم سيهتمون بالحدث، زادت احتمالات تغطيته، ومن هنا يتوقف نشر الأخبار على معيار كمي فقط وتصبح ثنائية حدث/ قارئ علاقة طردية، إذ كلما زاد اهتمام القراء بالحدث ارتفع مؤشر نشر الحدث، وهذا يعني أن الكثير من الأحداث التي تهتم فئات محدودة من الجماهير لن تحظى بتغطية إعلامية، مما يحرم قطاعات كبيرة من الجماهير حقها في معرفة أحداث معينة من خلال الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى.

أما الجانب الثاني لقيمة الضخامة، فيتمثل في ضخامة عدد من يشملهم الحدث، لكن يلاحظ من خلال ما تنشره أو تتعرض له وكالات الأنباء والصحف ووسائل الإعلام، أنها غالباً ما تتجاهل الكثير من الأحداث التي تشمل أعداداً ليست كثيرة من النشر، لكنهم في النهاية من حقهم الحصول على تغطية إعلامية لمشاكلهم وقضاياهم، وبعض الشعوب الصغيرة تتعرض للكوارث ولمشاكل متعددة دون أن تهتم وسائل الإعلام بها، إلا إذا اتسعت الكارثة لتشمل الكثير من البشر⁽²⁾.

ومن هنا تصبح ضخامة الأرقام أو الأعداد النقطة الفاصلة في تحديد صدارة الخبر للنشر، وهو معيار لأهمية الحدث في معظم وسائل الإعلام خاصة الغربية، أما في العالم الثالث، فبالرغم من أهمية هذا العنصر إلا أن القرار بالنشر يتوقف في هذه المجتمعات، أساساً على المعايير الأيديولوجية والسياسية وليس على ضخامة الحدث فيتم التقليل من أهمية الحجم أو تضخيمه ليتفق مع التوجهات الأيديولوجية والسياسية.

11- الغرابة والطرافة:

يشير عنصر الغرابة إلى الجانب غير المألوف في الخبر أي ذلك الخبر الذي يقدم مضمونا لم يعتده الناس، فمن غير المألوف أن يقوم أب بحجز ابنته 30 سنة في إسطنبول⁽³⁾، تقاس هذه القيمة التي

(1) - عبد اللطيف حمزة: المدخل في فن التحرير الصحفي، الطبعة الخامسة، مرجع سابق، ص 107.

(2) - سليمان صالح: مرجع سابق، ص 89.

(3) - جريدة الخبر / 22 نوفمبر 2010 / العدد 6183.

يتم على أساسها تفضيل خبر على آخر بمدى خروج الخبر عن المؤلف الذي اعتاده الناس، والأخبار الغريبة أو الطريفة هي التي تركز على الأخبار الغريبة أو الطريفة في الحياة⁽¹⁾.

خلاصة:

نخلص من خلال ما تقدم، أن هناك تبايناً في تحديد مفهوم الخبر الصحفي، وذلك وفقاً للمنطلقات الفلسفية لكل باحث يحاول طرح مفهوم لهذا النوع الصحفي، الأمر الذي انعكس على تحديد القيم الخبرية، ذلك أن هذه الأخيرة تتباين بتعدد الصحفيين والصحف والعاملين فيها، والمجتمعات التي ينتمي إليها القارئون على الأخبار، فضلاً عن أنها تختلف من فترة زمنية إلى أخرى، وأن أوويات القيم الخبرية متباينة من مجتمع إلى آخر، ومن صحيفة إلى أخرى، ومن نظام إعلامي إلى آخر، ما يدعو إلى القول باستحالة تعميم القيم الخبرية وجعلها قواعد ثابتة تحدد عملية اختيار وانتقاء الأخبار الصحفية على مستوى عالمي، وذلك لنسبية هذه القيم ولمرونتها وتغيرها، لكن هذا لا ينفي وجود بعض القيم الخبرية مشتركة وعامة، يتفق عليها المجتمع الصحفي، وتمثل إطاراً مرجعياً له في عملية الاختيار والانتقاء والنشر، وإن اختلفت من حيث مستويات ترتيبها، كما يعتبر القائم بالاتصال الذي يقدم المنتج الإعلامي جزءاً مهماً في عملية جمع وانتقاء الأخبار، ومن ثم ترشيحها للنشر أو استبعادها، هذا ما سنتطرق له في الجزء الثالث من المطبوعة، لكن قبل ذلك سنخصص الجزء الثاني لعملية تحرير الخبر الصحفي.

