

القيم الاخبارية والعوامل المؤثرة فيها

أ. سمير لعرج

معهد علوم الاعلام والاتصال - جامعة الجزائر

تتناول هذه الدراسة قيم الأخبار من خلال العلاقات والعوامل التي تساعد على إدراكها، كتحديد مفهوم القيمة، والتطرق لعلاقة وسائل الاعلام بالسلطة السياسية، والحديث عن علاقة الأخبار بالايديولوجية والقيم المجتمعية.

1 - ماهية القيمة

تحتل القيمة مكانة هامة في الفكر الانساني، لما لها من دور كبير في تحديد بنية شخصية الفرد (... فهي بنية واقعنا الشخصي)(1)، ولما لها من دور كذلك في تأسيس المجتمعات وفق معايير محددة (... تحركها نحو أهدافها...)(2)، وبذلك تصبح (القيم نموذجية، وموزعة حسب نمط يبدو أكثر أو أقل تميزا...)(3).

ومن هنا، فأى خلل يصيب بنية النظام القيمي سيؤدي بالضرورة إلى إصابة النظام المجتمعي، إما بالسقوط والانهيـار - بناء على قانون السقوط الحضاري - أو تغيير الاتجاه إلى نظام قيمي آخر، ومن هنا (فالتغير الاجتماعي يقوم أساسا على التقدم التكنولوجي من جهة وعلى تطور القيم الاجتماعية من جهة أخرى) (4).

ونظرا لما تنطوي عليه القيمة من أهمية، فقد كانت ميدان دراسة من طرف الفلاسفة القدماء والمعاصرين، فنقلوها (...) من ميدان علم الاقتصاد إلى ميدانهم، وصاروا يستعملونها في مجالات متعددة للدلالة على كلمات كانت شائعة في الفلسفة القديمة مثل: الخير Bien ، والخير الأسمى (5). (Bien)

Souverain

إن هذا النقل قد ساعد على تخطي صعوبات جمّة خاصة فيما يتعلق بتصنيف القيم تحت إطار معين يجمعها، وما دامت القيمة متعددة، فإننا نفضل واحدة على أخرى، إما بتلقائية، أو بفعل ارادي، وهذا التفضيل لا يمكن أن ينطلق تجاه أي قيمة صادفناها، وإنما ينطلق تجاه ما أعد لنا من قيم، لأننا في الأولى سنضطر إلى الخروج عن نظام مجتمعنا القيمي، أما في الثانية، فإننا سنلتزم بقيم مجتمعنا.

والحقيقة أن الحديث عن القيمة بمثل هذا الشكل أمر صعب المنال، ويمكن تدليل هذه الصعوبة إذا جمعنا كل مجموعة من القيم تحت أجناس متقاربة

فيما بينها، وقد استطاع الفلاسفة تحقيق ذلك، (فالعدل، والشجاعة والحلم، قيم متميزة، ولكنه يمكننا أن نظهر ما بينها من قرابة إذا جمعناها تحت عنوان (القيم الأخلاقية، وكذلك الجمال، واللطفة، والحسن إذا أدرجناها تحت عنوان (القيم الجمالية...)) (6)

أركان النظام القيمي:

إن التساؤل الذي ينبغي طرحه بعد النظر في هذه التصنيفات، هو ما هو الأساس المعتمد في تصنيف هذه القيم تحت كل عنوان؟

بالرجوع إلى الحدود التي يقوم عليها كل نظام قيمي* (الانسان، الصورة أو ما يحمل الموصوف من معنى، القيمة)، فإننا يمكن القول: إن الأساس المعتمد في تصنيف هذه القيم هو تلك الحدود السابقة الذكر، المترابطة في دينامية، فنحن حينما نحكم على فعل إنسان بأنه فعل خير، نكون قد أطلقنا حكما قيميا على هذا الفعل إنطلاقا من ظلال ورموز الخير، وهنا يصبح الخير قيمة أخلاقية، لأنه يمس السلوك الانساني، وبالتأمل في بنية النظام القيمي السابق، نلاحظ أن كل ركن يمكن أن يكون مجالا لدراسة واسعة، فركن الانسان أو الشخص المبدع للقيمة، والمستقبل لها دور بارز في تحديد

* سيضاف ركن رابع لأركان القيمة، وهو الركن المجتمعي.

واستخراج وظيفة القيمة من منبعها، وتجدد الإشارة إلى وجود اختلاف بين المدلول المعجمي لقيمة ما، والمدلول الحياتي للقيمة نفسها، فلفظ القيمة الذي هو حسب (برنت روبن)، يطلق (... على المبادئ الأساسية التي نعيش في ظلها، مبنية لنا ما ينبغي عمله، وما لا يجب المضي فيه في علاقتنا مع البيئة، ومع من يعيش فيها من البشر...) (7)، قد لا يكون هو نفسه حين تفاعلنا مع محيطنا الاجتماعي.

إن أي إنسان بإمكانه النظر إلى قيمة معينة نظرة مختلفة عن نظرة إنسان آخر في بيئة أخرى، مما يدعم فكرة صراع القيم، التي ترى أن القيم في حركتها خاضعة لنظام جدلي مبني على صراع مستمر (8)، يكون المجال فيه للقيم الجديدة على حساب القيم القديمة.

إننا حينما ننظر نظرة متكاملة لقضية الصراع السابقة، نرى أنها لا تطرح على مستوى القيم الجديدة، والقيم القديمة، وإنما على مستوى صحة وخطأ القيم، من منظور الإنسان.

هذا، ويبقى ركن الإنسان، في النظام القيمي محتلا لمكانة رئيسية، مما يدعم انتشار صفة هذا الركن على مستوى النظام السابق الذكر، وعلى مستوى النظام الاجتماعي، بمعنى أننا نستطيع ادراك التحركات السلوكية للإنسان، وحتى داخل المؤسسة التي يتواجد بها ذلك الإنسان، سواء أكانت مؤسسة اجتماعية أو مهنية.

إن فهمنا لركن الانسان في عملية تأكيد القيم، لا ينبغي أن يكون بمعزل عن الركن الثاني الذي هو صورة القيمة، فمعنى القيمة سواء أكان نظريا كالمعرفة، أم كان نفعيا كأشباع رغبات جسمية، لا يكون له حيز على مستوى الزمان والمكان إلا إذا استقر هذا المعنى على الانسان، بمعنى أن حركية الانسان تكون بما يراه ويتذوقه في الواقع.

أما ركن القيمة فيتحدد حينما تستقر (وحدها) في الوجود، وتكون منفصلة عن الانسان، أو حينما لا يكون لها وجود نفعي.

وما يمكن طرحه كركن إضافي لأركان النظام القيمي السابق الذكر، هو الركن المجتمعي، أو الاطار الاجتماعي الذي من خلاله تفهم القيمة، وتتحدد ملامحها، فالسياق المجتمعي هو المسؤول - بدرجة تابعة لركن الإنسان - عن ابراز صورة القيمة في المجتمع، وهنا تتدخل المبادئ والعادات والتقاليد والدين، في ضبط صورة القيمة، فالمجتمع الذي تحكمه المبادئ والدين، يختلف في فهمه للقيمة عن المجتمع اللاديني، وهكذا.

ولذلك (...) فوجود القيمة هنا، يحدده الشيء الذي يتصف بها، أو الانسان الذي يبدعها، وهو وجود مستقل عن معرفة الانسان للشيء، وعليه، فنسبة قيمة ما إلى شيء بهذا المعنى، ليست خطأ أو وهما، ولكنها مشروطة بالمعرفة الموضوعية للشيء الذي يتصف بالقيمة، وبمعرفة القيمة نفسها (9). هذا، ويمكن - إنطلاقا مما سبق - ايجاد عدة تصنيفات لا متناهية للقيم،

كأن نقول: القيم المجتمعية، القيم العمالية، القيم المهنية، القيم الاخبارية ... الخ.

نلاحظ، أن عملية تصنيف القيم تحت جنس معين عملية ممكنة، إذا كان الشيء المحكوم عليه قيما قابلا لأن يحتوي ذلك الحكم، إضافة إلى معرفة الصورة التي تشع من خلال دلالة القيمة كشيء خاضع للمعرفة الذاتية والموضوعية.

خصائص القيمة:

للقيمة خصائص نورد بعضها كما يلي(10):

1 - مثالية: لأنها تسمو عن المحسوسات وإن كانت تتجسد فيها، وهي ... ليست شيئا بأية حال، وإن كانت الأشياء هي التي تحملها... إن الأشياء التي تستدعي اهتمامنا بما فيها من قيمة لا ترتبط بها، حينما تتبدل قيمتها...، فالقيمة تبقى قيمة، مهما زالت الأشياء التي تحملها وانتفت عنها صفة القيمة.

2 - قابلة للتعرف: إنها تبقى دائما معروفة، رغم موقف الانسان منها، ... فهو لا يستطيع أن يقرر ما هو الخير في ذاته، وما هو الحق في ذاته).

3 - ذات قطبين: إنها إما هذا الشيء أو ذاك الشيء، وهي لا تجمع بينهما رغم وجودها في تناظر منفصل، (... فالعالم إذا نظرنا إليه من حيث وجوده

قلنا عنه أن موجود ولا غير، وأما القيمة فهي إما هذا الوجود أو ذاك الوجود، إنها إما حق أو باطل، إما خير و إما شر (...)، إما سلبي أو إيجابي.

4 - مستقلة إلى حد ما عن الموضوع الذي تظهر فيه: فهي رغم كونها ذات قطبين فإن موضوعيتها شيء فردي (يقع إدراكه في ظروف معينة، بينما القيمة التي تأتي لتحط عليه تبقى واحدة إذا فارقتة فيما بعد.)(11).

5 - تتصف بأنها أسلوب وقوالب وأوضاع التفكير والعمل الانساني وذلك، لأنها تحدد الغايات المرغوبة والمتسحقة اجتماعيا والتي على الأفراد والجماعات أن ينجزوها (12).

6 - تلقائية: ليست من صنع فرد أو بضعة أفراد ولكنها من صنع المجتمع وخلق وعقله الجمعي (13).

7 - تتميز بأنها مترابطة: ... فهي تؤثر وتتأثر بغيرها من الظواهر الاجتماعية.

8 - تعتبر مؤشرا هاما للظروف الاجتماعية (14).

مشكلة القيم:

إن التأمل في الخصائص السابقة تنجر عنه صعوبة في تعريف القيمة، ومهما حاولنا تعريفها، فإننا سنظل بعيدين عن جوهرها، ومن هنا يتولد ما

يسميه (الربيع ميمون) مشكلة القيم، إذ أن تعريفها غير ممكن؛ لأنها تتجاوزنا على الرغم من قربها منا .. ووجودها عجيب يبدو لنا أحيانا أنه مستقل عنا، ويبدو لنا أحيانا أنه تابع لوجودنا وأن لا معنى له بدوننا(15).

