

أهمية القيم الخبرية في صناعة المادة الإعلامية

أ / فوزية عكالك

أستاذة محاضرة بجامعة الجزائر "3"

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم علوم الاتصال

akkakf@yahoo. fr

يتناول هذا المقال القيم الخبرية في صناعة المادة الإعلامية من خلال :

1- استعراض بعض مفاهيم "القيمة" انطلاقا من وجهات نظر مختلفة، مع طرح بعض الإسهامات التي صبت في الموضوع، بالإضافة إلى عرض تصنيفات القيم.

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

3- التطرق إلى مداخل دراسة القيم الخبرية نظرا لأهميتها في تحقيق ما يسمى بالجدارة الإخبارية، فضلا عن عرض خصائص القيم الخبرية.

في البداية سنقوم باستعراض بعض المفاهيم والمعاني لمفهوم القيمة التي تحظى باهتمام مختلف العلوم الاجتماعية، ابتداء من علم الاقتصاد، السياسية، والاجتماع، بل إن مفهوم القيمة يجد مكانا وأهمية له خاصة في الدين، الفن والفلسفة. وقد تأثرت الدراسات في

علم الاتصال بالنتائج المحققة في باقي العلوم عند دراسة محتوى الاتصال عامة والقيمة الخيرية لوسائل الاتصال المختلفة خاصة.

تعني القيمة في اللغة العربية " لمن الشيء بالتقويم"¹ (ابن منظور، ص 3783)، وتعني القيمة في معجم القرآن الكريم : الطريق الثابت المستقيم الذي لا عوج فيه² (معجم اللغة العربية، 1990، ص 452).

ويشير قاموس علم الاجتماع أن مفهوم القيم لم ينتشر في العلوم الاجتماعية إلا حديثاً إذ يعد كل من توماس وزنانيفسكي أول من استخدم هذا المفهوم في كتابهما " الفلاح البولندي في أوروبا وأمريكا"، حيث عرف القيمة الاجتماعية بأنها تعني أي معنى ينطوي على مضمون واقعي وتقبله جماعة اجتماعية معينة، كما أن لها معنى محدداً حيث تصبح في ضوئه موضوعاً معيناً، أو نشاطاً خاصاً³ (محمد عاطف غيث، 1979، ص 505).

ومن بين التعريفات الهامة للمصطلح أيضاً تعريف كلا كهون (C. Klukhohn) " فالقيمة هي تصور، واضح أو مضمّر، يميز الفرد أو الجماعة ويحدد ما هو مرغوب فيه بحيث يسمح لنا بالاختيار من الأساليب المتغيرة للسلوك، والوسائل، والأهداف الخاصة بالفعل"⁴ (محمد عاطف غيث، 1979، ص 505-506).

ويعرف محمد أحمد بيومي القيمة "على أنها المرغوب فيه، بمعنى أي شيء مرغوب من الفرد أو الجماعة الاجتماعية. وموضوع الرغبة قد

¹ ابن منظور : لسان العرب، ج 5 (القاهرة : دار المعارف، د. ت، ن) ص 3783.

² مجمع اللغة العربية، معجم الفاظ القرآن الكريم، ج 1، ط 1 (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1990) ص 452.

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

⁴ المرجع نفسه، ص 505 - 506.

يكون موضوعاً مادياً أو علاقة اجتماعية أو أفكار أو بصفة عامة أي شيء يتطلبه ويرغبه المجتمع¹ (محمد أحمد بيومي، ص 146).

ويرى عبد العالي رزاقى، " أن القيم تختلف من مجتمع لآخر، وأنها تتعدد تعريفاتها داخل المجتمع الواحد، ولكل شعب قيمه، ولكن هناك فرقاً بين القيم المتغيرة والثابتة في المجتمع، فالقيم المتغيرة هو إجماع فئة أو شريحة أو مجموعة على اتخاذ موقف إيجابي أو سلبي إزاء فكرة أو قضية في ظرف معين، أما القيم الثابتة فهي القيم التي يتم دسترتها داخل أي مجتمع، والقيم المتغيرة التي يتم الإجماع حولها قد تصبح من ثوابت المجتمع، إذا صارت عرفاً أو قانوناً، وهي تنتشر في جميع مجالات الحياة، ويتفاوت التعامل معها"² (عبد العالي رزاقى، 2004، ص 107).

ويعد مفهوم القيمة على شيوع استخدامه واحد من أكثر المفاهيم المستخدمة في العلوم الاجتماعية غموضاً وإثارة للخلاف على الإطلاق إذ يختلط هذا المفهوم بعدد كبير من المفاهيم الأخرى المشابهة، كالاتجاه، والمعتقد، والمعيار، والدافع، والرغبة³ (عبد الفتاح إبراهيم محمود عبد النبي، 1987، ص 19).