المصادر والمراجع:

أولا/ المصادر:

- 1- ابن منظور: لسان العرب، ج5 (القاهرة: دار المعارف، دبت، ن).
- 2- مجمع اللغة العربية، معجم ألفاظ القرآن الكريم، ج1، ط1 (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1990).
- 3- محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1979).
- 4- محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد السابع (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003م).

ثانيا/ المراجع باللغة العربية:

1- الكتب:

- 1- إبراهيم عبد الفتاح عبد النبي: جرائم النخبة (القاهرة: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1992م).
- 2- إبراهيم عبد الله ألمسلمي: مدخل إلى الصحافة (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1999 م).
- 3- إبراهيم عبد النبي عبد الفتاح: سوسيولوجيا الخبر الصحفي، دراسة في انتقاء و نشر الأخبار (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1989 م).
- 4- إجلال خليفة: علم التحرير الصحفي وتطبيقاته العملية في وسائل الاتصال بال جماهير، ج1، ط1 (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1980).
- 5- إسماعيل إبراهيم: فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، الطبعة الثالثة (القاهرة: دار الفجر للنشر و التوزيع، 2003 م).
- 6- ألبرت ل. هستر، و اى لان ج. تو: دليل الصحفي في العالم الثالث، ترجمة كمال عبد الرؤوف (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1982).
- 7- بيار ألبير: الصحافة، ترجمة فاطمة عبد الله محمود (القاهرة: الهيئة العامة للكتاب، 1987).
- 8- جاك لول : دليل الصحفي في العالم الثالث، ترجمة كمال عبد الرؤوف (مصر: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1992 م).
- 9- جلال الدين الحمامصي:المنذوب الصحفي (القاهرة: دار المعارف، 1963).
- 10-جوليان هاريس، ستانلى جونسون: استقاء الأنباء في صحافة الخبر، ترجمة وديع فلسطين (مصر: دار المعارف، 1960 م).
- 11-حسن عماد مكاوي: الأخبار الإذاعية و التلفزيونية (القاهرة: الدار العربية للنشر و التوزيع، 2009 م).
- 12-حسن عماد مكاوي: الأخبار في الراديو والتلفزيون (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1989).
- 13-حسن نصر: سناء عبد الرحمن: الخبر الصحفي، الطبعة 1 (الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، 2003 م).
- 14-حسنى نصر، سناء عبد الرحمن: الخبر الصحفي، الطبعة الأولى (القاهرة: دار الكتاب الجامعي، 2003 م).
- 15-حمدي حسن: الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام (القاهرة: دار الفكر العربي، 1991 م).
- 16-خليل صابات: الصحافة رسالة واستعداد وفن وعلم، الطبعة الثانية (القاهرة: دار المعارف، 1959).

