

الميدان: علوم إنسانية واجتماعية

الشعبة: الإعلام والاتصال

التخصص: سمعي بصري

القيم الخبرية في النشرات الإخبارية بالمضامين الجزائرية الخاصة

دراسة وصفية تحليلية " قناة الشروق News أنموذجا "

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر "ل . م . د"

دفعته: 2019

جامعة العربي التبسي - تبسة
Université Larbi Tébessi - Tébessa

إشراف الأستاذ:

الطيب البار

إعداد الطالبة:

سلمى عماري

أعضاء لجنة المناقشة

| الاسم و اللقب | الرتبة العلمية | الصفة |
|-----------------|-------------------|--------------|
| فاطمة أميرة علي | أستاذ مساعد - أ - | رئيسا |
| الطيب البار | أستاذ محاضر - أ - | مشرفا ومقررا |
| لدمية عابدي | أستاذ محاضر - أ - | ممتحنا |

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ
وَالَّذِي يُضَوِّتُ لِلْجِبَالِ
شُكْرًا وَيَكْسِبُ عَلَيْهَا
الصُّلْبَ كَمَا يَكْسِبُ الْوَسْمَانُ
وَالَّذِي يُسَوِّدُ لِبَنِي إِسْرَائِيلَ
أَبْنَاءَ إِدْرِيسَ وَيُكْوِي
لِلْجِبَالِ الْكِبْرِيَاءِ صُغْرًا
وَالَّذِي يُضَوِّتُ لِلْجِبَالِ
شُكْرًا وَيَكْسِبُ عَلَيْهَا
الصُّلْبَ كَمَا يَكْسِبُ الْوَسْمَانُ
وَالَّذِي يُسَوِّدُ لِبَنِي إِسْرَائِيلَ
أَبْنَاءَ إِدْرِيسَ وَيُكْوِي
لِلْجِبَالِ الْكِبْرِيَاءِ صُغْرًا

شكراً وتقدير

أحمد الله عز وجل حمدا كثيرا مباركا على توفيقى لإتمام

هذه المذكرة راجية منه التوفيق والسداد

كما أتقدم بالشكر الجزيل والثناء الخالص والتقدير إلى كل من مد لي

يد المساعدة وساهم في تذليل ما واجهته من صعوبات طيلة أطوار

إنجاز هذا العمل ولو بكلمة طيبة

وأخص بالذكر

الأستاذ المشرف الطيب البار الذي لم يبخل عليا بتوجيهاته ونصائحه القيمة

وأخص أيضا بالذكر

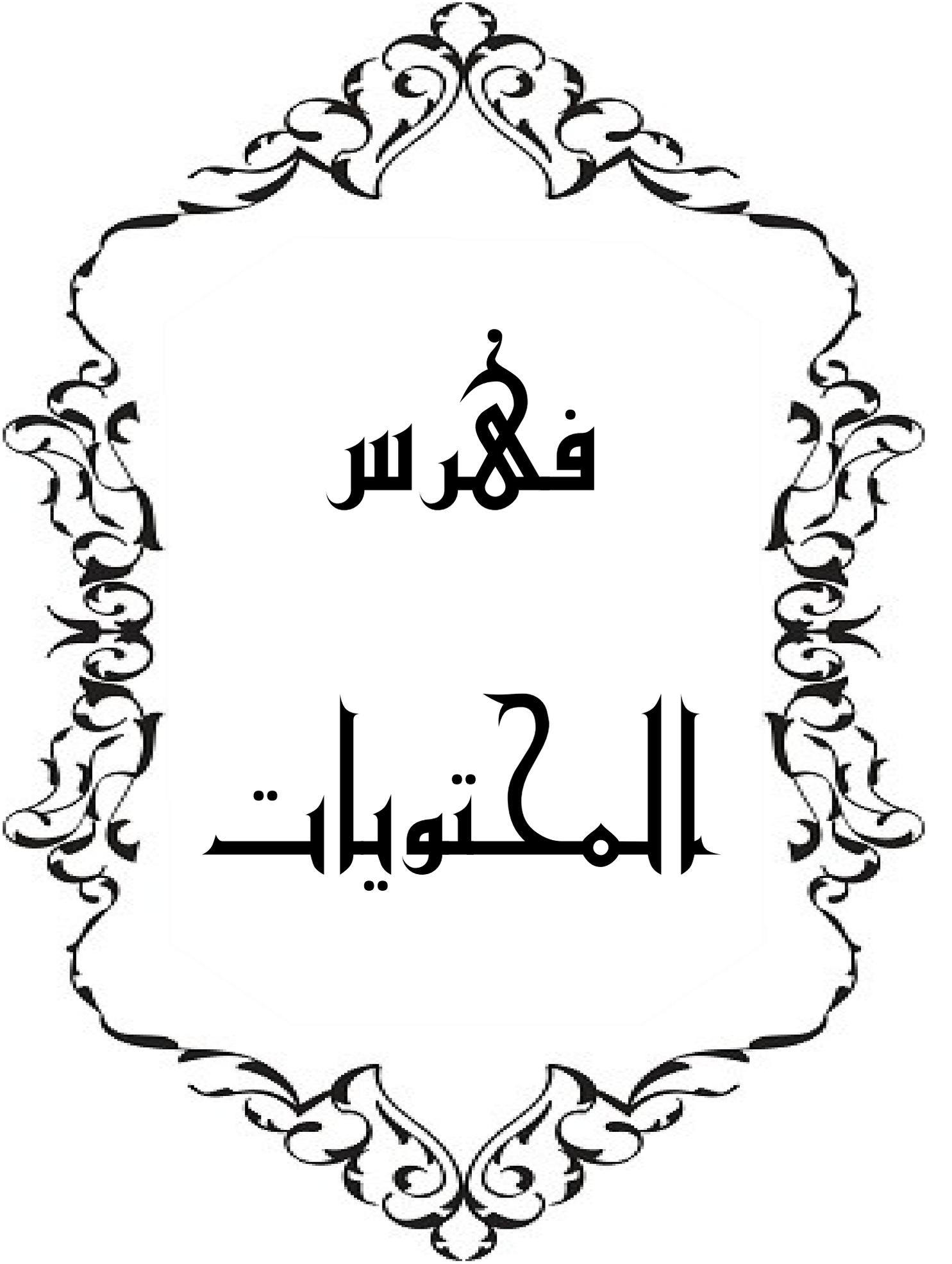
للأستاذة كريمة كاف على كل ما قدمت لي من نصائح

وأیضا للأستاذة والأخت عماري سارة

التي كانت سند لي وطريقي طيلة مشواري الجامعي

وأشكر كامل أساتذة كلية العلوم الإنسانية: قسم علوم الإعلام

والاتصال جامعة تبسة



فهرس

المحتويات

| رقم الصفحة | قائمة المحتويات |
|------------|---|
| | قائمة المحتويات |
| | قائمة الجداول |
| أ_ب | مقدمة |
| 22_4 | الفصل الأول: الاطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة..... |
| 4 | 1- تحديد الإشكالية: |
| 6 | 2- أهداف الدراسة: |
| 7 | 3- أهمية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع: |
| 8 | 4- الدراسات السابقة: |
| 12 | 5- تحديد مصطلحات ومفاهيم الدراسة: |
| 15 | 6- منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات: |
| 18 | 7- مجتمع البحث وعينة الدراسة:..... |
| 21 | 8- مجال الدراسة..... |
| 35_25 | الفصل الثاني: الخلفية النظرية للدراسة..... |
| 25 | 1- مفهوم نظرية ترتيب الأولويات..... |
| 26 | 2- نشأة وتطور نظرية ترتيب الأولويات..... |
| 28 | 3- العوامل المؤثرة في نظرية ترتيب الأولويات..... |
| 31 | 4- أنواع بحوث نظرية ترتيب الأولويات..... |
| 32 | 5- فرضيات نظرية ترتيب الأولويات..... |
| 34 | 6- الانتقادات الموجهة لنظرية ترتيب الأولويات..... |
| 75_37 | الفصل الثالث: القيم الخيرية في الفضائيات الجزائرية الخاصة |
| 37 | 1- القيم الإخبارية..... |
| 37 | 1-1- مفهوم القيمة الإخبارية..... |
| 40 | 1-2- وظائف القيم الإخبارية..... |
| 41 | 1-3- عناصر القيم الإخبارية..... |

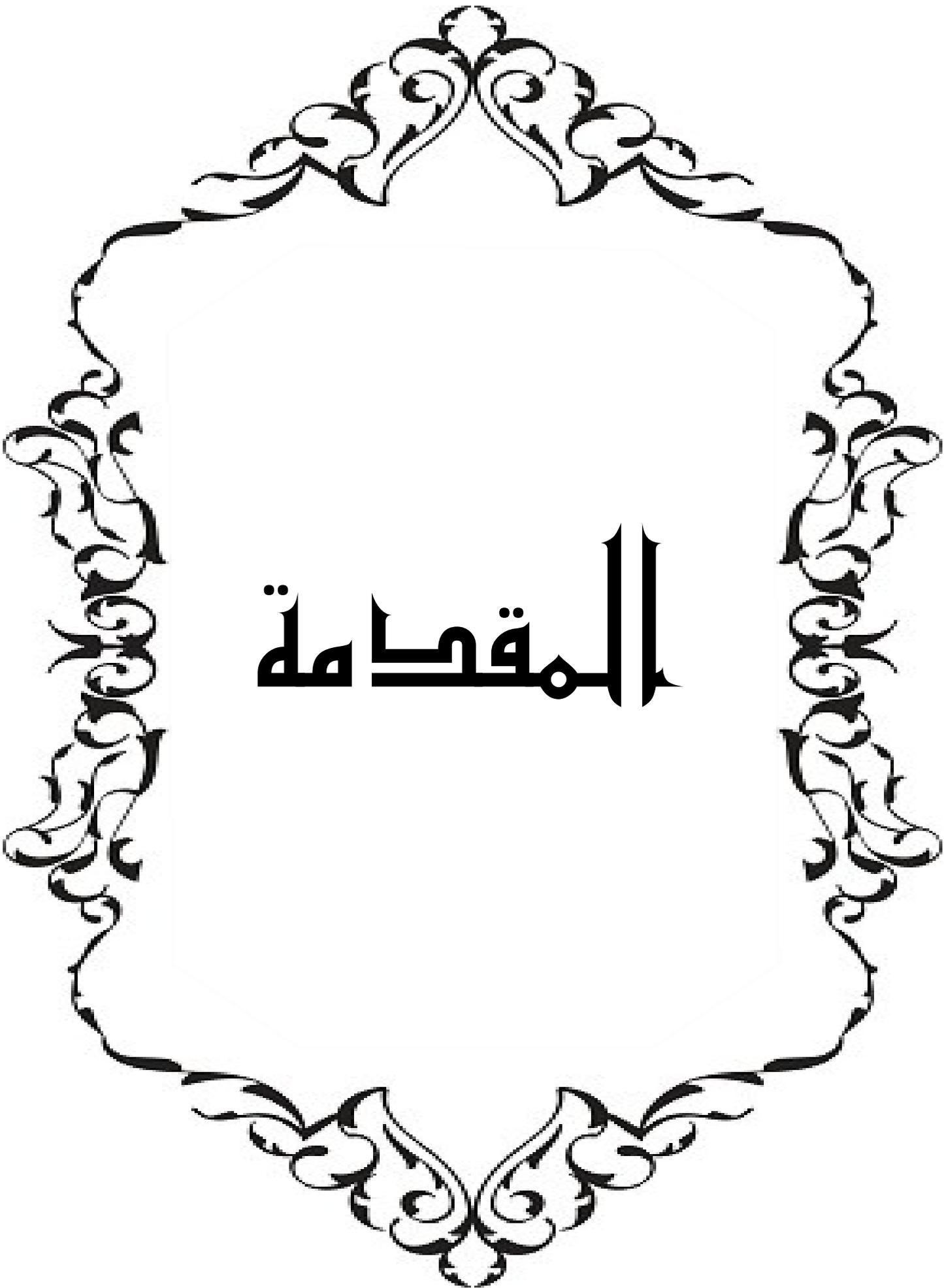
| | |
|-------|--|
| 52 | 1-4- العوامل المؤثرة في القيم الاخبارية..... |
| 59 | 2- النشرات الإخبارية..... |
| 59 | 1-2- تعريف النشرات الإخبارية..... |
| 61 | 2-2- الهدف من النشرات الإخبارية..... |
| 62 | 2-3- أنواع النشرات الإخبارية..... |
| 63 | 2-4- بناء النشرات الإخبارية..... |
| 66 | 3- الفضائيات الجزائرية الخاصة..... |
| 66 | 1-3- تعريف القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر..... |
| 67 | 2-3- نشأة القنوات الفضائية الخاصة..... |
| 71 | 3-3- أهمية القنوات الفضائية..... |
| 73 | 3-4- وظائف القنوات الفضائية الخاصة..... |
| 75 | 3-5- إيجابيات وسلبيات القنوات الفضائية الخاصة..... |
| 88_77 | الفصل التطبيقي: شكل ومضمون القيم الخيرية بالنشرات الإخبارية الرئيسية على قناة الشروق NEWS خلال المدة الزمنية التالية (ماي-جون 2019) |
| 77 | 1- فئات المضمون..... |
| 84 | 2- فئات الشكل..... |
| 87 | 3- النتائج العامة للدراسة..... |
| 90 | خاتمة..... |
| 92 | قائمة المصادر والمراجع..... |

