جامعة يحي فارس بالمدية
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الاتصال

ترتيب الأخبار في نشرة السابعة بقناة دزاير TV

(دراسة وصفية لعينة من النشرة الإخبارية الرئيسية في قناة دزاير TV خلال الفترة الممتدة من 2018-03-20 إلى 2018-04-18)

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

تخصص: سمعي بصري

إعداد الطالبة:
- ابتسام أمير

إشراف الأستاذة:
د/ زهرة بلعاليا

السنة الجامعية

2018-2017

شكر و عرفان

لا يسعني بعد أن أنهيت هذا الجهد المتواضع، إلا أن أشكر الله عز وجل المنعم الأول، يعجز العقل عن الإحاطة بجميع نعمه، و يعجز اللسان عن شكره عليها بما هو أهل له، فالحمد لله أولا وأخيرا حمدا كثيرا طيبا مباركا.

و من ثم أتقدم بالشكر الجزيل إلى أستاذتي الفاضلة بلعاليا زهرة، التي كان لها الفضل في تقويم ما اعوج من هذا البحث العلمي من خلال ما قدمته لي من أفكار بناءة و آراء قيمة كانت لي بمثابة مشاعل النور التي استضأت بها، فجزاها الله عني أوفى جزاء.

كما لا أنسى أن أتقدم بالشكر و العرفان إلى كل من ساعدني من قريب أو من بعيد على إتمام هذا البحث.

الإهداء

هدي هذه الرسالة إلى:

إلى من علمني الصبر و النجاح أبي العزيز .

إلى من علمتني كيف يكون الصبر في الحياة و عانت من أجلي و احترقت كالشمعة المضيئة لتضيء لي الحياة و تنير دربي أمي الحبيبة.

إلى من أضاء طريقي بالنور الذي لا ينطفئ أخي و أختي.

إلى الكتكوت الصغير ابن أخي عبد السميع.

إلى كل أساتذتي الذين نوروا معترك حياتي بالعلم والمعرفة.

و أخيرا إلى كل من علمني حرفا فأصبح كرم معرفته منارا يستضاء به كل طالب للعلم.

ابتسام

خطة الدراسة

الإطار المنهجي:

- إشكالية الدراسة.
- تساؤلات الدراسة.
- أهمية الدراسة.
- أسباب الدراسة.
- مصطلحات الدراسة.
- الدراسات السابقة.
- منهج الدراسة.
- مجتمع البحث.
- عينة الدراسة.
- جدول العينة.
- أدوات جمع المعلومات.
- صعوبات الدراسة.

الفصل الأول: نظرية ترتيب الأولويات.

المبحث الأول: نشأة النظرية و مراحل تطوره.

المبحث الثاني: فروض النظرية وضع الأجندة.

المبحث الثالث: العوامل المؤثرة في نظرية ترتيب الأولويات.

المبحث الرابع: النقد الموجه للنظرية.

الفصل الثاني: الخبر التلفزيوني.

المبحث الأول: تعريف الخبر التلفزيوني.

المبحث الثاني: مصادر الخبر التلفزيوني.

المبحث الثالث: القيم الإخبارية في الخبر التلفزيوني.

الفصل الثالث: بناء النشرات الإخبارية.

المبحث الأول: مدخل عام إلى النشرات الإخبارية.

المبحث الثاني: ترتيب المواضيع في النشرات الإخبارية.

المبحث الثالث: العناصر الفنية للنشرة الإخبارية.

الفصل الرابع: ترتيب الأخبار في قناة دزاير TV.

المبحث الأول: بطاقة فنية لقناة دزاير TV.

المبحث الثاني: النشرات الإخبارية في قناة دزاير TV.

المبحث الثالث: دراسة وصفية لعينة من النشرات الإخبارية في قناة دزاير TV.

خاتمة.

الفهرس

مقدمة. أ

الفصل الأول: الإطار المنهجي.

الإشكالية 5

تساؤلات الدراسة 6

أهمية الدراسة 6

أسباب احتيار الموضوع 7

مصطلحات الدراسة 10

الدراسات السابقة 16

منهج البحث 20

مجتمع البحث 21

عينة البحث 21

جدول العينة 23

أدوات الدراسة 25

الفصل الأول: نظرية ترتيب الأولويات.

المبحث الأول: نشأة النظرية و مراحل تطورها. 31

المبحث الثاني: فروض نظرية ترتيب الأولويات. 45

المبحث الثالث: العوامل المؤثرة في نظرية ترتيب الأولويات. 47

المبحث الرابع: الانتقادات الموجهة للنظرية. 59

الفصل الثاني: الخبر التلفزيوني.

المبحث الأول: تعريف الخبر التلفزيوني. 65

المبحث الثاني: مصادر الخبر التلفزيوني. 70

المبحث الثالث: القيم الإخبارية في الخبر التلفزيوني. 84

الفصل الثالث: بناء النشرات التلفزيونية.

المبحث الأول:مدخل عام إلى مفهوم النشرات الإخبارية. 100

المبحث الثاني: العناصر الفنية للنشرة الإخبارية. 104

المبحث الثالث: ترتيب المواضيع في النشرات الإخبارية. 111

الفصل الرابع: ترتيب الاخبار في قناة دزاير TV

المبحث الأول: بطاقة فنية حول قناة دزاير tv 119

المبحث الثاني: أنواع النشرات الإخبارية في قناة دزاير TV 121

المبحث الثالث:دراسة وصفية لعينة من النشرات الإخبارية في قناة دزاير tv 122

خاتمة. 142

قائمة المصادر و المراجع : 145

الإطار المنهجي

مقدمة:

أتاحت تقنيات الاتصال و المعلومات بتطوراتها المذهلة التي شهدها العالم خلال العقدين الأخيرين ظهور فضاء إعلامي واسع و متعدد، اختزل العالم في صورة أصغر من قرية الكترونية، و جعلت منه فضاء متاحا لتطبيقات الثورة المعلوماتية، وهيمنة اللغة الرقمية على مجريات الحياة.

وقد شهد العالم في ضوء تجليات السياق العالمي الجديد عدد من التحولات الهامة التي مثلت تعقيد للعملية الاتصالية، و في ظل ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال، التي أتاحت معالجة الأحداث عن بعد، حيث احتلت الوظيفة الإخبارية في التلفزيون صدارة الاهتمام، و حظيت بمكان مناسب في حيز البث اليومي، وباتت نشرات الأخبار التلفزيونية من أهم المصادر التي يعتمد عليها الجمهور للحصول على الأخبار والمعلومات عن محيطه وبيئته التي يعيش فيها.

لكن أهمية الأخبار التلفزيونية لا تتوقف عند هذا الحد، بل تتعاظم أكثر بالنظر لما تمثله من فضاء مهم في المجتمع، فالأخبار هي أداة للتواصل مع الأحداث، ومن خلالها تتكون الانطباعات و تتشكل الاتجاهات، وعن طريقها يتم التأثير في الرأي العام، والانتشار الواسع للقنوات الفضائية زاد من أهمية الأخبار وبالتالي تسعى القنوات التلفزيونية إلى الاهتمام بإنتاج النشرات الإخبارية و الحرص على اختيار المواضيع التي تتماشى مع أجندة الجمهور.

و أمام تعدد قنوات الاتصال، وتنوع الوسائط الإخبارية و اتساع مجال الاختيار الإعلامي أمام الجمهور، اهتمت العديد من الدراسات الإعلامية المختلفة ببث جوانب العملية الإخبارية في وسائل الإعلام و جعلت منها حقلا مهما لدراسة العلاقات الاتصالية المتبادلة بين مكونات المجتمع و تأثيرها على بعضها البعض، ومنها دراسات ترتيب الأولويات التي خلصت إلى التأكيد على أن الأولويات الإخبارية لوسائل الإعلام تؤثر في أولويات الجمهور، لكن تلك الدراسات بحلول الثمانينات انتقلت بأولويات وسائل الإعلام من متغير مستقل إلى متغير تابع، ليصبح السؤال المثار:" إذا كانت الصحافة تضع أولويات الجمهور، من يضع أولويات وسائل الإعلام؟."

غير أن التفكير العلمي في هذه المسألة و التنظير بشأنها يبدو سابقا لهذا التاريخ، وإن لم تحظ وقتها بالاختبارات الإمبريقية المناسبة، إذ تناول لازار سفيلد و ميرتون هذا الموضوع عام 1938 بتساؤلهما: من يضع أولويات وسائل الإعلام؟ وأشار إلى أن وسائل الإعلام ليست إلا نتيجة لتأثير القوى الاجتماعية السائدة، بما في ذلك المؤسسات الصناعية و غيرها من المؤسسات المؤهلة لممارسة الضبط الاجتماعي.

و تعتبر قناة دزاير TV واحدة من بين القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة التي تهتم بالمجال الإخباري، فعلى الرغم من أنها قناة جماهيرية ليست متخصصة بالأخبار لكنها في الآونة الأخيرة تحاول أن تقدم خدمات متميزة في المجال الإخباري، فهي تسعى على

اختيار المواضيع التي تهم المشاهد من أجل التأثير فيه و تشكيل رؤيته و مدركاته اتجاه الأحداث و القضايا المتنوعة.

و تسعى دراستنا إلى تناول نشرة الأخبار في قناة دزاير TV من خلال تحليل مضمون النشرة الإخبارية الرئيسية، و التعرف على أبرز موضوعاتها و التي تظهر من خلال ترتيب أخبار النشرة.

اعتمدت في دراستي هذه على الخطة التالية:

يتناول الفصل الأول على التحديد المنهجي لموضوع الدراسة و التقرب من الميدان أما الفصل الثاني فقد عنونته بالخبر التلفزيوني، و قسمت الفصل إلى ثلاثة مباحث: المبحث الثاني يتضمن تعريف الخبر التلفزيوني،المبحث الثاني يتناول مصادر الخبر التلفزيوني و المبحث الأخير يتناول القيم الإخبارية في التلفزيون الجزائري.

أما الفصل الثالث عنونته ببناء النشرات الإخبارية و قسم إلى ثلاثة مباحث، المبحث الأول يتضمن مدخل عام إلى نشرات الأخبار، المبحث الثاني يتناول العناصر الفنية في النشرة الإخبارية، أما المبحث الثالث تناول ترتيب الأخبار ترتيب الأخبار في التلفزيون.

أما الفصل الأخير فقد تضمن دراسة تحليلية لعينة من النشرات الإخبارية الرئيسية في قناة دزاير TV، و قسم إلى ثلاثة مباحث: المبحث الأول بطاقة تقنية لقناة دزاير TV،

المبحث الثاني تضمن أنواع النشرات الإخبارية في قناة دزاير TV، و المبحث الأخير تضمن تحليل المضمون لعينة من النشرات الإخبارية في قناة دزاير TV.

الإشكالية:

أصبحت القنوات الفضائية هي وسيلة الاتصال الأكثر انتشارا، و الأوسع مدى والأكثر جذبا و إغراءا لجمعها بين الصوت والصورة، الضوء، اللون، الحركة، وقد حولت الفضائيات الإعلام اليومي من مجرد نقل للمعلومات و الأفكار إلى الإسهام الفعلي في تكوين الحياة في أبعادها السياسية، الثقافية، الاجتماعية و الاقتصادية لما لها من قدرة على التأثير في الاتجاهات لدى الأفراد و الجماعات أو تعديلها أو تغييرها.

و في هذا الإطار أكدت العديد من الدراسات الإعلامية على أن دور وسائل الإعلام في توجيه الجمهور نحو قضايا بعينها، يحقق قدرا من الإجماع الاجتماعي حول أولويات تلك الأخبار في المجتمع، ومن ثم تعد وظيفة ترتيب الأخبار للجمهور من أبرز الوظائف التي تضطلع بها وسائل الإعلام في مجتمع ما، حيث أن تغطية الأخبار بدرجات مختلفة من التركيز يؤدي بدوره مع مرور الوقت إلى إدراك الجمهور للأخبار ذاتها وفق مستويات مختلفة من الأهمية، وبمرور الوقت تصبح أجندة وسائل الإعلام متفقة بكيفية ما مع أجندة الجمهور، و بالتالي فإن تناول و تركيز و سائل الإعلام على نوع معين من الأخبار يضفي على هذا الخبر أهمية خاصة بحيث تحتل مكانة مهمة في ترتيب أولويات الجمهور، حيث تعمل على تحفيز الجماهير على مناقشة هذه الأخبار لتكوين مواقف بشأنها.

و في هذا الإطار تسعى الدراسة إلى بحث و تحليل دور وسائل الإعلام في ترتيب الأخبار، ومن ثم السؤال البحثي و الرئيسي الذي تحاول الدراسة الإجابة عنه هو: كيف يتم ترتيب الأخبار في النشرة الإخبارية الرئيسية لقناة دزاير TV؟

تساؤلات الدراسة:

1. ما نوع الأخبار التي تتضمنها النشرة الإخبارية الرئيسية في قناة دزاير TV؟
2. ما مصادر الأنباء التي يعتمد عليها القائم بالاتصال في بناء نشرة الأخبار بقناة دزاير TV؟
3. ما هي القيم الإخبارية الواردة في النشرات الإخبارية للقناة؟ وما هي العوامل التي تؤثر فيها؟

أهمية الدراسة:

تندرج هذه الدراسة في حقل الدراسات المعنية ببحث و تحليل و ترتيب الأخبار وترتبط أهمية الدراسة فيما يلي:

تركيز الدراسة على النشرة الرئيسية لما لهذه النشرات من أهمية سواء في القنوات الفضائية الأجنبية أو الجزائرية، وقد أكدت العديد من الدراسات على أنها النشرة التي تستحوذ على أكبر عدد من المشاهدين بل تمثل ذروة المشاهدة خلال أيام الأسبوع، وتحليل هذه النشرات يسمح لنا بمعرفة خلفياتها في ترتيب الأخبار خاصة و أن النشرة.

أسباب اختيار الموضوع:

1. أسباب موضوعية:

تكمن أسباب اختيارنا للبحث في تسليط الضوء على طبيعة ترتيب الأخبار في القنوات التلفزيونية العامة، كما أن اختيارنا لهدا النوع من المواضيع لا ينفصل عن أهمية الخبر في الوقت الراهن على اعتباره محرك الرأي العام، والمحدد الأساسي لسيرورة الأحداث.

الرغبة في الإلمام بجميع ما تم دراسته في هذا الاختصاص من تحرير و فنياته وإلقاء كل العمليات المرافقة للعمل الصحفي و صبها في نشرة الأخبار.

تعتبر عملية النقد و التحليل العلمي للخطاب الإعلامي بعد مرحلته الإنتاجية من النقاط الضرورية التي لابد من تفعيل البحث العلمي في شأنها، و يعود السبب في ذلك إلى فهم إيديولوجية الوسيلة من جهة، و تقييم أدائها و فعاليتها من جهة أخرى.

2- أسباب ذاتية:

- الرغبة في إثراء رصيدي المعرفي بالخبرات اللازمة التي يحتاجها الصحفي، وذلك بالاحتكاك بالميدان لاستكمال التكوين الصحفي.
- اهتمامي بكل ما يتعلق بالتلفزيون عامة و بقسم الأخبار على وجه الخصوص.
- يعد الإلقاء الإخباري من أهم ميولاتي الشخصية.

تحديد المفاهيم:

1. مفهوم الأخبار:

هناك العشرات من التعريفات للخبر، بعضها جاء من قبل مختصين أكاديميين والبعض الأخر من خلال الممارسين للعمل الإعلامي وخبراء في مجال الإعلام، وذلك لأن الخبر هو أساس الصحافة الحديثة و عمودها الفقري، ويحتل مكانة الصدارة بين فنون التحرير الصحفي لأنه هو صانع هده الفنون و هو الذي يوجدها.

ولا تقتصر أهمية الخبر على الصحافة وحدها، بل أن الخبر يحظى بالأهمية ذاتها في وسائل الإعلام الأخرى من راديو وتلفزيون، حيث أصبح التلفزيون كوسيلة إعلامية وإخبارية سمة من سمات العصر، و ذلك لقدرته على تغطية الأحداث و تقديمها في مشاهدة كاملة ليحكى في لغة بصرية مفهومة لغالبية البشر، فهو يقدم الأحداث بألوانها الطبيعية وأصواتها الأصلية وحركاتها التي تجذب انتباه المشاهدين أكثر من أي شيء.[1] ومفهوم الخبر يختلف باختلاف النظام الاجتماعي و الاقتصادي العام للدول.[2]

. المفهوم الليبرالي للخبر:

الخبر في المجتمعات الليبرالية يرتكز على عنصر الإثارة وهو تعبير موضوعي عن الفلسفة الليبرالية التي سادت الحياة السياسية والاجتماعية في أوروبا و الولايات المتحدة الأمريكية، ومن التعريفات تعريف جوزيف بولترز الذي يرى أن الخبر يوجد عندما توجد الجدة والتميز والدراما و الرومانسية و الإثارة و النفوذ حب الاستطلاع الطرافة والفكاهة

[11]ـ محمد معوض، بركات عبد العزيز، الخبر الإذاعي و التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002، ص9.

[2]. إسماعيل إبراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية و التطبيق، دار الفجر، القاهرة، 1998، ص10.

ويشترط أن تكون هذه الأخبار صالحة لأنها تدور حولها أحاديث القراء.[1]

فالأخبار في اللغة الانجليزية News، تعني الشيء الجديد أي أن الخبر هو أي معلومة أو أي رأي عن حدث لم يعرفه فرد أو لم يسبق له معرفته.

وفي اللغة الفرنسية و في موسوعة علوم الإعلام والاتصال فان مصطلح الخبر Nouvelle(s)،يعني مايلي:

1. في المفرد: الإعلان عن حدث.

2. في الجمع: معلومات حول الأحداث و الوقائع في العالم بواسطة وسائل الاتصال الجماهيري.[2]

3. في الجمع أيضا: معلومات حول حالة أو وضعية ما مثل الحالة الصحية لشخص نعرفه.

4. في المفرد في الأدب: يعني نوع أدبي بأسلوب بسيط وموجز.

و هناك تعريفات للخبر تؤكد على عنصر الغرابة والطرافة في الخبر، بمعنى أن الخبر هو الخروج عن المألوف، ومثال ذلك تعريف نورد تكليف للخبر: بأنه الإثارة والخروج عن المألوف، فعندما يعض الكلب الرجل فهذا ليس بخبر، و لكن عندما يعض الرجل الكلب فهدا هو الخبر.

---

[1]- إسماعيل إبراهيم، المرجع السابق، ص10.

[2]- محمد شطاح، الإعلام التلفزيوني، نشرات الأخبار، المحتوى و الجمهور، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2007، ص8-9.

و إذا كان هذا هو المفهوم الليبرالي للخبر الذي ساد في النصف الأول من القرن العشرين، فان هذا المفهوم قد تغير في النصف الثاني من القرن ذاته، بحيث لم يعد يقتصر فقط على عنصر الإثارة، وإنما أضيف له البعد الاجتماعي في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية، فلم يعد الخبر هو ما يثير اهتمام أكبر عدد ممكن من القراء، وإنما أصبح يزودهم بالمعلومات الجديدة ويحقق لهم التشويق و التسلية.[1]

المفهوم العربي للخبر:

مع التطور الكبير الذي شهدته الأخبار التلفزيونية في العالم العربي و قدرة بعض القنوات على منافسة كبريات الشركات الإخبارية الغربية في نقل الخبر، يجعل المفهوم العربي للأخبار يختلف و يتلاءم مع التغيرات العالمية التي تشهدها وسائل الإعلام بصفة عامة.

الخبر في اللغة العربية مفرد أخبار، وهو ما أتاك من نبأ عمن تستخبر، وخبره بكذا وأخبره أي نبأه و استخبره، والاستخبار و التخبر:السؤال عن الخبر: يقال تخبر الخبر و استخبر أي سأل عن الأخبار ليعرفها[2].

و قد ساهم عدد كبير من أساتذة الصحافة العرب في تعريفهم للخبر و منهم مايلي:

[1]. طارق سيد أحمد الخليفي، فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، مصر 2005 ،ص24.

[2]. ابن منظور، لسان العرب، ج15، بيروت، 1956.

. تعريف الدكتور "خليل الصابات": إن الخبر يجب أن يحوي شيئا خارجا عن المعتاد والمألوف ليؤثر في الناس، ويجب أن يتميز بالفائدة و الأهمية و الجدة و الصدق.

تعريف الدكتور "محمود عزمي": الخبر هو إعلام عن حدث جديد هام و متميز.[1]

. ويرى الدكتور "أديب خضور": أن الخبر هو أكثر الأنواع الصحفية استخداما و شيوعا، ويتميز بأن المعلومات هي العنصر الأساسي فيه، وهو يتسم بقدر كبير من الآنية والفاعلية و المقدرة على التأثير من خلال الوقائع.[2]

من خلال التعريفات السابقة يمكن أن نقدم التعريف الإجرائي الأتي:

الخبر سواء في الصحافة أو الإذاعة أو التلفزيون، يجب أن يتسم بالآنية، الصدق، الموضوعية و الواقعية، ويجب أن يحمل معلومات جديدة و يهم أكبر عدد ممكن من الجمهور، لارتباطه بأفكارهم ومصالحهم ومحيطهم المهني و الاجتماعي.

2. مفهوم نشرة الأخبار:

هي عبارة عن مجموعة أخبار متنوعة ومهمة، تقدم للمستمع أو المشاهد خلال فترة زمنية تتراوح غالبا ما بين 10الى15دقيقة، و لها مواعيد ثابتة يوميا على خريطة المحطة الإذاعية أو التلفزيونية، وقد تمتد هده النشرة في بعض الأحيان إلى ما يقارب الساعة، غير أنها تمثل في هده الحالة ما يمكن تسميته بالفترة الإخبارية الشاملة، حيث أنها تبدأ بما يسمى عناوين الأخبار ثم يتم عرض الأخبار بالتفاصيل، ويقوم بقراءتها المذيعون ثم

[1]. إسماعيل إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص11-12.

[2]. محمد شطاح، مرجع سبق ذكره، ص9.

يتم الانتقال إلى بعض مواقع الأحداث فتقدم تقارير إخبارية يقوم فيها المراسلون أو المذيعون أو المندوبون بنقل صورة صوتية أو مرئية لحدث أو خبر معين.[1]

عرف معجم المصطلحات الإعلامية النشرة بأنها: اصطلاح يطلق على فترة زمنية تخصصها محطات الإذاعة و التلفزيون لتقدم فيها أهم ما وقع من الأخبار.[2]

ونظرا لحرص هذه المحطات على تقديم خدمة إخبارية متصلة لإحاطة المستمع بكل ما يجري،فإنها تقدم أكثر من نشرة على مدى أربع وعشرين ساعة يوميا، و تقدم هذه النشرات في مواعيد ثابتة يوميا، وتشمل النشرات و التعليقات و التحليلات السياسية ورسائل المراسلين.[3]

و جاء بخصوص نشرة الأخبار في معجم مصطلحات الإعلام مايلي:

نشرة الأخبار تتضمن الأخبار المختلفة و تقوم بإصدارها وكالة الأنباء، و تطلق أيضا على نشرات الأخبار في الإذاعة والتلفزيون.

ومن خلال ما سبق يمكن أن نستخلص التعريف الإجرائي لنشرة الأخبار: على أنها نشرة تقدم أخبار مهمة ومتنوعة للمستمع والمشاهد عبر محطة الإذاعة و التلفزيون، وذلك في وقت محدد و ثابت، بحيث يقدمها مقدم النشرة، وتقسم النشرات إما على أساس

[1]. طارق سيد أحمد الخليفي، مرجع سبق ذكره،ص 118–119.

[2]. محمد شطاح، المرجع السابق، ص9.

[3]. محمد شطاح، المرجع نفسه، ص9.

جغرافي محلية أو دولية أو على أساس الموضوع، وهي النشرات المتخصصة إما اقتصادية أو ثقافية...[1]

3ـ مفهوم نشرة الأخبار المصورة:

إن انتشار التلفزيون وزيادة الاهتمام بهذه الوسيلة و استحواذها على الوظيفة الإخبارية، أصبحت نشرات الأخبار التلفزيونية تحتل مكانا بارزا في الشبكة البرنامجية لما تعرضه من أحداث في أسلوب مشوق من خلال ديكورات العرض.[2]

ويعد تحديد موعد البث من الأهمية، إذ أنه العامل الرئيسي في تحديد أسلوب العرض و خصائصه فقد تكون نشرات الأخبار ناجحة جدا في المساء و فاشلة في الظهيرة، لسبب بسيط، وهو أن مشاهدي نشرة أخبار الظهيرة يختلفون عن مشاهدي نشرة الأخبار في المساء، فهم يختلفون في التكوين و الاهتمامات.

لذلك كان من الضروري أن يتلاءم الأسلوب و المضمون مع الخصائص المختلفة لجمهور المشاهدين في ساعات البث اليومي المختلفة، ومن المعروف أن مواعيد بث النشرات ثابتة ومحددة على خريطة البرامج، وتختلف أهميتها حسب مواعيد بثها، ولكل

[1]. بركات عبد العزيز، اتجاهات حديثة في إنتاج البرامج الإذاعية و التلفزيونية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2000، ص58.

[2]. بركات عبد العزيز، المرجع نفسه، ص59.

نشرة مدة زمنية محددة، ونشرة الأخبار المصورة قبل أن تكون كلمة هي صورة متحركة باستمرار لا تعرف الثبات و لا الجمود.[1]

ومقدم النشرة يجب أن يكون متمرس و له القدرة في جذب اهتمام المشاهد و أسره، كما يدير مقدم النشرة العرض الإخباري فيمهد للقصص الإخبارية، و يربط بينها، وهو الشخصية الأساسية التي ترى في الأستوديو، و العنصر الوحيد الذي لا يمكن الاستغناء عنه في أخبار التلفزيون، أما الباحثة Marlene Colomb Gully، ترى أن نشرة الأخبار التلفزيونية هي الجريدة المصورة أو الأخبار أو الثامنة، أسماء لبرنامج إخباري يهتم بما يقع في العالم من مجريات و أحداث، وتعد أهم موعد إخباري على مدار الأربع والعشرين ساعة، وتداع مساءا وفي آخر النهار.