- 17-ديفيد راندال: الصحفي العالمي، ترجمة معين الإمام ، الطبعة الأولى (المملكة العربية السعودية: مكتبة العبيكان 2007 م.).
- 18-راسم الجمال: الاتصال و الإعلام في الوطن العربي (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1991).
- 19-ستيوارت ألان: ثقافة الأخبار، ترجمة هدى فؤاد، الطبعة الأولى(القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2008).
- 20-سعيد محمد السيد، حسن عماد مكاوي: الأخبار الإذاعية والتلفزيونية (القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1999 م.).
- 21-سليمان صالح: صناعة الأخبار في العالم المعاصر، الطبعة الثانية (القاهرة: دار النشر للجامعات، 1998 م.).
- 22-سوزان القليني، هبه السمري: إنتاج البرامج للراديو والتلفزيون، ط1(القاهرة: مكتبة الشباب، 1993 م.).
- 23-السيد بخيث محمد درويش: الصحافة المصرية، قيم الأخبار وتزييف الوعي، ط1(القاهرة: العربي للنشر والتوزيع ، 1998).
- 24-صلاح الدين قبضايا: تحرير وإخراج الصحف (القاهرة: المكتب المصري الحديث،1985).
- 25-عبد الحلیم موسى يعقوب: الموضوعية والقيم الإخبارية في الإعلام، ط1(مصر: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2008) نهى عاطف عدلي العبد: صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي، الطبعة الأولى (القاهرة: دار الفكر العربي، 2007 م.).
- 26-عبد الستار جواد، فن كتابه الأخبار، الطبعة الثالثة (الأردن: دار مجد لأوى، 2001).
- 27-عبد العالي رزاقى، الخبر في الصحافة، الإذاعة، التلفزيون والانترنت (الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، 2004 م.).
- 28-عبد اللطيف حمزة: الإعلام له تاريخه ومذاهبه، الطبعة الأولى (القاهرة: دار الفكر العربي، 1965 م.).
- 29-عبد اللطيف حمزة: المدخل في فن التحرير الصحفي، الطبعة الخامسة (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2002 م.).
- 30-عبد اللطيف حمزة، المدخل في فن التحرير الصحفي، الطبعة الأولى (القاهرة: دار الفكر العربي، دون سنة نشر).
- 31-عبد الله بدران: الخبر الصحفي في منهج الإعلام الإسلامي، الطبعة الأولى (سوريا: دار المكتبي، 2002 م.).
- 32-عبد الله زلطة: فن الخبر، الأسس النظرية والتطبيقات العلمية، الطبعة الثانية(القاهرة: دار الفكر العربي، 2004 م.).
- 33-عبد النبي خزعل: فن تحرير الأخبار في الإذاعات الدولية بين التوظيف و الموضوعية، الطبعة الثالثة (الأردن: الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع و دار الثقافة للنشر و التوزيع، 2003 م.).
- 34-عواطف عبد الرحمن، ليلى عبد المجيد، نجوى كامل: القائم بالاتصال في الصحافة المصرية، سلسلة دراسات صحفية (جامعة القاهرة- كلية الإعلام- مطابع كلية الإعلام).
- 35-ف. فريزر بوند: مدخل إلى الصحافة ، ترجمة وراجي صهيون (لبنان: مؤسسة بدران وشركاه، د.ت.ن).
- 36-فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، الطبعة الثالثة (القاهرة: عالم الكتب، 1998).
- 37-فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، الطبعة 4(القاهرة: عالم الكتب، 2000).
- 38-فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، الطبعة الثالثة (القاهرة: عالم الكتب، 1998).
- 39-فاروق أبو زيد: مدخل إلى علم الصحافة (القاهرة: عالم الكتب، 1986 م.).
- 40-فاروق أبو زيد، انهيار النظام الإعلامي الدولي، (القاهرة: عالم الكتب، 1991).
- 41-فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، الطبعة الثانية (جدة: دار الشروق، 1984 م.).