ويرجع عدم التحكم في ضبط وتحديد مفهوم إلى التعريفات المختلفة التي تطرقت وتناولت الموضوع والتي حاولت تقديم تعريف لهذا المفهوم، وذلك انطلاقاً من وجهات نظر مختلفة، فإن كل هذه

¹ محمد أحمد بيومي : علم اجتماع القيم (مصر : دار المعرفة الجامعية د. ت. ن.) ص 146.
² عبد العالي رزاقى : الخبر في الصحافة، الإذاعة، التلفزيون والانترنت (الجزائر : دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، 2004)، ص 107.
³ عبد الفتاح إبراهيم محمود عبد النبي، دور الصحافة في تغيير القيم الاجتماعية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، 1987) ص 19.

الأسباب والمعطيات "دفعت ببعض الباحثين إلى التشكيك في كلمة (القيمة) ذاتها نتيجة استخداماتها المتباينة والمتناقضة والدعوى إلى استخدام مصطلح جديد بديلاً للكلمة الإنجليزية (Value) مثل مصطلح الاتجاهات المشتركة¹ (عبد الفتاح إبراهيم محمود عبد النبي، 1987، ص 19).

وقد ذهب فريق آخر في تحديد مفهوم القيمة بالعودة إلى الإطار الديني الذي يحكمه، ومن ثم جاء تحديد القيمة في المفهوم الإسلامي على أنها "نسق من المعايير الثابتة للسلوك الإنساني التفضيلي تتجسد في ممارسات سلوكية لفظية أو حركية، مباشرة أو غير مباشرة، صريحة أو ضمنية، تهدف إلى تحقيق أمر مرغوب فيه، وتنقل عبر الأجيال عن طريق أجهزة التنشئة الاجتماعية² (صابر سليمان عسران، 1987، ص 23).

يشمل هذا التعريف بعض المصطلحات الدالة التي من خلالها يمكن أن نكون فكرة عن مفهوم القيم، حيث يُقصد بالمعايير ما يقبله أفراد المجتمع من قواعد وعادات واتجاهات، وتعتبر هذه المعايير بمثابة أطر أو محددات للفرد، وقد أشار صابر سليمان عسران إلى اعتبار القيم نسق من المعايير الثابتة، كما أنها نوع من السلوك التفضيلي الذي نعني به الانتقاء من بدائل كثيرة لدى الفرد في مختلف المواقف الاجتماعية التي تواجهه والتي تتجسد في ممارسات سلوكية أي أنها تطبق على أرض الواقع لتحقيق أمر مرغوب فيه لا مرغوب عنه، ورغم أن كل الفلسفات تتفق في كون القيم عبارة عن

1 المرجع نفسه، ص 19.

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

معايير توجه سلوك الفرد والمجتمع، فإن هذه المعايير قد يكون للفرد فيها حرية الاختيار وقد لا يكون له¹ (منى كشيك، 2003، ص 61)، إلا أن السيد بخيث يرى أنه ليس هنا اتفاقاً على مدلول محدد لتعريف القيم، فهي متعددة ومتباينة، وإن كان هذا التباين يفيد في بيان الوضعية الحقيقية للقيم ويكشف عن تعدد أبعادها² (السيد بخيث محمد درويش، 1996، ص 69).

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

كما أن القيم تتنظم في بناء هرمي، بمعنى أن القيم ليست ذات درجة واحدة من الأهمية، ولكن هناك قيماً تحتل مركز الصدارة ولها الأولوية، ثم تليها قيماً أخرى، وهكذا. بالإضافة إلى أن الحكم على سلبية القيم وإيجابياتها يجب أن يتم من خلال الحكم على أهدافها، أي أنه يجب التركيز في دراسة القيم على أهدافها وغاياتها، بدلاً من التركيز على لفظ القيمة ذاتها³ (السيد بخيث محمد درويش، 1996، ص 69).

ومهما كانت طبيعة التناقض والفموض الذي يحيط بمفهوم القيمة، وتعدد الأسباب والمسببات وراء هذا التناقض والخلاف بين الباحثين في تحديد مدلولها، فقد حدد عبد النبي عبد الفتاح انطلاقاً

1 منى كشيك : القيم الغائبة في الإعلام (مصر : دار فرحة للنشر والإعلام، 2003) ص 61.
2 السيد بخيث محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التتموية : دراسة تطبيقية في الصحافة القومية والحزبية خلال 1987-1990، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة كلية الإعلام) القاهرة، 1996، ص 69.
3 السيد بخيث محمد درويش، مرجع سابق، ص 69.