أما موسوعة الإعلام و الاتصال فإنها أوردت بخصوص الجريدة المصورة مايلي:

برنامج تلفزيوني يعالج الأحداث العامة، ويقدم من قبل الصحفي كاشفا عن ظاهرة النجومية، والتي تؤدي إلى نشوء علاقة وطيدة بين الجمهور و الوسيلة.[2]

أما "شرف عبد العزيز": فيشير إلى الموضوع بقوله تعني كلمة news عند إطلاقها بالنسبة لبرامج تلفزيونية، تغطية أخبار الأحداث اليومية و نقلها بواسطة الصورة والكلمة عن طريق شاشة التلفاز.[3]

---

[1]. محمد معوض، الخبر في وسائل الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1994، ص201.

[2]. محمد شطاح، مرجع سبق ذكره، ص10-11.

[3]. محمد شطاح، المرجع نفسه، ص11.

التعريف الإجرائي:

نشرة الأخبار المصورة اصطلاح يشير إلى مجموع الأخبار و التعليقات و التحقيقات والأحاديث، تقدم في فترة زمنية معلومة بهدف الإعلام والشرح و التفسير، لما يقع من أحداث ووقائع باستخدام الصوت والصورة.

3. الفضائيات الإخبارية:

لغة: يقصد بكلمة الفضائيات المد المكاني الواسع، و فضا المكان (فضوا) من باب قعد إذا اتسع فهو فضاء.

اصطلاحا: هي عرض تلفزيوني مرئي عبر شبكة من الأقمار الصناعية تدور حول الأرض في مسارات محددة معروفة، وتتحدد بالزاوية و الاتجاه على البوصلة لتحديد اتجاه النقاط في كل مجموعة منها.

وعرفتها هناء السيد: على أنها استقبال الإرسال التلفزيوني من الأقمار الصناعية مباشرة بأجهزة الاستقبال المنزلية دون تدخل من محطات الاستقبال الأرضية.

ويعرفها آخرون على أنها محطات تلفزيونية تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية لكي يتجاوز هذا الإرسال نطاق الحدود الجغرافية لمنطقة الإرسال، حيث يمكن استقباله في مناطق أخرى عبر أجهزة خاصة باستقبال و التقاط الإشارات الوافدة من القمر الصناعي، وهذه الأجهزة هي التي تقوم بمعالجة تلك البيانات و عرضها على شاشة التلفزيون.

القناة الفضائية: هي مد الحدود الاتصالية إلى ما وراء الحدود الجغرافية و السياسية، فيصرف النظر عن الظروف المكانية والعوائق الطبيعية و بعد المسافات.[1]

الدراسات السابقة:

1. دراسة محمد شطاح، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في الإعلام والاتصال ، من إعداد الطالب محمد شطاح و" إشراف الأستاذ الدكتور: عبد الله بوجلال سنة 2003.2002، يتحدد موضوعها في: نشرة الأخبار المقدمة في التلفزيون الجزائري.

انطلقت الدراسة من أن دور التلفزيون تنامى بشكل سريع مقارنة بوسائل الاتصال الجماهيري الأخرى، و الفضل في ذلك يعود إلى طبيعة هذه الوسيلة من حيث انفرادها بتركيبة ثلاثية متفردة وهي نص+صوت+ صورة، ويقدم التلفزيون اليوم مختلف وسائل الاتصال الجماهيري في كونه المصدر الأول للمعلومة، و تحتل الوظيفة الإخبارية صدارة الاهتمام في مجال العمل التلفزيوني وأن تستحوذ الوسيلة على ثلثي مشاهدي البرامج التلفزيونية في هذا المناخ المتميز بالسرعة والتنافس على مختلف أوجه النشاط الإعلامي ومنه الإخباري، يزداد اهتمام المحطات التلفزيونية بتقديم خدمات متميزة في المجال الإخباري من حيث التغطية والتقديم، وتوظيف آخر تكنولوجيات البث التلفزيوني، ويتسع نطاق القنوات التلفزيونية المتنافسة.

من أجل ذلك تتحدد أهم الأسئلة التي طرحت في هده الدراسة في:

[1]. بوحزام نوال و نعيمي مليكة، القنوات الفضائية الخاصة و دورها في تشكيل المجال العمومي، دراسة ميدانية على تمثيلات شباب معسكر، جامعة معسكر، مجلة الدراسات و البحوث الاجتماعية، جامعة الوادي،العدد 6، أفريل 2014.

. ما مستقبل القنوات العامة؟

. ما مستقبل العمل الإخباري؟ وما هي رغبات و اهتمامات الجمهور؟

. هل ما زال بالإمكان الحديث عن وقت الذروة للمشاهدة؟

اعتمدت الدراسة على تقنية تحليل المحتوى، وسعت إلى التعرف على موضوعات النشرة و القوالب الصحفية المستخدمة، ووظيفة الموضوعات واتجاهات المعالجة، ثم دراسة اتجاهاته وموقف مشاهدي النشرة نحو الشكل و المضمون من خلال شريحة المشاهدين بمدينة عنابة.

و توصلت الدراسة إلى أن المنافسة الكبيرة بين القنوات التلفزيونية في المجال الإخباري تضع التلفزيون أمام رهانات يأتي في مقدمتها العمل على تقديم و تنويع الخدمة الإخبارية و تنويع الاهتمام بين الأخبار الوطنية و الدولية من خلال تنويع المصادر والتوسع في إقامة شبكة للمراسلين بالخارج.

تتلاقى الدراستان في العديد من النقاط، أهمها المنهج المتبع، و المتمثل في المنهج المسحي، بينما تختلفان في زمن الدراسة، حيث أنه و في الوقت الذي أجريت فيه الدراسة الأولى في2014، أجرينا دراستنا في 2018، كم تختلفان من حيث المقاربة النظرية للدراسة، حيث أنه في الوقت الذي اعتمدت فيه الدراسة على نظرية التثقيف أطرنا دراستنا بمقاربتين نظريتين مرتبطتين بترتيب الأخبار و هما ترتيب الأولويات و نظرية حارس البوابة.

2- دراسة أحسن خشة، النشرات الإخبارية في القنوات الفضائية، من إعداد الطالب أحسن خشة، سنة 2001-2002:

هدفت الدراسة إلى معرفة موقع الإعلام الجزائري و خاصة السمعي البصري ضمن الواقع الإعلامي الجديد الذي أفرزته التطورات الحاصلة في مجال البث الفضائي، و إثراء البحوث المتعلقة بثنائية الجمهور والبث الفضائي، وسعت الدراسة إلى الإجابة على جملة من التساؤلات أهمها:

1. ما هي القنوات المفضلة كمصدر للأخبار لدى أفراد العينة؟

2. هل هناك تأثير لمتابعة نشرات أخبار القنوات الفضائية على متابعة نشرة أخبار الثامنة للفضائية الجزائرية؟

استخدم الباحث تقنية تحليل المحتوى، و خلصت الدراسة بخصوص متابعة نشرة أخبار الثامنة إلى نتائج تؤكد أن العينة لا تهتم بنشرة أخبار الفضائية، و برر الباحث عدم الاهتمام هدا بعدم انتظام لمشاهدة، وتوصلت الدراسة أيضا إلى نتائج تبدو منطقية، وهي عدم رضا العينة المبحوثة، عن موضوعات النشرة، وكذا بنائها أو ترتيب الأخبار فيها ومنها:

1. المبالغة في تغطية النشاطات الرئاسية.

2. بث مقاطع طويلة من الخطابات الرسمية.

3ـ النشاطات الوزارية.

3- دراسة لبنى جلال سكيك، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، من إعداد الطالبة " لبنى جلال سكيك"، و إشراف الأستاذ محمد لعقاب سنة 2008/2007، تحت عنوان" استخدام التكنولوجيا الرقمية في النشرة الإخبارية التلفزيونية، نشرة الأخبار الرئيسية في التلفزيون الجزائري نموذجا.

تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول مضمون استخدام التكنولوجيا الرقمية الحديثة في النشرة الرئيسية للأخبار، و كان التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة كالآتي:

ما هو آثر استخدام التكنولوجيا الرقمية الحديثة في النشرة الرئيسية للأخبار التلفزيونية؟

استعملت فيها المنهج الوصفي و منهج دراسة الحالة(اعتبار أن الدراسات الوصفية ترتبط بعدد من المناهج و الدراسات الأخرى المتفرعة)من البحث العلمي.

و توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

*- إن قوة التلفزيون نابعة من تركيبته الثلاثية المنفردة وهي الصوت، الصورة والنص، و يمكن القول أن نشرة الأخبار الرئيسية بالتلفزيون الجزائري نجحت في تحقيق التكافؤ بين هذه المفردات، بفعل استخدامها و استعمالها بالتكنولوجيا الرقمية و الموظفة خصوصا في مجال الصوت والصورة، فأغلبية مواد النشرة تقدم مصورة عن طريق صور ثابتة و صور إيضاحية.

*- السرعة في الأداء، فالنجاح في المجال الإخباري و الإعلامي أصبح يقاس في الغالب بالسرعة و المقدرة على تجاوز ما هو راهن، فأصبحت العملية الإخبارية تتم في سرعة ملفتة للانتباه و ذلك في نقل و نشر و توزيع الأخبار

و هنا يمكن القول أن دراستنا و الدراسة المذكورة تختلفان في العديد من النقاط الموضوعية و المنهجية، حيث اختلفت الدراستين في القناة محل الدراسة، ففي الوقت الذي كانت فيه الأولى دراسة نشرة الأخبار في التلفزيون الجزائري، ركزت دراستنا على نشرة الأخبار في قناة دزاير TV، كما تتقاطع الدراستان في المنهج المتبع " المنهج الوصفي".

منهج البحث:

كل مشكلة بحثية بحاجة إلى منهج مناسب، يساعد على تقصي حقائقها، و المنهج كما يراه عمار بوحوش:" هو السبيل الذي يسلكه الباحث قصد تنظيم أفكاره و معلوماته حول موضوع دراسته، وذلك من أجل إثبات الحقيقة بالاعتماد على براهين علمية وموضوعية.[1]

ونظرا لطبيعة الموضوع الذي نتناوله بالدراسة، فرضت علينا استخدام المنهج المسحي التحليلي، والذي تبرز أهميته كونه الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من استكشاف الظاهرة الواحدة أو مجموعة من الظواهر في حيزها الواقعي و داخل ظروفها الطبيعية غير المصطنعة عن طريق جمع المعلومات و البيانات التي تؤدي وظيفة التعريف بالظاهرة و تسليط الأضواء على الخصائص المميزة لمكوناتها.[2]

ويرتبط مفهوم البحث الوصفي بدراسة واقع الأحداث و الظواهر و المواقف والآراء وتحليلها، وتفسيرها بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة، أما لتصحيح هذا الواقع أو

[1]. عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1990، ص13.

[2]. أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص13.

تحديثه أو استكماله أو تطويره، هذه الاستنتاجات تمثل فهما للحاضر، يستهدف توجيه المستقبل.

ووفقا للتعريف الذي قدمه هويتني في كتابه The Elements Of Research، " عناصر البحث"، فان البحث الوصفي، يستهدف دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة، أو موقف، أو مجموعة من الناس، أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها.[1]

مجتمع البحث وعينته:

إن المقصود بمجتمع البحث: مجموع محدود أو غير محدود من المفردات (العناصر و الوحدات)، والمحدد مسبقا، حيث تنصب ملاحظات الباحث، و بمعنى آخر فان مجتمع البحث، هو جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث.

أما العينة فيقصد بها اختيار جزء صغير من وحدات مجتمع البحث، اختيارا عشوائيا أو منظمنا، تحكميا أو قصديا، و هذا حسب الخصائص المميزة لمجتمع البحث، و حسب المعلومات المستهدفة من دراسته.

و يتمثل مجتمع البحث الخاص بدراستنا هذه في النشرات التي تبثها القنوات التلفزيونية الجزائرية، و بالتحديد قناة دزاير TV.

[1]. السيد أحمد مصطفى، البحث الإعلامي، مفهومه، إجراءاته و مناهجه، مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع، الكويت، 2008، ص210.

و في هذا الصدد قمنا باختيار عينة قصدية تحكمية، و المقصود بالعينة القصدية أن الباحث يقوم بانتقاء أفراد عينته بما يخدم أهداف دراسته، و بناءا على معرفته دون أن يكون هناك قيود أو شروط غير التي يراها هو مناسبة من حيث الكفاءة أو المؤهل العلمي أو الاختصاص أو غيرها، و هذه العينة غير ممثلة لكافة وجهات النظر و لكنها تعتبر أساس متين للتحليل العلمي و مصدر ثري للمعلومات التي تشكل قاعدة مناسبة للباحث حول موضوع الدراسة.

ولقد قمت باختيار العينة القصدية نظرا لصعوبة دراسة كل النشرات، لذلك قمت بتحديدها أكثر من خلال اختيار النشرة الرئيسية لقناة دزاير TV و التي تبث على الساعة السابعة مساءا(خلال الفترة الممتدة من 2018/03/20 إلى 2018/04/18)، على اعتبارها الأكثر أهمية، إذ تبث في زمن الذروة، و جمهورها أوسع و معلوماتها أشمل وأكثر تفصيلا مقارنة بالنشرات الأخرى.

جدول العينة:

النشرات	التاريخ	المدة الزمنية
النشرة الأولى	2018/03/20	33 د و36ثا
النشرة الثانية	2018/03/21	30 د و 09ثا
النشرة الثالثة	2018/03/22	25 د و30ثا
النشرة الرابعة	2018/03/23	35 د و31ثا
النشرة الخامسة	2018/03/24	29 د و 04 ثا
النشرة السادسة	2018/03/25	31 د و56 ثا
النشرة السابعة	2018/03/26	30 د و 19 ثا
النشرة الثامنة	2018/03/27	30 د و43 ثا
النشرة التاسعة	2018/03/28	20 د 32 ثا
النشرة العاشرة	2018/03/29	37 د و19ثا
النشرة الحادية عشر	2018/03/30	25 د و 10ثا
النشرة الثانية عشر	2018/03/31	26د و 21ثا
النشرة الثالثة عشر	2018/04/01	29د و57ثا
النشرة الرابعة عشر	2018/04/02	43د و48 ثا
النشرة الخامسة عشر	2018/04/03	22د و14ثا

النشرة السادسة عشر	2018/04/04	24د و 02ثا
النشرة السابعة عشر	2018/04/05	28د و28ثا
النشرة الثامنة عشر	2018/04/06	23د و34ثا
النشرة التاسعة عشر	2018/04/07	26د و 21ثا
النشرة العشرون	2018/04/08	24د و55ثا
النشرة الواحدة و العشرون	2018/04/09	33د و14ثا
النشرة الثانية والعشرون	2018/04/10	37د و 12ثا
النشرة الثالثة و العشرون	2018/04/11	23د و18ثا
النشرة الرابعة و العشرون	2018/04/12	31د و55ثا
النشرة الخامسة والعشرون	2018/04/13	29د و03ثا
النشرة السادسة والعشرون	2018/04/14	30د و30ثا
النشرة السابعة و العشرون	2018/04/15	32د و 14ثا
النشرة الثامنة والعشرون	2018/04/16	25د و 32ثا
النشرة التاسعة و العشرون	2018/04/17	29د و 04ثا
النشرة الثلاثون	2018/04/18	19د و10ثا

أدوات الدراسة:

لقد اعتمدت في هذه الدراسة أيضا على مجموعة من الأدوات أو التقنيات لجمع المعلومات، والتي تتجلى فيما يأتي:

1. الملاحظة:

تعتبر الملاحظة من الوسائل الأساسية التي يتم من خلالها جمع البيانات التي يتطلبها البحث العلمي في مختلف العلوم **الإنسانية**، و الملاحظة يعتمدها الباحث لرصد الظواهر دون أن يتدخل بالتأثير عليها، ولذا فإن تلقائية أو عفوية تسجيل الظاهرة من خلال المشاهدة أو الملاحظة تعبر عن موضوعية نسبية الدقة، قياسا بالوسائل الأخرى، خصوصا حينما يمتلك الباحث القدرة العالية لرصد الظاهرة و عدم الركون لتغييرات شخصية حول الظاهرة، إذ أن الملاحظة تعتمد اعتمادا أساسيا على سبل استخدام الحواس الإنسانية لعملية الرصد أو المشاهدة للظواهر أو المشاكل المراد دراستها وتحليلها واستنباط البيانات المطلوبة منها.[1]

2. المقابلة:

هي أفضل التقنيات المباشرة لجمع المعلومات و التقصي العلمي، تستعمل إزاء الأفراد الذين تم سحبهم بكيفية منعزلة، من أجل استكشاف الحوافز العميقة و التعرف على العناصر المكونة لموضوع البحث، كما تهدف المقابلة من خلال استعمالها ليس فقط إلى

[1]. خضير كاظم حمود، موسى سلامة اللوزي، منهجية البحث العلمي، إثراء للنشر و التوزيع، عمان، 2008، ص92.

حصر الوقائع بل إلى التعرف أيضا على المعاني التي يمنحها الأفراد للأوضاع التي يعيشونها، ويمكن أن تتنوع التقنية حسب ميادين استعمالها.[1]

و المقابلة المستخدمة في هذه الدراسة هي الحرة غير المقننة، والمقابلة الحرة مرنة لا قيود عليها، ويمكن تعديل الأسئلة و تبديلها و زيادتها أو نقصها بحسب الظروف وأوضاع المسؤولين و تشجيعهم على التعبير بحرية.[2]

ويتميز هذا النوع من المقابلات بالمرونة في إدارة المقابلة وتوجيه الأسئلة والحديث في إطار الخطط والأهداف العامة لتنظيم المقابلة، كما يترك الحرية للمبحوث في التعبير عن آرائه و أفكاره و معتقداته بحرية كاملة تعكس شخصيته وتجعله لا يحس بمناخ أو قيود المقابلة.[3]

3ـ تحليل الإحصائيات:

هو تقنية غير مباشرة تطبق على المواد أو الوثائق المتعلقة بالأفراد أو بالمجموعات و التي يكون محتواها رقمي، حيث تسمح بالمعالجة الكمية، و يعتبر التحليل الإحصائي على غرار تحليل المحتوى تقنية تسمح بالاهتمام بمعطيات ثانوية و استعمالها لأغراض خاصة لأنها تحمل الإجابة عن مشكلة البحث.[4]

---

[1]. موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات علمية، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2006، ص186.

[2]. رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي، أساسيته النظرية و ممارسته العلمية، دار الفكر، دمشق، 2000، ص326.

[3]. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص168.

[4]ـ موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات علمية، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2013، ص221.

الفصل الأول:

نظرية ترتيب الأولويات.

المبحث الأول: نشأة النظرية و تطورها.

المبحث الثاني: فروض نظرية ترتيب الأولويات.

المبحث الثالث: العوامل المؤثرة في نظرية ترتيب الأولويات.

المبحث الرابع: الانتقادات الموجهة لنظرية ترتيب الأولويات.

تمهيد:

تقوم وسائل الإعلام بتنظيم و عرض المواد الإخبارية و القضايا و الموضوعات في ترتيب يشير إلى أهمية هذه المواد في علاقتها ببعضها، وهذه العملية يطلق عليها ترتيب أولويات الاهتمام للوسيلة الإعلامية أي وضع أجندة الوسيلة و تحديدها، و تتم بناءا على قرارات عديدة تتأثر بالسياسات العامة والسياسات التحريرية و النظم الفنية و الإنتاجية، وقد اختلف الباحثون حول أهمية و دور وسائل الإعلام في حياة الأفراد، و كثرت الدراسات و المداخل و النظريات حول التأثير القوي أو التأثير المحدود لوسائل الإعلام على الجمهور و الرأي العام، وقد تطورت نظريات التأثير من الإيمان بقوة وسائل الإعلام في الأربعينيات ثم ضعف هدا الاعتقاد مع تقدم البحوث إلى أن عاد في بداية الثمانينات، حيث بدأت نتائج البحوث تشير إلى الاعتراف بقوة وسائل الإعلام في ظروف معينة، ومن بين هذه النظريات المتعددة التي تدرس العلاقة بين وسائل الإعلام و الجمهور نظرية ترتيب الأولويات التي تأخذ موقعا بسيطا بين التأثير القوي و المحدود لوسائل الإعلام.[1]

[1]- Lang Annie, (communication theory) Dixipline, the shifting parading of mass communication research (U.S.A wiley online. Library article first published online: www.wiley.com DOI10-1111/vol23, 2013; pp10/24.

وتهتم بحوث ترتيب الأولويات بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجماهير التي تتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات القضايا السياسية، الاقتصادية والاجتماعية التي تهم المجتمع.

وتفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع و تفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات و القضايا التي تقع في المجتمع، و إنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة و التحكم في طبيعتها و محتواها، وهذه المواضيع تثير اهتمام الناس تدريجيا، و تجعلهم يدركونها و يفكرون فيها، و بالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية أكبر نسبيا عن الموضوعات التي لا تطرحها وسائل الإعلام.

وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة و التحكم في طبيعتها و محتواها، وهذه المواضيع تثير اهتمام الناس تدريجيا، وتجعلهم يدركونها و يفكرون فيها، و بالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية أكبر نسبيا عن الموضوعات التي لا تطرحها وسائل الإعلام.[1]

ويسعى هذا الفصل إلى بحث و تحليل نظرية ترتيب الأولويات من حيث النشأة والمضمون و التطورات.

[1] . Lang Annie ; op ;cit ;p24.

المبحث الأول: نشأة النظرية وتطورها.

يرجع الإطار النظري لبحوث وضع الأولويات إلى كتاب الرأي العام الذي ألفه والتر ليبمان عام 1922، حيث ذهب ليبمان إلى أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصورة الذهنية لدى الجماهير، و تعمل وسائل الإعلام على تشكيل الرأي العام في القضايا التي تهم المجتمع.

وتغيرت الاتجاهات حسب نموذج الأثر المباشر في دراسات الاتصال المبكرة، وقد تجاهل هذه النظرية تماما في الخمسينيات من القرن الماضي، و بعد ذلك بدأ العديد من الباحثين أمثال كوهين و لانج و لانج و نيمو و غيرهم من إحياء وجهة نظر ليبمان.

ويرتكز المفهوم الأساسي لنظرية ترتيب الأولويات على وجود علاقة ايجابية قوية بين تركيز وسائل الإعلام على موضوعات معينة، و بروز نفس الموضوعات لدى الجمهور، و يتمثل فرضها الأساسي في أن زيادة التركيز على موضوع معين أو قضية معينة في وسائل الإعلام يسبب بروز هدا الموضوع أو تلك القضية عند الجمهور، وبالتالي فإن النظرية لا تبحث فقط في بروز الموضوعات في أجندة وسائل الإعلام وتأثيرها على بروز الموضوعات في أجندة الجمهور.[1]

[1]. محمد فوزي شهاب الدين، دور التلفزيون في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى الجمهور البحريني، معهد البحرين للتنمية السياسية، البحرين، 2016، ص30-31.

ولكن تبحث في العلاقة بين وسائل الإعلام و الرأي العام والصفوة السياسية، حيث كانت القضايا السياسية بوجه عام و الحملات الانتخابية بوجه خاص مجالا خصبا لبحوث وضع الأجندة.[1]

مفهوم ترتيب الأولويات:

إن هذا المفهوم الخاص بعلاقة وسائل الاتصال بالجمهور، يرى أن وسائل الاتصال هي التي تحدد الأولويات التي تتناولها الأخبار، فهي تعطي أهمية خاصة له ذه الموضوعات، مما يعالجها فتصبح من الأولويات الهامة لدى الجمهور، و هكذا فإن الموضوعات التي يراها المحررون ذات أهمية هي التي يتم نشرها حتى ولو كانت غير ذلك في الحقيقة، فإن مجرد النشر في حد ذاته يعطي أهمية مضاعفة لتلك الموضوعات، بحيث يراها الجمهور ذات أهمية تفوق غيرها من الموضوعات.[2]

وبناءا على ذلك تساهم كثيرا في تشكيل الرأي العام و رؤيته للقضايا التي توجه المجتمع، فمن خلال التركيز على قضايا معينة و تجاهل أخرى تحدد وسائل الإعلام أولويات أفراد المجتمع في الاهتمام بالقضايا المتعلقة بقطاعات متنوعة في المجتمع.[3]

---

[1]. محمد فوزي شهاب الدين، المرجع السابق، ص31.

[2]. أحمد زكريا، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، القاهرة، عالم الكتاب، 2004، ص99.

[3]. محمد بن سعود البشر، قصور النظرية في الدراسات الإعلامية، جامعة الكويت، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، العدد83، لسنة 2003، ص26.

وتتميز نظرية ترتيب الأولويات بعدة ملامح أساسية أهمها:

1. ثباتها و استمرارها: حيث تعتبر هذه النظرية من النظريات التي تطورت ومرت بعدة مراحل دراسية، و كل مرحلة قدمت مفاهيم و أفكار جديدة، كما تنوعت الأساليب البحثية و الأدوات و المعاملات الإحصائية المستخدمة.

2. قدرتها على وجود نوع من التكامل بين عدد كبير من البحوث في فروع مختلفة تحت مظلة واحدة: حيث تم الربط بين مجالات الصحافة و الإعلام و العلوم الاجتماعية والعلوم السياسية و الاقتصادية وغيرها.