فهرس

البحاول

فهرس الجداول

| رقم الصفحة | عنوان الجدول | رقم الجدول |
|---------------|--|---------------|
| 18 | يبين المعلومات الأساسية للنشرة الإخبارية الرئيسية عينة الدراسة | 01 |
| 20 | توزيع مفردات عينة النشرات المدروسة على مدة بث النشرات | 02 |
| 77 | فئة طبيعة مواضيع النشرات الإخبارية | 03 |
| 79 | فئة الهدف من النشرات الإخبارية | 04 |
| 80 | فئة الشخصيات الفاعلة في النشرات الإخبارية | 05 |
| 81 | فئة مصادر النشرات الإخبارية | 06 |
| 82 | فئة المجال الجغرافي للنشرات الإخبارية | 07 |
| 83 | فئة القيم الإخبارية في النشرات الإخبارية | 08 |
| 84 | فئة المدة الزمنية للنشرات الإخبارية | 09 |
| 85 | فئة المستوى اللغوي للنشرات الإخبارية | 10 |
| 86 | فئة أسلوب عرض الخبر في النشرات الإخبارية | 11 |



المقطعة

مقدمة

تعد معايير التغطية الإخبارية ركائز أساسية في صناعة الخبر التلفزيوني، الأمر الذي منحها أهمية بالغة تمثلت في عملية انتقاء الأخبار التلفزيونية والمفاضلة بينها وبنها، ونتيجة لذلك لفتت أنظار الباحثين والمهتمين بهذا المجال، وسعوا إلى دراستها والكشف عنها، وبيان مدى أهمية كل منها بالنسبة لبيئة النظام السياسي الذي تنتج منه، وإمكانية قدرتها على تلبية حاجاته ورؤيته لمهام الأخبار والمضامين التي تحملها، والمعايير التي تعتمد للتغطيات الإخبارية، ووظيفة أجهزة الإعلام المرئي عموما وبما أن تلك المعايير التي تعتمد عليها المؤسسات التلفزيونية في عملية انتقاء الأخبار، ولا سيما التغطيات الإخبارية التلفزيونية ينبغي لها أن ترتبط بحاجات المجتمع وغرائز الإنسان وكل ما يستهوي النفس البشرية، إلا أن هذا الهدف على ما يبدو ما يزال بعيد المنال فعلية تحويل الأحداث إلى قصص إخبارية صالحة للبت، وعملية انتقاء تلك الأحداث تتداخل فيها عوامل كثيرة، تبدأ بالظروف المهنية للقائمين على إعداد الرسائل الاتصالية، والعوامل الأخلاقية، وسياقات عمل المؤسسة التلفزيونية ونمط ملكيتها، وتنتهي بالإيديولوجية السياسية السائدة في المجتمع، ولما كان تحديد مفهوم واضح لمعايير التغطية الإخبارية يسهم في تأمين تغطية إخبارية متوازنة وموضوعية ومهنية للأحداث قد لفت أنظار الباحثين في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة في البث الفضائي ودخول المحطات التلفزيونية بوصفها منافسا واضحا في مجال الأخبار، فإن تحديد ذلك المفهوم يصبح مطلبا مهما لتفسير تلك الأحداث وتحديد مساراتها، وإزاء ذلك، فقد شهد حقل الإعلام الجزائري هو الآخر تغيرات متسارعة جراء الاستخدام الأمثل لتكنولوجيا الاتصال والأقمار الصناعية، وهذه التغيرات لامست بدورها عملية صناعة الخبر وانتقائه وتحديد مضمونه، وتحديد معايير التغطية الإخبارية للأحداث المحلية والعربية والعالمية.

ولهذا ارتأينا إلى دراسة هذا الموضوع المتعلق "بالقيم الخبرية في النشرات الإخبارية بالفضائيات الجزائرية الخاصة-دراسة تحليلية وصفية قناة الشروق News أنموذجاً-" والذي يأتي على الشكل التالي عن أربعة فصول كما يلي:

الفصل الأول: بعنوان الإطار المنهجي والمفاهيمي لدراسة، تناولنا فيه إشكالية الدراسة ثم أهداف الدراسة ثم أسباب اختيار الموضوع والأهمية إضافة إلى الدراسات السابقة وتحديد المصطلحات ومفاهيم الدراسة، ثم المنهج وأدوات جمع البيانات، مجتمع البحث والعينة، مجالات الدراسة وأخيرا وحدات وفئات التحليل، ثم **الفصل الثاني:** تحت عنوان الخلفية النظرية للدراسة حيث تطرقنا فيه إلى: مفهوم نظرية ترتيب الأولويات ونشأتها، العوامل المؤثرة في ترتيب الأولويات، فرضياتها وأخيرا الانتقادات الموجهة لها.

أما **الفصل الثالث** فقد خصصناه إلى: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية والتلفزيونات الفضائية الخاصة في الجزائر وتطرقنا فيه إلى أولا القيم الخبرية: مفهومها، خصائصها، وظائفها، عناصرها والعوامل المؤثرة في القيم الإخبارية، ثانيا النشرات الإخبارية: تعريفها الهدف من النشرات، أنواعها وبناء النشرات الإخبارية، وثالثا وأخيرا التلفزيونات الفضائية الخاصة في الجزائر: تعريفها، نشأتها، أهمية ووظائفها وسلبياتها وإيجابياتها ثم أخيرا **الفصل الرابع:** وهو **الفصل التطبيقي** والذي كان هذا الفصل مخصصا إلى تحليل فئات المضمون وفئات الشكل ثم وصولا إلى النتائج العامة للدراسة لتكون آخر مرحلة خاتمة هذه الدراسة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي و المفاهيمي للدراسة

- 1- تحديد الإشكالية.
- 2- أهداف الدراسة.
- 3- أهمية الدراسة و أسباب اختيار الموضوع.
- 4- الدراسات السابقة.
- 5- تحديد مصطلحات ومفاهيم الدراسة.
- 6- منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات.
- 7- مجتمع البحث وعينة الدراسة.
- 8- مجال الدراسة.

1- تحديد الإشكالية:

أصبحت عالمية التلفزيون حقيقة وواقع بسبب التقدم التكنولوجي المذهل وتعاضم دوره لدى الجمهور بسبب المضامين التي تبثها فهي الوسيلة التي تستحوذ على ثقتهم كمصادر للأخبار واهتمامها بقضاياهم وهمومهم والتزامهم بالدقة والموضوعية واعتمادهم عليها في الترويج لسلع والمضامين والخدمات، وللتلفزيون أهمية كبيرة في حياة المجتمع بوجه عام والفرد بوجه خاص إذ يتميز بتغطية الوقائع والأحداث كمصدر رئيسي لنقل الأخبار وهذا منذ ميلاده وصولاً إلى ذروته في العصر الحالي وكان من أهم التطورات القدرة على النقل الحي والسريع للأحداث، وتتنافس قنوات على نقل الأخبار الحديثة والعاجلة إذ تشير بعض الدراسات إلى أن التلفزيون قد استطاع شغل المواطنين بعيداً عن قضاياهم الأساسية من خلال تزييف وعيهم بواقعهم الاجتماعي كما أن الأخبار أصبحت فيه أقرب إلى التسلية فالتقارير الإخبارية تقوم على وصف الأحداث دون شرح أو تفسير، إذ يقوم يقدم هذا الأخير الحافز لمتابعة الأخبار عبر التنوع والدرامية والحركة. وهذا ما يفسر قدرته الكبيرة في التأثير على الجماهير بتشكيل آرائهم وتوجيه ميولاتهم واهتماماتهم إلى قضايا معينة وصرف نظرهم عن أخرى.

وقد تزايد الاهتمام بالأخبار بظهور مؤسسات وقنوات جديدة شكلت أبرز أوجه التحول الإعلامي، حيث أدى التطور التكنولوجي وثورة الاتصالات والمعلومات والتحويلات المحلية والدولية في مختلف المجالات سياسية، اقتصادية، ثقافية، إلى تضاعف عدد هذه القنوات كمنافذ إخبارية تساعد الجمهور للوصول إلى الأخبار بشكل أكثر حرية وتفاعلية وتنوع بالحديث عن الجزائر فقد بقي التلفزيون حكراً على المؤسسة العمومية لسنوات طويلة رغم إقرار الدولة الجزائرية للتعددية الإعلامية، مع مطلع 2012 كان التاريخ الحقيقي لظهور القنوات الفضائية الخاصة التي كرسّت لخدمة الدولة والاهتمام بانشغالات الجمهور دون

التفرقة بينها وبين القنوات العمومية سواء من حيث نوعية البرامج المطروحة أو الأخبار المتداولة إذ ترتبط أساسا بتغطية أنشطة الحكومة والأخبار المحلية والقضايا الاقتصادية والثقافية والرياضية والشؤون الدولية ما يجعلها تدخل في تنافس لجذب اهتمام المشاهد وإشباع حاجاتهم، من خلال تنوع طرق تناول الأخبار وطريقة عرضها وحتى طبيعة المصادر التي تعتمد في صناعة الخبر أي بالتدقيق والتأكد من مدى مصداقيتها وصحتها خاصة في ظل التنافس الكبير لضمان أخبار صادقة وموضوعية ودقيقة وذات أهمية، وهذا ما يميز قناة الشروق **News** عن القنوات الأخرى فهي تقوم بتغطية الأحداث والأخبار وفق قيم إخبارية خاصة تتماشى والسياسة الإعلامية المتبعة.

ومن هنا تتضح أهمية القيم الخبرية، حيث تعد مقياس الذي يعطي معنى للخبر فهي ليست عالمية ويمكن أن تتنوع بتنوع الثقافات المختلفة، فيقوم محرر الأخبار بتحرير الأخبار وتحديد أولوياتها من خلال ترتيب القيم وفق لقيمة الخبر في حد ذاتها ومن هنا جاءت دراستنا هذه للتعرف على القيم الخبرية، التي تحتويها نشرات الأخبار لقناة الشروق **News** من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي:

- كيف عالجت قناة الشروق **News** ضمن نشراتها الإخبارية الرئيسية القيم الإخبارية؟

التساؤلات الفرعية:

- ما هي القيم الخبرية الظاهرة في النشرات الإخبارية الرئيسية في قناة الشروق **News**؟
- ما هي الموضوعات المعالجة في النشرات الإخبارية الرئيسية في قناة الشروق **News**؟
- ما هي الأطراف الفاعلة في النشرات الإخبارية الرئيسية في قناة الشروق **News**؟
- ما هي أهم مصادر الأخبار في النشرات الإخبارية الرئيسية في قناة الشروق **News**؟
- ما هو سلم ترتيب القيم الخبرية في النشرات الإخبارية الرئيسية في قناة الشروق **News**؟

2- أهداف الدراسة:

تتبع القنوات الفضائية الخاصة مجموعة من المعايير على أساسها تقدم وتتنوع في أخبار نشراتها، وبهذا يختلف ترتيب الأخبار وأهميتها من قناة إلى أخرى ذلك أن لكل منها سلم خاص للقيم الإخبارية الذي نراه يتماشى وإيديولوجية المؤسسة الإعلامية وسياستها التحريرية، ومن خلال هذه الدراسة نسعى إلى الكشف عن القيم الإخبارية التي تستخدمها القناة الفضائية الخاصة الشروق news في نشراتها الإخبارية، وفي إطار ذلك تم تحديد عدد من الأهداف التي تحاول الدراسة تحقيقها، وهي:

- التعرف على القيم الخبرية الظاهرة في النشرات الإخبارية الرئيسية في قناة الشروق News.
- التعرف على الموضوعات المعالجة في النشرات الإخبارية الرئيسية في قناة الشروق News.
- التعرف على الأطراف الفاعلة في النشرات الإخبارية الرئيسية في قناة الشروق News.
- التعرف على أهم مصادر الأخبار في النشرات الإخبارية الرئيسية في قناة الشروق News.
- التعرف على سلم ترتيب القيم الخبرية في النشرات الإخبارية الرئيسية في قناة الشروق News.