من واقع التعريفات المقدمة في هذا الشأن، بعض المؤشرات العامة حول مدلول لفظ القيمة¹ (عبد الفتاح إبراهيم محمود عبد النبي، 1987، ص 26-27) :

- 1- أن القيم تعمل على توجيه السلوك الإنساني.
- 2- أن ما يرغب فيه الفرد أو الجماعة هو حجر الزاوية في تحديد مدلول القيمة.
- 3- القيم تتطوي على سمة الانتقائية والاختيار، بمعنى أنها حكم يوجه الأفراد في اختيار البدائل في مجالات الحياة المختلفة.
- 4- القيم يتم التعبير عنها صراحة بالكلام أو الكتابة، كما قد تكون ضمنية لا تفصح عن نفسها بطريق مباشر، ولكن قد تستشف من السلوك أحياناً.
- 5- القيم ديناميكية بمعنى إمكانية تغيرها إذا ما تولدت صورة من صور التفاعل بين المرء بمحدداته الشخصية وبعض المثيرات الخارجية، كان من شأنها أن تضع الفرد في مركز جديد من حيز القيم.
- 6- أن القيم تتسم بالثبات النسبي أي المحافظة، إن القيم الرئيسية من موجهات السلوك الكبرى. فلو لم تكن تتصف بالثبات، ولو كانت تتغير من حين لآخر، لاختلطت على الناس معاني الخير والشر، والحلال والحرام، والواجب وما ينافيه² (محمد محمد الزلباني، 1973، ص 26).

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

2 محمد محمد الزلباني : القيم الاجتماعية. مدخلا للدراسات الانثروبولوجية والاجتماعية (مصر : مطبعة الاستقلال الحضري، 1973) ص 26.

تطوي عملية تصنيف القيم على صعوبات كثيرة ترجع إلى تعدد التعريفات التي صاغها الباحثون حول مفهوم القيم، ومن ثم تعددت طرق التصنيف ونماذجه، واختلفت المبادئ التي تنهض عليها التصنيفات والزوايا التي تتم من خلالها، ومنها¹ (محمد عبد البديع السعيد، 2009، ص 89-101)، (هاشم حسن تميمي، 2008، ص 54) :

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

يستدل من خلال ما تقدم تعدد المفاهيم والتعريفات المستخدمة لبيان معنى القيم، حيث تم تناول هذا المفهوم من طرف العديد من الباحثين في مختلف العلوم الاجتماعية، ولعله من الطبيعي أن يرتبط

1 محمد عبد البديع السعيد : أثر القنوات الفضائية على القيم الأسرية، الطبعة الأولى (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع، 2009 م) ص 89-101، هاشم حسن تميمي : فلسفة الخبر الصحفي، دراسة لمفهوم القيم الخسرية في الصحافة المراقبة، الطبعة الأولى (الأردن : دار ورد الأردنية للنشر والتوزيع، 2008 م) ص 54

علم الاتصال بنتائج تلك الدراسات وغيرها عند دراسة محتوى الاتصال عامة والقيم الخبرية المختلفة خاصة، إذ أنه لا يمكن دراسة القيم الخبرية بعيداً عن قيم المجتمع، ولا يمكن فهم القيم الخبرية لصحيفة ما إلا في إطار الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية لها وللمجتمع الذي تصدر فيه.

ثانياً- تعريف القيم الخبرية.

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

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

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

وفاة الأميرة ديانا في 1997 م. أكبر قصة جريمة في الصحافة البريطانية في تلك الفترة، بينما لم ينشر الخبر في أحد الصحف الرئيسية في الفيتنام إلا بعد مرور أسبوعين عن الحادث، تحت عنوان "امرأة جميلة تموت"¹ (Graham Meikle 2009, p. 25)، ومن ثم فإن وسائل الإعلام بمختلف اتجاهاتها وانتماءاتها تساهم في إبراز قيم على أخرى، من خلال وضع بعضها في الصدارة ومن ثم خلق الاهتمام بها والتركيز عليها من خلال تكثيف النشر حولها، في حين أن قيم أخرى تغيب وتتقهقر بسبب عدم الاهتمام بها، أو أنها لا تشكل أهمية مقارنة مع القيم التي يتم التركيز عليها، ومن هذا المنطلق فإن وسائل الإعلام تساهم بشكل كبير في تحديد اتجاه الجمهور، وفي ترتيبه للأحداث أو ما يطلق عليه دور وسائل الإعلام في بناء أجندة الأحداث، إذ أن المواد الخبرية، تقوم على إشباع الفضول لدى الجمهور المتلقي في معرفة ما يحيط بهم من أحداث وتطوراتها وهذا يساعدهم على تكوين وجهات نظر تجاه هذه الأحداث واتخاذ مواقف تجاهها² (سوزان القليني، هبة السمرى، 1993، ص 97).

تعددت التعريفات الخاصة بالقيم الخبرية منها أنها "مفتاح صغير لحل سؤال لماذا تعتبر قصة ما جديرة بالإخبار عنها"³.

(John Hartley, 1982; p. 82) أو "أنها المقياس الذي يتم على أساسه عملية المفاضلة بين خبر وآخر عند النشر، أو أنها المقياس الذي يتم على أساسه تحديد أهمية الأنباء وطريقة بناء المادة الإخبارية وذلك

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

² سوزان القليني، هبة السمرى : إنتاج السراجم للراديو والتلفزيون، ط1 (القاهرة : مكتبة الشهاب، 1993 م.) ص 97.

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

على ضوء محدودية الموارد والوقت والمساحة وغزارة الأخبار المتدفقة يومياً إلى الوسيلة الإعلامية، أو هي تلك العناصر التي إذا توافرت في أحد الأخبار زادت فرصته في النشر¹ (السيد بخيث محمد درويش، 1996، ص 34).