3. القدرة المستمرة على إطلاق مشكلات بحثية جديدة: من خلال البحث عن متغيرات ومعايير بحثية جديدة، و الربط بينها وبين غيرها من النظريات الأخرى مثل دوامة الصمت، الغرس الثقافي، انتقال المعلومات على مرحلتين، حراس البوابة الإعلامية، التهيئة المعرفية.[1]

وهناك إستراتيجيتان لوضع الأجندة و هما:

***. الإستراتيجية الأولى:**

دراسة مجموعة من القضايا السائدة في وسائل الإعلام، و عند الجمهور، و اختبار العلاقة بينهما إما على فترة زمنية واحدة أو على فترتين زمنيتين.

[1]- E- Comb; DONALD SHOW. L.(the evolution of agenda setting; 25 years in market place of ideas journal of communication 19- 1993 p 58.

***. الإستراتيجية الثانية:**

دراسة قضية واحدة، سواء على فترة زمنية واحدة أو على فترات زمنية مختلفة.

ومن الملاحظ من خلال مراجعة التراث العلمي، اعتماد هذه النظرية على كل من تحليل المضمون للتعرف على أجندة القضايا و الموضوعات بوسائل الإعلام، و الدراسات الميدانية للتعرف على أجندة الجمهور من خلال الأسئلة المفتوحة أو المغلقة، وقد اعتمدت بعض الدراسات القليلة على الأسلوب التجريبي من خلال تقسيم العينة إلى مجموعتين الأولى ضابطة و الأخرى مستقلة للتحكم في جميع المتغيرات عدا متغير واحد لبيان دوره في حدوث تأثيرات وضع الأجندة، ولكن ذلك الأسلوب العلمي يصعب استخدامه لدى الكثير من الباحثين.[1]

[1]. E- comb Donald; opcit; p58/59.

ويمكن القول بأن المعنى أو التعريف الواسع لهده النظرية يشمل ثلاثة مكونات لعملية ترتيب الأولويات، وقد اهتمت الكثير من الدراسات بالبحث عن العلاقات بين هذه المكونات وأي منها له تأثير على الآخر، وتتمثل تلك المكونات فيمايلي:

1. أجندة الوسيلة:

هي ترتيب الموضوعات و القضايا التي يتم عرضها في وسائل الإعلام، و تتكون من أجندة الصحف، أجندة التلفزيون و أجندة الوسائل الإعلامية الأخرى.

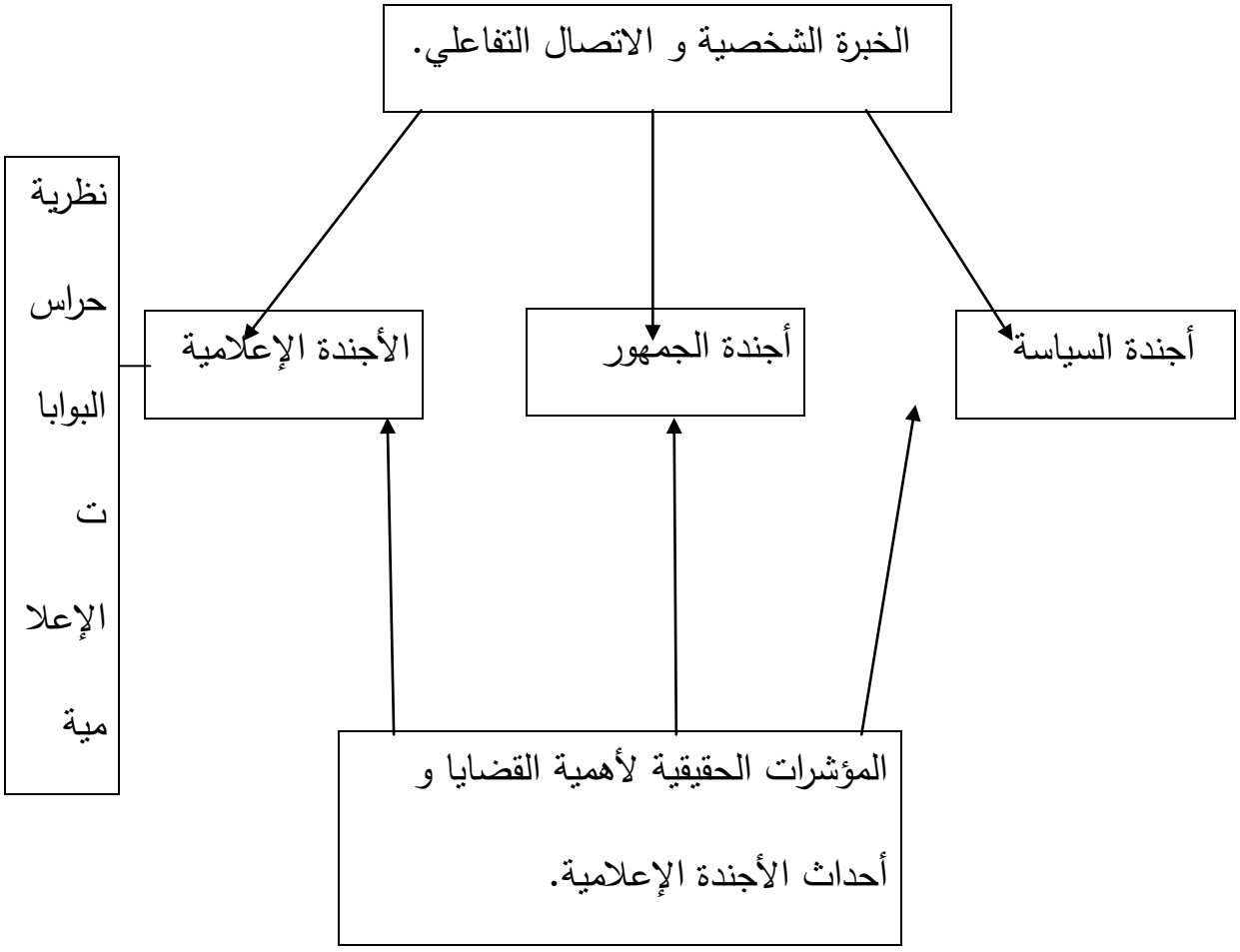
2. أجندة الجمهور:

هي ترتيب الجمهور للقضايا و الموضوعات التي يرى أنها مهمة، و تتكون من الأجندة الذاتية، الأجندة الشخصية و الأجندة الخاصة بالمجتمع.

3. الأجندة السياسية أو أجندة صانعي القرار:

أي ترتيب الموضوعات و القضايا لدى صانعي السياسة وفقا لمدى أهميتها من جهة نظرهم.[1]

[1] - E-comb Donald;opcit; p59



شكل01: مكونات عملية ترتيب الأولويات.

وتدور معظم دراسات ترتيب الأولويات حول من الأسبق أجندة الجمهور أم أجندة وسائل الإعلام، ومن يضع أجندة وسائل الإعلام و تأثير نظرية حراس البوابة الإعلامية و تأثير مالك الوسيلة الإعلامية وتأثير السياسة العامة للدولة، وكلها عوامل محل دراسة.[1]

وقد اقترح العديد من الباحثين نموذجا لتفسير مكونات الأجندة، حيث ذكر بعضهم أن أجندة وسائل الإعلام تؤثر على أجندة الجمهور التي تؤثر بدورها على أجندة السياسة، أما عن العلاقة بين أجندة وسائل الإعلام و السياسة فيمكن القول أنها علاقة تبادلية، حيث يمكن لوسائل الإعلام أن تكون متغيرا مستقلا يقوده انتباه الساسة إلى ما هو مهم من موضوعات، ويمكن أن تكون متغيرا تابعا يتأثر بالموضوعات التي تهم الساسة، وقد اتضح ذلك جليا من خلال الدراسات التي اهتمت بتحليل خطابات رؤساء الدول للتعرف على العلاقة بين أجندة الموضوعات السياسية و أجندة وسائل الإعلام و أجندة الجمهور، وأوضح بعض الباحثين ضرورة الأخذ بعين الاعتبار عدد من المتغيرات عند الحديث عن العلاقة بين مكونات عملية وضع الأجندة و هي:

1. الخبرة الشخصية.
2. القضايا و الأحداث و مؤشرات العالم الخارجي.
3. حراس البوابة الإعلامية.

[1]- 20 Media/ agenda- setting 20clusters/Mass Rogers and Dearing; op.cit.1988; http:// www.LITwente.nl/cw/theory-20.

وفي هذا الإطار أثبتت بعض الدراسات احتمالي وجود تأثير لأجندة الجمهور على أجندة وسائل الإعلام، خاصة بالنسبة للموضوعات الملموسة أو القريبة من الجمهور.[1]

كما أن هناك الكثير من الدراسات التي اهتمت بفكرة سببية العلاقة بين أجندة وسائل الإعلام و أجندة الجماهير، واختلفت الدراسات في توضيح فكرة السببية، و لكن يمكن القول أنه إذا كانت العلاقة سببية تماما، فإن البحث في مدى وجود متغيرات وسيطة قد يضعف من ذلك التأثير، و بالتالي فمعنى وجود علاقة لا يعني سببيتها، حيث أن هناك الكثير من ذلك التأثير، و بالتالي فمعنى وجود علاقة لا يعني سببيتها، حيث أن هناك الكثير من العوامل و المتغيرات التي تتدخل في شكل و اتجاه هذه العلاقة.[2]

وقد سعت العديد من الدراسات إلى تفسير عملية وضع الأجندة، ومن هنا ظهرت العديد من النماذج التي تفسر عملية وضع الأجندة، ومنها:

1. نموذج التأثير المتوقف على الجمهور : فالأفراد لا يتأثرون بشكل متماثل للتغطية الإعلامية، إذ أن الاتصال الشخصي كمصدر للأخبار يقلل من تأثير وسائل الإعلام.

2. نموذج التأثيرات المتوقعة على نمط التعامل مع وسائل الإعلام: ويقرر هذا النموذج أن الاختلافات الفردية في تعامل الأفراد مع وسائل الإعلام، و في درجة التناغم أو

[1]- Katherine Miller; (communication theories: perspective; process; contexts) New York: Mc G RAW Hill; 2002; p59.

[2] .Katherine Miller, opcit, p60.

التشابه بين أولويات اهتمامات وسائل الإعلام و أولويات و اهتمامات الجماهير وتأثير الاتصال الشخصي.[1]

3. نموذج الحاجة إلى التوجه السياسي : فحاجة الفرد إلى التوجه السياسي و التكيف مع الظروف المحيطة به، يسعى لمعرفة موضوع ما، فكلما زادت حاجة الفرد للتوجه السياسي زاد تعرض الفرد للمضمون السياسي لوسائل الإعلام، وزادت درجة الاتفاق بين أولويات اهتمامات الجمهور مع اهتمامات وسائل الإعلام.

4. نموذج المستويات الثلاث لاكتساب المعلومات : يجب أن لا تنقل وسائل الإعلام معلومات فقط، بل تضع أولويات اهتمامات أو بروز الأحداث تبعا لهذا النموذج، وتنقسم القضايا إلى ثلاثة مستويات وهي: القضايا العامة، القضايا الفرعية التي تحتوي على الأجزاء المكونة للقضية العامة، ومعلومات محددة عن القضية مثل الأسباب المؤيدة والمعارضة للحلول المقترحة.

5. نموذج فعالية وسائل الإعلام:

يحدد هذا النموذج ثلاث سمات تتصف بها وسائل الإعلام، وهي كلية الوجود أو الوجود المستمر الدائم لوسائل الإعلام، تناغم أو انسجام ما تقدمه وسائل الإعلام من رسائل، والتراكم أي المعالجة المستمرة للموضوع، فالتكرار يؤثر في ترتيب الأولويات، فتشابه أجندة

[1]- Avaible: http://www. Annabaa.org/nba news/2012/11/191.htm.

الجمهور مع أجندة وسائل الإعلام يرجع إلى التأثير التراكمي، فالفرد والمجتمع يسعيان للتكيف مع بيئتهم.[1]

تطور النظرية:

ساد الاعتقاد عند معظم الباحثين في حقل الإعلام و الاتصال الجماهيري خلال عقدي العشرينيات و الثلاثينيات من القرن الماضي، أن وسائل الإعلام تؤثر في جماهيرها بشكل كبير و فعال نتيجة للانتشار الكبير للصحف و ظهور وسائل إعلامية جديدة في هذه الفترة مثل الراديو و السينما و غيرها والإحساس المتنامي بدور هذه الوسائل في الحياة اليومية للأفراد و كان هناك عدد من الفروض العلمية التي تشرح تأثير وسائل الإعلام في الأفراد، ومن أهمها ما عرف بنظرية القذيفة السحرية التي أفرزتها نظرية المجتمع الجماهيري في علم الاجتماع، ونظرية المنبه و الاستجابة في علم النفس، ووفقا لهذه النظرية، فإن وسائل الإعلام تقوم بإطلاق رسائلها على الجمهور فتحدث التأثير المطلوب في جميع الأفراد دون استثناء، وأن الأفراد يتشابهون في ردود فعلهم وتأثير وسائل الإعلام فيهم.

وفي بداية الأربعينيات من القرن العشرين بدأ الباحثون في الولايات المتحدة الأمريكية يتحدثون عن التدفق الإعلامي على مرحلتين، حيث تمر الرسالة الإعلامية قبل وصولها إلى

[1]. محمد فوزي شهاب الدين، مرجع سبق ذكره، ص35.

أفراد الجمهور على قادة الرأي، ومن قادة الرأي إلى الأفراد العاديين الأقل نشاطا في المجتمع.[1]

وقد أظهرت التجارب العلمية التي تم إجراؤها في دراسة خيار الأمة عام 1949 ودراسة التأثير الشخصي عام 1955، أن الاتصال الشخصي أكثر فاعلية وتأثير من وسائل الإعلام، و كانت هذه النتائج بمثابة تحول كبير في مستويات تأثير وسائل الإعلام من القوة إلى المحدودية.

ويعد والتر ليبمان أول من لفت الأنظار في كتابه الرأي العام عام 1922، إلى دور وسائل الإعلام في تشكيل الجوانب المعرفية عندما فرق بين الواقع الحقيقي من حولها و الصورة التي ترسمها وسائل الإعلام في أذهاننا، فقد ذهب ليبمان إلى أن وسائل الإعلام تخلق صورا عن الأحداث في أذهان الجمهور، وبالتالي فإن صناع السياسة لا بد لهم أن يكونوا على وعي بهذه الصورة في أذهان الناس، حيث تحول اهتمام دارسي الإعلام في منتصف القرن العشرين إلى دراسة الطرق التي تحدث من خلالها وسائل الإعلام تأثيرات قوية و مباشرة على الأفراد و المجتمعات.

[1]. محمد فوزي شهاب الدين، المرجع السابق، ص36.

كما أن الدراسات الإمبريقية نادرا ما وجدت دلك التأثير السحري و القوي لوسائل الإعلام، مما دفع الباحثين إلى محاولة الوصول إلى إطار نظري بديل يكون من خلاله لوسائل الإعلام تأثير محدود ولكن هام في نفس الوقت.[1]

وعلى الرغم من تجاهل هذه التصورات خلال عقدي الأربعينيات و الخمسينيات من القرن العشرين، فإنها عادت إلى الظهور على يد مجموعة من الباحثين الأمريكيين أمثال كوهين و لانج ولانج و غيرهم، حيث أعادوا الاعتبار لقوة وسائل الإعلام بعد أن أهملت قرابة عقدين من الزمن نتيجة للتشكيك في قوتها و تأثيراتها في الأفراد و الجماعات.

فقد ذهب الباحث كوهين عام 1963، إلى أن وسائل الإعلام لا تنجح دائما في إبلاغ الجماهير كيف يفكرون و لكنها تنجح دائما في إبلاغهم عما يجب أن يفكروا فيه،وكذلك دعم لانج ولانج في عام 1966،هذا الانطباع من خلال تقرير حول أن وسائل الإعلام هي التي توجه الاهتمام نحو قضايا بعينها، فهي التي تقدم الموضوعات و تقترح ما الذي ينبغي أن يفكر فيه الأفراد باعتبارهم أعضاء في الحشد وما الذي ينبغي أن يشعروا به.

وكذلك يرى نيمو أن وسائل الإعلام تساعد على تحديد القضايا التي تختلف حولها وجهات النظر و تصلح للنقاش الجماهيري.

[1]. محمد فوزي شهاب الدين، المرجع السابق، ص36.

ويعتبر الباحثان ماكمبوس و شو أول من قدما الدليل العلمي على صحة هذا التوجه البحثي في دراستهما لحملة انتخابات الرئاسة الأمريكية عامي 1968و1972، وقد فتحت هاتان الدراستان الطريق أمام دراسات ترتيب الأولويات التي تفترض وجود علاقة قوية بين الطريقة التي تعرض بها وسائل الإعلام الموضوعات على الجماهير التي تتعرض لتلك الوسائل أي أن وسائل الإعلام بتركيزها على قضايا دون أخرى، تفرض ترتيبا معينا للقضايا عند الجمهور حسب أهميتها.[1]

وقد أدى ظهور هذا المفهوم الجديد للتأثير غير المباشر لوسائل الإعلام في دراسة نظرية ترتيب الأولويات إلى اتجاه الباحثين إلى دراسة كيفية تغطية الوسيلة الإخبارية للقضية أو الموضوع، وكيفية التأثير على بروز هذا الموضوع في الوسيلة، أكثر من البحث عن التأثير المباشر للوسيلة الإعلامية.

وتعد نظرية ترتيب الأولويات من النظريات المتكاملة إلى حد كبير نظرا لاهتمامها بدراسة الاتصال الشخصي إلى جانب الاتصال الجماهيري، حيث أكدت العديد من الدراسات أن الاتصال الشخصي له دور مهم في بنية النظرية، إذ يمكن أن يدعم وينافس وسائل الإعلام في ترتيب أولويات الجمهور، بحيث يعززها تأثير هذه الوسائل بالنسبة للقضايا التي

[1]. محمد فوزي شهاب الدين، المرجع السابق، ص36.

يتم تغطيتها بتوسع في وسائل الإعلام ، بينما يمكن أن ينافس أولويات وسائل الإعلام فيما يتعلق بالقضايا التي تتم تغطيتها بشكل أقل في تلك الوسائل.

وقد ظلت بحوث ترتيب الأولويات فترة طويلة تركز على تأكيد الارتباط الايجابي بين أجندة وسائل الإعلام و أجندة الجمهور، ولكن مع تعدد الدراسات بدأت تظهر متغيرات عديدة تقف بين الأجندتين (أجندة الجمهور و أجندة وسائل الإعلام) و تنوعت القضايا إلى قضايا اجتماعية، اقتصادية و بيئية بعد أن كانت الدراسات تقتصر على القضايا السياسية.[1]

[1]. محمد فوزي شهاب الدين، المرجع السابق، ص37.

المبحث الثاني: فروض نظرية ترتيب الأولويات.

1. الفرض الرئيسي لنظرية ترتيب الأولويات:

إن الفرض الرئيسي في معظم الدراسات الخاصة بترتيب الأجندة هو الاتفاق بين ترتيب أجندة وسائل الإعلام، و ترتيب أجندة الجمهور للاهتمام بالقضايا و الموضوعات الإعلامية، أي وجود ارتباط ايجابي بين ترتيب الأولويات لكل من الوسيلة و الجمهور، مما يشير إلى دور وسائل الإعلام في ترتيب أولويات اهتمام الجمهور بالقضايا والموضوعات المطروحة بنفس الترتيب الذي تعطيه الوسائل لهذه القضايا والموضوعات.

وتركز وسائل الإعلام على الأحداث العامة و القضايا لتحقيق التوحد الجمعي وتشكيل الخطاب الاجتماعي، و انتهت كثير من البحوث إلى أن الصحافة تنجح أكثر من التلفزيون في التأثير على أجندة الجمهور، ذلك لأن التلفزيون يهتم أكثر بالقضايا العامة وليس الفرعية الأكثر تخصصا التي يمكن للصحف أن تهتم بها، حيث تهتم الصحف بالعمق و الاهتمام بالتفاصيل.[1]

2- الفروض الجزئية لنظرية ترتيب الأولويات:

كما توجد افتراضات أخرى خاصة بنظرية وضع الأجندة وهي:[2]

[1]. منال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر و التوزيع والطباعة، عمان،2012 ، ص331.

[2]. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، عالم الكتاب، 2004القاهرة، ص97.

1. تبنى النظرية على افتراض أن وسائل الإعلام لها تأثير قوي على العامة أو الجمهور.

2. أن الاتصال يبدو كعملية تركز على المرسل كمحور رئيسي بها.

3. تفترض النظرية أن الصحفيين ومصادرهم المختلفة و الجمهور يفسرون الخبر أو القضية بنفس الطريقة أو بطريقة مشابهة.[1]

[1]. محمد عبد الحميد، المرجع السابق، ص98.

المبحث الثالث: العوامل المؤثرة في ترتيب الأولويات.

هناك العديد من الدراسات و البحوث التي اجتهدت في البحث عن العوامل التي يمكن أن تؤثر على قدرة وسائل الإعلام على ترتيب أولويات الجمهور، و نقصد بالعوامل المؤثرة في ترتيب الأولويات تلك العوامل الوسيطة بين أجندة الجمهور و أجندة وسائل الإعلام، وهي تؤثر بالسلب أو الإيجاب على العلاقة بين أجندة الجمهور و أجندة وسائل الإعلام، و يمكن تقسيم هذه العوامل أو المتغيرات الوسيطة، إذا اعتبرنا أن أجندة وسائل الإعلام تمثل المتغير المستقل و أجندة الجمهور تمثل المتغير التابع، بالإضافة إلى متغيرات تتعلق بالقضايا و أخرى تتعلق بالجمهور و متغيرات تتعلق بوسائل الإعلام وفيمايلي عرض لهذه المتغيرات:

أ. متغيرات تتعلق بالقضايا و الموضوعات:

1. نوع القضية:

تم التمييز بين نوعين من القضايا هما القضايا الملموسة و القضايا المجردة، والقضية تكون ملموسة إذا كان الكثير من الأفراد لديهم احتكاك مباشر بها، و تكون القضية مجردة إذا كان ليس لدى الفرد خبرة مباشرة بتلك القضية.[1]

[1]- Jain Zua et al(public issue priority formation: Media agenda setting social in traction) journal of communication vol43.No1.1993 p29.

كما يمكن تقسيم القضايا إلى قضايا مباشرة ، وهي التي يعايشها الفرد ولديه معلومات عنها و قضايا غير مباشرة، وهي التي لا يعايشها الفرد ولا تتوافر لديه بشأنها خبرة شخصية و مباشرة، و بالتالي فإن معظم الدراسات التي تناولت نوع القضية كمتغير وسيط، يتوسط العلاقة بين وسائل الإعلام و الجمهور، أكدت أن وسائل الإعلام أكثر قدرة على وضع أجندة الجمهور بالنسبة للقضايا المجردة البعيدة عن خبرة الفرد، وأقل قدرة على وضع أجندة الجمهور بالنسبة للقضايا الملموسة، كما أشارت بعض الدراسات إلى أن وسائل الإعلام تؤثر على بروز الموضوعات الدولية، بينما يقل تأثيرها بالنسبة للموضوعات المحلية، حيث يزيد دور الاتصال الشخصي و التفاعل الاجتماعي، ذلك بالإضافة إلى أن الموضوعات والأحداث الغريبة تنتقل أهميتها من وسائل الإعلام إلى الجمهور بشكل أسرع من القضايا المعروفة مسبقا، و بالتالي فان هناك مجموعة من المتغيرات التي ترتبط بنوع القضية، ويمكن تلخيصها فيما يلي:

*. القرب النفسي أو السيكولوجي.

*. قربها من اهتمامات لفرد وأجندته الشخصية.

. مدى حداثة القضية أو غرابتها.

*. مدى سهولة أو صعوبة فهم القضية و إدراكها.[1]

[1] .jain zua et al; opcit; p30.

2. الأحداث في مقابل القضايا:

ميز العديد من الباحثين بين الأحداث و القضايا، حيث تتحدد الأحداث بوصفها وقائع تتسم بالمحدودية، أما القضايا فتشتمل تغطية متراكمة لمجموعة من الأحداث المترابطة أو المتصلة و التي تتألف معا للتدرج من فئة عريضة أو رئيسية، و من الواضح أن دراسات وضع الأجندة قد اهتمت بدراسة القضايا، ويتم التمييز بين نوعين من القضايا هما: القضايا الطارئة و القضايا المستمرة، وأشار بعض الباحثين إلى أنه كلما طال أمد القضية في تغطية وسائل الإعلام يضعف من تأثيرها على أجندة الجمهور.

وأشار بعض الباحثين إلى أن اختلاف الموضوعات يؤثر على اختلاف تأثيرات الأجندة و ميز كل منهم بين: موضوعات سريعة وأحداث سريعة، موضوعات بطيئة وأحداث بطيئة وأحداث بارزة قصيرة وأحداث غير بارزة.

3. مراحل تطور القضية:

يشير ذلك المصطلح إلى التاريخ الطبيعي للقضية، حيث أنه تأثير وسائل الإعلام على أجندة الجمهور يختلف وفقا لمدى تطور الموضوع، فدائما نجد أن ظهور قضية جديدة على الساحة الإعلامية يجذب انتباه الأفراد.[1]

[1]. المرجع السابق، ص30-31.