3- أهمية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع:

أ- أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الموضوع من أهمية القيم الإخبارية في حد ذاتها التي تعتبر من العناصر المهمة في الأداء الإعلامي والتي على أساسها يتم الحدث ليصبح خبرا قابلا للنشر، فملايين الأحداث تقع يوميا على مستوى العالم إلا أنه لا توجد إلا نسبة ضئيلة جدا من هذه الأحداث تصلح لأن تكون أخبارا.

ب- أسباب اختيار الموضوع:

- ❖ قلة الاهتمام بدراسة القيم الإخبارية في التلفزيونية الجزائرية الخاصة حيث أغلب الدراسات اهتمت بدراسة الفضائيات العربية والأجنبية الخاصة وذلك لحدثة الفضائيات الجزائرية الخاصة.
- ❖ الحاجة الماسة لدراسة تحليل مضمون الفضائيات الجزائرية الخاصة.
- ❖ الازدياد الكبير والملحوظ والمفاجئ بعدد المحطات الفضائية الجزائرية.
- ❖ وجود أنواع جديدة من المحطات الفضائية على الساحة الإعلامية المحلية.

4- الدراسات السابقة:

✓ الدراسة الأولى:

دراسة فورية عكاك: "القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة: الدراسة تحليلية

ميدانية لصحيفتي الخبر و الشروق اليومي"⁽¹⁾

سعت هذه الدراسة إلي الكشف عن القيم الخبرية التي تتضمنها صحفية الخبر و يومية الشروق اللتين ظهرتتا نتيجة التحول السياسي و الاقتصادي والاجتماعي في الساحة الجزائرية مطلع التسعينيات و الذي نجم عنه انفتاح إعلامي و ظهور عدد من العناوين الصحفية الخاصة مما أدى إلي ظهور مضامين خبرية متنوعة شكلا و مضمونا و حاولت الباحثة التطرق إلي إشكالية مصفوفة القيم الخبرية التي يضعها القارئون بالاتصال في صحيفتي الخبر و الشروق اليومي في الحسبان في عملية انتقاء و نشر الأخبار الداخلية وما هي العوامل المؤثرة في صياغتها و تشكيلها؟

التساؤلات الفرعية:

- 1- ما نوعية الأخبار الداخلية المنشورة في صحف الدراسة ؟
- 2- ما هي طريقة عرض الأخبار الداخلية في صحف الدراسة؟
- 3- ما هي أبرز المصادر التي تعتمد عليها صحف الدراسة في تغطية الأخبار الداخلية المنشورة علي صفحاتها ؟

1 - فوزية عكاك: القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة، دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر والشروق، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة الجزائر، 2011-2012 .

4- ما نوع التغطية الإخبارية المعتمدة في صحف الدراسة ؟

5- ما هي القيم الخبرية الأكثر تواجدا وانتشا را في الأخبار الداخلية المنشورة بصحف

الدراسة ؟

6- ما هو الاتجاه العام للقيم الخبرية في صحف الدراسة؟

7- ما تصور القائم بالاتصال في صحف الدراسة لماهية الخبر و للعناصر الخبرية

التي يقوم عليها ؟

8- ما هي المعايير الغالبة في انتقاء أو استبعاد الأخبار الداخلية ؟

9- ما طبيعة الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال في صحف الدراسة و تؤثر على كفاءة تغطيتها

الإخبارية للأحداث ؟

وسعت الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى الكشف عن مصفوفة في عملية انتقاء و نشر القيم الخبرية التي

يضعها القائمون بالاتصال في صحف ومن خلال الدراسة يمكن التعرف على القائمين بالاتصال من

حيث خصائصهم الاجتماعية و المهنية و توجهاتهم الإيديولوجية و نوعية المعايير التي يستخدمونها في

انتقاء و نشر الأخبار الداخلية و للإجابة علي تساؤلات الدراسة اعتمدت الباحثة علي منهج المسح بشقيه

الوصفي و التحليلي و قد تم استخدامه علي مستوي المضمون و القائم بالاتصال، و للحصول على

بيانات علمية اعتمدت الدراسة علي أداتين في إطار المنهج المستخدم من خلال تحليل المضمون و

الاستبيان.

تحليل المضمون تمثل في تحليل الأخبار الداخلية المنشورة في يومي الخبر و الشروق اليومي ابتداء من

جانفي 2007 إلي غاية ديسمبر 2007 ، كما تم توزيع استمارة علي القائمين بالاتصال علي مستوي

الجريدتين.

من نتائج هذه الدراسة:

كشفت عن تبني صحيفتي الخبر و الشروق اليومي لمصفوفة بالقيم الخبرية التي يضعها القائمون بالاتصال في الحسابان في عملية انتقاء و نشر الأخبار الداخلية ، و تمثلت القيم الخبرية في صحيفة الخبر في: الضخامة و الحجم، الصراع، القرني، السلبية، الآتية و الإثارة، الشهرة، الاهتمامات الإنسانية، الأهمية، الإيجابية المصالحة الوطنية، السيادة الوطنية و التنمية و الغرابة والطرافة.

❖ جاءت القيم الخبرية مرتبة في يومية الشروق اليومي علي النحو الآتي:

الضخامة و الحجم الصراع، القرب، الإثارة، السلبية، الإيجابية، الشهرة، الاهتمامات الإنسانية، الآتية، الأهمية، المصالحة الوطنية، الغرابة والطرافة، السيادة الوطنية و التنمية.

✓ الدراسة الثانية:

دراسة إبراهيم حسين عبيد الله العزازمة: القيم الإخبارية في صحيفة الغد الأردنية خلال الفترة من:

(2009 - 2010)، دراسة تحليلية في الصفحة الأولى من الصحيفة: (1)

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على المعايير والقيم الخبرية التي يتحول بمقتضاها حدث ما إلى خبر صحفي يحظى بالنشر في صحيفة الغد الأردنية، ونظرا لما تشكله الصفحة الأولى من أي جريدة عامة من أهمية لإبراز أهم الأخبار والموضوعات، وحاول الباحث التطرق إلى إشكالية القيم الإخبارية التي تحكم عملية نشر الأخبار في الصفحة الأولى في صحيفة الغد الأردنية؟

التساؤلات الفرعية:

1- إبراهيم حسين عبيد الله العزازمة: القيم الإخبارية في صحيفة الغد الأردنية، رسالة مقدمة للحصول على درجة

الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، أيار 2012.

1- ما القيم الإخبارية في صحيفة الغد؟

2- ما طبيعة الأخبار المنشورة في الغد وموضوعات هذه الأخبار؟

3- ما الأماكن الجغرافية المستهدفة بالتغطية الصحفية؟

4- ما مصادر الصحيفة؟

5- ما العناصر التيبوغرافية؟

6- ما موقع نشر الأخبار؟

سعى الباحث من خلال هذه الدراسة إلى تحديد القيم الإخبارية التي تتحكم في عملية نشر فن الخبر الصحفي في صحيفة الغد الأردنية وتحليلها كذلك تحديد وترتيب هذه القيم وبيان تكرار ظهورها في موضوعات الأخبار المتناولة في الصفحات الأولى، بالإضافة إلى تحديد الأماكن الجغرافية الأكثر تناولا وبرزوا في القيم الإخبارية، وللإجابة على التساؤلات السابقة وتحقيق كل هذه الأهداف اعتمد الباحث على أسلوب تحليل المضمون، وحدد مجتمع الدراسة بجميع أعداد صحيفة الغد الأردنية للفترة الزمنية الممتدة من 2009-2010، وحددت عينة من 99 عددا.

من نتائج الدراسة:

- ❖ أن اهتمام صحيفة الغد بنشر أخبارها كان وفق منهجية متوازنة.
- ❖ قيمة الجودة احتلت المقدمة، بينما قيمة الغرابة والطرافة كانت في المرتبة الأخير.
- ❖ تقدم الخبر السياسي على غيره من الأخبار.
- ❖ تعتمد صحيفة الغد على نفسها في مصادر أخبارها.

5- تحديد مصطلحات ومفاهيم الدراسة:

1- القيمة:

❖ **لغة:** والقيمة في اللغة العربية بمعنى ثمن الشيء بالتقويم⁽¹⁾، والقيم جمع قيمة وهي مشتقة من الفعل الثلاثي قوم وهو يأتي على معان متعددة منها:

القيمة بالكسر واحدة القيم وهو ثمن الشيء، بالتقويم وأصله الواو لأنه يقوم مقام الشيء ويقال ما له قيمة إذا لم يدم على الشيء ولم يثبت.⁽²⁾

اصطلاحاً:

يختلف مفهوم القيم باختلاف المدارس والمذاهب الفكرية والفلسفية والاجتماعية والتربوية والنفسية والدينية، وأولى مظاهر هذا الاختلاف أن من يعتبرها اتجاهات، ومنهم من يعتبرها أحكاماً تفصيلية، فلفظ القيم هي الأفكار العامة التي يشترك فيها الناس حول ما هو جيد أو غير جيد أو خطأ أو صحيح أو مرغوب أو غير مرغوب فيه⁽³⁾

1- ابن منظور: لسان العرب، ج5، القاهرة، دار المعارف، ص 3783.

2- مساعد بن عبد الله المحيا: القيم في المسلسلات التلفازية، دراسة تحليلية وصفية مقارنة لعينة من المسلسلات التلفازية العربية، تقديم عبد القادر طاش، دار العاصمة للنشر والتوزيع، الرياض، ص23.

3- عبد الستار جواد: فن كتابة الأخبار عرض شامل للقوالب الصحفية وأساليب التحرير الحديثة، ط2، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2001، ص ص 51- 52.

2- الفضاءات التلفزيونية:

❖ **لغة:** يقصد بكلمة الفضاءات بالمدة المكانية الواسع وفضا المكان من باب قعد إذا اتسع فهو

فضاء. (1)

❖ اصطلاحا :

هي 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 والتقاط الإشارات الوافدة من القمر الصناعي هذه الأجهزة التي تقوم بمعالجة تلك البيانات وعرضها على شاشة التلفزيون (2) وهي ترتبط بنظام البث عبر الأقمار الاصطناعية، فالفضائيات التلفزيونية عبارة عن نظام يحقق استقبال البرامج التلفزيونية والإذاعية مباشرة من القمر الصناعي، بواسطة محطات أرضية صغيرة وقليلة التكاليف يملكها القاطنون في المنازل وتشاهد هذه البرامج من خلال جهاز التلفزيون العادي، وبهذا النظام يتم استقبال البرامج التلفزيونية مباشرة من القمر ينقل إشارته إلينا من خلال استخدام موجات تناظرية قياسية" (3).

1- هناء السيد: الفضاءات وقادة الرأي، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص12.

2- شوقي يحيى الفرا: تأثير الفضاءات الفلسطينية على الوضع الفلسطيني " حرب غزة نموذجا"، رسالة في الإعلام والاتصال مقدمة إلى مجلس كلية الآداب والتربية قسم الإعلام والاتصال لنيل متطلبات درجة الماجستير في الإعلام

والاتصال، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، أكتوبر 2010 ، ص8

3 - طارق سيد أحمد الخليفي: معجم مصطلحات الإعلام، (انجليزي _ عربي)، ط1، دار المعرفة الجامعية، الأردن

2013، ص ص 101 - 100.

إجرائيا:

ونقصد بالفضائيات في هذه الدراسة هي: القنوات الفضائية الجزائرية التي تقدم محتوى إعلامي متنوع وموجهة للجمهور الجزائري.