يشير هاشم حسن التميمي قبل تقديم مفهومه الخاص للقيم الخبرية أن الدراسات التي اهتمت بهذا المجال، ركزت إما على الحدث أو الخبر أولاً وعلاقة ذلك بالمرسل (القائم بالاتصال) المبلغ ثانياً، وإما على الجمهور (المتلقي)، لينتهي إلى اعتبار القيم الخبرية من الناحية الذاتية الإطار الإدراكي والدلالي - الصريح أو الضمني - الذي يجعل القائم بالاتصال " فرداً أو مجموعة أفراد أو مؤسسة " قادراً على إدراك وانتقاء القيم الخبرية الأكثر أهمية بين عدد كبير من الوقائع أو المعلومات وله القدرة على صياغتها وتشكيل وإنشاء عناصرها في ترتيب إخباري خاص، ومنحها فرص الظهور عبر إحدى وسائل الإعلام بدرجات من البروز تستمد من طبيعة الوسائل وظرفها الخاص والعام. والقيمة من الناحية الموضوعية تعني مجموعة المكونات الجوهرية التي تتشكل منها الأخبار وتتميز بتمييزها وتغيب بغياب أبرزها، ويجد فيها حراس البوابات والجمهور أنها مثيرة للاهتمام، وتستحق التفضيل والإبراز في وسائل الإعلام في زمان ومكان معينين² (هاشم حسن التميمي، 2008، ص 66). ويرى أن القيمة في هذا التعريف ثلاثة مستويات فهي بالنسبة للقائم بالاتصال تعني المقياس أو المعيار الذهني الذي يستدل به على الأخبار، وللخبر هي الخصائص أو المكونات التي

1 السيد بخيث محمد درويش، مرجع سابق، ص 34.

2 هاشم حسن التميمي : فلسفة الخبر الصحفي : مرجع سابق، ص 66.

تتوفر فيه وتؤهله للانتقاء والظهور في وسائل الإعلام، والجمهور يجد في القيمة الإطار الإدراكي الذي يساعده على تفسير وفهم الأخبار¹ (هاشم حسن التميمي، 2008، ص 67).

ويعرف نصر الدين العياضي القيم الخبرية على أنها مجموعة المعايير المادية والذهنية التي سيتم على أساسها تحويل الحدث إلى خبر صحفي، فهي الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث والجمهور، وهي تكشف على جوهر الحدث وعن استخدامه الاجتماعي أي تحويله إلى موضوع للإطلاع والمعرفة والفهم² (نصر الدين العياضي، 1994، ص 27)، ويعني سعيد محمد السيد بالقيمة الخبرية "تلك العناصر التي تحدد أسبقية النشر لخبر ما"³ (سعيد محمد السيد، 1988، ص 9).

والقيم في أبسط تعريفاتها حسب عبد العالي رزاق، هي خصائص، أو صفات، أو عناصر، أو مقاييس، أو أسس، أو مبادئ، أو مواصفات، أو معايير، أو مفاهيم، أو سمات، تحدد موقع الخبر في المؤسسة الإعلامية ومكانته في نشرات الأخبار⁴ (عبد العالي رزاق، 2004، ص 108)، أو على أنها مجموعة المعايير المادية والذهنية التي على أساسها يتم تحويل الحدث إلى خبر صحفي، أو هي "تلك (القيم) التي تستخدم في الحكم على صلاحية الأخبار للنشر

1 هاشم حسن التميمي. مرجع سابق، ص 67

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

3 سعيد محمد السيد. التشابه الإخباري وأثره في بناء الإجماع الاجتماعي. مجلة الدراسات الإعلامية للمحكّن والتممية والتميمير (القاهرة : المركز العربي للدراسات الإعلامية- العدد 25- 1988) ص 9

4 عبد العالي رزاق. مرجع سابق، ص 108

بواسطة حراس البوابات، كما يتم استخدامها في الحكم على صلاحية تفاصيل معينة في الخبر¹ (سليمان صالح، 1998، ص 69).
ويطلق البعض على القيم الخبرية مصطلح الجدارة الإخبارية² أي ذلك القياس الذي يتقرر بموجبه ما يختار وما يهمل من سجل الأحداث اليومية الحافل الذي يصل إلى المحررين³ (ف. فريزر بوند، ص 126)، ولا يوجد اتفاق عام حول عدد عناصر الخبر ولا ماهية هذه العناصر⁴ (فاروق أبو زيد، 1998، ص 61) بالإضافة إلى أن القيم الإخبارية، سواء زاد عددها أو نقص، ما هي إلا افتراضات حدسية يعتمد عليها الصحفيون في اختيار ما يعتقدونه يجذب اهتمام الجمهور⁵ (عبد الستار جواد، 2001، ص 55).