وتستمر التغطية إلى أن تقل تدريجيا و تفقد قدرتها على الجذب، إلا مع ظهور حادث جديد مرتبط بها يعيدها إلى أذهان الجمهور مرة أخرى، و بالتالي فان تأثيرات وضع الأجندة تختلف وفقا للمرحلة التي يمر بها الموضوع في وسائل الإعلام، وقد أشارت بعض الدراسات إلى مصطلح Agenda Deflating، و أكدت أن مراحل تطور الموضوع تؤثر على حدوث تأثيرات الأجندة على الجمهور مرة أخرى، و بالتالي فان تأثيرات وضع الأجندة تختلف وفقا للمرحلة التي يمر بها الموضوع في وسائل الإعلام، وقد أشارت بعض الدراسات إلى مصطلح Agenda Deflating، و أكدت أن مراحل تطور الموضوع تؤثر على حدوث تأثيرات الأجندة.[1]

ب . متغيرات تتعلق بالجمهور:

1 . الاتصال الشخصي:

حظي متغير الاتصال الشخصي بالعديد من الدراسات التي حاولت التعرف على مدى تأثير الاتصال الشخصي على العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور، ومما لاشك فيه أن الاتصال الشخصي يعد رافدا أساسيا للمعلومات التي نستقيها حول البيئة المحيطة بنا.

وقد أكدت بعض الدراسات أن الاتصال الشخصي يدعم من تأثيرات وضع الأجندة بالنسبة للموضوعات التي تم تناولها مسبقا في وسائل الإعلام بشكل مكثف، بينما يضعف

[1] - jain zua, opcit, p 29-30.

من تأثيرات وضع الأجندة بالنسبة للموضوعات التي كان الاهتمام بها أقل في وسائل الإعلام.

وذهبت بعض الدراسات إلى إبراز وظيفة الجسر للاتصال الشخصي، حيث أنه يقوم بدور الوسيط أو همزة الوصل بين إدراك أهمية الموضوع على المستوى الفردي و على المستوى العام.[1]

وأكدت بعض الدراسات أن أجندة ا لأفراد تختلف عن أجندة المجتمع، حيث أنه عند تكوين أجندة الأفراد يتم تداخل مجموعة من العوامل مثل: طريقة تقديم الموضوع في وسائل الإعلام، الاتصال الشخصي، شبكة الاتصالات الفردية أو الجماعات المرجعية التي ينتمي إليها الفرد، بالإضافة إلى مدى اهتمام الفرد بذلك الموضوع، وأضافت أن دور الجماعات المرجعية يزيد من تأثير وسائل الإعلام على وضع الأجندة، وإذا كان هناك تشابه بين أجندة الجماعات المرجعية و أجندة وسائل الإعلام، و نحن هنا نقترب من فكرة انتقال المعلومات على مرحلتين: حيث أكدت بعض الدراسات أن الأفراد الذين يتعرضون بشكل أكبر للوسيلة الإعلامية، يقومون بتمرير هذه المعلومات من خلال الاتصال الشخصي إلى من هم أقل

[1] - H- David Weaver et al. (the bridging function of interpersonal communication agenda setting journalism quarterly.
Vol.69.No4.1992) pp856-868.

تعرضا لوسائل الإعلام، و عادة ما يكون هؤلاء الأفراد أكثر تعليما أكبر عمرا، ولديهم أنشطة سياسية و اجتماعية.[1]

ويمكن الحديث هنا عن فكرة أو مصطلح قادة الرأي، حيث أن هناك أشخاص أكثر ايجابية و لديهم القدرة على جمع وتحليل و تنقية المعلومات المستقاة من وسائل الإعلام، ونقلها من خلال الاتصال الشخصي، وقد أكدت بعض الدراسات أن قادة الرأي لا يقومون فقط بتمرير المعلومات من وسائل الإعلام إلى الجمهور، ولكن لهم دور في التأثير على أجندة وسائل الإعلام وخصوصا بالنسبة للموضوعات الجديدة.[2]

وقد قدم بعض الباحثين نموذج رياضي يدعم أهمية التفاعل الاجتماعي، حيث أنه وفقا لهذا النموذج، فان لوسائل الإعلام تأثير محدود على ترتيب أولويات القضايا عند الجمهور، وإذا كانت هذه القضية تحظى بنوع من التأييد أو التفاعل الاجتماعي بشأنها.

كما أن دور وسائل الإعلام يكون قوي في بداية ظهور القضية و لكن مع مرور الوقت تظهر أهمية التفاعل الاجتماعي، ويمكن أن يزداد دور وسائل الإعلام طوال فترة حياة القضية، إذا كان الجمهور ينقسم في اتجاهه نحوها بين مؤيد و معارض.[3]

[1] -H- David Weaver et al. (the bridging function of interpersonal communication in agenda setting journalism quarterly. Vol.69.No 4.1992)pp 856-868.

[2]- Jain Zua et al.op.cit ; p8

[3]- jain zua et al ; opcit, p9.

*. العوامل الديموغرافية:

هناك العديد من العوامل التي اهتمت بمدى تأثير العوامل الديموغرافية على العلاقة بين أجندة وسائل الإعلام و أجندة الجمهور، و قد اختلفت الدراسات التي اختبرت تأثير الخصائص الديموغرافية في نتائجها، فمنها من أشار إلى الدور المحدود لها ومنها من أشار إلى تأثيرها المطلق، و قد ترجع الاختلافات في النتائج إلى الاختلاف في النتائج إلى الاختلاف في مجتمعات الدراسة و معطياتها، وقد أشار بعض الباحثين إلى فكرة أو مصطلح توحد الجماعات بمعنى أنه مع زيادة التعرض لوسائل الإعلام، فإن إدراك الجماعات المتباينة في السن و المستوى التعليمي للموضوعات الهامة يصل إلى حد التوافق.[1]

1. الحاجة إلى التوجيه:

بمعنى أن الأفراد الذين لديهم رغبة قوية في المشاركة في الانتخابات مثلا، ولكن تنقصهم معلومات كثيرة عن المترشحين، أو عن القضايا التي يناقشها المرشحون يلجؤون إلى وسائل الإعلام لتوجيههم و محاولة سد النقص المعرفي لدى هؤلاء الأفراد.

2. مدى الاهتمام بالموضوع:

أكدت بعض الدراسات ضرورة وجود درجة من الاهتمام لدى الفرد بالقضية المثارة في وسائل الإعلام، وذلك لضمان حدوث تأثيرات الأجندة، فكلما ازدادت درجة اهتمام الفرد

[1]. محمد بن سعود البشر، مرجع سبق ذكره، ص50.

بالقضية، كلما ازدادت احتمالات حدوث تأثيرات الأجندة، و كلما كان الموضوع أكثر تفصيلا لدى الجمهور، كلما استطاعت وسائل الإعلام أن تزيد من شعبيته لدى الجمهور من خلال تناولها له.

3. مستوى التعرض لوسائل الإعلام:

اقترح نموذج المستويات Threshold، وجود أهمية كبيرة لمتغير كثافة التعرض لوسائل الإعلام و كل من: كثافة التغطية الإعلامية، اهتمام الفرد بالموضوع، حيث لا بد من وجود حد أدنى من التعرض لضمان إدراك الأفراد للموضوع على أنه مهم.[1] وبالتالي حدوث التأثير، وتأكد ذلك لدى بعض الباحثين حيث وجدوا أنه كلما زاد مستوى التعرض زاد احتمال حدوث تأثيرات الأجندة.

4. مستوى تحليل الأفراد للمعلومات المستقاة من وسائل الإعلام:

يختلف الأفراد فيما بينهم في مستويات تمثيلهم و تخزينهم و تذكرهم للمعلومات المستقاة من العالم الخارجي من حولهم، و مستوى تحليل الفرد للمعلومات قد يكون متغير وسيط يتوسط العلاقة بين أجندة وسائل الإعلام وأجندة الجمهور، و نشير في هذا الصدد إلى ارتباط مستوى تحليل الفرد للمعلومات بكل من طريقة استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، السمات الشخصية التي تؤثر على الاستجابة.

[1]- محمد بن سعود البشر، المرجع السابق، ص51.

وإلى جانب المتغيرات الوسيطة التي تتعلق بالجمهور و التي سبق عرضها، هناك بعض المتغيرات الأخرى و تتمثل في: مدى تكيف الفرد مع البيئة المحيطة، اتجاهات الفرد المسبقة نحو موضوعات الأجندة، العمليات الانتقائية، السمات الشخصية للفرد والاهتمامات الشخصية.[1]

5. مدى الاعتماد على وسائل الإعلام:

ربطت بعض الدراسات بين فروض نظرية الأجندة و فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في محاولة لإيجاد علاقة بينهما، وأشارت تلك الدراسات إلى أنه كلما زاد الاعتماد على وسائل الإعلام كلما زادت احتمالات حدوث تأثيرات الأجندة، و بالرغم من عدم قدرة تلك الدراسات على إثبات ذلك الفرض بشكل قاطع إلا أنها استطاعت أن تجذب الانتباه إلى متغير(مدى الاعتماد على وسائل الإعلام) كمتغير وسيط يحكم العلاقة بين أجندة الجمهور وأجندة وسائل الإعلام.

ج . متغيرات تتعلق بوسائل الإعلام:

1. نوع الوسيلة:

ثار جدالا حول مدى تأثير نوع الوسيلة الإعلامية على العلاقة بين أجندة الجمهور و أجندة وسائل الإعلام، وقد حاولت العديد من الدراسات إيجاد إجابة لهذا التساؤل، فذهبت

[1]. محمد بن سعود البشر، المرجع السابق، ص51.

بعض الدراسات إلى أن وسائل الإعلام المرئي لها تأثير أسرع على أجندة الجمهور و لكن التأثيرات طويلة المدى للأجندة تكون من خلال الوسائل المطبوعة، وخلصت بعض الدراسات الأخرى إلى أن الصحف و التلفزيون يحققان وظيفة وضع الأولويات للجمهور، و لكن الاختلاف يكمن في المدى الزمني لوضع الأولويات.[1]

حيث ثبت أن التلفزيون يحقق تأثيرات فعالة على المدى القصير، بينما تحقق الصحف تأثيرات أقوى على المدى الطويل أو البعيد.

وأشارت بعض الدراسات إلى أنه لا توجد قواعد محددة لتحديد أي الوسائل الإعلامية أقوى تأثيرا على وضع الأولويات لوجود العديد من العوامل الوسيطة التي تؤثر على قوة أو ضعف كل وسيلة في التأثير على الرأي العام.

2. كثافة التغطية الإعلامية:

تعد كثافة التغطية الإعلامية للموضوعات والقضايا من بين أهم المتغيرات التي تؤثر على حدوث تأثيرات وضع الأجندة على الجمهور، حيث لا بد من وجود حد أدنى من التغطية الإعلامية للموضوع، و ذلك يفسر اعتبار الحملات الانتخابية مجالا خصبا لنمو دراسات الأجندة و ذلك لتركيزها على موضوعات محددة خلال فترة زمنية معينة.

[1]. محمد بن سعود البشر، المرجع السابق، ص52.

ووجد بعض الباحثين أن حجم مقدار التغطية لموضوع ما من أهم العوامل اللازمة لحدوث تأثيرات الأجندة، وتناولت تلك الدراسات عدة خطوات أساسية يمكن لوسائل الإعلام استخدامها لضمان تحقيق كثافة التغطية، و بالتالي تأثيرات الأجندة وهي:

1. أن وسائل الإعلام تقوم بإبراز بعض الأحداث و الموضوعات.[1]

2. اختلاف الموضوعات يحتاج إلى اختلاف في حجم و نوع التغطية.

3. لا بد من استخدام أسلوب يسهل على الجمهور فهمه.

4. إن الكلمات المستخدمة تؤثر على إدراك الأفراد بأهمية الموضوع.

5. الربط بين هذه القضايا و بعض الرموز والشخصيات الهامة.

وأكدت بعض الدراسات أن الموضوع الذي يحظى بتغطية واهتمام أعلى سيؤدي إلى سرعة حدوث تأثيرات الأجندة في وقت أقل من الموضوعات التي تحظى باهتمام إعلامي أقل مع الأخذ بعين الاعتبار متغير مراحل تطور القضية.

3. المدى الزمني لوضع الأجندة:

اختلفت البحوث في تحديد الإطار الزمني لحدوث تأثيرات الأجندة حيث ذهب البعض إلى أن الفترة اللازمة لحدوث انتقال أجندة الموضوعات من الوسيلة إلى الجمهور تتراوح ما بين شهرين إلى ستة أشهر، بينما رأى البعض الأخر أن الإطار الزمني لحدوث تأثيرات

[1]- Gangheon Lee reconciling cognitive priming vs.; obtrusive contingency hypotheses. An analytical model of media setting effect gazette vol 66 No2.2004; pp153-155.

الأجندة يتراوح من أربعة إلى ستة أسابيع، وقد يرجع ذلك إلى اختلاف ظروف الدراسات واختلاف أبعادها و متغيراتها.[1]

كما أكدت العديد من الدراسات أن وسائل الإعلام تقوم بدورها في وضع الأجندة في أوقات الانتخابات بشكل أكبر من دورها في غير أوقات الانتخابات.[2]

[1] .gangheon lee, opcit, p155-156.

المبحث الرابع: الانتقادات الموجهة للنظرية.

لقد تعرضت نظرية ترتيب الأولويات إلى جملة من الانتقادات نجملها فيمايلي:

1. نظر الكثير من الباحثين لعملية وضع الأجندة و افتراضات هذه النظرية إلى أن وسائل الإعلام هي التي تقوم بتحديد الأجندة الإعلامية للجمهور الذي يتبناها فتصبح أجندته إلا أن بعض الباحثين أمثال Vivian، نظر إلى العملية من زاوية أخرى تعلي من قوة الجمهور لدرجة أن دوره قد يفوق قوة وسائل الإعلام ذاتها التي تضطر أحيانا لتبني أجندة الجمهور، فتصبح أجندتها الإعلامية، ذلك أن الأفراد متمرسون و لديهم درجة تحكم عالية في تحديد أجنداتهم الذاتية.

2. انتقدت النظرية في تفسيرها خلال فترات زمنية معينة خاصة في بدايتها على أساس العلاقة الارتباطية الخطية التي ترى أن أجندة وسائل الإعلام تؤثر في أجندة الجمهور دون الأخذ في الحسبان عوامل ومتغيرات أخرى، و هو ما يجعل من عملية وضع الأجندة كونها غير تفاعلية، ونرى أنه على المستوى الراهن، ورغم الدراسات التي رصدت تأثيرات المغيرات الوسطية في هذه العملية إلا أن نتائج هذه الدراسات متناقضة و أحيانا تثبت حيادية بعض المتغيرات، وهو ما يدعم بروز هذا الانتقاد بقوة.[1]

[1]. بومعيزة السعيد، أثر وسائل الإعلام على القيم و السلوكيات لدى الشباب، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الجزائر، 2005، ص85.

3. انتقد كل من ROBINSONو Davis، عام 1986 الدراسات السابقة التي اختبرت افتراضات نظرية وضع الأجندة بإهمالها التأثيرات المحتملة لما فكر فيه الناس خاصة ما يتعلق منها بالإجابة عن بعض الأسئلة مثل: من؟ وأين؟ و لماذا؟ فقد ركزت على السؤال ماذا؟ فقط.

4. اختلاط وتضارب نتائج الدراسات التي اهتمت باختيار تأثير متغير طبيعة القضايا في عملية وضع الأجندة فبعضها أكدت نتائجها على قوة دور وسائل الإعلام في وضع أجندة القضايا غير الملموسة، بينما الأخرى خلصت إلى عكس ذلك بالنسبة للقضايا حسب طبيعتها نظرا لعدم وجود معايير قاطعة لتصنيف القضايا باحتكاك الجمهور و خبراتهم بالقضايا.

5. تعرضت النظرية أيضا للنقد من جانب أنه ليس هناك علاقة نسبية بين الأهمية التي تضيفها وسائل الإعلام على القضية المثارة، و مدى أهمية القضية بالنسبة للجمهور، بمعنى أنه ليس بالضرورة أن تكون القضية مهمة للجمهور، كما تعتقد وسائل الإعلام.[1]

ومن ثم فإن الدراسات التي قامت على هذه الفرضية دون التثبت من مصداقيتها تثير نتائجها كثيرا من الشكوك المنهجية، وهو ما يشكك في التراكم النظري الذي قامت عليه نظرية ترتيب الأولويات، حيث أكد الباحث Dennis Mc quail على أن نظرية ترتيب الأولويات مقبولة علميا، لكنها لا تزال تحتاج إلى تأكيد مصداقيتها.

[1]. بومعيزة السعيد، المرجع السابق، ص86.

6. ومن بين أهم الانتقادات الموجهة لنظرية ترتيب الأولويات هو افتقارها إلى مناهج بحثية متعددة و مختلفة، فبالرغم من وجود عدد كبير من البحوث في مجال وضع الأولويات إلا أن هناك أسئلة لا تزال تبحث عن إجابات تتعلق بالعملية الإعلامية التي يتم من خلالها ترتيب الأولويات، ومن بين هذه الأسئلة:

*- ما المؤسسات الإعلامية الأخرى التي تؤثر في ترتيب أولويات الجمهور؟

*- من يسهم في تحديد المدى الزمني الذي تظل فيه قضية معينة و التي تتصدر اهتمامات الناس كما تعرضها عليهم وسائل الإعلام؟

*- كيف تصاغ قضية معينة للنشر قبل عرضها على الجمهور؟ و ما هي المعايير التي يتم بها تحديد حجم التغطية الإعلامية لقضية معينة، بحيث تختلف في أهميتها عن القضايا الأخرى، فمثل هذه الأسئلة تحتاج إلى إجابات تفرض مناهج بحثية متعددة و لا تقتصر على منهج واحد.[1]

[1]. بومعيزة السعيد، المرجع السابق، ص86.

خلاصة:

تعد نظرية ترتيب الأولويات إحدى نظريات الإعلام التي تبحث في تأثير وسائل الاتصال، حيث تهتم بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام و الجماهير التي تتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات القضايا السياسية، الاقتصادية و الاجتماعية التي تهم المجتمع، و تفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات و القضايا التي تقع في المجتمع وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها.

وتؤكد هذه النظرية على وجود علاقة ارتباط إيجابي بين بروز قضية ما في وسائل الإعلام و بروزها لدى الرأي العام، من خلال تركيز هذه الوسائل على موضوعات بعينها و إهمالها لموضوعات أخرى، مما يؤثر على الرأي العام بالتركيز على الموضوعات المطروحة في وسائل الإعلام و بذلك لم تعد وسائل الإعلام أداة لنقل المعلومات فقط، وإنما أصبحت إحدى العوامل الرئيسية التي تؤثر في أفكار الجمهور واتجاهاته و سلوكه من خلال طرحها لقائمة من القضايا التي ترتبها طبقا لأهميتها عن طريق اقتناء قضايا معينة وتهميش قضايا أخرى مع مراعاة الدور الفاعل للعوامل والمتغيرات الوسيطة، وبذلك يعتقد الجمهور أن قضية ما مهمة لأن وسائل الإعلام تتناولها باستمرار

الفصل الثاني:

الخبر التلفزيوني.

المبحث الأول: تعريف الخبر التلفزيوني.

المبحث الثاني: مصادر الخبر التلفزيوني.

المبحث الثالث: القيم الإخبارية في الخبر التلفزيوني.

تمهيد:

ينفرد التلفزيون عن وسائل الإعلام الأخرى بكونه يقدم الأحداث و الوقائع في صورة متكاملة، تعتمد مشاهدها على الصوت والصورة و الحركة والألوان في صورة أقرب للواقع، و بما أن الخبر التلفزيوني مقترن بمشاهدته على الشاشة مصورا في موقعه، فإن ذلك ادعى لتصديقه، خاصة و أن الإنسان يحصل على 98% من معارفه عن طريق حاستي السمع و البصر، و هما الحاستين اللتان تميزان التلفزيون، فضلا عن كونه جهاز إخباري يتمتع بالفورية التي تزيد من واقعيته.

ويعتبر الخبر التلفزيوني جوهر الإعلام و محركه، و لعل أهم قيمة مرفقة بالخبر كونه محور المنافسة في العمل الإعلامي ما بين الصحفيين، و بين المؤسسات الإعلامية على اختلافها، حيث تقاس قوة الوسيلة في سرعة نقلها للأخبار الآنية و المعايشة وتنويعها و التفصيل فيها ن بالإضافة إلى تعدد المصادر الإعلامية التي تنقل تفاصيلها.

ونحاول في هذا الفصل التطرق إلى تعريف الخبر التلفزيوني و قيمه الإخبارية، والتعرف على أهم المصادر الإخبارية.

المبحث الأول: تعريف الخبر التلفزيوني.

يعد الخبر التلفزيوني أساس العمل الإخباري في التلفزيون، فالخبر التلفزيوني يختلف عن الخبر في الإذاعة و في الصحافة المكتوبة، رغم أن جميعها تشترك في مفهوم كون الخبر الوصف الدقيق و الصادق لحادثة أو مجموعة من الحوادث أو فكرة صحيحة ترتبط بمصالح الناس و اهتمامهم.

وقد اجتهد العديد من الباحثين و المختصين لصياغة مفهوم للخبر التلفزيوني، تشترك في معظمها في المزج بين خاصيتي الصوت والصورة، فهو الخبر الذي يتكون من اللقطات المصورة الواحدة تلو الأخرى، تمزج بتعليق صوتي، فهو خبر مصور ينشأ في موقع الحدث، ويتولى أطقم التصوير الإخباري (المصور، المندوب، مسجل الصوت، موزع الإضاءة) نقله أو تسجيله على أفلام أو شرائط.[1]

وعموما فإن الخبر هو شيء نسبي يتباين و يتنوع بشكل حاد حسب الوسيلة الإعلامية و حسب الزمان و المكان، إلى حد يرى فيه أحد الباحثين أن هناك عددا كبيرا من العبارات التي تحدد معنى الأخبار يماثل عدد العاملين في ميدان الصحافة.[2]

1. محمد الفاتح حمدي، عبد القادر عراضة، إنتاج النشرات التلفزيونية، مؤسسة كنوز للنشر و التوزيع، الجزائر، 2012، ص8

2. محمد معوض، بركات عبد العزيز، الخبر الإذاعي و التلفزيوني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2000، ص70.

وربما يعود السبب في ذلك إلى عدد من الأسباب أهمها الاختلاف في الأنظمة الاجتماعية و الاتجاهات السياسية و الإيديولوجية من جهة، وارتبط تعريف الخبر بالوسيلة الإعلامية التي تنقله من جهة أخرى، كذلك المعايير الخاصة بماهية الخبر نتيجة لاختلاف احتياجات و فلسفة المجتمعات المختلفة، و بالتالي فإن تعريف الخبر و مفهومه يتوقف على طبيعة الإدراك الحضاري لكل مجتمع، ومن أجل فهم الخبر لا بد من التوقف عند بعض التعريفات التي قدمت في هذا المجال.[1]

حيث تم رصد العديد من التعريفات من أجل إلقاء المزيد من الضوء على تعريفات الخبر، والتي اتفقت في معظمها حول المضمون و منها على سبيل المثال لا الحصر:

1. الأخبار هي التاريخ في حالة السرعة.
2. الأخبار هي كل شيء لم تعلم به بالأمس.
3. هي كل ما يهم الجماهير العريضة من الناس و يلفت نظرهم.
4. بعض أوجه النشاط الإنساني التي تهم الرأي العام و توجهه و ترشده و تسليه وتعلمه.
5. كل ما يخرج عن محيط الحياة العادية و المألوفة، و يكون حديث العامة والخاصة.
6. هو شيء يحدث ويهتم به الناس.[2]
7. الخبر هو كل ما يحدث و كل ما توحي به الأحداث و كل ما ينجم عنها.

[1]. فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، عالم الكتاب، القاهرة، 2000، ص27.

[2]. محمود أدهم، فن الخبر، الدار البيضاء للطباعة، القاهرة، 1987، ص14-15.

8. هو الوقائع الأساسية التي تتعلق بأي حدث أو مناسبة أو فكرة تستحوذ على اهتمام الناس و تؤثر على الحياة و على السعادة البشرية .

9. الخبر هو معلومات جديدة للأحداث الجارية.

إن التعريفات السابقة على اختلاف صياغتها إلا أنها تتفق في أن الخبر عبارة عن حدث أو معلومة جديدة لم تكن معروفة لدى المتلقي، وأن يتصف بشيء من الطرافة، وهذا ما ذهب إليه أقدم تعريف للخبر و الذي قدمه اللورد نورث كليف و نشره عام 1865، حيث قال إن الخبر هو الإثارة و الخروج عن المألوف، فعندما يعض الكلب رجلا فهذا ليس بخبر، ولكن عندما يعض الرجل كلبا فهذا هو الخبر.[1]

اقترح محمود أدهم تعريفا جديدا يهدف من خلاله للوصول إلى أبرز جوانب الاتفاق و الاختلاف بين هذه التعريفات و بين أصحابها بين نظرتين وتطبيقين، و الذي أورده في كتابه فن الخبر المتضمن لمائة تعريف السابق ذكر البعض منها.[2]

[1]. سليمان صالح، صناعة الأخبار في العالم المعاصر، ، دار النشر للجامعات، القاهرة، 1998، ص20.

[2]. محمود أدهم، المرجع السابق، ص15.

أما التعريف المقترح من قبله فهو: الخبر وصف موضوعي دقيق تطلع به الصحيفة أو المجلة قراءها في لغة سهلة وبسيطة وواضحة وعبارات قصيرة على الوقائع والتفاصيل الأسباب و النتائج المتاحة و المتتابعة لحدث حالي أو رأي أو موقف جديد أو متجدد لافت للنظر، أو فكرة أو قضية أو نشاط هام، وقعت غالبا أو مستمرة في الوقوع أو تأكد أنها ستقع جميعها بمجتمعهم وأفراده و ما فيه، أو بالمجتمعات الأخرى، كما تسهم في توعيتهم و تثقيفهم و تسليتهم و تحقق الربح المادي لها.[1]

ووصولا للأنماط الإعلامية الحالية التي باتت تشكل أهمية قصوى وضرورة ملحة لربط العالم ببعضه البعض، وهو ما عرف لاحقا بالقرية الالكترونية الصغيرة، لعل هذا ما يفسر ما تكهن به الكتاب في تفسير كلمة News ، وقولهم بأنها في الأصل ترجع إلى أن كل حرف منها يمثل اتجاها من الاتجاهات الأربعة.