- 42- فوزية دياب: القيم والعادات الاجتماعية (مصر: دار الكتاب للطباعة والنشر، د.ت.ن.).
- 43- كارول ريتش: كتابة الأخبار والتقارير الصحفية، ترجمة عبد الستار جواد (الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، 2002 م.).
- 44- كارولين ديانا لويس: التغطية الإخبارية للتلفزيون، ترجمة محمود شكري ألعوي (القاهرة: المكتبة الأكاديمية، 1993 م.).
- 45- كرم شليبي: الخير الصحفي وضوابطه الإسلامية ، الطبعة الأولى (القاهرة: د. دار نشر، 1984م.).
- 46- ل.جون مارتن، أنجو جروفر شودري: نظم الإعلام المقارنة، ترجمة علي درويش، الطبعة الأولى(مصر: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1991 م.).
- 47- ليلي عبد المجيد، محمود علم الدين: فن التحرير الصحفي للوسائل المطبوعة والإلكترونية، الطبعة الأولى (القاهرة: دار السحاب للنشر والتوزيع، 2008 م.).
- 48- محرز حسين غالي: إدارة المؤسسات الصحفية واقتصادياتها في العالم المعاصر، الطبعة الأولى (القاهرة: دار العالم العربي، 2009 م.).
- 49- محمد احمد بيومي: علم اجتماع القيم (مصر: دار المعرفة الجامعية د.ت.ن.).
- 50- محمد السيد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، الطبعة الأولى (الرياض: دار الرفاعي، 1983 م.).
- 51- محمد سعد إبراهيم، الصحافة والتنمية السياسية، (القاهرة: دار الكتب للنشر والتوزيع، 1999 م.).
- 52- محمد عبد البديع السعيد: أثر القنوات الفضائية على القيم الأسرية، الطبعة الأولى(القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2009 م.).
- 53- محمد لعقاب: الصحفي الناجح: دليل عملي للطلبة والصحفيين (الجزائر: دار هومة، 2004 م.).
- 54- محمد محمد الزليباني: القيم الاجتماعية ، مدخلا للدراسات الأثنولوجية والاجتماعية (مصر: مطبعة الاستقلال الكبرى، 1973).
- 55- محمد منير حجاب: الإعلام والتنمية الشاملة (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 1998).
- 56- محمود أدهم: فن الخبر، الطبعة الثانية (القاهرة: د.دار نشر، 1987 م.).
- 57- محمود أدهم: فن الخبر، سلسلة فنون التحرير بين النظرية والتطبيق(القاهرة: د.ت.ن.).
- 58- محمود منصور هيبية: الخبر الصحفي و تطبيقاته (الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب، 2004 م.).
- 59- مرعى مذكور: الصحافة الإخبارية، الطبعة الأولى (القاهرة: دار الشروق، 2002).
- 60- منى كشيك: القيم الغائبة في الإعلام (مصر: دار فرحة للنشر والإعلام، 2003).
- 61- ميلفن مينتشر: تحرير الأخبار في الصحافة ، و الإذاعة، و التلفزيون، ترجمة أديب خضور، الطبعة الأولى (دمشق: 1992 م.).
- 62- نصر الدين العياضي: مبادئ أساسية في ثقافة الخبر الصحفي(الجزائر: المؤسسة الجزائرية للطباعة، 1994 م.).
- 63- نهى عاطف عدلي العبد: صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي، الطبعة الأولى (القاهرة: دار الفكر العربي، 2007 م.).
- 64- نوال محمد عمر: فن صناعة الخبر في الإذاعة والتلفزيون(القاهرة: دار الفكر العربي، 1993م.).
- 65- هاشم حسن تميمي: فلسفة الخبر الصحفي، دراسة لمفهوم القيم الخيرية في الصحافة العراقية، الطبعة الأولى(الأردن: دار ورد الأردنية للنشر والتوزيع، 2008 م.).

2- الرسائل:

- 1- أحمد صلاح الدين أحمد نفاذي، أخبار الصفحة الأولى: دراسة مقارنة في المضمون والقائمين بالاتصال في صحف الاتحاد والخليج والبيان بدولة الإمارات العربية المتحدة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة- كلية الإعلام-1995) ص 112.
- 2- حسن عماد عبد المنعم مكاوي، دراسة الخدمة الإخبارية التي يقدمها راديو القاهرة ومقارنتها بالخدمة الإخبارية الموجهة من هيئة الإذاعة البريطانية للمستمع المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 1984) ص 113 - 114.
- 3- خليل إبراهيم فاخر الضمداوي، بيئة العمل الصحفي في العراق، دراسة تحليلية لتأثير العامل السياسي في القائم بالاتصال، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة بغداد- كلية الإعلام) بغداد 2008 م.
- 4- سميرة محمد الدين الشبخاني، أثر تكنولوجيا الاتصال و المعلومات على تطور فنون الكتابة الصحفية، دراسة تطبيقية على الصحافة المصرية و السورية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 1999 م.)
- 5- سهام محمد عبد الخالق، معايير تكوين أجندة الأخبار الخارجية في نشرة الأخبار في التلفزيون المصري وتأثيرها على اتجاهات الجمهور نحو النشرة والدول مصدر الأحداث، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة- كلية الإعلام) القاهرة 2008.
- 6- السيد بخيت محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية: دراسة تطبيقية في الصحافة القومية و الحزبية خلال 1987-1990 ، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة- كلية الإعلام) القاهرة- 1996.
- 7- شيرين سلامة السعيد، صور الدول الفاعلة في النظام الدولي، دراسة تحليلية لعينة من الصحف العربية في الفترة من سبتمبر 2001 و حتى عام 2003، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الإعلام-2008 م.) القاهرة، ص 118.
- 8- صابر سليمان عسران، القيم الإسلامية التي يتضمنها المسلسل العربي في التلفزيون، دراسة تحليلية لعينة من المسلسلات المذاعة على القناة الأولى، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 1987) ص 23.
- 9- عبد الفتاح إبراهيم محمود عبد النبي، دور الصحافة في تغيير القيم الاجتماعية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 1987) ص 19.
- 10- عربي محمد المصري، الأخبار السلبية في التلفزيون وعلاقتها بمستوى القلق السياسي للشباب اللبناني، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2007) ص 66.
- 11- محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية : دراسة مقارنة للمضمون والقائم بالاتصال في الصحف القومية والحزبية من 1991 - 1994، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة- كلية الإعلام 1996 م.) .
- 12- نائلة عمارة، المادة الإخبارية في كل من إذاعة مونت كارلو و إذاعة الشرق الأوسط، رسالة، ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 1989 م.) ص 51-52.