إن الخلاف في تحديد القيم الخبرية يرجع لعوامل أيديولوجية لأن نظرة الكتاب الليبراليين تختلف عن نظرة الكتاب الاشتراكيين⁶ (ليلي عبد المجيد، محمود علم الدين، 2008، ص 119) كذلك يختلف الأمر بين الكتاب الذين ينتمون إلى الدول المتقدمة بين أقرانهم في الدول النامية. فقد أشارت اللجنة الدولية لبحث مشكلات الاتصال، أن

-
- 1 سليمان صالح : صناعة الأخبار في العالم المعاصر، الطبعة الثالثة (القاهرة : دار النشر للجامعات، 1998) ص 69.
 - 2 ف. فريزر بوند : مدخل إلى الصحافة، ترجمة وراجي صهيون (لبنان : مؤسسة بدران وشركاه، د.ت.ن) ص 126.
 - 3 فاروق أبو زيد : فن الخبر الصحفي، الطبعة الثالثة (القاهرة : عالم الكتاب، 1998)، ص 61.
 - 4 عبد الستار جواد : فن كتابة الأخبار، الطبعة الثالثة (الأردن : دار مجدلاوي 2001) ص 55.
 - 5 ليلي عبد المجيد، محمود علم الدين : فن التحرير الصحفي للوسائل المطبوعة والإلكترونية، الطبعة الأولى (القاهرة : دار السحاب للنشر والتوزيع، 2008 م) ص 119.

الأنباء التي تنشر تعكس واقع وقيم المجتمع الذي تنشر فيه وليس واقع المجتمع الذي صدرت عنه¹ (السيد بخيث محمد درويش، 1996، ص 33). إن عملية نشر أو إذاعة أو بث أحداث أو أخبار دون أخرى، وكذلك اختيار أو انتقاء جوانب لحقائق وإغفال أخرى عن كل حدث أو خبر يتم وفق نظام القيم الذي يمتقه الصحفيون والذي يتوافق مع نظام القيم السائد في مجتمعهم، فلكل مجتمع قيمه التي تختلف وتتباين مع قيم المجتمعات الأخرى ولهذا فإن نظام القيم السائد في مجتمع ما سيؤثر بالضرورة على تصورات القائمين بالإعلام في هذه المجتمعات، "بالإضافة إلى المؤثرات المجتمعية التي يقرها البناء الاجتماعي والسياسي، فالقيم الإخبارية تتكون بفعل عوامل عدة منها علاقات النظام السياسي بالدول الأخرى، توجهات الوسيلة الإعلامية وأهدافها، تطور تقنيات وآليات الاتصال والتبادل الإعلامي وبعضها يتشكل بفعل طبيعة الأحداث والأخبار التي تفرض نفسها لتوافر عناصر كالأهمية أو النخبة أو الضخامة فضلاً عن دور ضغوط المهنة أو المؤسسة والقوى الفاعلة داخلها، وعلاقات العمل التي يكون القائم بالاتصال طرفاً فيها"² (السيد بخيث محمد درويش، 1996، ص 38).

إذن "يعد موضوع القيم الإخبارية خلاصة لنتائج عمل أطراف عدة، فهو إفراز لسياسة نظام، وقيم مجتمع، ونشاط مؤسسات، ومؤهلات أفراد، كما أنه موضوع مطروح عالمياً ومحلياً، ويعد

1 السيد بخيث محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التعميمية.

دراسة تطبيقية في الصحافة القومية والحزبية خلال 1987-1990، مرجع سابق، ص 33.

2 انظر مرجع نفسه، ص 38.

محاولة لتقريب الفجوة بين العلم الأكاديمي والممارسة العالمية، واهتمامات المجتمع¹ (السيد بخيث محمد درويش، 1996، ص 38).

تشير بعض التعريفات إلى ضرورة التفرقة بين القيم الخبرية أو كما يسميها بعض الباحثين عناصر الخبر وبين صفات الخبر كالمصدق والدقة والموضوعية والحالية التي تعد من المسؤوليات التي يجب أن يتحلى بها المحرر أو الصحفي عند كتابة مادته الخبرية، لأن عدم تضمينها في الخبر يعد إهداراً لهذه المسؤولية تجاه القارئ أو متلقي الرسالة الإعلامية، "كما أن صفات الخبر لا تعد معياراً من معايير النشر وإنما هي شروط أخلاقية ومهنية ينبغي أن تلتزم بها وسائل الإعلام في نشر الأخبار"² (حسن نصر، سناء عبد الرحمن، 2003، ص 69)، أما القيم الخبرية أو عناصر الخبر فهي خصائص أمكن حصرها تاريخياً من خلال ملاحظة الأخبار التي تنشرها الصحف والتي تذيعها محطات الراديو والتلفزيون، ولا يوجد اتفاق عام حول عدد عناصر الخبر ولا ماهية هذه العناصر³ (فاروق أبو زيد، 1998، ص 61).

لهذا تعددت تصنيفات الكتاب والباحثين لمنظومة القيم الخبرية، حيث قام بعضهم بتصنيفها وفقاً لدول الشمال مقابل دول الجنوب⁴ (السيد بخيث محمد درويش، 1996، ص 43)، بينما صنفها

1 المرجع نفسه، ص 8.