N: تعني الحرف الأول من كلمة الشمال North.

E: تعني الحرف الأول من كلمة الشرق East.

W: تعني الحرف الأول من كلمة الغرب West.

S: تعني الحرف الأول من كلمة الجنوب South.[2]

[1]. محمود أدهم، المرجع السابق، ص48.

[2]. فاروق أبو زيد، مرجع سبق ذكره، ص37.

وهو تفسير شامل للخبر من حيث المصطلح و المعنى، كما أنه يخدم جيدا طبيعة وعمل الوسائل الإعلامية المختلفة من صحافة و راديو وتلفزيون، غير أنه لا يلغي مما سبق من تعريفات بقدر ما يجعلها تحت دائرة الضوء و يدعم أفكارها.[1]

[1]. فاروق أبو زيد، المرجع السابق، ص37.

المبحث الثاني: مصادر الخبر التلفزيوني.

تتفق وسائل الإعلام في مصادرها للحصول على الأخبار، فهناك مصادر تقليدية معروفة كوكالات الأنباء البرقية، والاستماع السياسي و الدوريات.

غير أن التلفزيون ينفرد دون وسائل الإعلام الأخرى بمصادر معينة يحصل على مادته الإخبارية المصورة، وذلك بوصفه وسيلة مرئية لديها القدرة على عرض الحدث ووقائعه بالصور الحية و المقترنة بصوتها الطبيعي، ومن مصادر الأخبار المصورة التي يعتمد عليها التلفزيون هي:

1. طاقم التغطية الإخبارية التلفزيونية:

ويتولى تغطية أهم الأحداث المحلية أو الوطنية التي تقع داخل حدود الدولة، ويوفد التلفزيون أطقمه الإخبارية إلى جميع أنحاء العالم لتغطية أهم الأحداث العالمية التي تهم الرأي العام، و هي الأساس في تصوير أية أخبار تلفزيونية مهما كان مصدرها.

وفي الغالب يتكون طاقم التغطية الإخبارية من المندوب Reporter، أو المراسلCorrespondent، و المصور Cameraman، مسجل الصوت Re-Sound corctist، و موزع الإضاءة، طاقم التصوير Camera crew.[1]

[1]. محمد معوض، بركات عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص79.

2. وكالات الأنباء العالمية:

تعد عنصرا هاما ومصدرا أساسيا من مصادر التلفزيون في مجال الأخبار، حيث تعمل على إثراء المادة الإخبارية المصورة لنشرات الأخبار في التلفزيون من خلال تقديمها لتغطية مصورة للأحداث العالمية الهامة، مؤدية بذلك دور مهم في تدفق المواد الإخبارية المصورة التي يقدمها اليورفزيون و الذي يعتبر حاليا أكبر موزع للأخبار الإذاعية في العالم.

كما تشارك وكالات الأنباء العالمية المصورة في عملية التبادل الإخباري إيمانا منها بأن تؤدي إلى مزيد من التدفق العالمي للأخبار.

اتسع نطاق عمل هذه الوكالات فعليا في مجال التبادل الإخباري عام 1965 بعد توقيعها لاتفاق مع اتحاد الإذاعات الأوروبية من أجل الحصول على الأخبار المصورة، وصارت منذ ذلك الحين المصدر الرئيسي للأخبار المصورة لليورفزيون.[1]

وأصبحت الآن تشارك في بث موادها الهامة عن طريق الكابلات أو شبكات الميكروويف أو الأقمار الصناعية أو الشحن الجوي، وهذه الوكالات هي:

1. وكالة WTN:

وكانت تعرف من قبل بوكالة Upitin، وتعد أول وكالة مصورة، تقوم بتقديم خدمة إخبارية مصورة لأهم الأحداث في العالم، كانت ملكيتها سابقا تعود للوكالة الأمريكية العالمية

[1]. محمد معوض، بركات عبد العزيز، المرجع السابق، ص79-80.

يونايتد برس و محطة (IIN)بلندن، ثم صارت الآن تؤول بكامل ملكيتها بمشاركة شبكة ABS الأمريكية، والقناة التاسعة للتلفزيون الاسترالي.

خدمات هذه الوكالة تغطي 1000هيئة إذاعية عالمية ومحلية بجانب شبكات التلفزيون السلكي في العالم، تقوم الوكالة بتغطية كافة الأخبار و الأحداث عبر شبكة ضخمة من المراسلين المنتشرين حول العالم مستفيدة بأحدث ما وصل إليه جمع المعلومات الكترونيا و تكنولوجيا مثل الاتصال عبر الأقمار الصناعية في حصولها على الأخبار الهامة أو الخفيفة أو الأخبار الرياضية من مواقعها مباشرة إلى شاشات محطات التلفزيون، كما تقوم بتقديم الموضوعات و البرامج التسجيلية و كل ما يهم أرشيف التلفزيون مع كافة التسهيلات الإنتاجية، بل وتقوم بتأجير أطقم التغطية للمحطات الأخرى.[1]

تقدم الوكالة خدماتها الإخبارية في شكل حقائب أو نشرات إخبارية لا تقل مدتها عن 15 دقيقة ثم تقوم بإرسالها إلى محطات التلفزيون في أوروبا و الشرق الأوسط و جنوب إفريقيا وآسيا و استراليا و اليابان و الو.م.أ، كما تمد اليورفيزيون الذي يعتبر أكبر موزع أخبار التلفزيون في العالم بالأخبار.

[1]. محمد معوض، بركات عبد العزيز، المرجع السابق، ص112.

2 . الوكالة الإنجليزية Vis News:

أنشأت عام 1957م ، وتقوم بتقديم خدمة إخبارية مصورة بشكل يومي للقنوات التلفزيونية المختلفة في أماكن عديدة من العالم، ولما يزيد عن مائتين وثلاثين منظمة إذاعية مشتركة في الوكالة، يقع مركزها الرئيسي في لندن و تنتشر مكاتبها الفرعية في العواصم الكبرى، و لها شبكة ضخمة من المصورين معظمهم يعمل بنظام القطعة،وتستخدم كافة الإمكانيات المتاحة في تقديم خدماتها، عن طريق الشبكات الأرضية للميكروويف أو الأقمار الصناعية.[1]

يبلغ متوسط ما يطلبه المشتركون من حصيلة المادة الإخبارية المصورة يوميا من 10 إلى 12 قصة إخبارية من إجمالي ما تقوم الوكالة بتصويره و الذي يصل إلى 45–50 قصة إخبارية على مدار الأربع و العشرين ساعة.

هناك ثلاثة أقسام رئيسية في فيزنيوز تؤدي ثلاث عمليات رئيسية هامة وهي:

1. الخدمة الإخبارية:

وتقوم بتغطية أهم الأحداث و الأخبار المصورة، حيث تعمل غرفة الأخبار الرئيسية في المركز الرئيسي بلندن طوال الأربع والعشرين ساعة، كما تعمل على تقديم التسهيلات

[1]. محمد معوض، بركات عبد العزيز، المرجع السابق، ص 112–114.

الخاصة للتغطية الإخبارية حسب طلبات المشتركين، وتقوم بتزويد مكتبات أخبار التلفزيون بوسائل الإيضاح اللازمة لها.

2. قسم الأفلام التسجيلية .

3. قسم الخدمة المرئية و المسموعة: ويهتم بإنتاج الأفلام القصيرة و الأفلام التعليمية وتقارير المنجزات القومية.

تقدم الفيزنيوز مع الوكالات الأخرى إلى اليورفيزيون ما يزيد عن نصف المادة الإخبارية التي يقدمها اليورفيزيون في هذه العملية بأكثر من ربع المادة الإخبارية.[1]

تقوم السياسة التحريرية للوكالة على تزويد المشتركين بالأخبار المحايدة التي لا تنحاز لجهة.

3. وكالة C.B.S الأمريكية:

هي القسم الدولي لإنتاج أخبار التلفزيون في شبكة C.B.S،و التي تعتبر بدورها أكبر الشبكات التلفزيونية الأمريكية، مقرها الرئيسي في نيويورك، ولها مكاتب فرعية منتشرة في مختلف العواصم العالمية الكبرى، تحتل المركز الثالث من حيث التغطية الإخبارية التلفزيونية عالميا،و تقدم الوكالة 19% من مواد التبادل الإخباري في شبكة اليورفيزيون، وتشمل خدمتها تغطية إخبارية لكل ما يحدث داخل الو.م.أ و بعض مناطق العالم الأخرى الهامة.

[1]. عرفة أحمد عامر، الأخبار و البرامج الإخبارية في الراديو و التلفزيون، مكتبة الآداب، القاهرة، 2003،ص28.

وتشارك الوكالات الأخرى في تغطية أخبار دول العالم النامية و لكن بنسبة تقل عن الوكالات الأخرى في هذا المجال.[1]

4. الوكالة الألمانية D.P.A:

عبارة عن هيئة تجارية تمد مشتركيها بخدمة يومية مصورة، مقرها بألمانيا الغربية سابقا، وتخضع لملكية مشتركة بين كل من:

*- شبكة التلفزيون الألماني.

*- وكالة الأنباء الألمانية.

*- مؤسسةIFAGE للإنتاج التلفزيوني.

تحتل الوكالة الألمانية المركز الرابع من حيث حجم التغطية الإخبارية المصورة العالمية، لها مراسلون في بعض العواصم الأوروبية و الأمريكية و الأسيوية، ولديها اتفاق مع محطات التلفزيون العربية لتزويدها بأهم الأحداث والأخبار المصورة غير أن خدمتها ليست منتظمة.

4. التبادل الإخباري:

عندما نتناول التبادل الإخباري كمصدر من أهم مصادر أخبار التلفزيون ، فإنه من الضروري الإشارة إلى التدفق العالمي للأنباء المصورة، والذي يلعب التعاون الدولي الذي

[1]. عرفة أحمد عامر، المرجع السابق، ص28.

أصبح سمة من سمات هذا العصر دورا بارزا فيه.[1]

كما يجب الإشارة إلى شبكة اليورفيزيون باعتبارها أكثر الشبكات العالمية تعاونا في مجال التبادل الإخباري مع مختلف الاتحادات و الهيئات الإذاعية، ومن بينها اتحاد إذاعات الدول العربية و مصر والكويت وهم من أهم أعضائه العاملين و المؤسسين، كما أن الانفتاح على شبكة اليورفيزيون يعتبر بدوره انفتاحا آخر على بقية مناطق دول العالم الأخرى، هذا بالإضافة إلى أن تبادل الأخبار في أوروبا الغربية قد وصل إلى مرحلة كبيرة من النضج والتقدم.

وهم من أهم أعضائه العاملين و المؤسسين، كما أن الانفتاح على شبكة اليورفيزيون يعتبر بدوره انفتاحا آخر على بقية مناطق دول العالم الأخرى، هذا بالإضافة إلى أن تبادل الأخبار في أوروبا الغربية قد وصل إلى مرحلة كبيرة من النضج والتقدم.

وأوضح دليل على ذلك ما نشاهده من عدم التوازن في التبادل القائم فيما بين اليورفيزيون و بقية الشبكات و الهيئات العالمية الأخرى.[2]

كما يذهب البعض إلى أن اليورفيزيون أصبح نوعا من الأمم المتحدة للإذاعة بالراديو و التلفزيون، حيث يضم ما يقرب من 60 منظمة أو هيئة إذاعية في القارات الخمس، كما يلجأ التبادل الإخباري في شبكة اليورفيزيون إلى استخدام كافة مصادر الأخبار الممكنة وخاصة

[1]. محمد معوض، بركات عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص125.

[2]. محمد معوض، بركات عبد العزيز، المرجع نفسه، ص126.

المادة التي تقدمها وكالات الأنباء العالمية المصورة ليس فقط فيما يتعلق بأوروبا ذاتها وإنما بمختلف أنحاء العالم، حيث يعتبر السبب الرئيسي في زيادة تدفق الأخبار العالمية المصورة في نشرات أخبار التلفزيون.

5. المصادر الأخرى:

1. الأمم المتحدة:

حيث يقوم قسم الإذاعة والتلفزيون التابع للأمانة العامة للأمم المتحدة في نيويورك بإرسال مادة إخبارية مصورة تتناول أهم أنشطتها، و القضايا التي تهتم بها و تقارير عن المناسبات الخاصة.

2. المنظمات الدولية الأخرى:

وهي منظمات متخصصة في مجالات مختلفة منها الوكالة الأمريكية للطيران و الفضاء(N.A.S.A) التي تقوم بتزويد هيئات التلفزيون بالمادة المصورة في الفضاء.[1] وهذا ما يقوم به أيضا السلاح البحري الأمريكي بتوزيع التقارير التي تصور أعماق البحار

3. مجموعة السوق الأوروبية المشتركة:

تقوم بإرسال مادة إخبارية عن نشاط دول المجموعة مع تغطيتها المصورة.

[1]. دينا عبد الحميد صابر، صياغة الأخبار بين المعايير المهنية والقيود السياسية(قناة الجزيرة أنموذجا)، رسالة مقدمة إلى جامعة الخرطوم لنيل درجة الماجستير الآداب في الإعلام، السودان، 2010، ص56.

4. السفارات و المراكز الثقافية:

تقوم بتزويد محطات التلفزيون بمواد إخبارية مصورة متضمنة لبعض الأحداث الهامة بجانب بعض الأفلام التسجيلية و خاصة في المناسبات الهامة.

5. المصورون بالقطعة:

لا يتبعون لمحطات التلفزيون، وإنما يقومون بتزويد تلك المحطات بأعمالهم مقابل أجر، وهم يتواجدون لحظة وقوع الحدث، وفي غياب أطقم التصوير المكلفين بالتصوير.

*- مصادر أخبار التلفزيون التقليدية:

التي يعتمد عليها في الحصول على الأخبار المقروءة غير المصحوبة بمادة إخبارية مصورة وهي:[1]

*- وكالات الأنباء البرقية:

التي تقوم بتزويد وسائل الإعلام المختلفة من تلفزيون و راديو وصحف بالأخبار المحلية والعالمية، فقط يختلف استخدام التلفزيون لهذه الأخبار بعض الشيء عن استخدامها التلفزيون لهذه الأخبار بعض الشيء عن استخدامها في الصحف التي يمكن أن تنشر الأخبار الصادرة من الوكالات، دون تعديل أما في التلفزيون فلا بد من إعادة تحرير الأخبار لسببين هما:

[1]. دينا عبد الحميد صابر، المرجع السابق، ص56.

أولا: لضغط الخبر و اختصاره وحتى لا تستغرق عناصره الأساسية وقتا طويلا على الهواء.

ثانيا: إعادة صياغة الخبر لوضعه في قالب و كلمات الخبر يجب أن تكون ملائمة للبث التلفزيوني.

تقدم وكالات الأنباء خدماتها الإخبارية لحجرات الأخبار في الإذاعة و التلفزيون بوصفها مؤسسات صحفية ذات كفاءة عالية في جمع الأخبار و توزيعها مستخدما في ذلك شبكة من المكاتب الصحفية و جيشا من المراسلين المنتشرين في أنحاء العالم.[1]

هنالك أنواع مختلفة لوكالات الأنباء وتقسم كالآتي:

1- وكالات أنباء عالمية مثل:

. وكالة الأنباء الإنجليزيةReuters.

. وكالة الأنباء الفرنسيةAgence France Press.

. وكالة الأنباء الأمريكيتين United Press International وAssociated Press.

. الوكالة السوفياتية للأنباء Tass: والتي اختفت بعد تفتيت الاتحاد السوفياتي و تحوله إلى كيانات متعددة.

[1]. دينا عبد الحميد صابر، المرجع السابق، ص57.

وتقوم هذه الوكالات بإعلام 98.7 % من سكان العالم كله وتسيطر على توزيع الأخبار في العالم من خلال إمكانياتها و قدرتها التكنولوجية في جمع الأخبار و توزيعها للكثير من اللغات في جميع أنحاء العالم.

2. وكالات أنباء وطنية: والتي أنشأتها الدول لخدمة وسائل إعلامها.

3. وكالات أنباء إقليمية: و التي تمثل تكتل من الدول لخدمة أهدافها مثل وكالة الأنباء الإفريقية.[1]

على الرغم من المجهودات المبذولة في سبيل تقديم خدمات إخبارية متميزة لمشتركيها إلا أن هنالك مآخذ على وكالات سواء المصورة أو البرقية، فالوكالات المصورة يؤخذ عليها تحيزها في تغطية بعض الأحداث في الوقت الذي يجب فيه أن تلتزم جانب من الحياد، كما أن العلاقة بين هذه الوكالات و محطات التلفزيون قد تتأثر نتيجة لسوء أو تقلب في الأوضاع السياسية، بالإضافة إلى أن هذه الوكالات تركز على الأخبار الساخنة من أخبار حروب و كوارث و صراعات دون غيرها من الأخبار ذات الطابع الإيجابي والمتعلقة بالإنجازات و الشؤون الثقافية أو التربوية أو التعليمية أو الصحية ...

وعليه فإن الوكالات البرقية كذلك لا يمكنها إخفاء ميلها السياسي للبلاد، و التي تمثلها فلا تكون بذلك محايدة تماما للأخبار مهما حاولت إخفاء هذا الميل، فهي تقوم بعكس

[1]. محمد معوض، بركات عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص139.

اهتمامات و مصالح بلادها، ولعل ذلك كان واضحا خلال فترات الاحتلال، فعلى سبيل المثال كانت رويتر و الوكالة الفرنسية تسايران السياسة الاستعمارية لبلديهما، وبدأ أسلوبهما واضحا في إيصال وجهة النظر الاستعمارية لمستعمراتها.

والجدير بالذكر أن هذه النظرة المحدودة كانت ترجع لمحدودية مصادر الأخبار وسيطرتها على هذا المجال، أما الآن فقد اختلف الأمر خاصة بعد انتشار الفضائيات والقنوات المتخصصة في الأخبار و اعتمادها في تغطيتها على أطقم عملها الخاصة، [1] جعل من هذه الوكالات تغير ولو قليلا في إظهار توجهاتها السياسية و تغليب جانب المهنية الإعلامية لتحسين صورتها و استمرار تعاملاتها المختلفة في تقديم الأخبار خاصة وأن التاريخ الطويل في مجال التغطيات الإخبارية جعل من المشاهد العادي مثقفا ومستنيرا فيما يشاهده من أخبار يمكن أن يتقبلها أو يرفضها بواسطة حسه الإخباري الذي اكتسبه من المشاهدة و المتابعة المستمرة، و عليه بات من الصعب تغيير الحقائق أو تغليفها بغير ما يناسبها، فهذا المشاهد يرفض سطوة التلفزيونات المحلية و يتعداها إلى فضاء إعلامي أرحب و غير متحيز.[2]

[1]. دينا عبد الحميد صابر، مرجع سبق ذكره، ص58.

[2]. دينا عبد الحميد صابر، المرجع نفسه، ص58.

وهنالك أيضا مصادر أخرى للأخبار المقروءة، تعد مصادر تقليدية و يستخدمها التلفزيون للحصول على أخباره غير المصورة منها:

1. الاستماع السياسي:

ويعد مصدرا هاما من مصادر الأخبار الفورية ومصدرا رسميا على اعتبار أن معظم الإذاعات في العالم تخضع لحكوماتها أو للإشراف الحكومي عليها، لذا تستخدمها هذه الحكومات في إذاعة البيانات الرسمية و الأخبار شبه الرسمية، وتعتبر بذلك اللسان الناطق لهذه الحكومات.

2. الدوريات:

(الصحف و المجلات) كمصدر فرعي للأخبار يعتمد عليها المحررين أحيانا في استكمال المعلومات الخاصة بالتغطية المصورة للأحداث.

3. النشرات الصحفية و المطبوعات:

وتصدرها المكاتب الصحفية في مختلف المصالح والهيئات و الوزارات و أجهزة الحكم و إدارات العلاقات العامة و متضمنة الأخبار و أنشطة و إنجازات هذه الجهات غير أن

معظمها يكون دعائيا لا يمكن استخدامه في العرض الإخباري التلفزيوني حتى لا يعتبر إعلانا مجانيا[1].Plug

4. التعليمات والتوجيهات:

التي ترد للتلفزيون الحكومي خاصة من قبل المسؤولين بالدولة، والتي تشكل توجيها بخصوص خبر ما سواء بالمنع أو الحذف أو التأجيل أو التكرار أو تعديل الصياغة أو حذف فقرات معينة منه، و بطبيعة الحال لا يحدث هذا في حالة التلفزيونات و المحطات الخاصة، فهذا ينطبق على التلفزيون الحكومي بوصفه الناطق الرسمي باسم الحكومة.

إذن و بشكل عام تتعدد مصادر الأخبار و ينصب كله في مصلحة انتشار الخبر وذيوعه بين أكبر عدد من المشاهدين و تقريب المسافات و تحقيق المبدأ الإعلامي الكبير القرية الالكترونية الصغيرة التي تتسع للعالم بداخلها مغذية إياه بالخدمات الإخبارية المصورة و غير المصورة.[2]

[1]. محمد معوض، بركات عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص145–146.

[2]. محمد معوض، بركات عبد العزيز، المرجع نفسه، ص145–146.

المبحث الثالث: القيم الإخبارية في الخبر التلفزيوني.

تعد القيم الإخبارية بمفهومها أسلوبا يحدد الصيغة المهنية التي في ضوئها يبنى هذا الخبر عن ذاك، ليكون ذا معالم واضحة في وسائل الإعلام المختلفة، فعند تفكيك التشكيل البنائي للخبر، نجده قد تهيكل نتيجة عدد من العوامل التي ساهمت في صياغة القصة الإخبارية، فكم من القصص الإخبارية لم تعرف لأنها لم تأخذ طريقها إلى النشر.

فالقيمة هي أول ما يسال الصحفي نفسه عندما يتحصل على مادة الخبر، فإذا تأكد من توافر بعض القيم في الخبر استمر في جمع مادة الخبر و كتبه وقدمه إلى رئيس القسم في الوسيلة التي يعمل فيها.[1]

وفي إطار الدراسات الأجنبية و العربية التي تناولت مفهوم القيم الإخبارية تورد وريدة ملياني تعريف القيم الإخبارية بأنها: المعيار الذي بموجبه يمارس المحترفون في وسائل الاتصال أحكامهم التقويمية و تفضيلهم لشيء على شيء، مما يوجه عملية جمع الأخبار و انتقائها و تقديمها، وكذلك هي مجموعة المعايير المادية التي على أساسها يتم تحويل الحدث إلى خبر صحفي، وهي الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث.[2]

[1]. نصر حسني، سناء عبد الرحمن، التحرير الصحفي في عصر المعلومات، دار الكتاب الجامعي، العين، 2004، ص76.

[2]. مصالحة محمد حمدان، صناعة الأخبار في وسائل الإعلام، مجلة التوثيق العربي، العدد الثاني، بغداد، 1989،ص76.

والجمهور، وهي التي تكشف عن جوهر الحدث و عن استخدامه الاجتماعي، أي تحويله إلى موضوع للإطلاع و الفهم والمعرفة.

وهناك من يعرف القيم الإخبارية بأنها: مجموعة المعايير التي يعتمدها الصحفيون في اختيارهم للخبر، وهذه المعايير ليست فردية تنسب إلى صحفي دون سواه، بل هي مجموعة من الأفكار و المعتقدات و طرائق السلوك تسمى بالقيم، وإن مجموع هذه القيم أو المعايير تعتمد في إصدار حكم قد تصل إلى مستوى نظام قيمي ينظر إليه نظرة تعميمية، بمعنى أنها قيمة معايير عامة لدى المجتمع، و هي كتاب الأخبار هنا.

ويرى الدكتور محمد مصالحة القيم الإخبارية بأنها المبادئ التي تكون لدى الإعلاميين الحس الانتقائي للأخبار، وهي ليست قواعد مكتوبة أو مقننة، يسترشد بها محرر الأخبار في انتقاء مادة الأخبار، بل إنه يتعلم ويفهم من خلال ممارسة المهنة والمبادئ التي يسير على وفقها النظام الإخباري.[1]

[1]. مصالحة محمد حمدان، المرجع السابق، ص76.

فيما يعرفها الباحث هاشم حسن جاسم بأنها: الإطار الإدراكي أو الدلالي الصريح أو الضمني الذي يجعل القائم بالاتصال فردا أو مجموعة أفراد أو مؤسسة، قادرا على إدراك و انتقاء القيم الإخبارية الأكثر أهمية بين عدد من كبير من الوقائع أو المعلومات.

وله القدرة على صياغتها و تشكيل و إنشاء عناصرها في ترتيب إخباري خاص، ومنحها فرص الظهور عبر إحدى وسائل الإعلام بدرجات من البروز، تستمد من طبيعة الوسائل و ظرفها الخاص و العام، و القيمة من الناحية الموضوعية تعني مجموعة المكونات الجوهرية التي تتشكل منها الأخبار، وتتميز بتميزها، وتغيب بغياب أبرزها، ويجد فيها حراس البوابات و الجمهور أنها مثيرة للاهتمام، و تستحق التفصيل و البروز في وسائل الإعلام في مكان وزمان معينين.