هذا، وكل محاولة لتعريف القيمة تعد تبسيطا لبعض دلالاتها، كما نفهمها وكما نلمسها، وعليه يتولد الاختلاف في إطلاق الأحكام القيمية، على شيء معين، من شخص لآخر، ويتدعم هذا الاختلاف حتى في المجالات المتخصصة، فالحكم القيمي على شيء معين بأنه أخلاقي من طرف الفيلسوف، قد يختلف عنه عند عالم الأخلاق. والحكم القيمي على عنصر إخباري معين، من طرف صحفي العالم الغربي، بأنه قيمة اخبارية، قد لا يكون نفسه عند صحفي العالم الثالث، وهكذا.

إن هذه الإشارة للقيمة وخصائصها، تبين لنا بعمق المجال الدينامي لها، إذ نستطيع من خلالها إضفاء الصبغة الحركية على الوجود القائم، والواقع المعيش؛ فوجود الانسان، يمكن أن يتحول إلى قيمة إذا كان لديه هدف محدد في هذا الوجود يسعى إليه، وعليه يمكن القول: إن النظام الاجتماعي لا يمكن أن ينهض إلا على أساس متين من القيم، مما يجعل سيرورة هذا النظام في استقرار، والحقيقة أن استقرار هذا النظام لا يعود إلى القيم في حد ذاتها - كطرف في العملية - بل يعود بالدرجة الأولى إلى الانسان، إذ أن تغيير

الواقع، إنما يكون مسبوقا بتغيير النفس، هذا التغيير إن تحقق، يكون مصحوبا بنظام قيمي معين، وأي خلل يصيب هذا النظام القيمي يكون الانسان مسؤولا عنه.

يفهم من هذا أن الاطار المجتمعي هو الذي يحدد موقف الانسان من القيمة، وتبقى الظواهر الاجتماعية الأخرى في سيرورة مع النظام القيمي، فالظاهرة الاعلامية، مثلا في أي مجتمع خاضعة للبنى الثقافية، والقيمة لذلك المجتمع، وعليه ((فالاعلام سيرورة ثقافية (وسياسية، واجتماعية واقتصادية ...) وإنتاجه يمر عبر معالجة ثقافية، وما قد يظهر تقنيا في مفهوم الإعلام للوهلة الأولى، يتحول إلى كيان ثقافي في سياق النظام الاجتماعي(16).

إن هذا الكيان الثقافي يتدعم إذا كانت الوسيلة الإعلامية تنتج المعلومات، وتمارس غرس ما تحمله تلك المعلومات من معاني في عقول المستقبلين، ونلمس تجليات الظاهرة الإعلامية هنا، من خلال ردود الفعل السلوكي للجمهور المستقبل للرسالة إنطلاقا من كون العملية الإعلامية تعبير عن علاقة قوية بين أطراف متعددة.

والحقيقة لو أننا نظرنا بنظرة أخرى، لعلاقة الظاهرة الإعلامية بالبنى الثقافية والقيمية لأي مجتمع، للاحظنا أن تجليات الظاهرة الإعلامية يمكن أن تتدخل، من حيث كون المعلومات المتضمنة في الرسالة الإعلامية لا تمثل حقيقة البنية القيمي والثقافية لما ينبغي أن يكون عليه المجتمع، كما هو حاصل في بعض البلدان الاسلامية.

2 - القيم الإخبارية:

إن القيم الإخبارية هي (...) مجموعة المعايير المادية والذهنية التي على أساسها يتم تحويل الحدث إلى خبر صحفي، فالقيم الإخبارية هي الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث والجمهور، وهي التي تكشف عن جوهر الحدث وعن استخدامه الاجتماعي أي تحويله إلى موضوع للاطلاع والمعرفة والفهم (...) (17)، ويشير سيتوارت هول (Stuart Hall) إلى أن القيم الإخبارية ... من أعوص معاني البنيات في المجتمع المعاصر (18)، لما تحمله من معاني إيديولوجية وذهنية.

إن هذا يدل على أن تمايز الأنظمة الاجتماعية والقيمية والإعلامية على مستوى العالم، يفرض وجود تمايز على مستوى سياسات الإعلام، وعلى مستوى طبيعة القيم الإخبارية التي يقدمها كل نظام.

ومنه فدلالة القيم الإخبارية، توحى بوجود بنية معقدة الخبر، على أساس أن أبعاد القيمة متعددة، فهي نظرية أو نفعية، وهي فكرية وإيديولوجية وحتى دينية.

ويقوم الإقتراب من الفهم الدقيق للقيم الإخبارية على أساس، فهم مغزى الحادثة (التي تنتقل إلى الجمهور)، وتفاعلها مع الوسيلة الإعلامية، فكل وسيلة لها قيمها الإخبارية الخاصة بها التي تنبع من طبيعتها.

هذا، ويبقى الفهم الدقيق للقيم الإخبارية في علاقة تلازمية مع عناصر لها علاقة، بما ذكر أعلاه، وهي القيم والعادات الاجتماعية التي تنتج فيها

الأخبار، قيم وإيديولوجية القائم بالاتصال، قيم الجمهور، إضافة إلى إيديولوجية السلطة السياسية، ثم السياق الذي يحرك تلك العناصر، هذه الأمور السالفة الذكر، يمكن أن نسميها (موجهات القيم الإخبارية)؛ لأنها تمثل جملة الأسس النظرية التي تتدخل في تشكيل القيم الإخبارية، أو الأسس التي على ضوئها يقيم الخبر.. إن موجهات القيم الإخبارية، لا تعمل بمفردها، بل هي في علاقة دينامية مع ما يقابلها في الواقع، كممارسة.

ومن هنا ننتقل إلى مستوى آخر يمكن أن نطلق عليه (تجليات القيم الإخبارية)، بمعنى أنها تظهر كرد فعل لممارسة احترافية، محكومة بمحركين إثنين هما: السلطة السياسية، والمؤسسة المهنية.

وبمعنى آخر، تكون كل من (موجهات القيم الإخبارية)، و(تجليات القيم الإخبارية) خاضعة في بنيتها لعلاقة ثنائية إنجذابية، غير (تصادمية)، هي ثنائية السلطة، والمؤسسة، فمضمون الرسالة الإعلامية* إنما يكون في أغلب

* يقسم كل من (ملفين ل. ديفيلز)، و(ساندرا بول. روكيتش) مضمون كل وسيط إعلامي إلى ثلاث درجات:

أ - المضمون الهابط: ... يساهم في تخفيض مستوى الذوق وإفساد الأخلاق، أو الإثارة، للقيام بسلوك غير مقبول اجتماعيا.

ب - المضمون الذي لا يشير الجدل: هذا المحتوى لا يرفع مستوى الذوق ولا يحط من قدره، كما لا ينظر إليه على أنه يهدد المستويات الأخلاقية.

ج - مضمون الذوق الراقى: ... إنه المحتوى الذي يشعر النقاد الاعلاميون بأنه يقع ضمن الذوق الأفضل، وأنه لا يرقى بالأخلاق والتعليم.

أنظر: ديفيلز، ملفين و روكيتش، ساندرا بول. نظريات وسائل الاعلام. ترجمة كمال عبد الرؤوف، الطبعة العربية الأولى، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1993، ص 198 .

الأحيان تابعا للبنية الفكرية للسلطة، الذي تركز وجوده المؤسسة الصحفية أو غيرها، ولمعرفة ما سبق، ينبغي الاقترب من تحليل عنصري السلطة السياسية وعلاقتها بالإعلام، والمؤسسة الصحفية

3 - علاقة السلطة السياسية بوسائل الإعلام:

تطرح إشكالية علاقة السلطة السياسية بوسائل الإعلام في كل دول العالم، بحكم طبيعة بنية المؤسسة السلطوية التي تقوم أساسا على ممارسة السلطة، وليس على أساس إنتاج المعرفة، فممارسة السلطة كفعل يحدد لنا عنصرين: عنصر حاكم، وعنصر محكوم، وطبيعة العلاقة بين العنصرين السابقين هي التي تحدد ميكانيزمات التحكم في وسائل الإعلام، لأن أي سلطة لا تستطيع أن تستمر بدون معرفة وبدون معلومات، (فقد ترابطت السلطة مع المعرفة بصورة وثيقة في كل الأزمان) (19).

وما دامت المعلومات التي تبث عن طريق وسائل الاعلام تساهم إلى حد ما في تشكيل وعي المحكومين، فإن السلطة السياسية في كل بلد تسعى لتهيمن على وسائل إنتاج المعلومات فتكيفها حسب أفكارها وخطها الايديولوجي*، إضافة إلى ذلك (... فهي تراقب بصفة مباشرة أو غير مباشرة

* إنتاج المعرفة تابع لممارسة السلطة. يرى داوونج Dowling أن الطبقة الحاكمة تمارس هيمنتها على العاملين في المؤسسات الاعلامية عن طريق (ميكانيزم ضبط معين)، الذي يلزمهم باستيعاب ايديولوجية الطبقة الحاكمة، أنظر: حلمي خضر ساري. صورة العرب في الصحافة البريطانية. ترجمة عطا عبد الوهاب، الطبعة الأولى، بيروت مركز دراسات الوحدة العربية، 1988، ص 180 .

وسيلة الاعلام الأساسية ...) (20).

وبلاحظ كل من، (جون مارتين) و(جروفر شودري)، أن أغلب الدول (...) لم تكن لتلتفت لوسائل الاتصال لولا أمران، الأول هو الأفكار التي تقوم وسائل الاتصال ذاتها بنشرها، والثاني هو أن الدولة لديها بعض الأفكار الخاصة بها، والتي ترغب في أن تجعل الناس يلتفون حولها (...) (21).

ونستطيع من خلال ما سبق، تأييد النظرة البنيوية التي (...) تفترض أن السيطرة على المعلومات ستؤدي إلى ضمان بقاء النظام الاجتماعي (...) (22)، وفي المجال نفسه - تقريبا - ترى (جيهان رشتي)، أن (...) النقل الفوري للمعلومات يشكل مركز ثقل مضاد للسلطة القائمة) (23).

وبالتأمل في بنية طبيعة السلطة نصل إلى أن تلك البنية تقتضي الهيمنة على الإتصال ووسائل الإعلام؛ لأن هذا سيساعد على استمرارية السلطة وتقويتها.

والحقيقة أن اختلاف الأنظمة الاجتماعية والقيمية وحتى الإقتصادية، لها دورها الكبير في تحديد علاقة السلطة بوسائل الإعلام، فهذه الأخيرة تشكل سلطة رابعة في الدول الغربية، تضاف للسلطات الثلاث (التشريعية، التنفيذية، القضائية) مع الوعي المسبق بوجود تبعية جزئية للنظام السياسي، بينما هي في بلدان العالم الثالث تابعة للسلطة السياسية ومعبرة عن خطها

هذا، ورغم التباين في حدة علاقة السلطة بوسائل الإعلام في الغرب وفي العالم الثالث، فإن هناك ميكانيزمات - تكاد تكون مشتركة - تستعملها دول انعام للتحكم في وسائل الإعلام - شكلا ومضمونا - نوجزها فيما يلي:

ا - الميكانيزم التشريعي.