3- الفضائيات الخاصة:

هي قنوات ذات ملكية خاصة تتبع لأشخاص أو لمؤسسات أو لأحزاب سياسية معينة يتم استنتاجها على القمر اصطناعي يستخدم نظام البث المباشر الذي يعتمد على أن تقوم محطة الإرسال الرئيسية بإرسال البرامج المنفق عليها عن طريق مرسله تستخدم حزم ضوئية إلى هذه القنوات في القمر الصناعي، وتقوم بدورها بتحويل الإشارة إلى صوت وصورة.⁽¹⁾

1 _ إبراهيم يحيوي: القنوات الفضائية وثقافة الشباب، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه علوم في فرع علم الاجتماع، علم اجتماع تربية، قسم علم الاجتماع ، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف2، 2017_ 2018، ص32.

6- منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات:

أ- منهج الدراسة:

فالمنهج في معناه العام هو الأساليب التي يتمكن بها الباحث من تحقيق أو إنجاز الهدف.⁽¹⁾

لكي يتمكن الباحث من الإحاطة بكل جوانب الموضوع الذي يريد دراسته عليه أن يختار المنهج الذي يتماشى وطبيعة بحثه قصد الوصول إلى نتائج موضوعية، فالمنهج في معناه العام "هو الطريقة المتبعة للإجابة عن الأسئلة التي تثيرها إشكالية البحث"، ويعد تحديد منهج الدراسة من المراحل الأساسية في البحث الإعلامي، وانطلاقا من البحث العام الذي حدد سابقا والمتمثل في معرفة " القيم الخبرية في النشرات الإخبارية الرئيسية المحلية بالفضائيات الجزائرية الخاصة" هذا ما جعلنا نلجأ إلى استخدام المنهج الوصفي الذي هو "منهج يتبعه الباحث في دراسته لظاهرة ما أو مجموعة من الظواهر المرتبطة مع بعضها، والمنهج الوصفي يعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة كما توجد، ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها بشكل نوعي أو كفي أو كمي".⁽²⁾

حيث نتجه إلى الوصف الكمي لموضوع القيم الإخبارية بالفضائيات الجزائرية الخاصة في النشرات الإخبارية، وذلك من خلال تحديد مواصفاتها باستعمال مؤشرات للتعرف على : ترتيب القيم الموجودة في النشرات الإخبارية...، إذ لا تتوقف الدراسة على الرصد الكمي للمعطيات بل تتعدى مجال الوصف إلى التحليل الكيفي والتفسير وبالتالي محاولة الكشف عن أهم المتغيرات المتعلقة بموضوع القيم الإخبارية

1 - عبد المعطي الباسط: البحث الاجتماعي، محاولة نحو رؤية نقدية لمنهجه وأبعاده، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 1985، ص 23.

2 - محمود محمد الجراح: أصول البحث العلمي، دار الراية والحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 75.

بالبضائيات الجزائرية الخاصة وتحديدها بالصورة التي هي عليها كما وكيفا بهدف الوصول إلى نتائج تقييمية لمحتوى قناة الشروق News.

ب- أدوات جمع البيانات:

إن نوعية الدراسة التي يقوم بها الباحث تجعله يختار أدوات معينة لمساعدته في الحصول على البيانات ومعطيات تخدم أهداف دراسته.

فهناك أدوات مختلفة لجمع البيانات والمعلومات ويرجع ذلك إلى أن قيمة البحث ومدى دقة نتائجه حيث ترتبط بمدى قدرة الباحث على الحصول والوصول للمعلومات اللازمة للدراسة، وقد رأينا أن أدوات جمع البيانات المناسبة للدراسة بغية تحديد مواصفات القيم الإخبارية من حيث الشكل والمضمون وهي أداة تحليل المحتوى.

❖ تحليل المضمون:

يعتبر تحليل المضمون من أبرز الأدوات التي تستخدم في البحوث الإعلامية بهدف كشف مضمون وسائل الاتصال وما تطرحه هذه الوسائل من قيم أفكار واتجاهات ومعلومات تؤثر في سلوك الأفراد واتجاهاتهم . وتحليل المحتوى هو " مجموعة القواعد المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني من خلال البحث الكمي الموضوعي والمنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى⁽¹⁾

وأيضا تعد كأداة لجمع البيانات وهي تعد من بين أكثر الأدوات البحثية المستخدمة لفهم طبيعة الرسائل الإعلامية التلفزيونية: وتحليل المضمون هو " تقنية غير مباشرة تطبق على مادة مكتوبة، مسموعة، أو

1- محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار الشروق للنشر والتوزيع، جدة، 2009 ، ص55

سمعية بصرية، تصدر عن أفراد أو جماعات أو تتناولهم والتي يعرض محتواها بشكل رقمي، إنها تسمح بسحب كمي أو كيفي⁽¹⁾

❖ **الملاحظة العلمية:** تعتمد هذه الدراسة على أداة الملاحظة التي تم من خلالها انتباه إلى هذا نوع الإعلامي.

الملاحظة هي وسيلة يستخدمها الإنسان العادي في اكتسابه لخبراته ومعلوماته فنجمع خبراتنا من خلال ما نشاهده أو نسمع عنه، ولكن الباحث حين يلاحظ فانه يتبع منهجا معيناً يجعل من ملاحظاته أساساً لمعرفة واعية أو فهم دقيق لظاهرة معينة.⁽²⁾

أيضا الملاحظة هي عملية جمع المعلومات عن طريق ملاحظة الناس أو الأماكن وعلى عكس البحوث الكمية فان البحوث النوعية لا تستخدم أدوات مطورة من قبل المدرسة، ومن سيئاتها أنها محدودة بدراسة مواقف معينة من جهة ومن جهة أخرى فإن هناك صعوبة في تكوين ألفة مع الأشخاص الذين تتم ملاحظتهم، وتتطلب الملاحظة مهارات إصغاء وانتباه جيد للتفاصيل المراد ملاحظتها.⁽³⁾

1 - موريس أنجرس: منهجية البحث في العلوم الإنسانية، تدريبات عملية، ترجمة ل: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبه للنشر، 2004، ص218.

2- ذوقان عبيدات وكايد عبد الحق وعبد الرحمان عدس: البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، ط11، دار الفكر ناشرون وموزعون، عمان، 2009، ص122.

3- منذر الضامن: أساسيات البحث العلمي، ط1، دار المسيرة للنشر ولتوزيع والطباعة، عمان، 2007، ص ص 94-95.

7- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

أ- مجتمع البحث:

عرفه محمد عبد الحميد: "هو مجموع المصادر التيس نشر أو أذيع فيها المحتوى المراد

دراسته خلال الإطار الزمني للبحث." (1)

وهو أيضا: "مصطلح علمي منهجي يراد به كل ما يمكن إن تعمم عليه نتائج البحث سواء كانت

مجموعة أفراد أو كتب أو وثائق، وذلك طبقا للمجال الموضوعي لمشكلة البحث." (2)

ولقد وقع الاختيار على النشرة الإخبارية الرئيسية كمجتمع بحث لهذه الدراسة، وهي نشرة يومية تعرض

على قناة "الشروق News".

| اسم القناة | اسم البرنامج | مدة عرض الأخبار في كل نشرة | دورية البث | زمن النشرات فترة التحليل |
|-----------------|------------------------------|----------------------------|------------|-----------------------------|
| "الشروق News | النشرة الإخبارية الرئيسية | من 27 دقيقة إلى 35 دقيقة | يومي | 185 دقيقة و38 ثانية |

جدول رقم 1: يبين المعلومات الأساسية للنشرة الإخبارية الرئيسية عينة الدراسة

ب- عينة الدراسة:

1- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 232.

2- صالح محمد العساف: المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، مكتبة العبيكان، الرياض، 1995، ص 91

إن نجاح الدراسة في كل البحوث العلمية يتوقف على الاختيار الدقيق للعينة، إذ تعرف على أنها: " نموذج يشمل جانبا أو جزءا معيناً أو نسبة معينة من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث ثم تعمم نتائج الدراسة على مجتمع كله.⁽¹⁾

ولقد اعتمدنا في دراستنا على "العينة العشوائية المنتظمة"، حيث تعرف على أنها: "شكل من أشكال العينات الاحتمالية و أبساطها فهي تتشابه مع العينة العشوائية البسيطة من جهة أنها تتطلب تجانس المجتمع الأصلي، حيث يتم اختيار المفردة الأولى اختيار عشوائيا ثم اختيار بقية المفردات بطريقة تسلسلية منتظمة".⁽²⁾

حيث اخترنا هذه العينة لأنها تتماشى مع طبيعة الدراسة الخاصة بتحليلي المضمون عينة من النشرة الإخبارية الرئيسية ولأنها تعطي صورة صادقة للمجتمع الأصلي، وكانت طريقة اختيار مفردات العينة باستخدام أسلوب الأسبوع الصناعي باعتبار أن النشرة الإخبارية يومية، حيث كانت الدورة البرمجية على مدة شهر ونصف، (ماي وجوان).واخذ العينة بانتظام، حيث تم اختيار اليوم الأول من الأسبوع الأول واليوم الثاني من الأسبوع الثاني واليوم الثالث من الأسبوع الثالث واليوم الرابع من الأسبوع الرابع، وفي الشهر الثاني أخذنا نصف الشهر اليوم الأول من الأسبوع الأول واليوم الثاني من الأسبوع الثاني

1- سعيد التل: مناهج البحث العلمي - أساسيات البحث العلمي، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، عمان، 2006،

2- وائل عبد الرحمان التل: البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار الحامد، عمان، 2007، ص43.

فقط، فتكون بذلك أسبوعا صناعيا من سبعة أيام لضمان البعد الزمني بين الأيام وإعطاء فرص متساوية

لجميع مفردات العينة.⁽¹⁾

| الجمعة | الخميس | الأربعاء | الثلاثاء | الاثنين | الأحد | السبت | |
|-------------|------------|------------|----------|--------------|-------------|-------------|-----------|
| | | 1 ماي 2019 | | | | | الأسبوع 1 |
| | 9 ماي 2019 | | | | | | الأسبوع 2 |
| 17 ماي 2019 | | | | | | | الأسبوع 3 |
| | | | | | | 25 ماي 2019 | الأسبوع 4 |
| | | | | | 2 جوان 2019 | | الأسبوع 5 |
| | | | | 10 جوان 2019 | | | الأسبوع 6 |

جدول رقم (02): يبين توزيع مفردات عينة النشرات المدروسة

1 - باسم الطويسي: تغطية الشؤون المحلية في الصحافة الأردنية دراسة تحليلية لمضمون الصحف اليومية ، المجلة

الأردنية للعلوم الاجتماعية، (د.ع.ن)، عمان، 2013 ، ص 388

8- مجال الدراسة:

أ- المجال الزمني:

ترتكز هذه الدراسة على تحليل مضمون النشرات الإخبارية الرئيسية لقناة الشروق News خلال فترة أسبوعا كاملا.

المجال الموضوعي:

تناولت دراستنا التحليلية على مجموعة من النشرات من خلال النشرات الإخبارية الرئيسية التي تعرض كل يوم على الساعة الثامنة والنصف على قناة الشروق News.

ب- وحدات وفئات التحليل : الدراسة التوثيقية

1- وحدات التحليل:

هي عبارة على 5 وحدات وهي:

❖ وحدة الموضوع: حيث تم الاعتماد على وحدة الموضوع في دراستنا لأنها تعد من أكثر الوحدات استخداما في بحوث الإعلام والاتصال حيث ستكون هذه الوحدة هي عبارة على مواضيع متنوعة (سياسية، اقتصادية، اجتماعية، دينية، ثقافية.....)

❖ وحدة الفكرة.

❖ وحدة العبارة : حيث تم الاعتماد على هذه الوحدة من خلال العبارات الموجودة في هذه النشرة الإخبارية

❖ وحدة الشخصية: حيث تم الاعتماد على هذه الوحدة في دراستنا هذه من خلال وجود شخصيات معينة وهي تتمثل في (صحفيين، مراسلين، شخصيات عامة، شخصيات سياسية، وزراء، عمال القطاع العام (.....)

❖ وحدة الزمن: وهي تتمثل في الوقت المخصصة لكل موضوع من المواضيع.