ويوجد تعريف آخر للقيم الإخبارية إذ تعرف على أنها مجموعة المعايير المادية والذهنية التي يتم على أساسها تحويل الحدث إلى خبر صحفي، فهي الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث و الجمهور، و هي التي تكشف عن جوهر الحدث و عن استخدامه الاجتماعي أي تحويله إلى موضوع للإطلاع و المعرفة والفهم.[1]

ومن خلال هذه التعريفات يظهر التباين المفاهيمي للقيم الإخبارية اتجاه تحديد مفهومها، فالمفهوم الأول يرى أن القيم الإخبارية هي المعيار الذي بموجبه يمارس المحترفون في

[1]. نصر الدين العياضي، مبادئ أساسية في كتابة الخبر الصحفي، المؤسسة الجزائرية للطباعة، الجزائر، 1994، ص27.

وسائل الإعلام أحكامهم التقويمية و تفضيلهم لشيء على شيء آخر، مما يوجه عملية جمع الأخبار و انتقائها.

والمفهوم الثاني يرى أن القيم الإخبارية هي مجموعة المعايير المادية والذهنية التي على أساسها يتم تحويل الحدث إلى خبر، وهي الصفات التي تكشف عن جوهر الحدث امتداده الاجتماعي، أي تحويله إلى موضوع للإطلاع و المعرفة والفهم.

أما المفهوم الثالث فيرى أن القيم الإخبارية هي الإطار الإدراكي أو الدلالي للحدث وانتقاء الأخبار الأكثر أهمية من بين عدد كبير من الوقائع أو المعلومات، وهي المكونات الجوهرية التي تتشكل منها الأخبار.

ومن خلال هذه الرؤى في تحديد المفاهيم المعرفية للقيمة الإخبارية يلاحظ العديد من الباحثين، أن القيم الإخبارية تعني عملية انتقاء قائمة على خبرة الوسيلة الإعلامية وتوجهات القائم بالاتصال الفكرية و سياسة المؤسسة الإعلامية، فضلا عن امتلاك الخبر لعناصر تشكيل القيم الخبرية.[1]

وبما أن القيم الإخبارية تمثل بعدا متغيرا فإن مفهومها إعلاميا يتحدد بحسب المنفعة العامة و الحاجة والاهتمام الإنساني وفق منطلقات الخطاب الإعلامي للمؤسسة.

[1]. صليبا جميل، المعجم الفلسفي، الجزء الأول، ص212.

وتأسيسا على ما تقدم فإن القيمة الإخبارية تطلق كل ما هو جدير باهتمام المرء وعنايته لاعتبارات اقتصادية، سيكولوجية، اجتماعية، أخلاقية أو جمالية.

وهذا التعريف يفرز مفهوما عاما للقيمة يندرج تحت مجموعة من الاعتبارات تتمثل في الاهتمام، الاعتبار الاقتصادي، الاعتبار السيكولوجي، الاعتبار الاجتماعي، الاعتبار الأخلاقي أو الجمالي.[1]

وبما أن الإعلام هو قضية اجتماعية و اعتبارات عامة، فإن من الأهمية أن تكون هذه الاعتبارات محض اهتمام التقويم للأخبار، ولهذا يحدد كوهان مفهوم القيم الإخبارية بأنها المعايير التي إذا توافرت كلها أو بعضها في حدث زادت من احتمالات الإبلاغ عنه، و هذه المعايير هي:

1. معايير زمنية:

يتم فيها اختيار الخبر وفقا لحالته التاريخية و يشمل هذا المعيار:

*. عنصر الجدة أو عنصر الزمان:

يعني ضرورة تحري أن يكون جديدا، لم يمر عليه سوى يوم واحد أو يكون خبرا لحدث سيقع في الغالب غدا، أما بالنسبة للأحداث التي وقعت خلال أيام خلت، فلا تصلح إلا إذا لم تنتهي فصول قصتها بعد، و لعل أهمية مراعاة هذه الخاصية يرجع لكون الخبر،كما أسلفنا

[1]. صليبا جميل، المرجع السابق، ص212

الذكر في تعريفاته الكثيرة من أسرع البضائع في السوق عرضة للتلف و الفساد، و ينبغي لتحقيق هذه القيمة التثبت من صدق الخبر لتفادي تبعات الخبر الكاذب من تكذيب و فقدان ثقة المتلقي له.

2. المعايير الصحفية و الفنية:

*. خاصية المحلية أو عنصر المكان:

وهو تقديم أخبار وسط المحيط و الانتقال تدريجيا أو حسب الأهمية إلى الأخرى الإقليمية منها ثم العالمية، حيث يراعي الخبر هنا دائرة الاهتمام الخاص بالنسبة للمتلقي.

*. خاصية الأهمية:

وهو اختيار خبر ما على أساس أنه الأهم مقارنة بالأخبار الأخرى، وذلك في شكل تناول الخبر و إبرازه بطريقة معينة باستخدام وسائل و أساليب الإخراج المختلفة.[1]

*. عنصر التشويق:

ويسمى أحيانا بعنصر الغرابة أو الإثارة، ويعني هذا العنصر أن يكون لبعض الأخبارما يدفع المتلقي لمتابعتها من أمور تجذب انتباههم و تداعب مخيلتهم و يكون لها وقع السحر في نفوسهم.[2]

[1]- عبد الطيف حمزة، المدخل في فن التحرير الصحفي، الهيئة المركزية للكتاب، القاهرة، 2002، ص112-113.
[2]- عبد الطيف حمزة، المرجع نفسه، ص113.

عنصر سياسة الوسيلة الإعلامية:

ويعد هذا من أهم عناصر أو معايير اختيار الخبر، وذلك في مطابقته لتوجه أو سياسة الوسيلة الإعلامية، و استبعادها ما قد يتعارض مع هذه السياسة أو التوجه من أخبار أو عدم التركيز عليها أو وضعها في آخر النشرات الإخبارية.

3. المعايير الإنسانية:

تخاطب هذه المعايير مراكز الاهتمام البشري و تداعب الإحساس و بعض الغرائز الإنسانية، وذلك من زاوية إعلامية دون تهيج أو تلاعب، ومن عناصرها:[1]

*. عنصر الشهرة:

ويعتمد هذا العنصر على قاعدة صحفية أساسية و قديمة تقول بأن الأسماء هي التي تصنع الأخبار سواء كانت هذه الأسماء لشخصيات سياسية مشهورة أو فنانين أو حتى لأشياء تمتلك وقعا خاصا عند سماع أخبار تتعلق بها.

*. عنصر الإيحاء:

وهو أن يكون للخبر مقدار من قوة الإيحاء أو ما يثير في نفس المتلقي من أفكار واحتمالات مختلفة تكون أهمية هذا الخبر في نظر الوسيلة التي تنقله.

[1]- محمود أدهم، مرجع سبق ذكره، ص541-543.

***. عنصر الضخامة:**

ويعني هنا إثارة اهتمام عدد كبير من الناس، و لا يعني بالضرورة المبالغة أو التهويل، فضخامة عدد الناس الذين سيهتمون بالخبر يعد معيارا لانتقائه، هذا بجانب أيضا عدد من يشملهم الحدث، مما سيزيد بطبيعة الحال من احتمالات بثه أو نشره على صفحات الجرائد.

***. الدراما المسرحية:**

بث أخبار تمس مراكز الاهتمام لدى الإنسان مرتكزا في ذلك على النظرية القديمة التي تقول أن الحياة ما هي إلا مسرح كبير، و بالتالي فإن الناس يمثلون في هذا المسرح على اختلاف أنواعهم و ميولهم و انتماءاتهم، وعليه فإن وسائل الإعلام تقوم بتسجيل وقائع هذه المسرحية و ما يحيط بها من غرابة أو غموض أو صراع، و المرتبطة في أحيان كثيرة بالشخصيات المشهورة ذات الاهتمام الشعبي.[1]

***. عنصر الصراع:**

حيث تزيد احتمالات بث خبر ما إن كان حدثا متعلقا بصراع بين فئتين أو أكثر والتي تكون في شكل حروب أو ثورات شعبية أو انقلابات أو مباريات الكرة أو انتخابات سياسية أو غيرها.

4. المعايير الأخلاقية:

[1]. سليمان صالح، مرجع سبق ذكره، ص76.

هناك معايير أخلاقية أو شروط واجبة يلزم توافرها في الخبر حتى يكون جديرا بالنشر أو البث، وهو حق مهني تقتضيه ظروف العمل الإعلامي ، وخصوصا الأخبار وذلك على اعتبار أن المادة الإخبارية هي ليست مجرد مادة إعلامية عادية ، وإنما هي من أهم مواد العمل الإعلامي بكل وسائطه و أكثرها جذبا للمتلقي المتابع لهاو عليه اعتبر توافر هذه المعايير و الشروط أمرا لازما للأخبار سواء كانت صحفية، إذاعية أو تلفزيونية وهي:[1]

***. عنصر الصدق:**

واحد من أهم العناصر في قبول خبر ما أو رفضه، فالصدق يعبر عن شخصية الوسيلة الإعلامية، و إن كانت جديرة بالاحترام و المتابعة أم لا، و تعود الأهمية في اعتبار الصدق كأحد أهم المعايير و العناصر، إلى أن للخبر و المادة الإخبارية بشكل عام اتجاه مختلف القضايا و الموضوعات و الاستهانة بهذا الأمر يمكن أن يهدم ما تم بناءه اجتماعيا و إحداث حجم من البلبلة و عدم الانضباط و فقدان الوسيلة لمتابعيها تصديقهم لها، فمصداقية الطرح تولد الثقة المتبادلة بين الطرفين و تدعمها بالاحترام التقدير.

[1]- محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص197.

***. الدقة:**

وتعمل على تقوية الخبر وتدعيمه من أجل النشر لأن عدم توفرها يكون سببا رئيسيا في رفضها و استبعادها من النشر، و تشكل الدقة مع الصدق وجهي لعملة واحدة، وذلك لارتباطهما الوثيق ببعضهما.

فأي خلل في إحداهما قد يشكك في إمكانية نشر الخبر ، الأمر الذي أوجب التدقيق في مفرداته، مما أدى إلى ظهور أقسام عمل داخل المؤسسات الإعلامية، ووظيفتها التدقيق المهني و اللغوي للأخبار، وذلك تفاديا للوقوع في الأخطاء التي قد تؤدي بسمعة المؤسسة الإعلامية[1].

***. الحياد والموضوعية:**

وهو الامتحان الحقيقي و الدليل الملموس على نجاح الوسيلة الإعلامية و شجاعتها و احترامها لقواعد مهنتها، حيث أن قيام الوسيلة بتقديم الأخبار المختلفة و المتنوعة على كافة الأحداث و القضايا و الموضوعات ذات الاهتمام دون الركون لأي مؤثر خارجي، يعد أمرا بالغ الأهمية في تحقيق معادلة الإعلام السهلة و الصعبة في آن واحد، فهي سهلة لكونها

[1]. محمد عبد الحميد، المرجع السابق، ص180.

مجرد مادة إعلامية إخبارية و صعبة كذلك في مدى التأثير الذي يكمن في أن يحدثه فحوى و مضمون هذه المادة الإخبارية[1].

*. سياسة الوسيلة الإعلامية أو توجهها:

ويعد من أهم عناصر أو خصائص الخبر في مطابقته لتوجه أو سياسية الوسيلة الإعلامية و استبعادها ما قد يتعارض مع هذه السياسة أو التوجه من أخبار أو عدم التركيز عليها أو وضعها في آخر النشرات الإخبارية.

وهذه المعايير أو القيم أو الخصائص السابقة الذكر، و التي يجب أن تتوفر عند اختيار الأخبار و إعدادها للبث التلفزيوني أو الإذاعي أو النشر على صفحات الجرائد هي طبقا لمعايير تم وضعها في الغرب تحت مسمى القيم الإخبارية، حيث تمثل هذه القيم الإخبارية جزءا مهما من الإيديولوجية الإعلامية الغربية، وذلك بطبيعة الحال لأن دول الشمال هي التي تسيطر على تدفق الأنباء في العالم المعاصر من خلال احتكارها لمصادر الأنباء المختلفة في وكالات الأنباء الأربع الكبرى[2].

ويتم من خلال استخدام هذه القيم أو المعايير الحكم على صلاحية الأخبار للنشر بواسطة حراس البوابة، ففي عملية الإعلام يمثل حراس البوابة وظائف متعددة مثل الناشرين،

[1]. محمد عبد الحميد، المرجع السابق، ص180.

[2]. سليمان صالح، مرجع سبق ذكره، ص69.

المحررين، مديري المحطات وغيرهم ممن لهم سلطة تقييم محتوى الإعلام لتحديد علاقته و قيمته بالنسبة للجمهور[1].

فوسائل الإعلام على اختلاف أنواعها لا تستطيع نشر كل ما يحدث في العالم من أخبار، وذلك لكثرتها و تتراوح أهميتها ما بين المهم فالأهم فالأكثر أهمية لذلك كان لا بد من وجود معايير لتقييم هذا العمل، و يقاس عليه مدى صلاحية أي خبر للتغطية أو النشر.

هذه المعايير ليست قاصرة في استخدامها على المسؤولين عن النشر في المؤسسات الإعلامية، كما يجب أيضا أن تكون حاضرة في أذهان المندوبين و المراسلين الصحفيين أثناء تغطيتهم للأحداث، ويصدر بعدها المندوب أو المراسل الصحفي حكما سريعا على الحدث بناءا على هذه المعايير و أحقية هذا الحدث في أن يمضي في تغطيته أم لا.

وبعد ذلك يأتي دور حراس البوابات في المؤسسات الإعلامية في إصدار حكم على مدى صلاحية الحدث للبث بعد إخضاعه لمجموعة المعايير السابقة.

إذن فإن المعايير الإخبارية تتحكم في تغطية المراسلين أو المندوبين للأحداث ثم بثها عبر وكالات الأنباء، ثم في تقدير مدى صلاحيتها للنشر في الصحف ثم في تقدير الأهمية النسبية لها، بحيث يتم نشر خبر أو استبعاد آخر، ثم في تحديد مكان النشر على صفحات الجرائد.

[1]. سليمان صالح، المرجع السابق، ص70-71.

وعليه فإن هذه المعايير تتحكم بشكل كبير في نشر الأخبار، و بالتالي في المعرفة التي تصل إلى الجمهور عن الأحداث المهمة في العالم.[1]

[1]. سليمان صالح، المرجع السابق، ص71.

خلاصة:

يمكن القول أن الخبر التلفزيوني لا يختلف في مفهومه و خصائصه عن الخبر الإعلامي، إلا أنه و رغم هذا الاتفاق يتميز بجملة من الخصائص التي ينفرد بها التلفزيون، على اعتباره الوسيلة الإعلامية التي تجمع بين الصوت والصورة، وتبقى مصادر الخبر نفسها في كل وسيلة إعلامية، حيث أن الاختلاف يكمن في التفاصيل التي تضاف إليه، وفي القالب الإعلامي الذي يؤتى به المتلقي، أما بالنسبة للقيم الخبرية فهي نفسها بالنسبة للخبر الإعلامي.

الفصل الثالث:

بناء النشرات الإخبارية.

المبحث الأول: مدخل عام إلى مفهوم النشرة الإخبارية.

المبحث الثاني: العناصر الفنية لبناء النشرات.

المبحث الثالث: ترتيب المواضيع في النشرات الإخبارية.

تمهيد:

تعد النشرات الإخبارية من بين البرامج التي تحظى باهتمام من طرف مسيري القنوات باختلافها، حيث تتطلب طاقما إعلاميا كبيرا من أجل إعدادها و إنتاجها بشكل متكامل من جميع الجوانب تحريرا و تصويرا و تركيبا بواسطة معدات وأجهزة مختلفة تتواجد في غرف الأخبار و خارجها، فمن الضروري بناء نشرة على نحو يؤدي إلى جذب انتباه الناس منذ البداية و حتى النهاية، و بطريقة محببة إلى النفس، وأهم عامل في بتاء النشرة هو عامل الاختيار، إذ يراعي اختيار الأخبار و معالجتها و تقديمها.

المبحث الأول: مدخل عام إلى مفهوم النشرات الإخبارية.

تعرف نشرات الأخبار بأنها تلك البرامج التي تهدف إلى الإخبار بما يحدث الآن على مستوى المجتمع المحلي أو على مستوى الوطن كله أو على مستوى العالم [1]، وتتكون نشرات أخبار التلفزيون من مجموعة من القصص الإخبارية التي أصبحت الشكل السائد للخدمات الإخبارية المصورة، و يتخللها مجموعة من الأخبار القصيرة و المتفرقة و التي لا يتم عرضها بشكل عشوائي و إنما وفقا لأسس واعتبارات، حيث يجرى تقييمها وفق مكانتها وأهميتها و كذا تسلسلها[2].

وتستغرق نشرة الأخبار التلفزيونية من عشرة إلى ثلاثين دقيقة، إلا أنها يمكن أن تمتد إلى ساعة أو أكثر خصوصا في الفضائيات المعاصرة، و تتم عادة عن طريق العرض المباشر الحي، و تتكون معظم البرامج الإخبارية من خليط من أخبار مباشرة يلقيها المذيع وأخرى مسجلة على الشرائط أو إرسال حي من المصدر مباشرة أو لقطات من استوديوهات مختلفة تستلزم مراقبة الأحداث عن قرب و كثب و عادة ما تبث شبكات الإرسال أخبارها من أماكن مختلفة داخل الحدود الوطنية و أخرى من جميع أنحاء العالم عبر الأقمار الصناعية،

[1]. حسن عماد مكاوي، إنتاج البرامج للراديو: النظرية و التطبيق، مكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 1989، ص305.

[2]. محمد معوض، أخبار التلفزيون، جهاز تلفزيون الخليج، المملكة العربية السعودية، 1984، ص69.

وفي بعض الأحيان ترسل أخبارا حية من مواقع الأحداث لكي ينقل الحادث الحقيقي أثناء وقوعه[1].

أنواع النشرات:

1. النشرة العامة:

هي النشرة الرئيسية الموجهة إلى جميع أفراد فئات المجتمع، تتضمن أهم الأحداث الوطنية و العالمية بشيء من التوازن، تأخذ عادة توقيت البرامج المسائية من الثامنة إلى الثامنة والنصف، أي توجه إلى المجتمع كله وتتضمن أخبارا متنوعة سواء داخلية أو خارجية.

2. النشرة المحلية:

ترتكز على الأخبار الداخلية أي أهم الأحداث المحلية التي تدخل في محليات الوطن.[2]

3. النشرة المتخصصة:

سواء على أساس الجمهور المستهدف أم على أساس النطاق الجغرافي أو على أساس الموضوع، و مثال ذلك فإن النشرة المتخصصة على أساس جغرافي تتميز بالمحلية أي أنها توجه للجمهور في منطقة معينة[3].

---

[1]. عبد العزيز (الغنام)، مدخل في علم الصحافة، المكتبة الآنجلو مصرية، القاهرة، ص67.

[2]. محمد الفاتح حمدي، عبد القادر عراضة، مرجع سبق ذكره، ص21.

[3]. محمد الفاتح حمدي، عبد القادر عراضة، المرجع نفسه، ص21.

نشرة متخصصة حسب الموضوع:

هي تلك التي تتناول أخبار أو أحداث في مجال واحد كالأدب أو العلم أو الفن ومثال ذلك النشرة الاقتصادية و تشتمل على أخبار البورصة و المعاملات الاقتصادية وحالة السوق.

. نشرات الفئات:

وتوجه لشرائح أو فئات اجتماعية محددة لتقدم لها الأحداث و الوقائع التي تهمهم في حياتهم اليومية كالأطفال أو المعوقين، الطلبة أو الفلاحين[1].

. موجز الأخبار:

وهو عبارة عن نشرة مصغرة تتميز بالإيجاز و ترك التفاصيل لإذاعتها في النشرات العامة.

. نشرة أخبار مصورة:

نشرة أخبار تلفزيونية تتضمن عرضا مصورا للأحداث التي تتناولها النشرة.

[1]. سيد أحمد الخليفي، مرجع سبق ذكره، ص118.

. معرض الصحافة:

وهو عرض إخباري تلفزيوني بمختلف الأخبار التي تناولتها الصحف العالمية في ذلك اليوم، مع التركيز على أهم العناوين التي تناولتها الصحف بأسلوب مختصر وموجز مع التعليق على كل خبر بأسلوب صحفي[1].

غير أن تناول المواضيع و معالجتها داخل النشرة الإخبارية التلفزيونية تختلف حسب الفلسفة السياسية و الآفاق الفكرية التي تمارس مؤسسة ما عملها في نطاقه.

وعادة ما تبدأ النشرة الإخبارية في التلفزيون بخبر له قيمة إخبارية مرتفعة، والعنصر الأهم في هذه الحالة هو مدى جاذبية أو جدة الخبر، لأن المشاهد يهمه معرفة أهم الأحداث، ويكتسب هذا العنصر أهمية خاصة في أوقات الأزمات التي يرغب المستمعون و المشاهدون في تتبع آخر تطوراتها.

والحقيقة أنه ليس هناك معيارا ثابتا يسير عليه جميع العاملين في التلفزيون لتحديد ما إذا كان هناك خبرا أهم من غيره لو احتوى على عناصر عديدة من عناصر القيمة الإخبارية.

[1]. محمد الفتاح حمدي، عبد القادر عراضة، مرجع سبق ذكره، ص22.

المبحث الثاني: العناصر الفنية لبناء النشرة.

تتمتع نشرات الأخبار في التلفزيون بنوع من الخصوصية، يضفي عليها تميزا ويجعلها أكثر جذبا عن الوسائل الأخرى، يستخدم التلفزيون عناصر متعددة في نشراته يصفها العامة باستخدام الصورة إلى جانب الصوت و الأصح أن يقال إن هناك عناصر صوتية و أخرى مرئية متعددة تستخدم لنقل المعاني إلى الجمهور، بحيث تسهل عملية الإدراك.

والمقصود بالإدراك هنا فهم المعنى المقصود بنفس الطريقة التي يريدها المرسل، فالمشكلة الأولى التي يواجهها القائم بالاتصال أن كل فرد من أفراد الجمهور، قد يفهم الرسالة بشكل مختلف عن الآخرين، وقد يصل الأمر بالبعض إلى فهم المعنى عكس المقصود، أو إلى عدم فهم الموضوع كليا، فالوسائل المطبوعة تقتصر على استخدام اللغة في أغلب الأحيان، واللغة كما نعلم وحدها وسيلة قاصرة في نقل المعاني وخاصة أن معظم الألفاظ المستخدمة ألفاظ مجردة، بمعنى أنه لا يوجد لها مقابل في الواقع المادي، بالتالي فإن كل فرد يمكن أن يفهمها بشكل مختلف، خذ على سبيل المثال الديمقراطية والحرية و غيرها.[1]

كما أن هناك ألفاظ تقنية قد يغيب معناها عن معظم الناس فتكون النتيجة أن يختلف إدراك كل فرد لمعنى الخبر أو الموضوع، وبالتالي يختلف تفسيره له.

[1]- سعيد السيد، سامي شريف، الأخبار الإذاعية و التلفزيونية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2005، ص93.

أما التلفزيون فيستخدم وسائل متعددة لنقل المعاني، فالعناصر الصوتية لا تشمل فقط اللغة المستخدمة ولكن طريقة النطق و الإلقاء، و نبرة الصوت و درجة علوه أو انخفاضه، و الضغط على مخارج الألفاظ و التوقف عند بعض المقاطع و غيرها، و كل واحدة منها تنقل معاني مختلفة أو متضادة، فهناك نبرة تعطي الشعور بالاستخفاف أو الاستهزاء أو الجدية أو عكي ما يقال، ومن العناصر الصوتية الأخرى، الأصوات الطبيعية التي تحيط بالحدث، الموسيقى و أنواع المؤثرات الصوتية الأخرى و كلها وسائل لنقل المعاني، أما العناصر المرئية أو البصرية، فهي الأخرى متعددة فتكوين الكادرات وأنواع اللقطات و التتابع أو التسلسل البصري، وسائل مختلفة لنقل المعاني.

فميزة التلفزيون الأساسية هي استخدامه لوسائل متعددة لنقل المعاني، بحيث يسهل على المشاهد فهم المعنى المقصود، والأهم من ذلك أن يكون هناك قدر من التماثل بين المشاهدين في عملية الإدراك.[1]

***- عناصر الشاشة:**

1. مذيع أو مقدم النشرة:

هو اسم الفاعل من الفعل الرباعي(أذاع)، وهو الذي يتولى إذاعة الأخبار و نشرها، فإن

[1] سعيد السيد، سامي شريف، المرجع السابق، ص93-94.

أي شخص يمارس هذا العمل يطلق عليه كلمة مذيع[1].

إن ضرورة وجود وجه مألوف على الشاشة، لأن ذلك يؤدي إلى وجود نوع من الألفة و الارتباط بين المشاهد و البرنامج و الألفة هذه هي أول خطوة في الطرق المؤدية إلى الثقة وهو أقصى ما تهدف إليه أي محطة تلفزيونية، وهو الناقل الرئيسي لأفكار وكلمات المحررين فهو يحتل مكانا هاما بالنسبة لفريق العمل بغرفة الأخبار[2].

2. المواد الثابتة:

توضح بعض الصور الفوتوغرافية الثابتة أو الرسوم البيانية أو الخرائط غالبا في أحد الركنيين العلويين للشاشة كعامل مساعد للخبر، و الغالب أنه يتم وضع هذه المواد الثابتة كعنصر جمالي لإعطاء شكل أفضل للشاشة، و تلجأ معظم المحطات التلفزيونية إلى استخدام شرائح فيلمية، حيث تقوم الأقسام الفنية بإعدادها إذ لم يكن هناك شيء جاهز على أكثر المواد الثابتة التي انتشر استخدامها منذ السنوات القليلة بشكل واسع هي الكلمات أو الجمل التي تظهر الكترونيا على الشاشة مثلما يظهر بكل من قناة: الجزيرة والعربية...الخ، وهناك أربع طرق لعرض المواد الثابتة على الشاشة تتلخص فيما يلي:

[1]. محمد معوض نصر، الخبر في وسائل الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص74.