ب - الميكانيزم المالي.

ج - ميكانيزم الرقابة.

أ - الميكانيزم التشريعي: إذا كانت السلطة هي التي تحكم، فهي التي تسن القوانين (قوانين الإعلام، الدساتير...)، التي تسير بموجبها وسائل الإعلام، وهنا تصبح الرسالة الإعلامية مقننة تخضع في سيرورتها الإجتماعية لقوانين ولوائح، لا تأخذ بعين الاعتبار - دائما - مصلحة الجمهور وحاجاته، التي تتبدل وتتغير، في حين تبقى مصالح السلطة ووجودها محفوظين بتلك القوانين واللوائح.

* يرى وليام روف أن هناك عدة دوافع تسمح لوسائل الاعلام في البلدان ا... من أن تكون سلطة رابعة، مثل: المحيط السياسي والاجتماعي الذي يحول... وجود صحافة مستقلة إلى حد التأثير السياسي للحكومة. أنظر: عزي عبد الرحمان. الصحافة العربية قراءات تقيمية في تالوث وليام روف. ضمن مجموعة من الأستاذة تحت إشراف عزي. عالم الاتصال. بن عكنون: ديوان المطبوعات الجامعية ص 164، وما بعدها - بتصرف -

وفي هذا المجال يرى (صالح بن بوزة) في دراسته عن (السياسة الإعلامية الجزائرية)، أن هدف قانون الإعلام لسنة 1982 إنما هو (... سياسي أكثر مما هو إعلامي ... حيث يركز على قضية محورية وهي (التوجيه) بغرض إحكام تبعية الإعلام للنظام في كل جزئياته) (24).

إن كل سلطة سياسية تضع قوانين تحكم المؤسسات الإعلامية تعلم مسبقاً أنها لا تحترم تلك القوانين في الممارسة الميدانية، وبالتالي يصبح الميكانيزم التشريعي سطحيًا - حسب (جون مارتين) و (جروفر شودري) -، لأن الغرض منه هو التحكم في الجمهور وحماية هيكل السلطة السياسية (25)، ونستطيع أن نتبين ذلك من خلال ما يلي:

- عدم مطابقة القوانين الإعلامية أو السياسية الإعلامية للممارسة الميدانية، فقد تبين من نتائج دراسة عن القائمين بالاتصال في الجزائر أن نسبة 62٪ من الصحفيين ترى أن قانون الاعلام لسنة 1982 غير مطبق (26). وقد نجد على مستوى القوانين الإعلامية، أن حق المواطن في الإعلام مضمون، لكن حينما نلقي نظرة على مدى تطبيق تلك القوانين في الواقع المعيش نجد أن وسائل الإعلام تعكس ما يحتاجه النظام السياسي، لا ما يحتاجه المواطن، فقد لاحظ (نبيل دجاني) في دراسة قدمها لليونسكو، أن الصحافة العربية لا تهتم بمشاكل المواطن المتوسط، ولاحظ أن الأنظمة الصحفية الأربعة (العربية)، تحول إنتباه القارئ من مشاكل إجتماعية وسياسية حقيقية إلى مشاكل هامشية لا تهم سوى السلطة (27).

إذا فالمعلومات التي تصل إلى الجمهور تكون قد مرت ببوابات، تقرر ما يدخل وما يخرج يقول (كورت لوين) Kurt Lewin إنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور نقاط أو (بوابات) يتم فيها إتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج(28).

- إن حرية الصحافة* من خلال القوانين الإعلامية ليست ذات دلالة، لأن خضوع المؤسسة الصحفية لمراقبة السلطة يفقدها حريتها في تغطية الأحداث والتعليق عليها، فقد لاحظ كل من (دافيد. هـ) و (ويفر. ج) David H., Weaver G. (في دراسة قدمت لليونسكو (1975) أن خمسين وكالة أنباء، من تسعين وكالة مراقبة من طرف حكومتها (...)(29).

- فيما يخص الملكية، فإن النظام السياسي، في كل دول العالم، حريص على أن تكون وسائل الإعلام تابعة له بصفة مباشرة، كالسيطرة المالية على وسائل الإعلام، وهنا يشير (روجي كلوس) Roger Clausse إلى أن التمويل (... يحدد بشدة نشاط الوكالات...)(30)، أو بممارسة الضغوطات على القائمين بالاتصال.

وبصفة مباشرة، كأن تنص القوانين الإعلامية على تولي السلطة السياسية تسيير بعض المؤسسات الإعلامية، أو تنص على تبعية وسائل الاعلام للقطاع

* للاطلاع على إجراءات توقيف بعض الجرائد، وحبس بعض الصحفيين في الجزائر: بوراده حسين. الاصلاحات السياسية في الجزائر 1988 - 1992 . رسالة ماجستير، معهد العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر، 1994 ، ص 144 ، 145 .

العام، وفي الحالتين فالمستفيد من ذينك التقسيم والتقنين هو النظام السياسي.

ففي الأولى يعمل النظام السياسي على تشديد قبضته على وسائل الاعلام، فيوجهها نحو تدعيم وجوده وإضفاء مكانة على الوضع الذي يناسبه، ويتأكد ذلك في معظم دول العالم الثالث، إذ يلاحظ (نبيل دجاني)، أن في ثلاثة بلدان من الأربعة المدروسة (الجزائر، السعودية، مصر، لبنان) ما عدا لبنان، فإن الصحافة في خدمة السلطة السياسية، كما لاحظ الباحث أيضا، أن (... رأي السلطة هو السائد وليس الرأي العام ...) (31)، وفي الجزائر فقد وضع النظام السياسي منذ الاستقلال (... يده على هذا القطاع الاستراتيجي (الاعلام ...) (32).

وفي الثانية يسعى النظام السياسي لأن تكون بنية المادة القانونية قابلة للتأويل، والفهم حسب ما يريد، فيفسر المادة الفلانية وفق ما يتماشى والخط الايديولوجي له.

ومن هنا يبقى التشريع الإعلامي في ظل الأنظمة المستبدة إعلاميا، رهين المصالح الذاتية للسلطة، وللتدليل على ذلك نجد أن الخدمة العامة في مجال الإعلام غير مطبقة، وأن المصلحة الذاتية للسلطة تكيف بشكل يجعلها مصلحة عامة.

غياب النقد والنقد الذاتي: إنَّ أيَّ نظام سياسي لا يقبل أي نقد، وأي توجيه من طرف وسائل الإعلام.

هذا ، ويقدر درجة هيمنة النظام السياسي على وسائل الاعلام ، تكون درجة النقد ، فكلما كانت الهيمنة كلية إنعدام النقد من وسائل الاعلام ، وكلما كانت الهيمنة جزئية يصبح النقد ممكنا .

وللتدليل على ذلك ، فإننا نلاحظ إنعدام النقد في الأنظمة السياسية الأحادية ، التي تخضع لسلطة مركزية واحدة ، بينما يكون النقد متيسرا في الأنظمة التعددية ، من طرف إعلام المعارضة . كما نلاحظ على مستوى دول العالم الثالث ، أن نقد النظام السياسي يكاد ينعدم ، بحجة أن أنظمة تلك الدول هشة لا تقوى على مواجهة نقد الصحافة ، والمعارضة لها .

وبانتقالنا إلى المستوى الثاني (النقد الذاتي) ، فإننا نلاحظ أنه مرتبط ، بنقد السلطة ، ولذا فهو ينعدم على مستوى القائمين بالاتصال (شعوريا) ، بحكم خضوعهم للوائح المؤسسة الإعلامية ، (وقد يكون هذا المؤثر الأساسي في عملية انتقاء الأخبار) (33) .

هذا ، وقد يمارس القائمون بالاتصال النقد الذاتي ، لكن ذلك يبقى على المستوى اللاشعوري لأنه يصطدم بالجزاء والعقاب اللذين يتصورانهما في إطار مؤسستهم .

ب - الميكانيزم المالي : ترى البنيوية أن (... تقديم إعانات مالية كثيرة أو قليلة إلى بعض منافذ الإعلام ، ينظر إليها على أنها إنعكاسات لنوع البنية الاجتماعية التي تعمل فيها وسائل الإعلام هذه ...) (34) .

إن هذه النظرة تخضع للنسبية، لأننا لو أخذنا البنية الإجتماعية كأساس لتقديم الإعانات المالية لوسائل الإعلام، لقلنا: إن الدول الفقيرة ماليا، لا تقدم إعانات مالية لوسائل إعلامها، وبالمقابل نقول: إن الدول الغنية ماليا تقدم إعانات مالية لوسائل إعلامها.

ومن هنا يمكن صياغة نظرة البنيوية لهذا العنصر، كما يلي: إن (تقديم إعانات مالية كثيرة أو قليلة لوسائل الإعلام ينظر إليها على أنها انعكاسات لنوع البنية الإجتماعية التي تعمل فيها وسائل الاعلام هذه) (35)، إضافة إلى المصلحة الذاتية للممول، التي تمثلها (السلطة السياسية، الجماعات المالية، جماعات الضغط).

إن الميكانيزم المالي، ذو فعالية كبيرة، يقلب وسيلة الإعلام من وسيلة معارضة إلى وسيلة مؤيدة خاضعة، وعليه فإن السيطرة المالية لا تكون مستقلة البتة عن السيطرة السياسية، وفي هذا المجال يرى كل من (لنت 1974) و(هاستن 1975) (بأن السيطرة الإقتصادية على الوسائل الإعلامية لا يمكن تمييزها عن السيطرة السياسية، وأن هناك تطابقا بين الإثنين) (36).

هذا التطابق له تأثيراته على مستوى الممارسة المهنية إذ تصبح الحرية بالنسبة لوسيلة الإعلام (المسيطر عليها ماليا وسياسيا)، مجرد خرافة، لا يمكن تحقيقها، لأن (كل صحيفة أو وسيلة إعلام - تقع تحت رقابة جماعة مالية ليست حرة ...) (37).

ج - ميكانيزم الرقابة: إن الميكانيزم التشريعي، والميكانيزم المالي، غير كافين، لإحكام القبضة على مضمون وسائل الإعلام، لأن اللوائح القانونية وحدها لا تفي بالغرض الذي تستدعيه مصلحة النظام السياسي المتغيرة.

ويسترشد النظام السياسي في كل بلد بميكانيزم الرقابة عن طريق ما يسميه (كورت لوين) Kurt Lewin بحارس البوابة، ويرى «منيرك ناصر» أن ... المعايير التي يطبقها حراس البوابة في العالم الثالث، لغربلة المعلومات والحكم على قيمة الأحداث ليست إلا مؤشرات على التداخل الوثيق بين نظام الإعلام المحلي، وبين المناخ السياسي، والثقافي في بلد ما (38).