13- هبة ألسمري، النشرة الإخبارية باللغة الإنجليزية في التلفزيون المصري، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 1987 م.) ص 107-108.

3- المقالات :

- 1- أمال سعد المتولي، دراسة نقدية لتعريف الخبر في الأدبيات العربية، مجلة البحوث الإعلامية (القاهرة- جامعة الأزهر- العدد 8- 1998) ص 79.
- 2- سعيد محمد السيد، التشابه الإخباري وأثره في بناء الإجماع الاجتماعي، مجلة الدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والتعمير (القاهرة: المركز العربي للدراسات الإعلامية- العدد 25- 1988) ص 9.
- 3- عبد القادر طاش، تأثير القيم الإخبارية والاعتبارات المهنية في تغطية شؤون الإسلام والعرب في وسائل الإعلام الغربية، مجلة الدراسات الإعلامية (القاهرة- العدد 91- 1998 م.) ص 63.
- 4- محمد نجيب الصرايرة، التدفق الإخباري الدولي، مشكلة توازن أم اختلاف مفاهيم، مجلة العلوم الاجتماعية (جامعة الكويت- المجلد 17- العدد 1-1989م.) ص 251.

ثالثا/ المراجع باللغة الأجنبية:

1- الكتب:

- 2- Claude- Jean Bertrand : La déontologie des médias 1 ère édition (France : Presses Universitaires, 1997)
- 3- Dade Edgar: How to read a news paper (New York: The Mac Millan Compant, 1980) .
- 4- Graham Meikle, Interpreting News (London: Palgrave Macmillan, 2009).
- 5- James Watson: Media Communication, Fourth edition (Hong Kong: Macmillan Press, 1996) .
- 6- Jean Paul Truxillo, Philip Corso: Dictionnaire de la communication (Paris : Ed. Armand Colin, 1991).
- 7- John Hartley, Understanding news (London and New York; Methuen, 1982).
- 8- M.L. Stein, Susan, F. Paterno and R. Christopher Burnett: News Writer's Handbook: An introduction to journalism, second edition(U.S.A.:Black Well Publishing, 2006).
- 9- M.S. Bisht :journalism techniques and practices, (Cyber Tech Publications,2007).
- 10- Paul Brighton and Dennis Foy: News values (London Sage Publications, 2007.
- 11- Paul Manning : News and news sources : A critical introduction(London: Sage Publications,2001.
- 12- Philippe Gaillard: Technique du journalisme, 7ème édition) France: Edition Que Sais-Je ? Presses Universitaires de France, 1996.)
- 13- Roland Cayrol: Les médias : Presse écrite, radio, télévision, 1ère édition (Paris: Presses Universitaires de France,1991) .

2-المقالات:

- 1- Narinder Aggarwala, " What is development News? " In Journal of Communication 29 (Spring 1979).
- 2- Naum Badu and Walter J.Ward, The nature of news in four dimensions, journalism quarterly, 1980.
- 3- Zaharo Poulos, Thimios, cultural proximity in international news, coverage 1988 U.S.A Presidential Campaign in the Greek Press, journalism quarterly, vol.67, 1990