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

3 فاروق أبو زيد، مرجع سابق، ص 61.

4 السيد بخيث محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية، دراسة أكاديمية في الصحافة القومية والحزبية خلال 1987-1990، مرجع سابق، ص 43.

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

ثالثاً- مداخل دراسة القيم

تعرف القيم الخبرية على أنها مجموعة العناصر أو المعايير التي يجب توافرها كلها أو بعضها في الحدث لكي يرقى إلى مستوى الخبر. فالمحرر الذي يجلب الخبر أو يتلقاه من مصادره المختلفة يقوم بأول عملية تقييم يتعرض لها الخبر حيث يزداد اهتمامه بهذا الخبر أو يقل، وبالتالي يبحث عن مزيد من التفاصيل والحقائق أو يهملها. وعندما يقوم بصياغة وقائع الخبر فإنه قد يهمل أحدها في حين يهتم بأخرى، وقد يبرز عناصر معينة ويضعها في صدر الخبر ويهمل عناصر أخرى فلا يذكرها أو يضعها في نهاية الخبر. ليأتي دور رئيس القسم، فتبدأ عملية التقييم من جديد وقد تنتهي إلى استبعاد أخبار كثيرة وتقديم أخبار بذاتها على أخبار أخرى. ثم يعاد تقييم كل خبر على حده، وتتكرر عملية التقييم من جديد عندما يعاد صياغة تلك الأخبار¹ (محرز حسين عالي، 2009، ص 246)، وفي مرحلة الثالثة، يأتي دور رئيس التحرير أو نائبه لتقرير ما يجب أن

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

يُنشر أو يُستبعد، وما يستحق النشر في الصفحة الأولى أو الأخيرة، وما يوضع في الصفحات الداخلية. دون أن ننسى دور سكرتير التحرير في اختيار المحددات الفنية المتمثلة في مكان نشر الخبر والصورة المرافقة له إلى نوع البنط وعناصر الإبراز.

ولا تتوقف أهمية القيم الخبرية في توجيه عملية جلب وتلقي الصحفيين للأخبار ولكن في قياس أهمية هذه الأخبار والمفاضلة بينها في النشر، أو في تحديد طبيعة هذه الأخبار وتوجهاتها العامة (عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي، 1989، ص 40).

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

1- المدخل النفسي :

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

1 عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي : سوسيولوجيا الخبر الصحفي : دراسة في انتقاء ونشر الأخبار، القاهرة : العربي للنشر والتوزيع، 1989، ص 40.

بصفة عامة، يركز هذا المدخل على كل الأخبار التي تؤثر تأثيراً مباشراً أو غير مباشر في مشاعر القارئ ونفسيته، فتحمله على الارتياح أو على الأسف. فصناعة الأخبار هنا يمكن أن تؤدي المهمة المتمثلة في خلق الجو العام لتكريس اتجاهات نفسية معينة نحو قضية ما، تأييداً أو رفضاً¹ (عبد النبي خزعل، 2003، ص 15).

2- المدخل التنموي :

يستدل من عنوان هذا المدخل أنه يحاول الكشف على نوعية خاصة من القيم الخيرية والتي تتطوي تحتها جميع الأخبار المتعلقة بالتنمية، إذ ينطلق في بحثه من منظور الوظيفة الاجتماعية والتنموية للخبر، وهنا تتحدد قيم مثل الأهمية المجتمعية، والنفع العام، والتثقيف، والتكامل، والشمول، كقيم خيرية² (عبد الفتاح إبراهيم عيد النبي، 1989، ص 41).

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

1 عبد النبي خزعل : عبد النبي خزعل : فن تحرير الأخبار في الإذاعات الدولية بين التوظيف والموضوعية. الطبعة الثالثة (الأردن : الدار العالمية الدولية للنشر والتوزيع ودار الثقافة للنشر والتوزيع، 2003) ص 15.

2 عبد الفتاح إبراهيم عيد النبي : سوسيولوجيا الخبر الصحفي، دراسة في انتقاء ونشر الأخبار، دراسة في انتقاء ونشر الأخبار، مرجع سابق، ص 41.

3- المدخل الإيديولوجي :

يسمى هذا المدخل إلى تحديد القيم الخبرية من منظور مدى الالتزام بسياسة الصحيفة ومبادئ الدولة أو الحزب أو الجماعة التي تملك الصحيفة وتديرها بصرف النظر عن الجوانب النفسية أو التتموية للواقعة، وفي ظل هذا المنحنى، يعد كل ما من شأنه خدمة مصالح هذه الأطراف ومبادئها قيمة خبرية تدعم قابلية الخبر للنشر والمنافسة مع الأخبار الأخرى¹ (عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي، 1989، ص 41)، أي أن كل ما يدعم القيم الإيديولوجية السائدة يعد خبراً.