الحقيقة أن طبيعة كل رقابة تستدعي فرض منظومة معينة من المعلومات التي لا تتعارض مع ايدولوجية النظام، ففي الغرب مثلاً، (... تميل وسائل الإعلام.. إلى التأكيد على ما يريده الجمهور لا على ما يحتاج إليه الجمهور (...)(39)، بينما نجد العكس في العالم الثالث.

إن ممارسة السلطة السياسية للرقابة على مضمون وسائل الإعلام، يؤدي إلى إنعدام المراقبة الذاتية، التي يمارسها القائمون بالاتصال على ذواتهم.

ونرى من خلال ما سبق أن السلطة السياسية مسؤولة عن تكوين ما أسميناه (موجهات القيم الإخبارية)، وسنتطرق الآن إلى المؤسسة الإعلامية، مبينين تبعيتها للسلطة السياسية.

4 - المؤسسة الاعلامية، وتجليات القيم الإخبارية:

لاحظنا في الأول، أن بنية السلطة السياسية تستدعي الهيمنة على وسائل الإعلام، وبالتالي الهيمنة على المؤسسة الإعلامية.

وسنحاول في هذا المستوى من التحليل أن نأخذ المؤسسة الإعلامية كعنصر من العناصر المساعدة والمحددة لتجليات القيم الإخبارية، إضافة إلى كونها معبرة عن إيديولوجية السلطة، مركزين على العوامل التي حددها (لاسويل)* بمقولته: من، قال ماذا، لمن، بأي وسيلة، وبأي تأثير.

من: ترمز للقائم بالاتصال في إطار المؤسسة الإعلامية، ويعد هو العنصر الفاعل والفعال في عملية إنتاج المعلومات وانتقائها، وانطلاقا من (السلطة = المؤسسة الإعلامية) فإن القائم بالاتصال - في أغلب الأحيان - يعمل بمنظار سلطته، خضوعه للوائح السياسة الاعلامية، خضوعه لمسؤوليه...

ومن هنا فإن (موجهات القيم الاخبارية) - من منظور السلطة - تفرض نفسها على القائم بالاتصال، مما يؤدي في الأخير إلى تبعية (تجليات القيم الاخبارية)، لايدولوجية السلطة، وتصبح بذلك القيم الاخبارية (موجهة) تعنى بشخص السلطة السياسية أكثر من إعتنائها بالجمهور.

* اقتبس هذا الاستعمال، من دراسة الأستاذ عزوي، الاعلام والتسيير في تجربة الجزائر، سبق ذكرها.

والحقيقة أن العمليات السابقة لا تتم إعتباطاً، بل لها قوى سيكولوجية واجتماعية وسياسية تحكمها، فمن اللحظة الأولى التي يبدأ بها القائم بالاتصال في عملية جمع وانتقاء الأخبار والمعلومات، يكون قد تعرض لنوعين من التأثير، الأول: تأثير هامشي، والثاني تأثير مركزي.

1 - التأثير الهامشي: ونعني به تلك القوى التي تمارس تأثيرها على القائم بالاتصال، وتحتل مكانة هامة على مستوى وعيه، دون أن تمارس سيطرتها، على مضمون الرسالة الاعلامية، ويدخل تحت هذا التأثير.

أ - الضمير الصحفي: كثيراً ما يمارس القائم بالاتصال - في إطار مؤسسته - تحريف أو تشويه الحقيقة أو المعلومات. وهذا ما يجعله يشعر بالذنب، ووخزات الضمير، فيحاول بعد ذلك إراحة ضميره مستعملاً، أسلوب الكتابة بدون توقيع (40)، أو أسلوب التضمين والتلميح.

ب - قيم القائم بالاتصال: تتعارض في بعض الأحيان قيم القائم بالاتصال مع القيم التي تحتويها الرسالة الإعلامية، أو مع قيم المؤسسة الصحفية، وفي هذا المجال يشير (... دارسو سلوك المنظمات إلى ظاهرة تماثل القيم، حيث يستبدل العاملون أولوياتهم الخاصة بأولويات المؤسسة ...) (41).

2 - التأثير المركزي: نعني به تلك القوى التي تمارس تأثيرها على القائم بالاتصال وعلى مضمون الرسالة الاعلامية، ويدخل تحت هذا التأثير.

أ - النظام السياسي: يحرص القائم بالإنصال - في إطار مؤسسته - أن يكون ممثلاً لإيديولوجية النظام السياسي، من خلال تطبيق القوانين واللوائح المسطرة سلفاً.

ب - النظام الاجتماعي: يعتبر من العوامل التي تمارس تأثيرها على القائم بالإنصال، ففي أغلب الأحيان يكون النظام السياسي تابعا للنظام الاجتماعي، وفي هذه الحالة يمارس هذا الأخير ضغطه، وتأثيره على القائم بالإنصال ليكيف مضمون الرسالة الإعلامية (كقيم إخبارية) حسب الهيكل العام للمخيال الاجتماعي.*

ج - قاعة التحرير وسياسة الناشر: يلعب الجو الداخلي لحجرة الأخبار دوراً كبيراً في تحديد نوعية المضامين الإعلامية إذ يحرص القائم بالإنصال على تطبيق الأهداف التي سطرته مؤسسته الإعلامية (42).

إذا فالتأثير المركزي - الذي يتعرض له القائم بالإنصال - هو الذي يحدد طبيعة تجليات القيم الإخبارية (كمضمون إعلامي)، في إطار المؤسسة الإعلامية .. (ويتضح أن الجهة المبادرة في إحداث أو إنتاج المنتج الإعلامي، تحدد نوعية، هذا المنتج ومساره في تحقيق الأهداف المسطرة) (43).

* اقتبس هذا المفهوم من عند محمد عابد الجابري، ويعني ... جملة من التصورات والرموز والدلالات والمعايير والقيم التي تعطي للإيديولوجيا السياسية، في فترة تاريخية ما، ولدى جماعة اجتماعية منظمة، بنيتها اللاشعورية. أنظر: الجابري. العقل السياسي العربي محدثاته وتجلياته، الطبعة الثانية، المركز الثقافي العربي، 1991، ص 16 .

قال ماذا؟ : تبرز هنا (تجليات القيم الاخبارية)، كمضمون إعلامي قابل للاستهلاك، وعاكس في الوقت نفسه لصورة المسيطر على موجهات القيم الاخبارية، سواء أكان ذلك المسيطر سلطة سياسية، أم كان هيئة ما.. (وقال ماذا) كمضمون إعلامي يحتل اهتماما هاما لدى من يسيطر على الإعلام (وسيلة ومضمونا)، في المرحلة الأخيرة من المنتج الإعلامي، إذ في هذه المرحلة يتبين (... ما إذا كانت هذه المضامين تعكس في تطبيقاتها إنسجاما في التصور والاستراتيجية المحددة أم أن هذه الأخيرة تتضمن تبعثر هذا التصور أو غيابه أو بروز محتويات مقلقة أو معارضة...)(44).

ويمكن ملاحظة مضمون الرسالة الاعلامية - إنطلاقا مما سبق - وما إذا كان عاكسا للتصور والاستراتيجية المحددة، بالتأمل في (تجليات القيم الاخبارية)، وفي بنية تلك القيم، لمعرفة البعد والدلالة اللذين يشعان من الأخبار، كأن يعني في الأخبار بإضفاء صفة السلم على جهة (رئيس، زعيم... لا تعمل من أجل السلم، أو إضفاء صفة الايجابية على أمور تتسم بالسلبية، لأن ذلك يدعم وجود المسيطر على الاعلام).

هذا، ويستطيع المسيطر على الاعلام أن يكيف (تجليات القيم الاخبارية)، حسب الظرف الزماني والمكاني، الذي يتواجد فيه، وذلك عن طريق توظيف (موجهات القيم الاخبارية)، وغالبا ما يكون الأسلوب التالي هو المستعمل.

1 - الأسلوب اللفظي: تحتل الألفاظ مكانة هامة في تكوين الرسالة الإعلامية، لما لها من دور في تشكيل، وإعطاء الدلالات والأبعاد المعبرة عن الخط الإيديولوجي للسيطر على الإعلام، ولذلك يحرص القائم بالاتصال على استعمال منظومة لفظية معينة في تحرير الرسالة الإعلامية، مثل: السيادة، التعاون، الخدمة العامة، المصلحة العامة، دون إغفال السياق الذي تعمل فيه الألفاظ.

ومن المنظومة اللفظية المستعملة، تشكل مسميات القيم الاخبارية، كأن نقول: النخبة للدلالة على مجموعة معينة، وبداخلها في سياق التحرير الاخباري، تصبح النخبة + صفة معينة، ذات معنى آخر (مثل: النخبة السياسية)، ويمكن القول هنا: إن صياغة القيمة الاخبارية، إنعكاس للإحتياط الدلالي والمعرفي لما يحمله القائم بالاتصال.

2 - الصور الفتوغرافية والكاريكاتورية: تؤدي الصور الفتوغرافية والكاريكاتورية دورا بارزا، في توضيح وترسيخ ما يريده القائم بالاتصال، في ذهن المتلقي، وفي بعض الأحيان قد تكون الصورة - وما تحمله من دلالات - أكثر فعالية من نص الخبر، ويكون ذلك حينما تأخذ الصورة الاهتمام الأكبر لدى المتلقي.

وعليه فإن للصورة قيمة إخبارية، تشع من الأبعاد التي نعطيها لها، ... فصورة متظاهر يضرب شرطي بقدمه، لها قيمة إخبارية، لأنها تعبر عن حدث

واقع، فيه (عنف) ودراما ...) (45)، ويلاحظ ستورات هول Hall أن الصورة الإخبارية يمكن أن تحتوي على موضوع إيديولوجي (46)، ويتضح من خلال ما سبق، أن المكتوب والمرئي (الصور الإخبارية)، يساعدان إلى حد ما على إظهار وإبراز قيم إخبارية معينة، إضافة إلى القيمة والمغزى الإيديولوجي المضمنين في القيم الإخبارية.

في أي قناة؟ : تلعب الوسيلة الإعلامية الدور الفعال في نقل الرسالة، وعلى الرغم من أن الوسيلة هي الرسالة - حسب ماكلوهان - فإن هناك تباين في طبيعة كل مضمون إعلامي، وبالتالي التباين في كيفية إستقبال كل وسيلة إعلامية لموجهات القيم الإخبارية، فالتلفزيون يختلف عن الجريدة في كيفية تقديم مضمون إعلامي وحتى على مستوى قيم الأخبار، فإن للتلفزيون قيما إخبارية، لا تستعملها الجريدة، ومن هنا، فالوسيلة الإعلامية تشارك في تحديد القيم الإخبارية الخاصة بها.