[2]. محمد الفاتح حمدي، عبد القادر عراضة، مرجع سبق ذكره، ص33.

*** – السوبر:**

أبسط الأنواع الثابتة هي الكلمات التي تظهر التي تظهر على الشاشة للتعريف باسم الشخصية أو المكان أو غيرها من المعلومات المتصلة بالصورة التي تعرضها الشاشة، كما تقوم معظم المحطات بإظهار اسم المذيع من آن لآخر أثناء النشرة، و كذلك تعريف المشاهد إذا كان الفيلم قديما من الأرشيف و يطلق على هذه الكلمات Identifications أي تعريفات.

والواقع أن مولد الحروف يولد إمكانيات كبيرة، حيث يمكنه إظهار الحروف بعدة ألوان وأن تضيء أو تتحرك من الأسفل إلى الأعلى، أو من اليسار إلى اليمين، كما يمكن تخزين معلومات مكتوبة على عدد كبير من الصفحات على اسطوانات خاصة [1]، و قد أدى اختراع هذا الجهاز إلى الاستغناء عن اللوحات التي كان الخطاطون يعدونها، ثم تقوم الكاميرا بتصويرها لعرضها على الشاشة.

تسمى جميع التعريفات بالسوبر لأنها تركب الكترونيا فوق الصورة الأصلية كما تسمى أيضا بالثلث السفلى، حيث تظهر في الغالب في هذا الموقع من الشاشة، حيث تعمل معظم المحطات على عرض عناوين الأخبار بهذه الطريقة أثناء عرض النشرة، بحيث يستطيع المشاهد الذي تفوته بداية النشرة أن يطلع على آخر المستجدات[2].

[1]. سعيد السيد، سامي شريف، مرجع سبق ذكره، ص97.

[2]. سعيد السيد، سامي شريف، المرجع نفسه، ص97.

*** – الكروما:**

تظهر المواد الثابتة أحيانا خلف المذيع، وهي تملأ الشاشة بحيث تبدو و كأن الصورة واحدة تجمعها، و الواقع ليس كذلك لأن الطريقة التي تتبع في إظهارها بهذا الشكل على الشاشة تستخدم وسائل الكترونية تجمع بين المذيع و المادة الثابتة في صورة واحدة.

*** – العرض الخلفي:**

إذا لم يكن التلفزيون مزودا بمعدات الكروما، فيمكن استخدام شاشة عرض سينمائي صغيرة تعرض عليها المواد الثابتة أو الفيلمية بواسطة آلة عرض الشرائح أو آلة عرض سينمائي توضع على الناحية المقابلة للشاشة التي يجلس أمامها المذيع، وهي طريقة قديمة و نادرة الاستخدام اليوم، و لكن تغيير العرض الخلفي قد يستخدم الإشارة إلى ما يكون في الواقع مفتاح الكروما[1].

*** – الشاشة الكاملة:**

يتم شغل الشاشة كلها أحيانا بمادة ثابتة قد تكون بورتريه لشخصية عامة أو صورة فوتوغرافية لحدث مهم، و قد تكون رسما توضيحيا أو بيانيا، غير أنه يجب استخدام هذه الطريقة بحذر شديد، و عدم اللجوء إليها إلا إذا كان للصورة قيمة إخبارية خاصة، أما إذا كانت مجرد بورتريه، فليس من المستحب ملء الشاشة بها، ومن المستحسن عرضها في أحد الركنيين

[1]. محمد الفاتح حمدي، عبد القادر عراضة، مرجع سبق ذكره، ص34–35.

العلويين لها، ويجب أن نتذكر أن خاصية التلفزيون الأولى هي نقل الحركة، وأن الحركة هي عكس السكون أو الجمود[1]...

3. الأفلام:

يسمى استخدام الفيديو في تسجيل الأخبار بالجمع الالكتروني للأخبار، و يتم إعادة التسجيل عادة على شريط فيديو كاسيت عرضه ثلاثة أرباع البوصة، عكس أجهزة تسجيل الفيديو الموجودة في الاستوديوهات، والتي تستخدم شرائط عالية الجودة عرضها بوصتان، و تتوقف جودة الصورة إلى حد كبير على عرض الشريط كما هو الحال بالنسبة لأجهزة الصوت.

وهناك نوعيات متعددة من المواد الفيلمية التي تقدم من خلال النشرات، لعل أبرزها التقارير المصورة التي يقدمها المندوبون و المراسلون من مكان الحدث، كما أن هناك مقاطع فيلمية مكملة للخبر الذي يقراه المذيع، هذه الأنواع المختلفة يمكن أن تذاع حية على الهواء أو على شكل تسجيلات تم إعدادها قبل النشرة.

*- القوالب الفنية للفيلم الإخباري:

تعتبر القوالب الفنية للفيلم الإخباري امتداد لتلك القوالب التي تم تطويرها في الإذاعة المسموعة، وقد أرست الإذاعة الأسس الخاصة بكل قالب، ونقلها بحذافيرها إلى التلفزيون،

[1]. محمد الفاتح حمدي، عبد القادر عراضة، المرجع السابق، ص35.

وعلى الرغم من أن التطور المستمر هو أساس العمل الإذاعي و التلفزيوني، إلا أنه لم يجر تطور مشابه في هذه القوالب لأن التعامل مع الأخبار عكس نوعيات البرامج الأخرى، محصور داخل نطاق ضيق، قد يختلف استخدام التقنيات و لكن المضمون يظل محددا بفئات الأخبار التي تغطيتها، ولما كان المضمون و الشكل ينفصلان، فقد ظلت هذه القوالب على ما هي عليه تقريبا، لأنه لم يحدث تغيير في المضمون ذاته.

المبحث الثالث: ترتيب المواضيع في النشرات الإخبارية.

تقسم الأخبار أو ترتب طبقا لموضوعاتها بوضع الموضوعات المتشابهة مع بعضها، و قد تنظم الأخبار طبقا لجغرافيتها، غير أن التجارب أثبتت أن ترتيب الأخبار طبقا لمصالح الجمهور، هو أكثر التنظيمات فاعلية في جذب انتباه الجمهور.

وكذلك يمكن ترتيب الأخبار حسب الأهمية فقد ترتب حسب أهميتها للجمهور، و هي طريقة مهنية في التعامل مع الأخبار، أو حسب أهميتها للجهة التي تسيطر على الوسيلة الإعلامية إذ تتدرج الأخبار من الأهم إلى المهم فالأقل أهمية، وقد يجري تقسيم الأخبار على أساس الموقع الجغرافي مثل أخبار محلية، إقليمية، دولية، إنسانية.

ويتم ترتيب أخبار كل فئة وفقا لأهميتها، وأحيانا يتم ترتيب الأخبار حسب موضوعها إلى أخبار سياسية و اقتصادية واجتماعية والطقس و الرياضة[1].

وهكذا يمكن أن نستنتج أن الأخبار يمكن ترتيبها بطرق عدة منها:

*- حسب الموضوعات:

حيث يتم حصر الموضوعات المتشابهة التي تحصر الجريمة و التربية الحكومية و البدء بأكثر الأخبار أهمية، و هذا هو أكثر الترتيبات شيوعا.

[1]. محمد معوض، بركات عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص71.

***- حسب الأهمية:**

من المفروض أن تبدأ النشرة الإخبارية التلفزيونية بأهم خبر سواء كان داخليا أو خارجيا وقد يكون هذا الخبر حدثا مفصلا أو خبر قصير، وقد يكون الخبر ذا طابع سياسي، رياضي، اقتصادي، ثقافي أو اجتماعي.

وتعد مسألة نسبية لأن ما هو مهم بالنسبة إلى هذه المحطة التلفزيونية التي تتوجه إلى الجمهور لا يكون بالضرورة كذلك بالنسبة إلى القناة الأخرى التي تخاطب جمهورا مختلفا، وذلك رغم أن القنوات الفضائية تخاطب الجمهور الدولي، ولكن مع ذلك يظل هناك الجمهور الأول المستهدف بالأخبار التلفزيونية[1].

***- حسب الموقع:**

مثل الأخبار المحلية، الإقليمية و الوطنية.

***- حسب ترابط هذه العوامل:**

في معظم الحالات يفتش المخرج عن فكرة أساسية تربط عدة أخبار سوية بحيث لا يبدو الانتقال بينها طبيعيا.

[1]. عبد القادر شعباني، راغب جابر، وائل ماهر، عارف قنديل، أسامة زكي قطنية، المعالجة الخبرية التلفزيونية العربية بين المتطلبات المهنية و التوجهات السياسية، سلسلة بحوث و دراسات إذاعية، تونس، 2006، ص15.

إن نشرة الأخبار الناجحة هي التي تتمكن من شد انتباه المشاهد خلال العرض ويتحقق ذلك عبر طرق تحرير العناوين و مقدمات الأخبار و تفصيلها و طرق تقديمها، كما يمكن شد الانتباه بتقديم وتوزيع الأخبار توزيعا يضمن تواتر جيدا للأحداث وبالإخراج الجيد للنشرة الإخبارية، و هكذا فإن ترتيب الأخبار يجب أن يحترم منطقا معينا.

و الأخبار الواردة في النشرة هي إما أن تأتي على شكل نصوص إخبارية يقرأها مقدم النشرة الإخبارية و أحيانا يدعم الخبر بتقرير إخباري عن الحادث أو يتم الاتصال بشخصيات مهمة ذات علاقة بالحادث للإطلاع على آخر التفاصيل و في بعض المحطات الإذاعية و القنوات التلفزيونية يستضاف شخص مهم إلى داخل إلى الأستوديو [1] للتعليق على الخبر أو الحادثة المعروضة، غير أن هذا يتوقف على أهمية الشخص المستضاف و قدرته على إضافة معلومات مهمة من شأنها أن تزيد من توضيح الخبر[2].

***- عوامل اختيار الأخبار و ترتيبها:**

هناك عدة عوامل ترتبط باختيار الأخبار و ترتيبها في النشرة الإخبارية، و تؤثر في اتجاهات القائم بالعمل الإخباري، فيقول الباحث الأمريكي ولتر جيبر إن الأخبار هي ما يجعلها الصحفيون أخبارا، ويعتمد في قوله هذا على أبحاثه المعتمدة على نظرية حارس البوابة، التي تقوم على أساس أن الخبر أو الرسالة الإعلامية تمر بمراحل انتقائية عديدة يقوم

[1]- عبد القادر شعباني، المرجع السابق، ص15.

[2]. عبد القادر شعباني، المرجع نفسه،ص16.

بها العاملون في غرف الأخبار قبل أن تصل إلى الجمهور و يطلق على هؤلاء وفقا للنظرية حراس البوابة[1].

وهناك عوامل عديدة تؤثر في اختيارهم لأخبار نشرة الأخبار و أهمها:

1. قيم المجتمع وتقاليده:

تلعب هذه القيم دورا كبيرا في اختيار المحررين للأخبار، فهم يعملون على الحفاظ على هذه التقاليد، فمثلا في الدول العربية و الإسلامية تبث الأخبار التي تتماشى مع قيم المجتمع العربي و تعاليم الدين الإسلامي[2].

2. القيم المهنية:

هي مجموعة المعايير التي اتفق عليها المجتمع الصحفي و جعلها في صورة مواثيق تضم أخلاقيات العمل الإخباري، و يكتسبها القائم بالاتصال إما من خلال دراسته أو من خلال ممارسته للعمل الإخباري في غرف الأخبار.

3. سياسة المؤسسة الإعلامية:

مع تطور العمل الإخباري و تحوله لصناعة تنافسية كبرى أدى إلى ضغط و قوة سياسة الوسيلة الإعلامية على القائم بالعمل الإخباري، وهي ترتبط بعوامل خارجية كموقع الوسيلة

[1]. خالد مجد الدين محمد، صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية، دار الأمين، القاهرة، 2005، ص51.

[2]. لبنى جلال سكيك، استخدام التكنولوجيا الرقمية في النشرة الإخبارية التلفزيونية(نشرة الأخبار الرئيسية في التلفزيون الجزائري نموذجا)، جامعة الجزائر، 2008، ص214.

من النظام الاجتماعي و مدى ارتباطه بمصالح معينة/ وداخلية كنوع الملكية أنماط السيطرة و الإدارة.

4. مصادر الأخبار:

لمصادر الأخبار دورا كبيرا في اختيار الأخبار، و خاصة وكالات الأنباء الكبرى، و ذلك بهيمنتها على الأخبار العالمية، حيث يمكنها إهمال أخبار بعينها لهدف يناسب أجندتها الخاصة، مما يضطر المحررون في غرف الأخبار إلى إسقاطه أو تغطيته بشكل ضعيف.

وهناك عوامل تحكم ترتيب الأخبار داخل النشرة، فترتيب النشرة هو الشكل النهائي الذي تقدم به النشرة و ليس هناك معيار ثابت يتم إتباعه لترتيب النشرة، وتسود عالم الأخبار ثلاث طرق أساسية:

1. الترتيب وفقا لقيمة الخبر :هو الأكثر شيوعا، و تحدد قيمة الخبر بالحداثة أي الخبر الأكثر حداثة، والأكثر قربا، أي مكانيا أو عاطفيا كأخبار الانتفاضة الفلسطينية.

2. الترتيب وفقا لأجندة الدولة : تعمل به الدول النامية فيكون جهازها الإخباري تابعا لسلطة الدولة مما يجعل أخبارا رئيس الدولة و الحكومة في المقدمة، و بذلك فالأخبار هنا هي عبارة عن وسيلة من وسائل إظهار النظام في أفضل صوره.[1]

[1]- لبنى جلال سكيك، المرجع السابق، ص215.

3. الترتيب: وفقا لأجندة المؤسسة:حيث يكون لكل مؤسسة سياستها الخاصة التي تعكس اتجاهاتها و أهدافها، وهذا ما نجده في الشبكات و القنوات الإخبارية الخاصة كشبكة CNN، وقناتي الجزيرة والعربية وغيرها...[1]

الفصل الرابع:

ترتيب الأخبار في قناة دزاير TV.

المبحث الأول: بطاقة فنية لقناة دزاير TV.

المبحث الثاني: أنواع النشرات الإخبارية في قناة دزاير TV.

المبحث الثالث : دراسة وصفية لعيينة من النشرات الإخبارية الرئيسية و التي تبث على الساعة 19:00 مساءا على قناة دزاير TV.

تمهيد:

تعتبر القنوات الفضائية وسيلة لتحقيق نمط جديد من الاتصال ال جماهيري أو ما يسمى بالاتصال خارج الفضاء المحلي، فهي تضمن نقل المعلومات و الأحداث التي تتعلق بالحياة الشاملة لأفراد المجتمع، وكذلك تنشر المعلومات وطنيا ودوليا، و لها دور مؤثر في تدعيم التواصل على المستوى السياسي، الاجتماعي و الثقافي...

وفي هذا الفصل سنتطرق إلى كيفية ترتيب أخبار النشرة الرئيسية لقناة دزاير TV.

المبحث الأول: التعريف بقناة دزايرTV.

هي قناة عامة خاصة تعزز بها المشهد الإعلامي في الجزائر، تبث برامجها مدار النايلسات و العرب سات.

وهي قناة مستقلة، انطلق بثها على الساتل في 2013/05/8، بعد أن كانت تبث عبر الويب أون لاين مجموعة من البرامج الرياضية و مباريات الدوري الجزائري.

القناة عامة تتنوع برامجها بين نشرات الأخبار و الرياضة و البرامج الاجتماعية والترفيهية.

ويوجد المكتب الرئيسي للقناة بالمرادية بالجزائر العاصمة، إلى جانب مكاتب أخرى بالعواصم العالمية، وتعود ملكية القناة إلى رجل الأعمال الجزائري علي حداد.

وفي 2014/05/18 تم إطلاق قناة دزاير نيوز، وهي قناة مختصة بالأخبار الوطنية والعالمية.

وفي2015/07/14 اشترت قناة دزاير تي في حقوق بث المباريات للدرجة الثانية من الرابطة المحترفة الثانية موبيليس .

تبث قناة دزاير TV مجموعة من البرامج المتنوعة على شاشتها كبرنامج أحوال الناس، صباح دزاير، المجلة الاقتصادية، والعديد من البرامج المهمة و تعرض على القناة برامجها

طوال اليوم خلال 24 ساعة دون توقف أو تشفير بشكل مجاني، وهي و احدة من أشهر القنوات الفضائية الجزائرية الأكثر متابعة من قبل الجزائريين .[1]

[1] -www.wikipedia.com/28/04/2018 à17 :23.

المبحث الثاني:أنواع النشرات الإخبارية.

*- النشرة الصباحية: تبث على الساعة السابعة صباحا.

*- نشرة منتصف النهار : تبث على الساعة 30:12، ويتم فيها إعادة أخبار الصباح وعرض الأخبار الجديدة التي كانت بين الفترة الصباحية و الظهيرة.

*- موجز الأخبار : ويتم عرض عناوين أهم الأخبار ويتم التفصيل فيها في النشرات الإخبارية.

*- النشرة الأمازيغية: تبث على الساعة 18:30.

*- النشرة الرئيسية: تبث على الساعة 19:00 مساءا، ويتم فيها عرض أخبار أهم الأحداث و الوقائع التي حدثت خلال اليوم.

المبحث الثالث: دراسة تحليلة لعينة من النشرة الإخبارية الرئيسية و التي تبث على الساعة19:00 مساءا على قناة دزايرTV.

الجدول رقم01: يبين نوع الأخبار في النشرة الرئيسية لقناة دزايرTV.

نوع الأخبار	التكرار	النسبة المئوية
أخبار وطنية	306	%89.73
أخبار دولية	35	%10.26
المجموع	341	%100

من خلال نتائج الجدول رقم01:

لاحظنا أن الأخبار الوطنية في النشرة الرئيسية في قناة دزاير TV، جاءت في الترتيب الأول بنسبة بلغت 89.73% من الإجمالي العام، لتليها الأخبار الدولية في الترتيب الثاني بنسبة قدرت ب10.26%.

و من خلال تحليلنا لهذا الجدول لاحظنا أن قناة دزاير TV بالرغم من أنها قناة فضائية إلا أنها تهتم بتغطية الأخبار المتعلقة بالشأن الوطني أكثر من الدولي، و السبب في ذلك يعود إلى أن فتح مجال قطاع السمعي البصري في الجزائر جاء تزامنا مع موجة الربيع العربي،

لذلك رفعت الحكومة حالة الطوارئ و سمحت بالتعددية في مجال السمعي البصري، والذي استخدمته كذريعة لصد المشاكل و الضغوطات الاجتماعية والاقتصادية في البلاد.

الجدول رقم02: يبين مجال عناوين النشرة الإخبارية.

مجالات العناوين	التكرار	النسبة المئوية
الاجتماعية	32	%25.80
الاقتصادية	29	%23.38
السياسية	23	%18.54
الرياضية	19	%15.32
الأمنية	11	%8.87
الدولية	8	%6.45
الثقافية	2	%6.61
المجموع	124	%100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه و الذي عنوناه بتصنيف العناوين حسب مواضيع النشرة الإخبارية الرئيسية لقناة دزاير TV حيث تتدرج العناوين في التسلسل الهرمي للنشرات موضوع التحليل بشكل تنازلي، من الأهم فالمهم فالأقل أهمية، حسب السياسة الإعلامية للقناة، ويتم ترتيب عناوين أخبار كل فئة حسب موضوعها إلى عناوين اجتماعية، اقتصادية، سياسية ،

رياضية، دولية، ثقافية، وأوضحت الإحصائيات التي توصلنا إليها من الجدول أعلاه أن اتجاه القراءة يميل إلى أعلى نسبة متمثلة في25.80% بتكرار 32 من فئة العناوين الاجتماعية.

ويبين لنا هذا التصنيف الخط الافتتاحي لقناة دزاير TV، التي تركز دائما على الأخبار الاجتماعية حتى أثناء ترتيب العناوين و من خلال ما لاحظناه نجد ال عناوين المرتبطة بالأخبار الاجتماعية تكون مندرجة ضمن العناوين الأولى، ويرجع السبب في ذلك إلى أن فترة الدراسة تزامنت مع فترة الاحتجاجات التي شهدتها قطاعات حساسة في المجتمع كقطاع الصحة و قطاع التربية.

أما فئة العناوين الاقتصادية جاءت في المرتبة الثانية من حيث التصنيف بنسبة قدرت ب23.38% من الإجمالي العام، و تمحورت مواضيعها حول ارتفاع الأسعار وإضراب موزعي الحليب، إضافة إلى الأخبار المتعلقة بالمشاريع الاقتصادية والأنشطة الاستثمارية. وتليه في المرتبة الثالثة فئة العناوين المتعلقة بالشق السياسي بنسبة بلغت18.54% تمحورت مواضيعها حول رئاسيات 2019 و مسألة العهدة الخامسة، و شملت أيضا الاجتماعات و مؤتمرات الأحزاب السياسية، إضافة إلى الخرجات الميدانية للوزراء.

وجاءت في التصنيف الرابع العناوين الرياضية بنسبة 15.32%، و تمحورت مواضيع الأخبار الرياضية حول المنافسة المحلية لكرة القدم، كأس الجمهورية، و كأس الكنفدرالية الإفريقية، و ما لاحظناه في النشرة الإخبارية تغير ترتيب العناوين الرياضية، حيث جاءت

العناوين المتعلقة بهذا الشق في المرتبة الأولى خاصة الأخبار المتعلقة بمشاركة الأندية الجزائرية لكرة القدم في البطولة الإفريقية و هذا ما يدل على أهمية هذه الأخبار بالنسبة للرأي العام الجزائري.

لتأتي في المرتبة ا لخامسة من ترتيب العناوين حسب المواضيع في النشر ة الإخبارية محل الدراسة فئة الشق الأمني بنسبة 8.87%، و تمحورت مواضيعها حول حادثة سقوط الطائرة العسكرية ببوفاريك، العناوين المتعلقة بمكافحة الإرهاب و القضاء على مهربي المخدرات، إضافة إلى المواضيع المتعلقة بالهجرة غير الشرعية.

وجاءت العناوين المتعلقة بالشق الدولي في المرتبة السادسة من حيث التصنيف بنسبة بلغت6.45% من الإجمالي العام، و تمحورت مواضيعها حول القضية الفلسطينية و قضية الصحراء الغربية، إضافة إلى أخبار الانتخابات المصرية.

ومن خلال تحليلنا لاحظنا تدني نسبة العناوين المتعلقة بالشق الثقافي بنسبة قدرت ب1.61%، و تمحورت مواضيعها حول ذكرى الربيع الأمازيغي والتظاهرات الثقافية.

الجدول رقم03: يبين موضوعات الأخبار في النشرة الرئيسية لقناة دزايرtv.

جاءت المعالجة الإعلامية للموضوعات في النشرة الرئيسية الإخبارية لقنا ة دزايرTV في سياقات فكرية مختلفة ما بين اجتماعي، سياسي، اقتصادي...، كما يوضحه الجدول التالي:

فئة المواضيع	التكرار	النسبة المئوية
الاجتماعية	82	%24.04
الاقتصادية	66	%19.35
السياسية	60	%17.59
الرياضية	51	%14.95
الأمنية	41	%12.02
الدولية	35	%10.26
الثقافية	06	%1.75
المجموع	341	%100

من خلال استعراض نتائج الجدول رقم03 يتضح لنا مايلي:

ظهر لنا في النشرة الإخبارية الرئيسية لقناة دزاير TV تنوع في المزيج الإخباري، حيث أشارت النتائج إلى تفوق الأخبار الاجتماعية عن بقية الأخبار خلال مدة التحليل، وأشارت النتائج إلى أن المضمون الاجتماعي في النشرة محل الدراسة بلغ نسبة24.04%، و يرجع السبب في

ذلك إلى تأثير بعض الأحداث العريضة التي تزامنت مع فترة التحليل، و نعني بذلك فترة الاحتجاجات التي مست بقطاع الصحة وقطاع التعليم، وتمثلت المواضيع الاجتماعية غالبا في:

ـ إضراب الأساتذة ونقابات التربية.

ـ مطالبة نقابات التربية بإلغاء قرارات خصم الأجور.

ـ إضراب الأطباء المقيمين وشل المؤسسات الاستشفائية.

ـ تغطية جلسات الحوار بين وزير الصحة و ممثلي تنسيقية الأطباء المقيمين.

إضافة إلى تغطيتها للمواضيع التي تناولت القضايا المتعلقة بقطاع السكن و العمران و قطاع النقل.

ـ بالنسبة للجانب الاقتصادي:

جاءت الأخبار المتعلقة بالجانب الاقتصادي في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 19.35% و تمحورت مواضيعه في:

ـ ارتفاع أسعار المنتجات الغذائية و أسعار السيارات.

ـ تغطية الأوضاع المعيشة للمواطن الجزائري.

ـ تغطية الأخبار المتعلقة بالمشاريع الاقتصادية و الأنشطة الاستثمارية.

ـ بالنسبة للأخبار السياسية:

احتلت الأخبار السياسية المرتبة الثالثة بنسبة قدرت ب 17.59%، و يعود اهتمام قناة دزايرTV بهذا النوع من الأخبار إلى سهولة الحصول عليها، وكذلك لما من قيمة إخبارية، حيث تسعى القناة من خلال بثها لهذا النوع من الأخبار إلى رفع مستوى الوعي السياسي لدى المواطن الجزائري، وتمثلت هذه المواضيع غالبا في: تغطية القناة لخرجة رئيس الجمهورية، إضافة إلى تغطية الخرجات الميدانية للوزراء، و كذلك تغطية المؤتمرات الصحفية لرؤساء الأحزاب السياسية، إضافة إلى تغطيتها للعلاقات الديبلوماسية بين الجزائر و الدول الأجنبية.