2- فئات التحليل:

وهي التي تقوم بالإجابة على السؤال ماذا قيل؟ وكيف قيل؟ الذي تدور حوله المادة الإعلامية المقدمة وتستهدف الكشف عن مراكز الاهتمام بالمحتوى الذي اعتمدنا استخدامه لمعرفة محتوى هذه المواضيع وقد قمنا بتجزئة هذه الفئات على الشكل التالي:

*فئات المضمون: ماذا قيل؟

- فئة الموضوعات: وهي عبارة على موضوعات: (سياسية، اقتصادية، اجتماعية، دينية، ثقافية، ترفيهية، حوادث وجرائم.....).

- فئة الهدف: (أهداف معلنة وهدف خفية).

- فئة الشخصيات الفاعلة: وهي عبارة على شخصيات موجودة في النشرات الإخبارية وهي:

(صحفيين، مراسلين، وزراء، شخصيات عامة، عمال.....).

- فئة المصادر: وهي عبارة عن مصادر التي يأتي منها الخبر وهي: (مثال وكالات أنباء، مراسلة صحفية.....).

- فئة المجال الجغرافي: دولي- وطني.

- فئة القيم: وهي عبارة على مجموعة من القيم تحتويها النشرات الإخبارية وهي: (الفورية، الجدة، القرب، الأهمية، الإثارة، الشهرة، الصراع، المنافسة، الاستمرارية، الضخامة، الغرابة والطرافة، الكوارث،

الاهتمامات الإنسانية)

*فئات الشكل: كيف قيل؟

- المدة الزمنية: مدة عرض النشرات الإخبارية.

- المستوى اللغوي: (فصحى، عامية، مختلطة، لغة أجنبية)
- أسلوب عرض الخبر: (خبر صورة ثابتة، أو صورة متحركة).

الفصل الثاني: الخلفية النظرية للدراسة

- 1- مفهوم نظرية ترتيب الأولويات.
- 2- نشأة وتطور نظرية ترتيب الأولويات.
- 3- العوامل المؤثرة في نظرية ترتيب الأولويات.
- 4- أنواع بحوث نظرية ترتيب الأولويات.
- 5- فرضيات نظرية ترتيب الأولويات.

الفصل الثاني: الخلفية النظرية للدراسة

1- مفهوم نظرية ترتيب الأولويات:

حدد الباحثون عددا كبيرا من التعريفات لعملية وضع الأجندة، حيث يعرف (M.Sanchez) عملية وضع الأجندة في الإعلام بأنها: "العملية التي بواسطتها تحدد وسائل الإعلام بما نفكر وحول ماذا نقلق" ويرى أن أول من لاحظ هذه الوظيفة هو (Lippman) في العشرينيات من القرن الماضي، وأوضح أن الإعلام هو الذي يهيمن على قلق الصور في أذهاننا وأن رد فعل الجمهور يكون تجاه تلك الصور وليس تجاه الأحداث الفعلية، لذلك فإن وضع الأجندة هذه "عملية تهدف إلى إعادة صياغة جميع الأحداث التي تقع في البيئة المحيطة بنا إلى نموذج بسيط قبل أن نتعامل معها" (1)

ويعرف (lyengar - simon) نظريات وضع الأجندة بأنها "قدرة المواد الإخبارية التي تبثها وسائل الإعلام المختلفة على معرفة وتحديد القضايا المهمة خلال فترة زمنية معينة" أما (Harper) فيعرف النظرية ترتيب بأنها "عبارة عن تحديد وسائل الإعلام لما يجب أن يفكر فيه الجمهور، ويشمل ذلك كلا من الأحداث أو القضايا معينة أو أفكارا أو قيم اجتماعية" (2)

1 - نسرين محمد عبده حسونة: نظريات الإعلام والاتصال، شبكة الألوكة، 2015، ص4.

2 - أحمد أحمد زكريا: نظريات الإعلام، مدخل الاهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها، ط1، المكتبة العصرية، القاهرة، 2008، ص 8-13.

2- نشأة وتطور نظرية ترتيب الأولويات:

ترجع أصول النظرية لبحوث وضع الأجندة إلى (walter Lippman) من خلال كتابة بعنوان " الرأي العام 1966م" والذي يرى: "أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير، وفي كثير من الأحيان تقدم هذه الوسائل تقدم هذه الوسائل (بيئات زائفة) في عقول الجماهير، وتعمل وسائل الإعلام ووسائل الإعلام على تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التي تهتم المجتمع"

وتركز هذه النظرية على أن في مقدور وسائل الإعلام أن تغير الاتجاهات حسب نموذج الآثار الموحدة في دراسات الإعلام المبكرة وقد تم تجاهل هذه النظرية تماما في الأربعينيات والخمسينيات من القرن العشرين.

وبعد ذلك بنحو أربعين سنة أعاد الباحث (Cohen) إحياء وجهة نظر (Lippmann) حين زعم أن وسائل الإعلام " لا تتجح دائما في إبلاغ الجماهير كيف يفكرون (الاتجاهات)، ولكنها تتجح دائما في إبلاغهم عما يجب أن يفكروا فيه (المعلومات)".⁽¹⁾

وعند حديثه عن الاستخدامات الرمزية للسياسات أشار "Lippmann" إلى أن "السياسات عبارة عن سلسلة من الصور الذهنية التي يتم نقلها من خلال أخبار التلفزيون والصحف والمجلات والمناقشات لدى غالبية الناس في معظم الأوقات، وتكون هذه الصور الذهنية ، بانوراما متحركة تقع أحداثها في عالم لا يدركه معظم الجمهور العام".

1 - حسن عماد مكايي وليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2014، ص 288-289.

وقد دعم كل من "Lang" و "Lang" هذا الانطباع من خلال تقريرهما اللذان يشيران فيه إلى: "أن وسائل الإعلام هي التي توجه الاهتمام نحو قضايا بعينها، فهي التي تطرح الموضوعات، وتقترح ما الذي ينبغي أن يعرفوه، وما الذي يتنبغي أن يشعروا به"

وفي دراسة أخرى ركز الباحثان السابقان على التأثير المتراكم للمعلومات التي تنقلها وسائل الإعلام في رسم الصور الذهنية السياسية لعامة الناس في فترة الانتخابات، ويزعم الباحثان: "أن وسائل الإعلام هي التي تبني القضايا، وتحدد الشخصيات، وتقوم بتلك الوظيفة على فترة طويلة وبالتالي يكون من الصعب إدراك هذا التأثير ورؤيته على الطبيعة، وغالبا ما يتم هذا التأثير بشكل غير مباشر من خلال تهيئة المناخ السياسي، ورسم الصورة الذهنية للأحزاب والمرشحين، وبالتالي تؤثر وسائل الإعلام في النهاية على أصوات الناخبين" (1)

1 -حسن عماد مكاوي وليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة ، مرجع سابق، ص289-290.

3- العوامل المؤثرة في نظرية ترتيب الأولويات:

يتأثر ترتيب الأولويات بمجموعة من المتغيرات الخاصة بطبيعة القضايا من حيث هي ملموسة أو مجردة، ودرجة فضول الجمهور نحو القضايا وأهمية القضايا والخصائص الديموغرافية للجمهور ومدى استخدام الاتصال المباشر، وتوقيت إثارة القضية، ونوع الوسيلة الإعلامية المستخدمة، والمدى الزمني المطلوب لإحداث التأثير.

يلاحظ أن أغلب الدراسات التي جاءت في هذا السياق مستخدمة في ذلك أسلوب تحليل المحتوى للمادة الإعلامية المنشورة جاءت في المقابل محاولة معرفة أثر وسائل الإعلام على ترتيب أولويات الجمهور للقضايا المثارة وفي جميع الأبحاث تم قياس المعرفة كمتغير تابع بعوامل مستقلة ووسيلة وأهم هذه المتغيرات ما يلي:

أ- **طبيعة القضايا:** يقصد بطبيعة القضايا مدى كونها مدركة أو ملموسة من جانب أفراد - الجمهور، أو أن تكون القضية مجردة بمعنى غير ملم (**zucker**) أول دراسة إمبريقية تهدف إلى قياس تأثير طبيعة القضية خلال فترة زمنية ممتدة لثمانية أعوام من 1968 - 1976 م وهنا المخدرات، والطاقة... وثلاث قضايا ملموسة هي تكاليف المعيشة والبطالة والجريمة وخلص "زوكر **zucker**" إلى وجود تأثير كبير لوسائل الإعلام على القضايا غير الملموسة مقابل القضايا الملموسة⁽¹⁾.

ب- **أهمية القضايا:** افترضت دراسة كارتر وزملاؤه "**karter**" وجود علاقة ارتباط إيجابي بين درجة اهتمام الجمهور بالقضية، وزيادة حصولها على أولويات أكبر، وأشارت النتائج إلى زيادة الاهتمام بالقضايا

1- حسن عماد المكاوي وليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص ص 293-294.

التي تسبب التهديد والخوف مثل التلوث والإيدز، عن القضايا التي لا تكون تهديدا مباشرا مثل: الإجهاض والحرب النووية.

ج- الخصائص الديمغرافية: تشير بعض الدراسات الى وجود علاقة ارتباط بين الخصائص الديمغرافية وترتيب الأولويات، فقد خلصت دراسة **ويتني "Whitne"** إلى أن متغير التعليم يلعب دورا أساسيا في ترتيب الأولويات نحو القضايا المثارة في وسائل الإعلام حيث تزيد قدرة تلك الوسائل في وضع أولويات المتعلمين بالمقارنة مع غير المتعلمين، ومن جانب أشارت دراسة **شاو ومارتن "Shaw ; Martin"** إلى عدم وجود ارتباط بين المتغيرات الديمغرافية وترتيب الأولويات.

د- الاتصال الشخصي⁽¹⁾: تستطيع الاتصالات الشخصية تقرير تأثير وضع الأولويات للقضايا التي تحظى بتغطية إعلامية مكثفة، ومن أمثلة ذلك: دراسة **موتز "Mutz"** الخاصة بإدراك الجمهور لقضية المخدرات بوصفها قضية شخصية أو مشكل إجتماعية، ودراسة **ويفر "Weaver"** حول دور الاتصال الشخصي في نقل المعلومات وترتيب الأولويات، وأيدت هذه الدراسات دور الاتصال الشخصي في ترتيب أولويات الاهتمام.

هـ- توقيت اثاره القضايا: أشارت دراسات عديدة إلى أن وسائل الإعلام تقوم بدورها في ترتيب الأولويات أيام الانتخابات بشكل أقوى منها في غير أوقات الانتخابات ومن أمثلة هذه الدراسات: دراسة **روبرتس "Roberts"** حول التنبؤ بسلوك التصويت الانتخابي، ودراسة **بروسياس و كيبانجر "Brosius ; Kepplinger"** حول تأثير وسائل الإعلام على الميول الانتخابية في ألمانيا.

1 - حسن عماد مكايي وليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص 295.

و- نوع الوسيلة المستخدمة: انتهت دراسة بارستون ومكلور "Patteron; Mcclure" حول تأثير الأخبار والإعلانات التلفزيونية على تحديد أولويات الجمهور في الانتخابات الأمريكية لعام 1986، إلى أن أخبار التلفزيون ذات تأثير محدود على وعي الناس بالقضايا الانتخابية، في حين يكون تأثير الإعلانات أكبر على وعي الجمهور بأوضاع المرشحين في هذه القضايا.

كذلك قسم بنتون وفرازير "Benton ; Frazier" في دراستهما وظيفة وضع الأولويات إلى ثلاثة مستويات: يتضمن المستوى الأول: وضع قائمة واسعة من الموضوعات والقضايا، ويطرح المستوى الثاني: قضايا فردية أكثر تخصصاً من المستوى الأول، ويركز المستوى الثالث: على معلومات أكثر تخصصاً حول القضايا الفرعية التي يحددها المستوى الثاني. ووجد الباحثان أن الصحف تقدم المستويات الثلاثة لقراءها، في حين يقد التلفزيون المستوى الأول فقط ويهمل المستويين الثاني والثالث، وبالتالي فإن وظيفة وضع الأولويات لا تنطبق على كل وسائل الإعلام.⁽¹⁾

1- حسن عماد المكاوي وليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة ، مرجع سابق، ص ص 296-297.