لمن؟ : يعتبر الجمهور النقطة الأخيرة في العملية الإعلامية، وعليه يأخذ القائم بالإتصال الجمهور كهدف وحيد لكي يوصل له المضمون الإعلامي كما سطره المسيطر على الإعلام.

فعلى مستوى (تجليات القيم الإخبارية)، يحرص القائم بالإتصال على تكييف واستخدام قيم إخبارية تتضمن إيديولوجية المسيطر على الإعلام، بغرض التأثير على ذهن المتلقي، وفي أغلب الأحيان لا يستقبل الجمهور

الرسالة الإعلامية، كمضمون قابل للإستهلاك، وإنما يعيد (... إنتاجها بطريقة خاصة أو يعدلها أو يغيرها أو يتجاهلها) (47)، وهذا ما يطرح قضية مصداقية الوسيلة الإعلامية عند الجمهور.

لقد لاحظنا خضوع القيم الإخبارية لثنائية إنجذابية هي ثنائية السلطة السياسية، والمؤسسة الصحفية، وسنتعرض الآن لعامل مهم له دوره الفعال في تحديد طبيعة القيم الاخبارية، وهو الإيديولوجية.

5 - القيم الاخبارية والايديولوجية:

يقول (هاربرت غانس) Herbert. j. Gans: (إذا انطوت الأخبار على قيم ما فإنها تنطوي كذلك على الإيديولوجية، ومع ذلك فإن تلك الإيديولوجية هي حاصل جزئي فقط عبر كامل القيم، التي هي ليست لا بالمنسجمة تماما، ولا بالمندمجة كلية) (48).

ما يفهم من مقولة (هربارت)، هو أن القيم الإخبارية عبارة عن بنية قيمية وإيديولوجية وذهنية، وليست عبارة عن رصد أحداث وقعت، أو عناصر إخبارية لا تعكس مضمون القيمة التي يحملها الخبر، ومنه فالحدث ينبغي أن يضمن بقيم وإيديولوجية القائم بالاتصال..أو قيم وإيديولوجية المسيطر على الإعلام كالسلطة السياسية مثلا.

هذا، وتجدر الإشارة إلى ما سمي (موجهات القيم الإخبارية)، إذ يمكن أن تكون هذه الموجهات هي القيم والإيديولوجية التي تعكسها الأخبار، لكن

ذلك يتم عبر نسبية تخضع للوعاء الذي يحتوي القيم والايديولوجية، سواء أكان ذلك الوعاء أخبارا، أم كان صورا إخبارية.

لكن كيف يمكن الاقتراب من إثبات ما ذكرناه؟

الحقيقة أن الإجابة على هذا السؤال، تستدعي الحديث عما أسميناه (تجليات القيم الإخبارية)، إذ هنا نستطيع أن نتبين ونستدل عما هو إيديولوجي وقيمي، وذلك من خلال المثالين التاليين:

- خبر ما، محوره الرئيس، شخصية معينة (التشخص) تصرح بضرورة التعلق بها، وبأفكارها، فهذا هنا يكون التصريح إيديولوجيا.

أما إذا لم تصرح هذه الشخصية بما سبق ذكره، وصرحت بضرورة التعاون، وفعل الخير مثلا، يكون تصريحها ذا دلالة قيمية.

- صورة فتوغرافية، (...) لمتظاهر يضرب شرطي بقدمه، لها قيمة إخبارية ... لأنها تعبر عن حدث درامي (49)، ويمكن أن تنطوي هذه الصورة على إيديولوجية إذا ما أعطيت الصورة أبعادا أخرى، ومن ثمّ يمكن أن تتحول تلك الأبعاد لإيديولوجية.

هذا، وينبثق مما سبق، تصور تؤسس على ضوئه، قاعدة عامة، يمكن تسميتها قاعدة التضمين، التي تعني تضمين الخبر بإيديولوجية، وقيم القائم بالاتصال، الذي (...) يختار القيم في العرض، ويعكس معتقداته بالنسبة

لمهنته وبالنسبة للعالم كله... وهذا ما يطلق عليه المستوى الفكري في القيم (50)، ومما سبق يمكن القول: إذا كانت (موجهات القيم الإخبارية)، عبارة عن إيديولوجية معينة، فإن تجليات القيم الإخبارية تكتسي الصبغة الإيديولوجية نفسها.

6 - القيم الإخبارية والقيم المجتمعية:

يقول (جيرالد يونج) (Gerald Young) من العبث محاولة الفصل بين القيم الإخبارية والقيم العامة، وطنية كانت أو دولية، في أي مجتمع، فالقيم الإخبارية تتكون بنفس العلمية التي تتكون بمقتضاها قيم المجتمع، فعملية تشكيل القيم واحدة (51).

ما يستنتج من كلام (يونغ)، هو أن علاقة القيم الإخبارية بالقيم الاجتماعية علاقة دينامية جدلية، إذ أن نشاط القيم الإخبارية وتجلياتها في الواقع، لهما أساسهما ومرجعيتهما في قيم المجتمع.

هذا، ويمكن إستخلاص مستوى لنشاط القيم الإخبارية يمكن تسميته، (القيم في الأخبار)، حيث تكون القيم المجتمعية متضمنة في الأخبار.

ونعود الآن للشطر الثاني، من رأي (يونغ)، الذي يرى أن عملية تشكيل القيم الإخبارية، والقيم المجتمعية عملية مشتركة.

الحقيقة أن عملية تشكيل القيم المجتمعية عملية جد معقدة تستدعي الحديث عن عملية التفاعل الإجتماعي ومحدداته، قلنا: التفاعل، لأن الالتزام بالقيم يشكل جوهر العملية الاجتماعية، وهذا لا يكون إلا ضمن منظومة متماسكة من القيم.

وقلنا: محدّداته، لأن طبيعة التفاعل الاجتماعي تستدعي وجود ضوابط تضبط حدة ودرجة ذلك التفاعل، ومن هنا نستنتج أن النظام القيمي يخضع للتمايز*، بينما التفاعل الاجتماعي لا يخضع للتمايز، وإنما للاندماج في النظام القيمي**، ومن هنا، فإن (... كل مجتمع ينشئ لنفسه مجموعة منظمة من التصورات والتمثيلات، أي مخيالا، من خلاله يعيد المجتمع إنتاج نفسه، مخيالا يقوم، بالخصوص، بجعل الجماعة تتعرف بواسطته على نفسها، ويوزع الهويات والأدوار ويعبر عن الحاجات الجماعية والأهداف المنشودة.. ومن خلالها تقوم بعملية التعيين الذاتي، تعين نفسها بنفسها وتثبت على شكل رموز معاييرها وقيّمها)(52).

هذا، وتبقى تلك المعايير والقيم في سيرورة مع الزمن تتجلى من خلاله تارة، وتنمحي تارة أخرى لتترك المجال لمعايير وقيم أخرى، تتسم بالجدة. مما

* يقصد أن لكل مجتمع نظامه القيمي.

** يقصد أن التفاعل الاجتماعي، يكون موجودا دائما وتابعا للنظام القيمي.

يجعل بنية المخيال الإجتماعي لأي جماعة معينة وفي زمن معين غير متكاملة، وهذا يؤدي بدوره إلى حدوث بعض الاختلالات على مستوى تفاعل أفراد المجتمع.

لكن، ما ذكر، يمكن أن يعلو إلى مستوى التكامل والاستقرار إذا ما بقيت القيم المجتمعية الأساسية* في علاقة توافقية مع الزمن، بمعنى أنها لا تتغير بتغير الزمن، وذلك ما هو حاصل في المجتمعات الإسلامية التي تسود فيها القيم الدينية والعقائدية.

تتم عملية تشكيل قيم المجتمع عبر سيرورة تاريخية، ودينية، وعقائدية، إضافة إلى ممارسات خارجية يقوم بها أفراد المجتمع لتكييف تلك القيم مع رغباتهم، مما يؤدي إلى انتظامها وتجاوب بعضها مع بعض طبقا للنظام الاجتماعي المستوعب لها.

بعد هذا، ننتقل إلى عملية تشكيل القيم الإخبارية، كبنية قيمية (رسالة إعلامية) تحتل مكانا هاما في النظام القيمي، ثم في النظام الاجتماعي.

إن القيم الإخبارية تتشكل بدرجة كبرى داخل المؤسسة الصحفية، بفعل (موجهات القيم الإخبارية)، إضافة إلى بعض العوامل الاجتماعية الخارجة عن نطاق المؤسسة الصحفية، كالسلطة السياسية مثلا، مما يؤدي إلى اختلاف

* يقصد بها، القيم التي لا تتغير بتغير الزمن كالقيم الدينية.

العلاقة بين القيم الإخبارية والقيم الإجتماعية*، بمعنى أن السلطة - كعامل خارجي مؤثر - لا تمارس تأطيرها للقيم المجتمعية وفقا لايدولوجيتها وتصوراتها، لأن السيرورة التاريخية والدينية والعقائدية هي التي تساهم في تشكيل القيم بينما نجد العكس على مستوى القيم الاخبارية حيث تمارس السلطة تأطيرها لها، وللمضامين الاعلامية، مما يجعل عملية تشكيل القيم الإخبارية قابلة للتغير والتحريف.

نرجع الآن. لعامل السيرورة التاريخية، والأحداث العرضية التي تشد إنتباه وسائل الاعلام، لنرى كيف تعمل القيم الإخبارية في الأوقات غير العادية.

الحقيقة أن الأحداث العرضية، تجعل (...) وسائل الاعلام في حيرة من أمرها لا تعلم إلى من تتحدث(53)، ومن هنا يحرص المسيطر على الإعلام على ضبط المعلومات وتوجيه الإنتباه نحو ما يدعم مركزه، فعلى مستوى التدفق الإخباري في مثل هذه الفترات يكون عمل (موجهات القيم الإخبارية)، ذا وظيفة إنتقائية، مما يجعل دلالة وأبعاد قيم الأخبار متماشية مع تصورات المسيطر على الإعلام، وفي هذا المجال يرى (أحمد بوريون)، أن (...) صحافة القطاع العام خلال الفترة الممتدة من أول أكتوبر 1991 إلى

* يرى (هاربارت غانس)، أن أصول القيم الاخبارية، تنبع من داخل المؤسسة الصحفية.

آخر فيفري 1992، قد عكست انشغالات الطبقة السياسية فقط، إضافة إلى تركيز الأخبار على نشاط الجهات الرسمية (التشخص) (...)(54).

وبناء على ما سبق يمكن صياغة عدة استنتاجات تبين العلاقة بين القيم الإخبارية والقيم المجتمعية.

- القيم الإخبارية جزء من قيم المجتمع: بمعنى أن نشاط القيم الإخبارية لا يكون إلا ضمن وعاء قيم المجتمع، الذي يضبط تجلي قيم الأخبار، وللتدليل على ذلك نلاحظ أن تلك القيم، عندما تصطدم بقيم المجتمع، يؤدي ذلك إما إلى التجلي، أو عدم التجلي، التجلي إذا كانت القيمة الإخبارية تعكس قيمة المجتمع، وعدم التجلي، إن كان العكس.