4- المدخل السياسي :

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

5- المدخل التنظيمي :

ينطلق هذا المدخل من أن ضغوط الإنتاج، والهيكل التنظيمي للمؤسسة الإعلامية، يفرض معايير معينة للقيم الخبرية، مما ينعكس على تفضيل وترشيح نوعيات معينة من الأخبار دون غيرها، فالتسلسل التنظيمي يفرض أخباراً معينة، وأن مكانة قسم معين في الصحيفة، تؤثر في فرض أخباره، عن قسم آخر وأن الاجتماعات ومراجعة الطباعات ومواعيد الطبع... الخ تضيف أو تستبعد أخباراً معينة عن سواها² (السيد محمد بخيث درويش، 1996، ص 179).

1 عبد المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

2 السيد محمد بخيث درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التتموية : دراسة تطبيقية في الصحافة القومية والحزبية خلال 1987-1990، مرجع سابق، ص 179.

تعمل المؤسسات الصحفية في إطار نظام اجتماعي وسياسي وثقافي واقتصادي. وتعد هذه المؤسسات مكونا فرعيا من مكونات هذا النظام العام، تتأثر به وتؤثر فيه بما يعني أن دور الصحف تشكل نظاما مفتوحة على المجتمع، تأخذ في اعتبارها عند تحديد سياساتها الاتصالية أهداف هذا المجتمع وتوجهاته وضغوط القوى السياسية والفكرية السائدة به¹ (محرز حسين غالي، 2009، ص 250) فعلاقة المؤسسة الإعلامية بباقي مؤسسات وتنظيمات المجتمع يملئ عليها اختيار مصفوفة معينة من القيم وإهمال أخرى، فلهذه المؤسسات تأثيرا في تشكيل منظومة القيم لصحيفة ما أو لوسائل الإعلام بصفة عامة.

خصائص القيم الخبرية.

1- إن اختلاف الباحثين في تحديد ماهية الخبر الصحفي، نتج عنه اختلاف في تحديد العناصر أو القيم الخبرية، التي تُستقى أو تُشر على أساسها الأخبار.

2- وقد نتج عن ذلك عدم وجود اتفاق حول عدد عناصر القيم، ولا ماهية هذه العناصر، ويرجع ذلك لاختلاف الباحثين في تعريف الخبر الذي يتأثر تحديده بعدة عوامل إيديولوجية، وسياسية، ومهنية. الخ.

3- تتفاوت النظرة إلى معايير تقييم الأخبار باختلاف النظم الإعلامية السائدة في المجتمعات، بل إن الاختلاف يمتد إلى تبني كل

¹ محرز حسين غالي : مرجع سابق، ص 250

وسيلة إعلامية لمصفوفة معينة من العناصر الخبرية داخل نفس النظام، فضلا عن اختلافها من صحفي إلى آخر، على الرغم من أن الصحفيين كثيرا ما يتفقون على عدد من العناصر التي تساهم في صياغة الخبر.

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

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

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

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

8- لا يمكن فصل دراسة القيم الخبرية عن القيم العامة في المجتمع، فالقيم الخبرية تتكون بنفس العملية التي تتكون

بمقتضاها قيم المجتمع، أي أن هناك علاقة ديناميكية جدلية بين القيم الخبرية وقيم المجتمع.

إن التباين في تحديد مفهوم القيمة بصفة عامة، قد انعكس على تحديد القيم الخبرية، ذلك أن هذه الأخيرة تتباين بتعدد الصحفيين والصحف والعاملين بها، والمجتمعات التي ينتمي إليها القارئون على الأخبار، بالإضافة إلى أنها تختلف من فترة زمنية إلى أخرى، وأن أولويات القيم الخبرية متباينة من مجتمع إلى آخر، ومن صحيفة إلى أخرى هذا ما يفسر اختلاف الباحثين في الاتفاق على مجموعة من القيم الخبرية، إذ تتفاوت رؤية الباحثين في مختلف الأنظمة الإعلامية لأهمية كل قيمة، حيث قد تحظى بعض القيم الخبرية بأهمية كبيرة في بعض الأنظمة الإعلامية في حين لا تولي لها أنظمة أخرى الأهمية نفسها، فضلا عن الانتقادات التي تعرضت لها بعض القيم الخبرية انطلاقا من أن تركيز وسائل الإعلام وبشكل كبير على بعض القيم الخبرية من شأنه التأثير على فهم الجماهير للأحداث أو إلى إفراغ الأحداث من محتواها الحقيقي، بيد أنه توجد قيم إخبارية مشتركة وعامة، يتفق عليها المجتمع الصحفي، وتمثل إطاراً مرجعياً له في الاختيار والانتقاء والنشر، والتي يمكن أن تعد مرجعا بالنسبة للإعلاميين في انتقاء الأخبار، هذا ما سنحاول دراسته في الأعداد اللاحقة لمجلة الاتصال.