ـ بالنسبة للأخبار الرياضية:

جاءت الأخبار الرياضية في المركز الرابع بنسبة قدرت ب 14.95% من الإجمالي العام للأخبار في النشرة محل الدراسة وتمثلت مواضيعها فيما يلي:

ـ أخبار المنافسة الحلية لكرة القدم للرابطة المحترفة الأولى و الثانية موبيليس.

ـ أخبار كأس الجمهورية.

ـ أخبار كأس الكونفيدرالية الإفريقية.

ـ أخبار المنتخب الوطني.

و لاحظنا اهتمام القائمين على تحرير الأخبار في قناة دزاير tv بالأخبار الرياضية لكونها تعبر عن اهتمامات شريحة كبيرة من الجمهور المشاهد.

فيما احتلت الأخبار الأمنية المرتبة الخامسة بنسبة بلغت 12.02% و تمحورت مواضيعها حول:

ـ قضية سقوط الطائرة العسكرية ببوفاريك، و ما لفت انتباهنا خلال فترة التحليل أنه بتاريخ 13/12/11 أفريل كانت هناك تغطية مستمرة للحادثة، و يرجع السبب في ذلك إلى ضخامة الحدث و أهميته بالنسبة للجمهور الجزائري، و الاهتمام بالأخبار المحققة أمنيا في إطار مكافحة الإرهاب و الجريمة المنظمة الهجرة غير الشرعية.

ـ بالنسبة للأخبار الدولية:

احتلت المرتبة السادسة بنسبة10.26% من الإجمالي العام، و تمثلت مواضيعها غالبا في:

ـ أخبار القضية الفليسطنية و ذلك بالتزامن مع احتجاجات مسيرات العودة مع حلول ذكرى النكبة.

ـ أخبار القضية الصحراوية.

ـ إضافة إلى الأخبار المتعلقة بالانتخابات في بعض الدول كمصر و كووبا.

وسعت القناة من خلال بثها لهذا النوع من الأخبار لإشباع رغبات الجمهور لمعرفة ما يدور من أحداث و مستجدات في باقي مناطق العالم.

فيما احتلت الأخبار الثقافية المرتبة الأخيرة من حيث الترتيب بنسبة قدرت ب 1.75% بفارق نسبي شاسع بينها وبين المواضيع السابقة، ومن خلال هذا التحليل نستنتج أن قناة دزاير TV في نشراتها الإخبارية لم تولي اهتماما بالأخبار الثقافية.

الجدول رقم04: يبين النوع الصحفي لموضوعات الأخبار.

النوع الصحفي	التكرار	النسبة المئوية
الخبر	161	%47.21
التقرير	158	%46.33
المقابلة	14	%4.10
الروبورتاج	8	%2.34
المجموع	341	%100

في الجدول أعلاه أهم القوالب الفنية للتحرير الصحفي للأخبار في النشرة محل الدراسة، فمن خلال القراءة الأولية للجدول لاحظنا أن نوع الخبر هو الأكثر اعتمادا في تحرير الأخبار بنسبة قدرت ب:47.21% ، ثم التقرير بنسبة 46.33%، و في المرتبة الثالثة المقابلة بنسبة بلغت4.10%، و في المرتبة الرابعة نوع الروبورتاج بنسبة2.34%

ونحن نعلم في فنيات التحرير أن الخبر هو أكثر القوالب الفنية استعمالا في مختلف وسائل الإعلام الإخبارية التي تهتم بإيصال الخبر، فمن خلال تحليلنا للجدول لاحظنا أن قناة دزايرTV تعتمد بنسبة كبيرة على الخبر في نقل المعلومات، كما لاحظنا اعتمادها بشكل كبير على التقرير و هذا من أجل إعطاء تفاصيل أكثر للحدث، كما لاحظنا استخدامها للمقابلة والتي تسمى في فنيات التحرير بصحافة الرأي فهي تركز دائما على إظهار الآراء الحقيقية لقضية أو موضوع معين، و يرجع السبب في عدم اعتماد القناة أثناء تغطيتها للنشرة على المقابلة بشكل كبير إلى أنها قناة عامة و ليست متخصصة في الأخبار، أما الروبورتاج فيعطي تفاصيل أكثر للحدث من خلال المواد السمعية و التسجيلات الصوتية التي تصاحب العرض الإخباري.

الجدول رقم05: يبين مصادر الأخبار في النشرة الرئيسية لقناة دزايرTV.

المصادر	التكرار	النسبة المئوية
وكالات الأنباء	112	%35.89
مراسلون	85	%27.24
لقاءات صحفية	68	%21.79
وسائل إعلام	47	%15.06
المجموع	312	%100

استعانت قناة دزاير TV خلال تغطيتها اليومية للأحداث بمجموعة من المصادر و هذا من أجل تزويد الجمهور بالأخبار و المعلومات و كل المستجدات حول ما يحدث داخل الوطن وخارجه، حيث أوضحت نتائج الجدول رقم05 ما يلي:

احتلت وكالات الأنباء المرتبة الأولى من حيث التصنيف بنسبة 35.89% باعتبارها مصدرا موثوقا في تجميع الأخبار و تغطية الأحداث، فيما احتل المراسلون المرتبة الثانية بنسبة 27.24%، حيث يشكل المراسلون الموظفون بالقناة مصدرا أساسيا و مستمرا لأخبارها من خلال التغطيات و الخرجات الميدانية لمواقع الأحداث و الحصول على الأخبار فور وقوعها، و جاءت في المرتبة الثالثة اللقاءات الصحفية بنسبة بلغت 21.79% وهذه اللقاءات بحد ذاتها مصدرا موثوقا، إذ تنقل الأخبار بالصوت والصورة معا، فهذه المصادر الإخبارية ركيزة من ركائز الأخبار التي تشكل الخدمة الإخبارية في القناة، فيما احتلت وسائل الإعلام المرتية الرابعة بنسبة بلغت15.06% من الإجمالي العام، و من خلال هذا نلاحظ أن وسائل الإعلام الأخرى تشكل مصدرا أساسيا لأخبار النشرة الرئيسية بالقناة، خاصة في تغطيتها للأحداث الدولية لاحظنا أنها تعتمد على القنوات الأجنبية في تغطيتها للأحداث، و السبب في ذلك يعود إلى عدم امتلاكها لمراسلين خارج الوطن، و من خلال هذا نستنتج أن القناة كمؤسسة إعلامية تعاني قصور في مصادر الأخبار الأمر الذي يقلل من حظها في امتلاك السبق الصحفي و يجعلها تابعة و مرتبطة بباقي وسائل الإعلام.

الجدول رقم06: يبين مجال التغطية الجغرافية لموضوعات النشرة.

مجال التغطية	التكرار	النسبة المئوية
محلي	208	%60.99
وطني	98	%28.73
إقليمي	24	%7.03
دولي	11	%3.22
المجموع	341	%100

من خلال تحليلنا لنتائج الجدول رقم 06: استنتجنا أن المجال المحلي هو الأكثر تغطية بنسبة60.99%، ثم المجال الوطني بنسبة 28.73%، فالمجال الإقليمي بنسبة 7.03%، و في المرتبة الأخيرة نجد الدولي بنسبة 3.22%، و الأمر منطقي لأن من بين القيم الإخبارية الارتباط بالمكان أي كلما ارتبط الحدث بمكان تواجد الجمهور، كلما كانت المتابعة مرتفعة وكبيرة، وكقيمة إعلامية يهتم القائمون بتحرير الأخبار في قناة دزاير TV بالأخبار المحلية لعلمهم أنها تهم المجتمع الذي تتواجد فيه، و هذا حسب ما أكدته العديد من النظريات مثل نظرية دانيال ليرنر، وحتى التفسيرات النظرية المذكورة في الخلفية النظرية مثل نظرية

التفاعلات الرمزية أو كما سميت بمدرسة شيكاغو التي أطلق عليها علماء الاجتماع بمدرسة البيئة و هي مناسبة جدا لفهم الارتباط الوثيق بين الأخبار المحلية و المجتمع المحلي.

لتليها في المرتبة الثانية الأخبار الوطنية و هي كذلك تهم الجمهور المحلي، و بحكم أن قناة دزاير TV هي قناة جزائري فإنها ملزمة بتغطية الأحداث الوطنية، أما بالنسبة للأخبار الإقليمية و الدولية فهي إشباع فضول و رغبات الجمهور لمعرفة ما يجري حوله من أحداث و مستجدات في باقي دول العالم، فهذه الأخبار تقل أهمية من ما هي عليه في المحلية و الوطنية.

و من خلال هذا نستنتج أن القناة من خلال أخبارها تجعل الفرد على إطلاع بما يحدث من حوله في وطنه و حتى خارج وطنه.

الجدول رقم07: يبين أسلوب تقديم الخبر في النشرة محل الدراسة.

أسلوب تقديم الخبر	التكرار	النسبة المئوية
مذيع+ VTR	213	%62.46
مذيع مع صور متحركة	49	%14.36
مذيع فقط	37	%10.85
مذيع و صور ثابتة	28	%8.21
لقاء في الاستوديو	14	%4.10
المجموع	341	%100

من الجدول أعلاه يتضح لنا مايلي:

جاء أسلوب المذيع +VTR في الترتيب الأول بنسبة62.48% من الإجمالي العام، حيث يتم من خلال التقرير تقديم تفاصيل عن الخبر المبث، و في المرتبة الثانية جاء أسلوب المذيع مع صور متحركة بنسبة بلغت 14.36%، و هنا يجب على القائمين على تحرير النشرة الإخبارية عدم تكرار الخبر مرتين مرة في المقدمة ومرة في جسم الفيديو، كما يجب أن لا تترك الصور على الهواء بعد انتهاء النص.

وفي المرتبة الثالثة جاء أسلوب الأخبار المقروءة بنسبة 10.85%، و حسب ما أدلى لنا به مخرج النشرة في قناة دزاير TV إسلام بلقيروس فيسة أن القائمون على تحرير الأخبار يلجأون إلى هذا النوع من الأخبار في حالة الأخبار العاجلة و التي ترد في اللحظات الأخيرة، بحيث لا يتسنى في الوقت المتاح إعداد مادة فيلمية مناسبة لها.

وتليها في المرتبة الخامسة الأخبار المصاحبة للصور الثابتة بنسبة 8.21% من الإجمالي العام، حيث لا تختلف هذه النوعية عن الأخبار المصاحبة للمادة الفيلمية، ويتم اللجوء إلى هذه الأخبار في عدد من الحالات كأخبار الزيارات المتوقعة أو الأخبار العاجلة التي يتوقع وصول صور لها لكن يمكن انتظارها مثل حوادث سقوط الطائرات أو الحرائق أو الانفجارات، و جاء في المرتبة الأخيرة لقاء في الاستوديو بنسبة 4.10% ويتم استخدام هذا

النوع للحصول على تفاصيل أدق عن الحدث، ونحن خلال فترة تحليلنا للنشرة الإخبارية لاحظنا قلة استخدام هذا الأسلوب و السبب في ذلك يرجع إلى سياسة الوسيلة الإعلامية.[1]

الجدول رقم08: يبين القيم الإخبارية الواردة في النشرة الإخبارية الرئيسية لقناة دزايرTV

القيم الإخبارية	التكرار	النسبة المئوية
الآنية و الجدة	228	%21.09
المصداقية	211	%19.51
القرب	206	%19.05
الكفاية	147	%13.59
الضخامة	131	%12.11
الأهمية	85	%7.86
الاستمرارية	73	%6.75
المجموع	1081	%100

[1]ـ مقابلة مع مخرج النشرة الإخبارية في قناة دزايرTV، إسلام بلقيروس فيسة، بتاريخ2018/06/06.

من خلال استعراض نتائج الجدول أعلاه لاحظنا ما يلي:

يكشف تحليل مضمون المواد الخبرية المبثة في النشرة محل الدراسة أن قيمة الآنية و الجدة تصدرت القيم الخبرية في النشرة الرئيسية لقناة دزاير TV بنسبة بلغت 21.09%، ومن خلال هذا يتضح لنا اهتمام القائمين على الاتصال في القناة بقيمة الآنية والجدة باعتبارهما عنصران أساسيان في الأخبار، فهي تفقد قيمتها و أهميتها في الأغلب عندما تكون قديمة، و السبب في ذلك يعود إلى أن الخبر سلعة شديدة التلف، وجاءت قيمة المصداقية في المرتبة الثانية بنسبة 19.51%، و تعتبر قيمة المصداقية واحدة من أهم العوامل التي يجب على وسائل الإعلام الالتزام بها خاصة في ظل المنافسة الإعلامية بين القنوات الفضائية، وفي هذا الصدد تسعى قناة دزاير TV إلى الالتزام بهذا المعيار لكسب ثقة الجمهور المشاهد و جذب انتباهه.

واحتلت قيمة القرب المرتبة الثالثة بنسبة 19.05%، حيث كشفت النتائج اهتمام القناة بالقرب من خلال رصدها للأخبار المتعلقة بالوطن بحكم أنها قناة جزائرية، فضلا عن الاهتمام بمختلف المناطق الجغرافية، ويعد الاهتمام بقيمة القرب أمرا مهما بالنسبة للوسائل الإعلامية، حيث يساعد ذلك على جذب المشاهد، وتمثلت هذه القيمة في نشر أخبار تخاطب اهتمامات أكبر عدد من المشاهدين، وذلك من خلال نشر القضايا التي تمسهم و التي تعد من بين اهتماماتهم.

وأتت قيمة الكفاية في المرتبة الرابعة بنسبة 13.59%، ويكشف التحليل استخدام هذا العنصر في النشرة محل الدراسة، محاولة هذه الأخيرة التركيز على الأحداث التي تشمل الاحتجاجات(كمثال عن ذلك الاحتجاجات التي مست بقطاع التربية و التعليم وقطاع الصحة)، وأتت قيمة الضخامة في المرتبة الخامسة قيمة الضخامة حيث أن هذه القيمة تعني أنه كلما كان الحدث أكبر كان أفضل، وكلما كان دراماتيكيا كلما زاد من قوة تأثيره و تحقيقه لما يسمى باندفاع الجمهور، ومن خلال هذا التحليل لاحظنا أن قناة دزاير TV، سعت إلى التركيز على الأخبار التي تشمل هذه القيمة كالأخبار المتعلقة بتدخل الجهات المعنية لحل بعض المشاكل التي يعاني منها المواطنون، و الأحداث المتعلقة بتفاقم ظاهرة الفساد في الجزائر و تمثلت هذه الأحداث في ارتفاع الأسعار.

و جاءت قيمة الأهمية في المرتبة السادسة بنسبة بلغت 7.86%، وتمثلت هذه القيمة في نشر أخبار تخاطب اهتمامات أكبر عدد من المشاهدين، ويعد الاهتمام بهذه القيمة أمرا أساسيا في تشجيع المواطنين على المشاركة وتعظيم مساهمة وسائل الإعلام في عملية تنمية المجتمع من خلال بث الأخبار التي تهم الرأي العام كالأخبار المتعلقة بارتفاع أسعار المنتجات الغذائية و ارتفاع أسعار السيارات في الجزائر و أخبار الرياضة، فإن مثل هذه الأخبار تمثل أهمية خاصة بالنسبة للجمهور المشاهد.

واحتلت قيمة الاستمرارية المرتبة السابعة من حيث الترتيب بنسبة بلغت 6.75% من الإجمالي العام، وهذه الخاصية تفترض أن يكون الخبر جديدا ليبث في النشرة أي وجود مستجدات جديدة حول الخبر، كمثال عن ذلك الأخبار المتعلقة بالإضرابات و حادثة سقوط الطائرة العسكرية.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

ـ استنتجت أن قناة دزايرTV، تهتم بتغطية المجال المحلي وهذا من خلال حصوله على أعلى نسبة من حيث التغطية الإعلامية بنسبة 60.99%، ثم يليه المجال الوطني بنسبة 28.73%، ثم يأتي المجال الإقليمي فالدولي، والأمر منطقي لأننا تكلمنا عن القيم الإخبارية في الإطار النظري بالفصل الثاني و من بين القيم الإخبارية الارتباط بالمكان أي كلما ارتبط الحدث بمكان تواجد الجمهور كلما كانت نسبة مشاهدة مرتفعة.

ـ احتلت الموضوعات الاجتماعية صدارة الترتيب بنسبة بلغت 24.04%، حيث لاحظنا أن الأخبار الاجتماعية، ويرجع الأمر في ذلك إلى أن القناة كمؤسسة إعلامية غير حكومية تسعى إلى الاهتمام بالجانب الاجتماعي و نقل صوت المواطن للسلطات.

ـ فيما احتلت الأخبار الاقتصادية المرتبة الثانية بنسبة 19.35%، و تليها السياسية بنسبة17.59%، و الأخبار الرياضية بنسبة 14.95%، ومن ثم تأتي الأخبار الأمنية

بنسبة12.02%، ومن ثم الدولية، ومن خلال هذا نستنتج أن هناك تقارب في النسب، حيث أن القناة تسعى لتقديم تنوع في المجال الإخباري حتى تجذب انتباه المشاهد.

ـ أما فيما يتعلق بالقيم الإخبارية لاحظنا ما يلي:

ـ زيادة اهتمام نشرة الدراسة بقيمة الآنية و الجدة نظرا لأهميتها في الأخبار، حيث أنه كلما زاد تواجد قيمة الآنية في التغطية الإخبارية كلما زادت حيويته و قدرته على ربط الأحداث و الوقائع و إعلامهم بما يمس حياتهم، باعتبارها مطلب أساسي في الإعلام الذي تسعى من خلاله القناة على متابعة كل جديد و تفادي الروتين و التكرار للأخبار، فيما احتلت المصداقية المرتبة الثانية من حيث الترتيب، وهذا يدل على أن القناة تسعى إلى تزويد الناس بالأخبار الصادقة و الوقائع السليمة لاهتمامها بالوظيفة الإخبارية.

ـ من خلال هذه الدراسة لا حظنا أن قناة دزاير TV تعتمد على مصادر متنوعة في نقل الأخبار، وهذا ما لاحظناه من خلال حرصها على التنوع في المزيج الإخباري.

خاتمة

خاتمة:

و في الأخير يمكن القول أن هذه الدراسة سعت إل التعرف على طبيعة المعالجة الإخبارية للنشرة الرئيسية في قناة دزاير TV من أجل التعرف على محتواها و توجهاتها، حيث أن هذه الدراسة افترضت وجود مشكلة تمثلث في كيف يتم ترتيب الأخبار في القنوات الفضائية العامة(قناة دزاير TV نموذج)، و لعل ما لمسناه من خلال عرضنا لهذه الدراسة، أن أجندة الأخبار في قناة دزاير TV، كونها وسيلة إعلامية تعكس بشكل مباشر توجه القناة وسياستها التحريرية.

حيث لاحظنا من خلال دراستنا اهتمام قناة دزاير TV بتغطيتها للأحداث اليومية و كما لاحظنا تغطيتها لمختلف الأحداث الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية، الأمنية و الدولية.

كما أن عملية إنتاج الأخبار تتم من خلال عمل مؤسسي تتوزع فيه الأدوار على كافة العاملين بالمؤسسة الإعلامية، حيث لا يعتمد في جمع الأخبار و انتقائها و ترشيحها للنشر على قرارات فردية من جانب القائمين بالاتصال الذين يقومون بالتغطية الإعلامية.

قائمة المصادر و

المراجع

قائمة المراجع:

أولا: الكتب العربية و المترجمة:

1ـ إبراهيم إسماعيل، فن التحرير الصحفي بين النظرية و التطبيق، القاهرة، دار الفجر، 1998.

2ـ الخليفي طارق سيد أحمد، فن الكتابة الإذاعية و التلفزيونية، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2005.

3ـ أنجرس موريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات علمية، الجزائر، دار القصبة للنشر، 2006.

4ـ أبو زيد فاروق، فن الخبر الصحفي، القاهرة، عالم الكتاب، 2000.

5ـ أدهم محمود، فن الخبر، القاهرة، دار البيضاء، 1987.

6ـ العياضي نصر الدين، مبادئ أساسية في كتابة الخبر الصحفي، الجزائر، المؤسسة الجزائرية للطباعة، 1994.

7ـ السيد أحمد مصطفى، البحث الإعلامي، مفهومه، إجراءاته، مناهجه، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع.

8ـ الغنام عبد العزيز، مدخل في علم الصحافة، القاهرة، المكتبة الأنجلومصرية.

9 الشريف سامي سعيد، الأخبار الإذاعية و التلفزيونية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2005.

10- بوحوش عمار، دليل الباحث في المنهجية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1990.

11- بن مرسلي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.

12- بركات عبد العزيز، اتجاهات حديثة في إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية، القاهرة، دار الكتاب الحديث، .2000

14- حسين نصر، عبد الرحمن سناء، التحرير الصحفي في عصر المعلومات، العين، دار الكتاب الجامعي، .2004

15- حمزة عبد اللطيف، المدخل في فن التحرير الصحفي، القاهرة، الهيئة المركزية العامة للكتاب، .2002

16- حمدي محمد الفاتح، عراضة عبد القادر، إنتاج النشرات التلفزيونية، مؤسسة كنوز للنشر و التوزيع، .2012

17- خضير كاظم حمود، اللوزي موسى سلامة، منهجية البحث العلمي، عمان، إثراء للنشر و التوزيع، .2008

18- زكريا أحمد، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، القاهرة، عالم الكتاب، .2004

19- شطاح محمد، الإعلام التلفزيوني، نشرات الأخبار، المحتوى و الجمهور، الجزائر، دار الكتاب الحديث، .2007

20ـ صالح سليمان، صناعة الأخبار في العالم المعاصر، القاهرة، دار النشر للجامعات، 1998.

21ـ عرفة أحمد عامر، الأخبار و البرامج الإخبارية في الإذاعة و التلفزيون، القاهرة، مكتبة الآداب، 2003.

22ـ عبد الحميد محمد، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، القاهرة، عالم الكتاب، 2004.

23ـ معوض محمد، بركات عبد العزيز، الخبر الإذاعي و التلفزيوني، دار الفكر العربي، 2002.

24ـ معوض محمد، الخبر في وسائل الإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، 1994.

25ـ مكاوي حسن عماد، إنتاج البرامج للراديو، النظرية و التطبيق، جامعة القاهرة، المكتبة الأنجلومصرية، 1989.

26ـ معوض محمد، أخبار التلفزيون، جهاز تلفزيون الخليج، المملكة العربية السعودية، 1984.

27ـ مجد الدين محمد خالد، صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية، القاهرة، دار الأمين، 2005.

28ـ منال مزاهرة، نظريات الاتصال، عمان، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، 2012.

29- وحيد دويدري رجاء، البحث العلمي أساسياته النظرية و ممارسته العلمية، دمشق، دار الفكر، 2000.

ثانيا: الرسائل و الأطروحات الجامعية.

1- بومعيزة السعيد، أثر وسائل الإعلام على القيم و السلوكيات لدى الشباب، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الجزائر، .2005

2- دينا عبد الحميد صابر، صياغة الأخبار بين المعايير المهنية و القيود السياسية(قناة الجزيرة أنموذجا) رسالة مقدمة إلى جامعة الخرطوم لنيل شهادو ماجستير الآداب في الإعلام، .2010

3- لبنى جلال سكيك، استخدام التكنولوجيا الرقمية في النشرة الإخبارية(نشرة التلفزيون الجزائري)، جامعة الجزائر، .2008

4- شطاح محمد، نشرة الأخبار في التلفزيون الجزائري، رسالة مقدمة لنيل الدكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2003-.2004

5- احسن خشة، النشرات الإخبارية في النشرات الفضائية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار، عنابة، 2002.

ثالثا: الدراسات و البحوث:

1- شهاب الدين محمد فوزي، دور التلفزيون في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى الجمهور البحريني، البحرين، معهد البحرين للتنمية السياسية، .2016

2ـ عبد القادر شعباني، راغب جابر، وائل ماهر، عارف قنديل، أسامة زكي قطنية، المعالجة الإخبارية التلفزيونية العربية بين المتطلبات المهنية و التوجيهات السياسية، سلسلة بحوث و دراسات إذاعية، تونس، 2006.

رابعا: المجلات:

1ـ البشر محمد بن سعود، قصور النظرية في الدراسات الإعلامية، جامعة الكويت، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، العدد83، 2013.

2ـ بوحزام نوال، نعيمي مليكة، القنوات الفضائية الخاصة ودورها في تشكيل المجال العمومي، دراسة ميدانية على تمثيلات شباب معسكر، جامعة معسكر، مجلة الدراسات و البحوث الاجتماعية، الوادي، 2014.

3ـ مصالحة محمد حمدان، صناعة الأخبار في وسائل الإعلام، بغداد، مجلة التوثيق العربي، 1989.

خامسا: المعاجم.

1ـ ابن منظور، لسان العرب، ج15، بيروت 1956.

2ـ صليبيا جميل، المعجم الفلسفي، ج1.

سادسا: المراجع الأجنبية:

*- David Weaver et al.(the bridging function of interpersonal communication in agenda setting journalisme quarterly.

*- E- Comb; Donald show (the evolution of agenda setting); 1993.

*- Gangheon Lee reconciling cognitive priming VS. obtrusive; contingency hypotheses; 2004.

*- Jain Zua et al(public issue priority formation; media agenda setting social intraction journal of communication) 1993.

*- Katherine Miller (communication theories; perspective; process; contexts, New York: Mc Graw hill 2002.

*- Lang Annie; communication theory) dixipline, the shifting parading of mass communication.

مواقع انترنت:

*-www.Litwente.nl/cw/theory.

*- www. Annabaa.org/nbanews.

*- www. Wikipedia.com.