ففي المجتمعات التي تسود فيها التعاليم الدينية، نجد أن الجنس كقيمة إخبارية يفقد دلالته، لأن قيم المجتمع لا تسمح بتضمين تلك القيمة في الأخبار.

وما دامت القيم الإخبارية جزء من قيم المجتمع، فإن الخبر بإمكانه إحتواء القيم المجتمعية (القيم في الأخبار).

- القيم الإخبارية لا تخضع لنفس المقاييس التي تشكل على ضوءها قيم المجتمع، لأن عملية تشكيل القيم المجتمعية أعقد كثيرا من عملية تشكيل القيم الإخبارية، لأن الأولى تعطي التفاعل الإجتماعي دلالات معينة، تدل على المجتمع المتفاعل، أما الثانية، فهي تابعة لظلال ورموز القيم المجتمعية.

هذا، ويمكن الإستدلال على ما سبق، من حيث خضوع قيم المجتمع لسيرورة تاريخية، ودينية، وعقائدية، ومن ثم يكون المجتمع ككل متكامل هو المسؤول عن تشكيل قيم المجتمع، إنطلاقاً من المبادئ والتصورات العقائدية.

أما بالنسبة لتشكيل القيم الإخبارية، فإن الفرد هو المسؤول عنها، بحكم الانطوائية التي يعيشها داخل المؤسسة المهنية، ويمكن أن تتدخل عوامل أخرى مساعدة في تشكيل قيم الأخبار، كعاملتي السلطة السياسية، والمذهبية.

- بما أن عملية التفاعل الاجتماعي، عملية متداخلة، فإن القيم الاخبارية، والقيم الاجتماعية يخضعان لتداخل نسبي، من خلال:

أ - القيم الاخبارية تابعة لقيم المجتمع (بعد أن تتشكل قيم المجتمع، تأتي قيم الأخبار لاحقاً).

ب - قيم المجتمع تضبط، قيم الأخبار، وتحد من نشاطها وفعاليتها في الواقع.

ج - أي تغير يطرأ على قيم المجتمع، يؤدي إلى تغير في قيم الأخبار.

د - عناصر قيم المجتمع متداخلة إذ يمكن إيجاد قيمة تنطوي تحت القيم الأخلاقية، ثم نجد القيمة نفسها في مجال القيم الجمالية، وهكذا.

هـ - عناصر قيم الأخبار متداخلة، إذ يمكن إيجاد قيمة تنطوي تحت التشخيص (بروز الشخصية)، ثم نجد القيمة نفسها في مجال السلبية، أو

الايجابية.

و - إنشاء النظام القيمي، ومن ثم النظام المجتمعي لهما الأولوية على إنشاء منظومة إعلامية، أو قيم اخبارية.

ز - تمارس الأحداث العرضية*، تأثيرها على موجهات قيم الأخبار مما يؤدي إلى بروز المصلحة الذاتية في الأخبار.

بعد هذه الملاحظات، يمكن صياغة تعريف للقيم الاخبارية، فنقول: إنها تلك المعايير، والعناصر التي تضمن في الأخبار، إنطلاقاً من طبيعة الأحداث التي تحدث في الواقع، وتكون إنعكاساً - يخضع للنسبة - للمعايير والتصورات والقيم السائدة في أي مجتمع، بما يوجه عملية إنتقاء الأخبار ونشرها على ضوء قيم الجمهور، ومدى التأثيرات التي يتوقع حدوثها لدى المتلقي.

بعد هذا ننتقل للموضوعية الخبرية التي تحدد طبيعة قيم الأخبار.

7 - الموضوعية الخبرية:

إن عملية نقل الأخبار، عملية قديمة، ويقسم (فاروق أبوزيد) تطور عملية نقل الأخبار، إلى ثلاثة مراحل:

* تمارس تلك الأحداث العرضية تأثيرها على قيم الأفراد، أنظر: مقدم عبد الحفيظ. مرجع سبق ذكره، ص 21 وما بعدها.

1 - مرحلة الخبر المسموع: في العصور القديمة كانت الأبواق، هي الوسيلة التي بواسطتها تنقل الأخبار، كأعلان الحرب والسلم..(55) كذلك عرفت العصور القديمة والعصور الوسطى (المنادين الذين كانوا يجوبون الأسواق وأماكن التجمعات البشرية.. ليلفوا الرعية وأوامر الحكومة ...) (56).

وما يمكن تسجيله من خلال الفكرتين السابقتين، هو أن عملية الإتصال الشفوي بين الناس هي التي توصل المعلومات.

هذا، ويمكن القول: إن قيم الأخبار - في تلك العصور - كانت مركزة على عناصر معينة، بفعل حاسة السمع، مما يجعل الطرف المستقبل سلبيا، وانطلاقا من هذا يمكن تسجيل بعض خصائص هذه المرحلة كما يلي:

- إن عملية الاتصال الشفوي، تجعل التأثير يتحقق بسرعة بفعل ندرة الوسيلة، واقتصارها على من يفوضون لتبليغ الأخبار.

- في عملية الاتصال الشفوي، يصعب التمييز بين الاشاعة والخبر الصادق.

- في عملية الاتصال الشفوي يكون التركيز على قيم الأخبار التي تحدث الود.

2 - مرحلة الخبر المخطوط: ارتبط بالقراءة والكتابة، وهذا ساعد على نمو إدراك العلاقات بين الأخبار، إذ أصبح بالامكان تقديم خبر واحد في عدة نسخ.

وميزة هذه المرحلة هي:

- انتقال قيم الأخبار من المشافهة إلى المكتوب.

3 - مرحلة الخبر المطبوع: ارتبط ظهوره باكتشاف المطبعة على يد (جوتنبرج) مما ساعد على طباعة عدد كبير من النسخ، من الخبر الواحد، وشهدت هذه المرحلة وصول الخبر إلى أكبر عدد من القراء... (57).

ومن خصائص هذه المرحلة:

- بداية تأسيس بعض جوانب الموضوعية؛ إذ أصبح بالإمكان تقديم عدة نسخ للخبر الواحد، مما يزيد من إمكانية تقديم وجهات نظر مختلفة حول الخبر المقدم.

- أصبحت الصحافة تمثل المعادل الموضوعي Objective correlative، لانشغالات الناس.

- استقلت قيم الأخبار نسبيا، وأصبحت هناك عوامل كثيرة تتدخل في تقديم الخبر، كالتوقيت، والفورية، والتقارب الجغرافي بين الدول.

- سهلت الطباعة تشكيل الصور انطلاقا من الألفاظ المكونة للخبر.

بعد هذه الأفكار، نمهد للحديث عن الموضوعية الخبرية، بالحديث عن الذات والموضوع.

- الذات والموضوع: إن الحديث عن الذات والموضوع تكتنفه صعوبات جمة، خصوصا إن أخذناهما من الجانب الفلسفي، فمثلا، ما هي الذات التي نتحدث عنها؟ هل هي التي تكتب الآن؟ وهل توجد ذات لوحدها دون أن تكون قد تفاعلت مع العالم الخارجي ومع الذات الأخرى؟

وما هو الموضوع الذي نتحدث عنه؟ أهو الموضوع الحقيقي الواقعي، أم هو الموضوع القصدي الموجود في الشعور؟(58).

أ - الذات: (...) تمثل التمظهر الموضوعي للآخر المعمم، أي التقاسيم المنمطة من المعايير المجتمعية التي أدخلها الفرد إلى ذاته (...)(59).

ب - الموضوع: شيء موجود خارج الذات، ويتم إدراكه بواسطتها.

إن هناك علاقة جوهرية بين الذات والموضوع، إذ (تتجه الذاتية، دائما إلى الموضوع ...) (60)، كما يتم معرفة الموضوع بواسطة الذات.

ومن هنا فلا نستطيع تصور الذات بمعزل عن الموضوع، وفي هذا الاطار، صاغ (ت. س إليوت) T. S. Eliot، نظريته في النقد الأدبي المسماة، المعادل الموضوعي، وجوهر هذه النظرية هو (...) أن الطريقة الوحيدة للتعبير عن الانفعال (الذات) في شكل فن تنحصر في إيجاد معادل موضوعي ..(61)، ومن تلك النظرية يمكن القول: إن حاجة الانسان إلى الأخبار تتحدد بناء على وجود الصحافة، أو وسائل الاعلام كمعادل موضوعي لتلك الحاجات.

إن الحديث عن الموضوعية، مرتبط، بوجود الذات والموضوع، فوجود الصحافي (الذات)، ووجود المادة الاخبارية (الموضوع)، يستدعيان الحديث عن الموضوعية في نشر الأخبار. ومن هنا فإن (...) الحقيقة المجردة من الزخرف والزينة ذات قيمة أكبر من الحقيقة المزخرفة.. ولقد شهد القرن التاسع عشر (19)، بداية تدعم الجوانب الفلسفية للموضوعية، بعوامل اقتصادية، فقد كانت الموضوعية أمرا ضروريا وجوهريا، بعد إنشاء وكالات الأنباء، وغيرها من الجهود التعاونية لنشر الأخبار. ولما كان عملاء وكالات الأنباء يعتنقون معتقدات سياسية ودينية مختلفة فإن الأخبار التي يجري تحريفها لصالح أحد العملاء قد تسيئ إلى عميل آخر، ومن ثم فإن التزام الموضوعية بالنسبة للأخبار التي تذاع عبر الخدمة البرقية أصبح ضرورة اقتصادية... (62).

فما هي الموضوعية إذن؟

نصنف نوعين من الآراء، فيما يخص الموضوعية.

- النوع الأول: يرى بأن الموضوعية يمكن أن تتحقق.

- النوع الثاني: يرى بأن الموضوعية لا يمكن أن تتحقق.

أ - النوع الأول: يرى (ب فوين) B. Voyné ، بأن الموضوعية فعل العقل الذي بواسطته سنبني في العالم الخارجي أهدافا ثابتة، لها وجود مستقل عن

الذي لنا والتي يمكن أن نقارن بينها.

إن الموضوعية عند (فورين) ممكنة، فذكر جملة ما بين مزدوجين بالضبط كما كانت، عند النطق.. وحكاية حادث كما جرى، والاعتماد على الشواهد وتأكيدا بالأرقام.. هذه الأمور تجعل الصحافي في نظر (فورين) موضوعيا (63).

- يعتبر (ميلز)، أن الموضوعية قد تعني فقط أن الفرد وصف إجراءاته وطريقته، في الكتابة بوضوح، بحيث إنه إذا استعمل الآخرون نفس الإجراءات والطريقة في معالجة نفس المسألة، فسيصلون إلى نفس النتيجة.. (64).