4- أنواع بحوث نظرية ترتيب الأولويات:

حدد شاو ومارتن "Shaw ; Martin" أربعة أنواع لقياس ترتيب الأولويات وهي:

- نموذج يركز على قياس أولويات اهتمام الجمهور، وأولويات اهتمامات وسائل الإعلام على المعلومات التجميعية.

- نموذج يركز على مجموعة من القضايا، ولكن ينقل وحدة التحليل من المستوى الكلي الذي يعتمد على معلومات تجميعية إلى المستوى الفردي.

- نموذج يعتمد على دراسة قضية واحدة في وسائل الإعلام، وعند الجمهور انطلاقاً من فكرة أن التأثير يختلف من وقت لآخر.

- نموذج يدرس قضية واحدة، وينطلق من الفرد كوحدة للتحليل.⁽¹⁾

1 - منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 335.

5- فرضيات نظرية ترتيب الأولويات:

تنتقل هذه النظرية من فرضية أن وسائل الإعلام تأثير كبير في تركيز انتباه الجمهور نحو الاهتمام بموضوعات وأحداث وقضايا معينة، وطرح رؤى تراعي المساواة في النوع يمكن أن يؤدي إلى اهتمام الجمهور بهذه القضايا.

كما تفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تقع في المجتمع، إنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها وهذه الموضوعات تثير اهتمامات الناس تدريجياً، وتجعلهم يدركونها، ويفكرون فيها، ويفلقون بشأنها وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية أكبر نسبياً من الموضوعات الأخرى التي تطرحها وسائل الإعلام.⁽¹⁾

وتركز هذه النظرية على أن في مقدور وسائل الإعلام أن تغير الاتجاهات حسب نموذج التأثير المباشر في دراسات الإعلام المبكرة، وقد تم تجاهل هذه النظرية في الأربعينيات والخمسينيات من القرن الماضي، إلا أنه وبعد مرور أربعين عاماً أعاد الباحث كوهين إحياء وجهة نظر ليبمان (Lippman) حين زعم أن وسائل الإعلام لا تتجح دائماً في إبلاغ الجماهير كيف يفكرون (الاتجاهات)، ولكنها تتجح دائماً في إبلاغهم عما يجب أن يفكروا فيه (المعلومات).

وتبعاً لهذه النظرية فإن الجمهور لا يتعلم من وسائل الإعلام والاتصال فقط حول المسائل العامة والأمور الأخرى، ولكن يتعلم كم تبلغ هذه المسائل من أهمية.

1 - منال هلال مزاهرة: نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص 328.

ووفق هذه النظرية يرتب الإعلام أولويات الجمهور من حيث أولويات القضايا (المستوى الأول) ومن حيث وجهة النظر وجزئيات القضايا (المستوى الثاني) وهذه النظرية تدعمها نظريتا "الابتزاز Priming" و"التأطير Framing"، وهي بمجموعها تؤكد بشكل يصعب التشكيك فيه، أن الإعلام يحدد الأولويات ويرسم الصور الذهنية ويؤطر وجهات النظر، وأن الناس عبر الزمن تتشرب هذه الرؤى بشكل كبير، ويصبح كثير منهم أسيرا لها في تفكيره وقراراته. ذلك أن مدخل نظرية ترتيب الأولويات Agenda Setting أصبح أحد مناهج دراسة الديمقراطية في المجتمعات المعاصرة.

6- الانتقادات الموجهة لنظرية ترتيب الأولويات:

• إغفال الطبيعة التراكمية التي تبثها وسائل الإعلام، وغياب الأسس النظرية التي تركز على موضوعات وقضايا متخصصة، بدلا من فحص ماهية الموضوعات التي تهتم عامة الناس، وكذلك ضيق المجال الذي تتحرك فيه هذه البحوث.

• لم تحدد هذه النظرية مصدر التأثير على الجمهور بوضوح، نظرا لوجود عدد من الأجندات المركبة مثل الفرد والجماعة والمجتمع، وكذلك مراعاة تأثير وسائل الاتصال التي يمكن إدراج الجمهور ضمنها دون تجزئة، وكذلك مراعاة تأثير الاتصال الوجيه في كل أجندة، وتأثير السياسيين وصانعي القرار دون إغفال وجهة نظر وسائل الإعلام كمصدر إضافي للرسالة الإعلامية، حيث تساهم هذه العوامل بتمويه مصدر التأثير الحقيقي. (1)

كما وجه (كاراجيه وزملاؤه) العديد من الانتقادات لبحوث وضع الأولويات يمكن إجمالها على النحو التالي:

- تعدد الأساليب المنهجية المستخدمة في إجراء هذه البحوث.
- ضيق المجال الذي تتحرك فيه هذه البحوث.
- إغفال الطبيعة التراكمية التي تبثها وسائل الإعلام، والتركيز على الآثار قصيرة الأمد.
- غياب الأسس النظرية التي تركز عليها هذه البحوث، لأنها تركز على موضوعات وقضايا متخصصة، بدلا من فحص مجالات الاهتمام الممكنة التي تتقلها وسائل الإعلام لعامة الناس، حيث

1 - منال هلال مزاهرة: نظريات الاتصال ، مرجع سابق، ص 336.

تکمن قدرة وسائل الإعلام في تحديد الموضوعات المثيرة للجدل من بين سياق أكبر من الموضوعات العامة.

كذلك أشار كل من "روجرز وديرنج **Rogers ; Dering**" إلى ضرورة اهتمام الباحثين بما يلي:

- ضرورة فهم العمليات المعرفية المتضمنة في عملية وضع الأولويات على المستوى الفردي.
 - وضع مؤشرات للواقع لتحديد مدى بروز القضايا سواء أكان ذلك على مستوى وسائل الإعلام، أم على مستوى الجماهير.
 - اختار تصميمات بحثية تسمح بالتحكم في المتغيرات الأخرى المحتملة في عملية وضع الأولويات.
- وعلى الرغم من تلك الانتقادات، فهناك إجماع لدى الباحثين على أن بحوث ترتيب الأولويات ساهمت في زيادة فهم دور وسائل الإعلام في المجتمع، وعززت من استخدام مفهوم الآثار بعيدة المدى للتأثير الاجتماعي لوسائل الإعلام.⁽¹⁾

1 - منال هلال مزاهرة: نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص 337.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية،

التلفزيونات الفضائية الخاصة في الجزائر

1- القيم الخبرية

1-1- مفهوم القيم الإخبارية.

1-2- وظائف القيم الإخبارية.

1-3- عناصر القيم الإخبارية.

1-4- العوامل المؤثرة في القيم الإخبارية.

2- النشرات الإخبارية

2-1- تعريف النشرات الإخبارية.

2-2- الهدف من النشرات الإخبارية.

2-3- أنواع النشرات الإخبارية.

2-4- بناء النشرات الإخبارية.

3- التلفزيونات الفضائية الخاصة في الجزائر

3-1- تعريف القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.

3-2- نشأة القنوات الفضائية الخاصة.

3-3- أهمية القنوات الفضائية.

3-4- وظائف القنوات الفضائية.

3-5- إيجابيات وسلبيات القنوات الفضائية.

الفصل الثالث: القيم الخبرية في الفضائيات الجزائرية الخاصة

1- القيم الإخبارية:

1-1- مفهوم القيم الإخبارية:

عبارة عن قواعد أو معايير مهنية تستخدم في انتقاء وإنشاء القصص الإخبارية وتقديمها في وسائل الإعلام السائدة من صحافة وإذاعة وقد اختلفت الآراء حول العناصر التي تتضمنها الواقعة كي تعد خبرا صالحا للتقديم في وسائل الإعلام ولذلك حاول كثير من الباحثين التحدث عن معايير يتم على أساسها انتقاء الأخبار وهذه المعايير التي يطلق عليها القيم الإخبارية هي التي تجسد في النهاية الخصائص الذاتية في الخبر، ويقدر توافر بعضها أو أكبر عدد منها في القصة الخبرية، تزداد فرص اختيارها لكي يتقدم في وسائل الإعلام من صحافة وإذاعة وتلفزيون.⁽¹⁾

فلا يمكن القول أن القيمة الإخبارية هي معايير محددة وثابتة لدى الباحثين ولكنها هي معايير يمكن على أساسها انتقاء صلاحية الأحداث لتصبح أخبارا.

وتعني أيضا مدى التنوع في عناصر، الخبر والاهتمام أو التركيز على عنصر أو آخر من عناصر الخبر، بمعنى آخر الوزن النسبي للمعلومات التي تتضمنها القصة الخبرية التي يراد نقلها.⁽²⁾

1 - طارق سيد أحمد الخليفة: معجم مصطلحات الإعلام (انجليزي، عربي)، مرجع سابق، ص 231.

2 - عبد الرحمان قرشي عبد الله: التحرير الصحفي فنون الكتابة الصحفية الحديثة (الخبر - الماجرى - التقرير الصحفي)، مطبعة جامعة الخرطوم، السودان، 2005، ص 27.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

ويشير هاشم حسن التميمي قبل تقديم مفهومه الخاص للقيم الخبرية أن الدراسات التي اهتمت بهذا المجال، ركزت إما على الحدث أو الخبر أولاً وعلاقة ذلك بالمرسل (القائم بالاتصال) 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 وظروفها الخاص والعام.

وتعني القيمة من الناحية الموضوعية مجموعة المكونات الجوهرية التي تتشكل منها الأخبار وتتميز بتميزها وتغيب بغياب أبرزها.⁽¹⁾

كما يعرف نصر الدين العياضي: القيم الخبرية على أنها مجموعة المعايير المادية والذهنية التي سيتم على أساسها تحويل الحدث إلى خبر صحفي، فهي الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث والجمهور!، وهي تكشف على جوهر الحدث وعن استخدامه الاجتماعي أي تحويله إلى موضوع للاطلاع والمعرفة والفهم.⁽²⁾

1- هاشم حسن التميمي: فلسفة الخبر الصحفي، دراسة لمفهوم القيمة الخبرية في الصحافة العراقية، ط1، دار ورد الأردنية للنشر والتوزيع، 2008، ص 66.

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

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

ويعرف جون بيترز (Johan R.Peters) أن القيم الخبرية " مصطلح نسبي يشير إلى أهمية الحدث أو التأثير المحتمل لحدث ما بالمقارنة مع أحداث أخرى أو قصص إخبارية محتملة أخرى ويعرف كل من ستانلي جونسون وجوليان هاريس القيم الإخبارية بأنها" المقياس الذي تقاس به ضخامة الحادث والمعيار الذي يفضلته يمكن معرفة أهمية الخبر أو قدرته اجتذاب اهتمام القراء".⁽¹⁾

ومن خلال ما سبق يمكن حصر تعريف القيمة الخبرية في أنها مجموعة من العناصر التي تقوم بجعل الحدث يرتقي ليصبح خبر صحفي قابلا للنشر والإذاعة للجمهور، رغم اختلافها بين أصحاب المجال.