ونخلص من خلال ما تقدم، أن التباين في تحديد ماهية الخبر الصحفي، انعكس على تحديد القيم الخبرية، ذلك أن هذه الأخيرة تتباين بتعدد الصحفيين والصحف والعاملين بها، والمجتمعات التي ينتمي إليها القارئون على الأخبار، فضلا عن

أنها تختلف من فترة زمنية إلى أخرى، وأن أولويات القيم
الخبرية متباينة من مجتمع إلى آخر، ومن صحيفة إلى أخرى،
ومن نظام إعلامي إلى آخر، ما يدعو إلى القول باستحالة
تعميم القيم الخبرية وجعلها قواعد ثابتة تحدد عملية الاختيار
والانتقاء على مستوى عالمي، وذلك لنسبية هذه القيم ومرونتها
وتغيرها، لكن هذا لا ينفي وجود بعض القيم الخبرية
مشتركة وعامة، يتفق عليها المجتمع الصحفي، وتمثل إطاراً
مرجعياً له في الاختيار والانتقاء والنشر، وإن اختلفت من حيث
مستويات ترتيبها.

المراجع

- 1- ابن منظور : لسان العرب، ج 5 (القاهرة : دار المعارف، د.ت، ن).
- 2- السيد بخيث محمد درويش، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية، دراسة تطبيقية في الصحافة القومية والحزبية خلال 1987-1990، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة كلية الإعلام) القاهرة، 1996م.
- 3- حسن نصر : سناء عبد الرحمن : الخبر الصحفي، الطبعة 1 (الإمارات العربية المتحدة : دار الكتاب الجامعي، 2003).
- 4- سعيد محمد السيد، التشابه الإخباري وأثره في بناء الإجماع الاجتماعي، مجلة الدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والتعمير (القاهرة : المركز العربي للدراسات الإعلامية- العدد 25- 1988).
- 5- سليمان صالح : صناعة الأخبار في العالم المعاصر، الطبعة الثالثة (القاهرة : دار النشر للجامعات، 1998).
- 6- سوزان القليني، هبه السمرى : إنتاج البرامج للراديو والتلفزيون، ط1 (القاهرة : مكتبة الشباب، 1993).
- 7- صابر سليمان عسران، القيم الإسلامية التي يتضمنها المسلسل العربي في التلفزيون، دراسة تحليلية لعينة من المسلسلات المذاعة على القناة الأولى، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، 1987).
- 8- عبد الستار جواد : فن كتابة الأخبار، الطبعة الثالثة (الأردن : دار مجدلاوي 2001).
- 9- عبد العالي رزاقى : الخبر في الصحافة، الإذاعة، التلفزيون والانترنت (الجزائر : دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، 2004).
- 10- عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي : سوسيولوجيا الخبر الصحفي : دراسة في انتقاء ونشر الأخبار (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع، 1989).
- 11- عبد الفتاح إبراهيم محمود عبد النبي، دور الصحافة في تغيير القيم الاجتماعية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، 1987).

- 12- عبد النبي خزعل : فن تحرير الأخبار في الإذاعات الدولية بين التوظيف والموضوعية، الطبعة الثالثة (الأردن : الدار العالمية الدولية للنشر والتوزيع ودار الثقافة للنشر والتوزيع، 2003).
- 13- فاروق أبو زيد : فن الخبر الصحفي، الطبعة الثالثة (القاهرة : عالم الكتاب، 1998).
- 14- نصر الدين العياضي : مبادئ أساسية في ثقافة الخبر الصحفي (الجزائر : المؤسسة الجزائرية للطباعة، 1994).
- 15- ف. فريزر بوند : مدخل إلى الصحافة، ترجمة وراجي صهيون (لبنان : مؤسسة بدران وشركاء، د.ت.ن).
- 16- ليلي عبد المجيد، محمود علم الدين : فن التحرير الصحفي للوسائل المطبوعة والإلكترونية، الطبعة الأولى (القاهرة : دار السحاب للنشر والتوزيع، 2008).
- 17- محرز حسين غالي : إدارة المؤسسات الصحفية واقتصادياتها في العالم المعاصر، الطبعة الأولى (القاهرة : دار العالم العربي، 2009).
- 18- محمد أحمد بيومي : علم اجتماع القيم (مصر : دار المعرفة الجامعية د.ت.ن).
- 19- محمد محمد الزلباني : القيم الاجتماعية، مدخلا للدراسات الأنثروبولوجية والاجتماعية (مصر : مطبعة الاستقلال الكبرى، 1973).
- 20- محمد عاطف غيث : قاموس علم الاجتماع (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1979).
- 21- منى كشيك : القيم الغائبة في الإعلام (مصر : دار فرحة للنشر والإعلام، 2003).
- 22- هاشم حسن التميمي : فلسفة الخبر الصحفي : دراسة لمفهوم القيم الخيرية في الصحافة العراقية، الطبعة الأولى (الأردن : دار ورد الأردنية للنشر والتوزيع، 2008).

المراجع :

- 1- مجمع اللغة العربية ، معجم ألفاظ القرآن الكريم ، ج 1 ، ط 1
(القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 1990).

المراجع باللغة الأجنبية :

- 1- Graham Meikle : Interpreting News(London : Palgrave Macmillan, 2009.)
- 2- John Hartley, Understanding news (London and New York; Methuen, 1982).