- يرى (فاروق أبوزيد)، أن الموضوعية تعني عدم تحريف الخبر بالحذف، أو الإضافة (65).

- يرى (هاربارت غانس)، أن الموضوعية تعني إستقلالية إختيار الأخبار، مقابل تخلي الصحفيين عن قيمهم الخاصة (66).

- من خلال الدراسة التي قام بها الأستاذ عزى عبد الرحمان، لاحظ أن كلا من الصحفيين الجدد، وذوي الخبرة يرون أن الموضوعية.

الصحافيون الجدد: قدرة الكاتب على فصل ذاتيته عن هذا الذي يحقق عنه، ويرون أن هناك بعض المعايير والإجراءات التي تمكن المحرر من الكتابة بنوع من الموضوعية، تقديم وجهيتين من النظر عن الحدث المغطي، تقديم أدلة

محسوسة عما يقال، إستعمال أقوال الآخرين، تقديم الأخبار في السلم الترتيبي المتناسق.

إن هذه الآراء تتعامل مع الموضوعية كشيء مستقل بذاته، يمكن تحقيقه بضوابط معينة، تشبه ما وصفته (تشان) بالاجراءات الطقوسية (67).

ب - النوع الثاني: يرى (هالوران) Halloran بأن الموضوعية والحياد، عبارة عن (ألفاظ جوفاء عند استعمالها فيما يتعلق بأخبار وسائل الاتصال الجماهيرية ...) (68).

- يرى (هاربارت غانس)، أن الموضوعية .. لا يمكن أن تبقى (توجد) من دون هذا التحرر (أي حرية تضمين الأخبار)، وأن الصحفيين يضمنون أهدافهم الخاصة وينزعون عن استقلالهم، خصوصا إذا أرادوا عدم الحاق الأذى بأحد (69).

فالمحررون يضمنون قيمهم وإيديولوجياتهم أثناء عملية التحرير، ومن هنا فالحديث عن الموضوعية (الخالصة) أمر لا يحدث.

- ويرى محمد حسنين هيكل .. أنه لا يوجد شيء يسمى الموضوعية في الأخبار (70).

- وفي المجال نفسه يرى (موري جرين) ... أنه لا وجود لأخبار موضوعية لسبب بسيط هو أن الموضوعية لدى أي فرد تعتبر عاطفة، وهوى لدى فرد آخر (71).

مصادر الأخبار والموضوعية:

لاحظ (هربرت سترنز)، (...) أن العلاقة بين المراسلين ومصادر الأخبار التي يلتقون بها يوميا تقريبا تختلف عن العلاقات بين المراسلين، ومصادر الأخبار التي يلتقون بها مرة واحدة..(72).

وأستنتج أن العلاقة الأولى (بفعل الود، والتعاون) تعيق الاقتراب من الموضوعية خصوصا إذا كان الأمر يتعلق بكل ما يستحق النقد.

ويميز (هربرت سترنز)، بين مصادر الخبر، فيقسمها إلى مصادر تقليدية، وغير تقليدية، فالتقليدية مرتبطة بالمراسلين المتخصصين الموجودين دائما في أماكن الأحداث، والعيب هنا، هو تغطية الحادث من وجهة نظر الآخر.

أما غير التقليدية، فتعتمد على:

- استخدام أساليب الصحافة الدقيقة المتقنة.

- سن القوانين الخاصة بحرية التصرف.

- استخدام أعضاء الأقليات، كمصدر للأخبار(73).

نلاحظ من هذين المصدرين، أن الاقتراب من الموضوعية يتجسد في المصدر الثاني.. ويمكن من خلال هذا المصدر، أن نقلص من الرؤية المحدودة، في تغطية الأحداث التي تميل إلى إثبات الوضع القائم.

عملية إعداد الأخبار والموضوعية

عادة ما تتم عملية معالجة الأخبار، في إطار المؤسسة الصحفية، حيث يجد الصحفيون أنفسهم أمام آليات رسمية وغير رسمية، توجه عملية انتقاء ونشر الأخبار فيخضعون لما تمليه عليهم المؤسسة وبفعل اللوائح والقوانين التي يصطدم بها المحررون، أو حتى طبيعة ملكية وسيلة الإعلام، خاصة أو عامة)، أو السلطة السياسية، أو وجهات القيم الإخبارية.

وهنا يكون الصحفي مضطرا لأن يختار حدثا من بين العديد من الأحداث، استنادا إلى تصوره الخاص، ومرجعياته الفكرية.

ولو سلمنا بما قيل، لوجدنا أن الذاتية هي التي توجه عملية انتقاء الأخبار ونشرها، سواء كانت ذاتية الصحفي، أم ذوات الآخرين (الأوامر، الرقابة، اللتين يتعرض لهما الصحفي).

وبعد أن تتم عملية إختيار الحدث، يستعمل الصحفي موروثه اللغوي، لبناء الأخبار، وما يمكن ملاحظته هنا، هو أن الحادث في الواقع الخارجي ثابت، له عين في الوجود، أما اللغة فهي مختلفة ومتفاوتة من صحفي لآخر، ومن هنا فإن وصف أو نقل الحدث يكون وفق ما اكتسبه الصحفي من ألفاظ ومعاني.

من خلال ما سبق يمكن طرح قضية عدم الموضوعية في نقل الحادث من خلال، عدم قدرة تلك الألفاظ والمعاني على استيعاب الحادث الخارجي، فقد

يستعمل صحفي ألفاظا ذات معاني راقية عميقة في وصف حادث بسيط، وهنا يكون هذا الصحفي قد اصطنع وتكلف في بناء الواقعة، وقد يستعمل صحفي آخر ألفاظا ركيكة في وصف حادث جليل وهنا يكون هذا الصحفي قد شوه الواقعة.

وفي تأليف هذه الألفاظ وفق السياق، قد يختلف صحفي عن آخر، في استعمال القواعد النحوية (الرفع، النصب، التقديم، التأخير ..)، وهذا يؤدي إلى اختلال في المعنى والمبنى.

وبناء على ما سبق فإن الأخبار ليست مجرد حقائق يعاد صياغتها بأسلوب لفظي، وإنما هي إعادة تشكيل تلك الحقائق من خلال البنية القيمية للقائم بالاتصال، والنظام الاجتماعي والسياسي السائد في كل بلد، ومنه فإن ما يسمى بالموضوعية، أمر صعب المنال، لا يمكن تحقيقه، مما جعل بعض الكتاب يتحدث عن النزاهة، والدقة، والعدالة، وتقليل التحيز.

بعد التطرق للعوامل التي تعمل في ظلها قيم الأخبار، ننتقل لعامل آخر يتعلق بنوع الملكية، وعلاقتها بتكوين وتشكيل قيم الأخبار.

8 - نوع الملكية والقيم الإخبارية:

تنقسم الصحافة المكتوبة من حيث الملكية إلى ثلاث أقسام:

1 - صحافة مستقلة (خاصة).

2 - صحافة حزبية.

3 - صحافة القطاع العام.

هذا التقسيم لا يمكن أن يعكس معنى المسميات، إن لم نحلل مضمون ومحتوى كل نوع - حسب فليب إليوت - إضافة إلى معرفة الأسس والمبادئ التي يقوم عليها كل نوع من الأنواع السابقة.

فصحافة القطاع العام مثلا، ينبغي أن تعكس تصورا جماعيا يدل على وجود المصلحة العامة فيما هو منقول ومكتوب، وهذا، تأسيسا على المبادئ التي يقوم عليها مفهوم الخدمة العامة في الصحافة، وفي هذا الصدد تشير بعض الدراسات إلى أن مبادئ الخدمة العامة تتلخص فيما يلي:

- الملكية للمجموعة الوطنية.

- عكس الثقافة الوطنية،، بجميع مقوماتها، وخاصة اللغة والقيم الحضارية.

- عكس إجماعا وطنيا (كالشوايت الوطنية).

- يمول نفسه بنفسه، بغرض الحماية من أية ضغوط، سياسية أو تجارية.

- يتجه إلى جميع أفراد المواطنين بغض النظر عن موقعهم الجغرافي أو الاجتماعي (74).

- التركيز على المصلحة العامة، لا على المصلحة الخاصة (75).

الحقيقة أن هذه المبادئ كلها لا يمكن أن تتحقق في مجال الصحافة المكتوبة، وذلك بحكم مستويين:

مستوى ظاهر، كتغير أحداث الواقع، وعدم قدرة تلك الصحافة على الإمتثال لذلك التغير، إضافة للغة (طبيعة الألفاظ، التراكيب ..) المستعملة لنقل الرسالة الاعلامية..

ومستوى خفي، يتمثل في النصوص، والمواد القانونية التي تدل على وجود قطاع عام وخدمة عامة في مجال الصحافة، لكن الممارسة الميدانية لا تعكس محتوى تلك النصوص والقوانين، والنقطة الأخرى في هذا المستوى، هي إستغلال السلطة السياسية لوجود صحافة القطاع العام، لتمرير مصلحتها الذاتية فقط، وفي هذا المجال يرى (دجاني)، أن صحافة البلدان العربية المدروسة ليست موجهة نحو الخدمة العامة (76).

وللإقتراب من مغزى ما سبق نطرح مسألة القيم الإخبارية في صحافة القطاع العام، بمعنى، هل وجود الأخبار في تلك الصحافة يعكس بعدا وتحيزا فكريا وإيديولوجيا؟ أم أن تلك الأخبار تعكس مصلحة عامة، وتصورا مشتركين.

الحقيقة أن معرفة ما سبق لا يتم إلا عن طريق تحليل بنية القيم الإخبارية تحليللا يركز على مبادئ الخدمة العامة.

إن قيم الأخبار في صحافة القطاع العام، يجب أن تعكس نظاما إجتماعيا يحقق مفهوم ومضمون الخدمة العامة، فالتشخيص كقيمة إخبارية (بما تحمله من معاني) لا يعكس ما يحقق مصلحة عامة، والازخمية، كذلك لا تحقق مصلحة عامة، والسلبية قد لا تحقق مصلحة عامة.

وقد نجد بعض القيم الإخبارية تعكس بعضا من جوانب المصلحة العامة، كالنخبوية الشعبية، الإيجابية.

ونعود مرة أخرى إلى ما سمي المستوى الظاهر، وبالضبط إلى تغير أحداث الواقع، وعلاقتها بالقيم الإخبارية، إن عمل صحافة القطاع العام في ظروف غير عادية يزداد تركيزا، ومحاولة الإقتراب مما يحقق بعض مبادئ الخدمة العامة في الصحافة المكتوبة وبناءا على ذلك، فإن، (موجهات القيم الاخبارية) - كأساس نظري - التي كانت تعمل في الظروف العادية، بعيدة عن مبادئ الخدمة العامة، تحاول الإقتراب - ولو نسبيا - من تلك المبادئ في الظروف غير العادية.