2- طالب عبد المجيد علاوي وحيدر احمد علو: صناعة الأخبار في القنوات العربية المتخصصة A.N.N، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص120.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

1-2- وظائف القيم الإخبارية :

للقيم الإخبارية وظائفها يمكن الإشارة إلى بعضها فيما يأتي:

- إنها تساعد على انتقاء الأخبار وفرزها وتحديد الصالح منها للنشر وأولوياتها.
- إنها تساعد على تحديد طبيعة التغطية الإخبارية وحجمها ومستواها، أو نوع قالب التحرير الإخباري المناسب لها.
- إنها تمنح المؤسسة الإعلامية سماتها من حيث فورية التغطية أو مستوى ما تتناوله من موضوعات، فيقال إن محطة ما سباقة في الحصول على الأخبار.
- توافر إمكانية الإطلاع على الاتجاهات الإعلامية التي يتم التركيز عليها في زمان أو مكان من قبل هذه المؤسسة الإعلامية أو تلك وهو ما تتم ملاحظته ورصده بواسطة البحوث العلمية التي تعكس معطيات اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية مهيمنة في ذلك الوقت.
- إنها تفرض أحيانا نوع الوسيلة الاتصالية، كما يحدث مثلا في التغطية الإخبارية لحوادث تحتاج إلى وثيقة صورية قد لا تتوفر إلا في التلفاز أو حوادث أخرى لا تتأكد إلا عن طريق النشر الحرفي لوثيقة ما على صدر الصفحة الأولى لإحدى الصحف.⁽¹⁾

1 - طالب عبد المجيد علاوي وحيدر احمد علو: صناعة الأخبار في القنوات العربية المتخصصة، مرجع سابق، ص 147.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

1-3- عناصر القيم الإخبارية:

• الفورية:

يهتم الجمهور عادة بالأحداث الجديدة التي لم يسبق له أن علم بها، وتعد هذه القيمة الخبرية أحد أهم القيم الإخبارية في التلفاز، إذ تسهم في تفضيل خبر ما على غيره وتعني أن الخبر هو ما يحدث الآن، ويطلق عليها البعض مصطلح "الآنية أو الحالية" فإذا كان الخبر يعرف سابقا بأنه وصف لحدث وقع بالفعل، فإن هذا التعريف قد تبدل ليكون معنى الخبر وصفا لحدث يقع الآن. (1)

ويقصد بها أيضا "نقل الحدث أو الواقعة فور حدوثها وفي أسرع وقت ممكن بغية المنافسة وتحقيق السبق الصحفي والانفراد في نشر الحدث، وكلما توافر في الخبر هذه الميزة كان صالحا للنشر وباعثا على الاهتمام. (2)

فيجب على الصحفيين نقل الخبر فور حدوثه وفي أسرع وقت ممكن لتحقيق السبق الصحفي والانفراد به حيث أن هناك أخبار تموت لحظة ولادتها، وتصبح لا قيمة لها إن لم تنشر في وقتها.

• الجودة:

ويطلق عليها مصطلح الحداثة أي الكشف عن الجديد غير المعروف من قبل، وتعني أن يكون الخبر جديدا، فالخبر أسرع مادة معرضة للتلف بمجرد مرور ساعات قليلة على وقوعه، وينبغي أن تكون

1 - طالب عبد المجيد علاوي و حيدر احمد علو: مرجع سابق، ص 175.

2 - عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي: سوسيولوجيا الخبر الصحفي، دراسة في انتقاء ونشر الأخبار العربي للنشر والتوزيع، 1989، ص 47.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

الأخبار ذات قيمة في الوقت الذي تزداد وتنتشر فيه ومن الممكن أن يتعلق الخبر بمعلومات مستحدثة عن حدث أو وقائع قديمة نشرت ناقصة أو لم تنتشر أصلا، إذ تمثل الجودة في الأخبار عنصر استقطاب اهتمام المتلقي ولذا تعد من أهم القيم الإخبارية التي بفضل على أساسها خبرا معيننا على آخر، لأن قيمتها تحدد بمدى ما يضيفه الخبر من معلومات جديدة للجمهور. (1)

وتختلف هذه القيمة الإخبارية عن الفورية مع أن البعض يخلط بين الفورية والجدة فالخبر الفوري يعد خبرا جديدا ولكن ليس من الضروري أن يعد الخبر الجديد فوريا أو تتم تغطيته بشكل فوري.

• القرب:

أي مدى اقتراب الجمهور من الأشخاص أو الأماكن أو الموضوعات أو القضايا الواردة في الخبر فالمشاهد أو المستمع أو القارئ يهتم بالموضوعات التي يشعر أنها قريبة منه وترتبط به ارتباطا مباشرا، وبذلك فإن الأنباء التي تكون قريبة من المشاهدين سواء جغرافيا أو نفسيا أو عاطفيا تكون هي الأهم بالنسبة لهم أو بالتالي من المفترض إعطائها أولوية خاصة في الإذاعة أو النشر (2)

حيث تحظى الأحداث القريبة جغرافيا من الجمهور باهتماماته، فطبيعة الإنسان تميل إلى الاهتمام بالأشياء المحيطة به أكثر من تلك التي تقع بعيدة عنه، وهذا ما يفسر اهتمام الجمهور بالأخبار التي تدور في بلداهم ومدينتهم وحيهم لا بل حتى في شارعهم، ولذلك إذا تساوي حدثان من حيث الأهمية، فأن

1 - طالب عبد المجيد علاوي و حيدر احمد علو: مرجع سابق، ص ص 177-178.

2 - نهى عاطف عدلي العبد: صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي، الهيئة العامة لدار الكتب والوثائق القومية، القاهرة، 2007، ص77.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

الأسبقيّة والأولوية في النشر تعود إلى الخبر الأقرب جغرافياً، فخير موت عدة أفراد في حي قريب من المشاهد أهم من خبر آخر عن موت عدة أفراد في حي قريب من المشاهد أهم من خبر آخر عن موت المئات في دولة بعيدة⁽¹⁾، لذلك تهتم مختلف قنوات التلفاز في العالم بالأخبار الوطنية وتعطي لها مساحة زمنية أكبر، وقد يتخذ القرب أشكالاً عدة كالقرب الجغرافي أو الثقافي أو المهني، كما يمكن أن يكون قرباً سيكولوجياً أو عاطفياً بسبب النوع أو الديانة أو السن أو العرق، وتعد هذه القيمة الإخبارية ذات أهمية في تحديد أولوية نشر الخبر، أي: في تفضيل الجمهور لأخبار منطقة معينة على أخبار منطقة أخرى.

• الأهمية:

يعد تناول موضوعات الأخبار التي تدخل في دائرة اهتمام الأفراد وتؤثر في حياتهم إحدى أهم القيم الإخبارية في العالم المتقدم، فالعاملون في الأخبار لديهم سلعة يجب أن يكون هناك زبائن يقبلون على شرائها ولذلك يحجب تحديد ما يرغب فيه الجمهور الذي يهتم دائماً بمعرفة الأحداث التي تثير انتباهه، فالبحث عن القصص الإخبارية التي تشعر الناس بالاندماج العاطفي تروى لقطاع واسع من الجمهور وترتبط أهمية الخبر بمدى ما يحدثه من تغيير واضطراب وبعده الأشخاص الذين يؤثر فيهم، وتختلف درجة الاهتمام والأهمية من جمهور لآخر كما وتؤدي طبيعة الجمهور ومستوياته الثقافية والاجتماعية والاقتصادية دوراً كبيراً في ذلك.⁽²⁾

1 - طالب عبد المجيد علاوي و حيدر احمد علو: مرجع سابق، ص ص 178-179.

2 - طالب عبد المجيد علاوي و حيدر احمد علو: مرجع سابق، ص ص 179-180.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

فإن هذا العنصر يتوافر للخبر نتيجة توافر أكثر من عنصر من عناصر القيمة الخبرية به كالشهرة والضخامة والصراع والقرابة والتوقيت والقرب، فكلما توفر للخبر أكثر قدر ممكن من هذه العناصر كلما كان أكثر أهمية عن غيره من الأخبار، وكلما كان الخبر يخص شرائح واسعة من أبناء المجتمع، ويتعلق بأمر مصيري لهم، أو يغطي حدثا بارزا على الصعيد الداخلي أو الخارجي، كلما زادت أهميته، واحتل مكانة مميزة.⁽¹⁾

• الإثارة:

الإثارة في الخبر هي تلك الخاصية التي توجد في بعض الوقائع والأحداث والتي تكسبها جاذبية شديدة، مما يجعلها تلفت انتباه المتلقي، كالجرائم التي تتعلق بالجنس مثلا.⁽²⁾

حيث تمثل إحدى أهم القيم الإخبارية في المجتمعات الغربية، التي تركز وسائل إعلامها على الموضوعات التي تجذب أكبر عدد ممكن من الناس، فالأخبار التي تحمل في طياتها فضيحة أو معلومات خطيرة تكشف لأول مرة، تحتل في أغلب الأحوال موقعا صدر الصحف في نشرات الأخبار، وكبرى الصحف ووسائل الإعلام العالمية حتى أمن عددا من الصحف العالمية الجادة والتي لا تهتم بالإثارة أعلنت إفلاسها بسبب ميل القراء إلى صحف الإثارة.

1 - عبد الله بدران: الخبر الصحفي في منهج الإعلام الإسلامي، ط1، دار المكتبي، دمشق، 2002، ص 219.

2 - علي منعم القضاة: كتابة متقدمة للأخبار والتقارير الصحفية، (د.ن)، (د.ن)، ص 26.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

ويقصد بالإثارة في الخبر الإشارة إلى تلك الخاصية التي توجد في بعض الوقائع والأحداث وتكسبها جاذبية شديدة تلفت انتباه المتلقي وتخاطب غرائزه، فالأحداث التي تتعلق بالجرائم أو الفضائح أو الجنس أو الفضائح السياسية أو الاقتصادية أو المالية أو الاجتماعية التي تحمل سمة الإثارة في وقائعها، وتعد أحداث الاغتصاب تشكل قيمة هامة في الجدارة الإخبارية، فالصحفيين يدركون اهتمام المتلقين بأخبار الجنس.⁽¹⁾

• الشهرة:

هناك قاعدة عامة وأساسية في الإعلام تقول: إن الأسماء تصنع الأنباء - Names are news - تلك حقيقة لا جدال فيها فالأسماء الشهيرة أنباء في حد ذاتها، وإن كانت القيمة الإخبارية لتلك الأنباء تتفاوت في أهميتها بتفاوت أهمية الاسم الذي تتحدث عنه.

ويندرج عامل الشهرة ليس على الأفراد فقط، بل على الأماكن والمؤسسات وغيرها، فكلما زادت الشهرة إحدى القيم الأساسية لاختيار الأخبار في تلك المجتمعات للشخصيات العامة والبارزة بحجة أن يبلى حاجات الجمهور ورغباته.⁽²⁾

وتعني هذه القيمة ارتباط الخبر بالشخصيات البارزة أو اللامعة في المجتمع، أو العالم، أو بالإمكان التي لها قيمة تاريخية وترجع أهمية هذه القيمة الخبرية إلى أن المتلقي يتبع أخبار اللامعين في المجالات كافة،

1 - طالب عبد المجيد علاوي و حيدر احمد علو: مرجع سابق ص ص 180-181.

2 - سعيد السيد وسامي الشريف: الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، جميع حقوق الطبع محفوظة للمركز، القاهرة، 2005، ص 244.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

فصناع القرار السياسي والشخصيات العامة ونجوم الفن والمدافعون عن القضايا الاجتماعية ومشاهير الرياضة تصنع تحركاتهم وتصريحاتهم الأخبار سواء في الدول المتقدمة أو النامية، وهناك الكثير من الأحداث التي قد تمر دون أن تتحول إلى قصص إخبارية لكن ظهور إحدى الشخصيات أو صلة بإحدى الشخصيات المشهورة كفيلة بأن تجعلها مثار اهتمام وسائل الإعلام.

والشهرة في الأخبار قد تكون شخصية ترتبط بالأشخاص أو قد تكون مكانية ترتبط بالأماكن المشهورة كمدينة هورشيما التي تم ضربها بقتل نووية، كما قد تكون الشهرة زمانية ترتبط بتاريخ له شهرة عند الجمهور ويحمل دلالات معينة عند ذكره مثل تاريخ 11 سبتمبر 2001 الذي يمثل ضرب برج التجارة العالمية في نيويورك والهجمات على مبنى في واشنطن وتاريخ 9 أبريل 2003 الذي يمثل انتهاء حقبة حكم حزب البعث في العراق بدخول القوات الأمريكية إلى بغداد وتنتقل قيمة الشهرة إلى مستوى آخر إذ ترتبط بالأشخاص القريبين من الشخصيات الشهيرة أيضا.⁽¹⁾

حيث تهتم وسائل الإعلام في الدول الغربية ودول العالم الثالث بهذه القيمة التي تعتبرها م القيم الخبرية الهامة، فكلما ازدادت شهرة الشخص الذي يتناوله الخبر كلما زادت أهمية الخبر وازدادت فرصته في النشر، فالأسماء الكبيرة أو المهمة تصنع الأخبار فكلما كان الخبر يدور حول شخصية مشهورة ذات أهمية زادت قيمته، فخير عن رئيس دولة أو ملك تختلف أهمية الخبر يدور حول وزير أو عضو مجلس

1 - طالب عبد المجيد علاوي و حيدر احمد علو: مرجع سابق، ص 182.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

الشعب أو الشورى، كما تزداد أهمية خبر يدور حول عضو مجلس الشعب عن خبر مواطن عادي، والشهرة لا تقتصر على الأشخاص بل تتسحب أيضا على الأماكن والآثار والقضايا.⁽¹⁾

• الصراع:

يعد الصراع قيمة إنسانية قديمة قدم التاريخ، فالإنسان منذ بدا الحياة يصارع ذاته ويصارع الآخرين والدول تصارع بعضها البعض، وهذا الصراع يشكل المادة الخام للدراما والأخبار، ومن المفترض من وسائل الإعلام أن تكون الوسيط الذي يتم على أرضيته مناقشة الصراع الذي يقسم الدول والشعوب، وقد زادت أهمية هذه القيمة في الوقت الحالي نتيجة كثرة الصراعات والحروب من ناحية وزيادة عدد وسائل الإعلام التي تعد الصراعات والحروب المادة الخام التي تتناولها من ناحية أخرى، وتعد الأخبار التي تتضمن صراعا محتدما من الأخبار التي يتابعها الجمهور بشغف لأن بها عناصر ترقب مفاجأة، ولها لا تأثيرات على حياتهم بشكل كبير حيث تثير النزاعات سواء كانت بين الناس أو بين الدول أو صراع الإنسان مع السلطة اهتمام وسائل الإعلام والجمهور، ولا سيما أن أهمية الصراع تزداد بأهمية الأطراف الداخلة فيه، وقد يكون الصراع ماديا أو فكريا.⁽²⁾

2- طارق سيد أحمد الخلفي: فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص ص 114-115.