وعادة ما تصطدم ممارسات الصحفيين، هنا بصعوبات، فبعد عهد التعددية الحزبية في الجزائر (...) لقي القطاع العام مشكلات في تعامله مع الظروف الواقعية الجديدة، وعمله وفق مفهوم الخدمة العمومية (77).

وأخيرا يمكن القول: أنه على الرغم من تغير الظروف الواقعية، واقترب موجهات القيم الاخبارية من مبادئ الخدمة العامة، فإن تجليات القيم الاخبارية، تبقى حاملة لايدولوجية وصورة من يسيطر على الاعلام.

الهوامش:

- (1) - عادل العرا. القيمة الأخلاقية. دمشق: الشركة العربية للطباعة والنشر، 1965، ص 70.
- (2) - نوال محمد عمر. دور الاعلام الديني في تغير بعض قيم الأسرة الريفية والحضرية. القاهرة: مكتبة نهضة الشرق، 1984، ص 151.
- (3) - Francis Balle et Padioleon Jean G. Sociologie de l'information: Texte fondamentaux. Paris: librairie Larousse, 1973, p. 36.
- (4) - محمود السيد أبو النيل. علم النفس الصناعي، دار النهضة العربية، 1985، ص 387.
- (5) - الربيع ميمون. نظرية القيم في الفكر المعاصر بين النسبية المطلقة. الجزائر: الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، 1980، ص 30.
- (6) - المرجع نفسه، ص 32.
- (7) - برنت روين. الاتصال والسلوك الانساني. ترجمة جماعية. مراجعة جماعية، السعودية: معهد الادارة العامة، 1991، ص 220.
- (8) - نوال محمد عمر، المرجع السابق، ص 156، وما بعدها - بتصرف -.
- (9) - ميمون، مرجع سبق ذكره، ص 115.
- (10) - المرجع نفسه، ص 34 وما بعدها، - بتصرف -.
- (11) - المرجع نفسه، ص 103.
- (12) - نوال محمد عمر، مرجع سبق ذكره، ص 171، - بتصرف -.
- (13) - المرجع نفسه، ص 171.
- (14) - مقدم عبد الحفيظ. القيم الاجتماعية في المجتمع الجزائري: دراسة مسحية، ضمن: حوليات جامعة الجزائر، عدد: 6 الجزء الأول سنة 1991، 1992.
- (15) - ميمون، ص 103.
- (16) - عزي عبد الرحمان. الاعلام والتسيير في تجربة الجزائر. مجلة الدراسات الاعلامية، العدد 74، جانفي - مارس 1994، ص 50. - بتصرف -.
- (17) - لعباضي نصر الدين: مبادئ أساسية في كتابة الخبر الصحفي. الجزائر، المؤسسة الجزائرية للطباعة، 1994، ص 27 وما بعدها.

- (18) - Stuart Hall. The determination of news photograph. in: Stanly Cohen and Jeck Young.
Manufacture of News: Social problems, deviance, and the mass media
London: constable, 1973 p. 180.
- (19) - حمدي قنديل. الاعلام العربي والتكنولوجيا الحديثة للاتصال. المنظمة العربية للتربية و الثقافة والعلوم. الثورة التكنولوجية ووسائل الاتصال العربية. تونس 1991، ص 6 .
- (20) - Jean-Louis-Sxhreiler. Le pouvoir d'informer. Paris: Editions - Robert Laffont, 1972, p. 348.
- (21) - جون مارتن وأنجو جروفر. نظم الاعلام المقارنة. ترجمة علي درويش، مراجعة محمد محمود رضوان. الطبعة العربية الأولى، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1991، ص 46 .
- (22) - المرجع نفسه، ص 377 .
- (23) - جيهان أحمد رشتي. الآثار الثقافية عبر الأقمار الصناعية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الثورة التكنولوجية ووسائل الاتصال العربية، تونس 1991، ص 168 .
- (24) - بن بوزة صالح: السياسة الاعلامية الجزائرية من 1962 إلى 1988 مع دراسة تحليلية للأخبار الخارجية في جريدتي الشعب والمجاهد، رسالة دكتوراه الدولة في الاعلام، معهد علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1993، ص 247 .
- (25) - جون مارتن وجروفر. مرجع سابق ذكره، ص 44 - بتصرف - .
- (26) - Kirat Mohamed. The Algerian News people: A study of their back grounds, professional, orientations and working condition. School of jornalism indiana University, June 1987, p 195.
- (27) - Nabil H. Dajani. Analyse de la presse dans quatre pays arabes, la presse en eveil: etude des cas, France, N=103, 1990. p 96.
- (28) - جيهان أحمد رشتي. الأسس العلمية لنظريات الاعلام، الطبعة الثانية، القاهرة: دار الفكر العربي، 1978، ص 294 .
- (29) - David H. Weaver G. Les nouvelles du monde dans les services de quatre grands agences télégraphiques de presse. Unesco: Les nou-

velles de l'étranger dans les medias. France, n=93, 1985, p 91.

Roger Glausse. Les nouvelles Synthese critique. Centre national - (30)
d'étude des techniques de diffusion collective. 1963, p. 173.

Dajani. op. cit. p 96. - (31)

Kirat Mohamed. La liberté de la presse en Algerie avant Octobre - (32)
1988: Contraintes et Difficultés. Revue Algérienne de Communication,
n=8, Hiver 92.

(33) - سعيد محمود السيد. إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون. الطبعة الأولى. القاهرة: عالم
الكتب، 1988، ص 46 .

(34) - جون مارتين وأنجيو جروفر. مرجع سابق ذكره، ص 375 .

(35) - المرجع نفسه، ص 375 .

(36) - المرجع نفسه، ص 375 .

Jean Louis Servan. op.cit. p 393. - (37)

(38) - منيرك ناصر. القيم الاخبارية في مقابل الابدولوجية منظور من العالم الثالث. جون مارتين
وأنجيو جروفر. المرجع السابق، ص 76 .

(39) - المرجع نفسه، ص 93 .

(40) - عبد اللطيف حمزة. أزمة الضمير الصحفي. الطبعة الأولى. القاهرة: دار الفكر العربي
1960، ص 36 . - بتصرف - .

(41) - سعيد محمد السيد. مرجع سبق ذكره، ص 47 .

(42) - عزى عبد الرحمان. الاعلام والتسيير، مرجع سابق ذكره، ص 51 .

(43) - المرجع نفسه، ص 51 .

(44) - المرجع نفسه، ص 51 .

Stuart Hall. op. cit. p 180. - (45)

Ibid. p 180. - (46)

(47) - عزى عبد الرحمان، المرجع السابق، ص 52 .

Herbert. J. Gans. deciding what's News. A Study of CBS even- - (48)
ing News. NBS Nighthly News. News Week and time. Wintage Books.
1979, p 68.

Hall. op. cit. p. 180. - (49)

(50) - موري جرين. أخبار التلفزيون بين التحليل والتنفيذ. ترجمة حمدي قنديل وأحمد السعيد عبد
العليم. القاهرة: مكتبة النهضة المصرية، 1972، ص 387 .

(51) - جهان رشتى. الاعلام الدولي. القاهرة: دار الفكر العربي، 1985، ص 418 .

(52) - الجابري: محمد عابد. العقل السياسي العربي. محدداته وتحليلاته. الطبعة الثانية المركز
الثقافي العربي، 1991، ص 15 . - بتصرف -

(53) - عبد الله بوجلال. الاعلام والوعي الاجتماعي لدى الشباب الجزائري دراسة ميدانية على عينة
من شباب المدارس الثانوية والجامعات. رسالة دكتوراه، كلية الاعلام جامعة القاهرة، 1989، ص
164 .

(54) - مقابلة مع (أحمد بوريون). كاتب افتتاحية بوكالة الأنباء الجزائرية، 23 جوان 1994 .

(55) - فاروق أبوزيد. فن الخبر الصحفي. الطبعة الثانية، جدة، دار الشروق، 1984، ص 64 . -
بتصرف -

(56) - عبد اللطيف حمزة. مدخل في فن التحرير الصحفي. القاهرة، دار الفكر العربي بدون تاريخ،
ص 42 .

(57) - فاروق أبوزيد، المرجع السابق، ص 77 .

(58) - عاطف جوده نصر. الخيال مفهوماته ووظائفه، الهيئة المصرية العامة للكتاب، بدون تاريخ، ص
32 .

(59) - عزي عبد الرحمان. التفاعلات الرمزية وحقيقة الحياة الاجتماعية في المجتمع العربي، دراسة
غير منشورة، ص 6 .

(60) - عزي عبد الرحمان. محاضرة أقيمت على طلبة السنة الثانية ماجستير، بتاريخ 7 فيفري
1994 .

(61) - حسام الخطيب. محاضرات في تطور الأدب الأوربي. مطبعة طرين، بدون تاريخ، ص 467 .

(62) - ألبرت ل. هستر، واي لاج تو. دليل الصحفي في العالم الثالث. ترجمة كمال عبد الرؤوف.
القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1988، ص 40 .

- (63) - رولان كايرويل. الصحافة المكتوبة والسمعية والبصرية، ترجمة محمد مرشلي، بن عكنون، ديوان المطبوعات الجامعية، ص 715 . - بتصرف .
- (64) - عززي عبد الرحمان. الصحافة وعلم المعاني، ضمن: عززي. دراسات إعلامية، الجزائر، مركز الطباعة، جامعة الجزائر، 1992، ص 117 .
- (65) - فاروق أبوزيد، مرجع سبق ذكره، ص 104 .
- (66) - Herber. J. GANS. op . cit. p 183.
- (67) - عززي عبد الرحمان. المراقبة الاجتماعية في غرفة الأخبار، ضمن: دراسات إعلامية، ص 26 .
- (68) - حلمي خضر ساري، صورة العرب في الصحافة البريطانية. ترجمة عطا عبد الوهاب، الطبعة الأولى، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1988، ص 188 .
- (69) - Herbert. op. cit. p 188.
- (70) - جون مارتين وأنجو جروفر، مرجع سابق الذكر، ص 99 .
- (71) - موري جرين، مرجع سبق ذكره، ص 385 .
- (72) - هريوت، سترنز. المراسل الصحفي ومصادر الأخبار. ترجمة سميرة أبو سيف. الطبعة الثانية، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1989، ص 116 .
- (73) - سترنز، المرجع نفسه، ص 116 . - بتصرف .
- (74) - بومعيزة سعيد. مفهوم الخدمة العامة والصحافة المكتوبة. المجلة الجزائرية للاتصال: عدد 8، شتاء 1992 .
- (75) - Hadj Ali. smail. Medias et service public. quelques interrogation: Revue Algerienne de Communication; N=8; Hiver, 1992, P. 10.
- (76) - Dadjani. op. cit. p 96.
- (77) - حسين بورادة. الاصلاحات السياسية في الجزائر 1988 - 1992، معهد العلوم السياسية، جامعة الجزائر، 1993، ص 146 .