2 - نهى عاطف عدلى العبد: صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي، مرجع سابق، ص ص 83-84.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

• المنافسة:

من ألوان الدراما في الحياة الإنسانية المنافسة التي تجذب اهتمام المتلقي بالخبر، وتحقق المنافسة في أخبار المسابقات والمباريات الرياضية، وتعد المنافسة نوعا من أنواع الصراع لكنها لا تحمل حدة أو عنفا. (1)

• الاستمرارية:

تمثل هذه القيمة ثقلا مهما بالنسبة للأحداث التي تدوم مدة طويلة وتكون قابلة للتغطية المستمرة عدة أيام أو أشهر أو حتى انتهاء الحدث الذي يستمر طويلا وتتعلق عادة بالحروب والكوارث والمحاكمات الطويلة. (2)

وتعني أيضا الأخبار التي ترتبط بالأحداث التي يحتمل أن يكون لها تأثير مستمر، أي الأحداث التي تتم تغطيتها مرة أخرى فالخبر الذي يحمل قيمة الاستمرارية تستمر جدارته في النشر حتى عندما تتضاءل ضخامته، كما يمكن للاستمرارية أن تجعل الخبر أكثر أهمية بالتقدم، فتجعل المجتمع يتغير تجاه قضية أو حدث ما كان يبدو صغيرا لكن مع الاستمرارية في تداوله أصبح أكثر أهمية لدى الجمهور، وهو أمر يرتبط بنظرية ترتيب الأولويات، وغالبا ما تقترن قيمة الاستمرارية الإخبارية مع قيم إخبارية أخرى، فالموقف الرسمي الأمريكي على سبيل المثال يقترن بالشهرة سواء كانت المكانية للولايات المتحدة أو

1 - طالب عبد المجيد علاوي و حيدر احمد علو: مرجع سابق، ص ص 183-184.

2 - عبد الله بدران: الخبر الصحفي في منهج الإعلام الإسلامي، دار المكتبي، دمشق، 2002، ص 2019.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

الشهرة الشخصية إذا ما كان الموقف معلنا عن طريق الرئيس الأمريكي كما يمكن أن يقترن بالجدة كما في الأخبار التي تعلن لأول مرة وتخص الأزمة المصرية.

• الضخامة:

تعد الضخامة أو الحجم كما يطلق عليها في بعض الأحيان، من المعايير الأساسية التي تتحكم في نشر الخبر، مع أن قرار النشر في وسائل الإعلام المملوكة للدولة يتوقف أساسا أو يرتبط ارتباطا مباشرا بالمعايير الإيديولوجية والسياسية، وتعني الضخامة أن حجم تأثير الخبر على المتلقين يكون كبيرا إذ كلما زاد عدد الأشخاص الذين يتعلق بهم الحدث أو الخبر وكلما زاد حجم الأرقام في الخبر ازدادت قيمته في النشر مثل عدد الجرحى أو القتلى وقيمة الخسائر وقيمة الأرباح وعدد الأهداف في المباراة وعدد المتظاهرين أو المشردين، لأن ذلك يزيد من عدد الأشخاص الذين يهتمهم الخبر ويسمى بالخبر الضخم، ولعل من المهم القول أن الضخامة لا تعني التهويل أو المبالغة، بل تعني إثارتها لاهتمام أكبر عدد من الناس.⁽¹⁾

إذ توافر عنصر الضخامة في الخبر فإن ذلك يكسبه أهمية خاصة وبالتالي يكون محمل تفضيل عند اختيار الأخبار، والضخامة قد تكون كمية وقد تكون نوعية، وتتوافر الضخامة الكمية في الخبر إذا كانت تمس أكبر عدد من الأفراد والأشياء، وتتوافر الضخامة النوعية إذا كان الخبر يمس مرفقا حيويا يهم المجتمع أو يمس مشكلة سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية.⁽²⁾

1-طالب عبد المجيد علاوي و حيدر احمد علو: مرجع سابق،ص ص 184-185.

2- نهى عاطف عدلي العبد: صناعة الاخبار التلفزيونية، مرجع سابق، ص 80.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

• الغرابة والطرافة:

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

• الكوارث:

تعد الكوارث إحدى القيم الإخبارية كونها تثير اهتمام الناس ، فالأخبار التي تتعلق بالكوارث التي تتعرض لها البشرية في مناطق مختلفة من العالم لها أهمية في النشر، إذ أطلق عليها دينيس ماك شان اسم "الصعوبة على المجتمع" فيما ذكرها كل من ستانلي جونسون وجوليان هاريس في تصنيفهما باسم "الكارثة" كما أوردتها مزيد في تصنيفه أيضا. وترتبط هذه القيمة بقيم أخرى غالبا ما تأتي معها مثل قيمة الحجم، إذ غالبا ما تؤدي الكوارث إلى وفيات وأضرار مادية كبيرة الحجم، وكذلك تأتي مع قيمة الاهتمامات الإنسانية، إذ غالبا ما تثير نتائج الكوارث اهتمامات المشاهدين. (2)

1- حسني محمد نصر وسناء عبد الرحمان: التحرير الصحفي في عصر العولمة -الخبر الصحفي، ط2، دار الكتاب الجامعي، الإمارات لعربية المتحدة، 2009، ص 80.

1- طالب عبد المجيد علاوي و حيدر احمد علو: مرجع سابق، ص 187.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

• الاهتمامات الإنسانية:

تعرف الاهتمامات الإنسانية بأنها "مجموعة من العناصر التي تضيف على الموضوع أو الخبر بعدا عاطفيا وإنسانيا" وأن يكون لها تأثيرها، كما يعبر في بعض الكتب عن هذا العنصر بالتأثير وذلك بسبب تأثيره في حياة الناس بشكل أو بآخر.⁽¹⁾

1 - عبد الستار جواد: فن كتابة الأخبار، مرجع سابق، ص 50.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

1-4-العوامل المؤثرة في القيم الإخبارية:

تختلف وتتعدد العوامل المؤثرة في القيم الخبرية بين عوامل سياسية، اقتصادية، اجتماعية وذلك باختلاف الأنظمة الإعلامية، وحتى داخل النظام الإعلامي الواحد، وتتحكم فيها، وفي الآتي نقدم أهم هذه العوامل:

أ- الأيديولوجيا:

تعرف الأيديولوجيا على أنها مجموعة الأفكار والمعتقدات والقيم والمشاعر التي تؤثر على المجتمع، وتختلف هذه الأيديولوجيات بين القانونية، السياسية، الدينية والإعلامية؛ وهذه الأخيرة نقصد بها "هي نظام من الأفكار، يعبر عنه من خلال العملية الاتصالية التي تشمل القائم بالاتصال وطريقة استخدامه للنص أو اللغة أو الصورة "السائنة أو المتحركة" التي تنقلها الوسيلة الإعلامية المطبوعة أو المسموعة أو المرئية".⁽¹⁾

وبالتالي كلما كان هناك اتصال فتم حتماً أيديولوجيا، تؤثر حتماً في عملية اختيار وتحديد الأخبار ومن ثم اختيار القيم الإخبارية التي لا تتعارض بالضرورة مع الأيديولوجيا السائدة؛ فجواز مرور نشر الأخبار هو عدم مخالفتها أو تعارضها مع معتقدات المجتمع وأفكاره، حتى وإن كان القائم بالاتصال يتمتع بالحرية والاستقلالية فهو يمارس أو يتبع أيديولوجيا ما أي يتأثر بالأيديولوجيا الليبرالية التي تؤدي بالقائم بالاتصال إلى إبداء رأيه بحرية، أما في مجتمعاتنا فيظهر مع الحكومات والأنظمة إلى ربط القيم بأيديولوجيتها

1- محمد بن سعود البشر: إيديولوجيا الإعلام، ط1، غيناء للنشر، الرياض، 2008، ص 15.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

والقائمة على ربطها بالمصالح الوطنية التي تختلف من دولة إلى أخرى⁽¹⁾ بحيث يركز إعلامها على الأنشطة الحكومية والأحداث الوطنية والمحلية.

ب- السلطة السياسية:

يعد ارتباط وسائل الإعلام والسلطة السياسية من البديهيات في مختلف دول العالم في علاقة تأثير وتأثر كل واحد بالآخر، وهذا بممارسة المؤسسات السياسية لسلطتها والتحكم في وسائل الإعلام التي تعمل على تشكيل الرأي العام، وبهذا وجب على السلطة السياسية السيطرة والتحكم في ما تقدم وسائل الإعلام من منتجات ثقافية وأفكار ومعلومات وتكييفها وفق لرأي السلطة²، فتصبح القيم الإخبارية للوسيلة الإعلامية تحت رحمة السلطة السياسية ما يفرض عليها التماشي والتكيف معها وعدم مخالفتها لضمان استمرارها وتفادي فرض القيود عليها وهذا ما يؤثر على النقل الموضوعي والصادق للحقيقة للجمهور، وقد يحتم هذا أحيانا استقاء الأخبار من مصادر معينة وإغفال مصادر أخرى وتناول الخدمة الإخبارية بأسلوب معين واختيار الوقت المناسب لإذاعة أخبار معينة بشكل تفصيلي أو مختصر وتحديد موقع الأخبار داخل النشرة الإخبارية⁽³⁾.

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

1- عبد الحليم موسى يعقوب: الموضوعية والقيم الإخبارية في الإعلام، الدار العالمية، السودان، ص 13.

2- إبراهيم عبد الله المسلمي: التشريعات الإعلامية، دار الفكر العربي، مصر، (د.س.ن)، ص 3310.

3- حسن عماد مكايي: الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009، ص 114.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

وبهذا تتحول المؤسسة الإعلامية من خدمة أفراد الشعب إلى جهاز خاضع للدولة يعمل على التسويق لسياساتها والترويج لأفكارها ونشر كل ما هو إيجابي عنها وتفاذي الانتقاد، لذا لا نستطيع الكلام عن حرية الإعلام في أي مجتمع دون الكلام عن علاقتها بالسلطة واما تريده السلطة من الإعلام وكيف تنظر إليها وما هي فلسفة الإعلام لدى النظام السياسي.

وهناك عدة وسائل تتحكم بها السلطة في تسيير وإدارة المؤسسات الإعلامية وإجبارها على الرضوخ لأوامرها والخضوع لها، وتختلف الآليات من دولة لأخرى وتتمثل في: الميكانيزم التشريعي، الميكانيزم المالي، ميكانيزم الرقابة.

أ- عن طريق التشريع: أي دولة ومهما كان نظامها السياسي تقوم على مبدأ سن القوانين لحماية استقرارها وأفرادها في جميع المجالات بما فيها الحقل الإعلامي نظرا لأهميته وتصنيفه كسلطة رابعة، وتكون هذه القوانين والتشريعات الإعلامية في صالح السلطة ووسيلة ضغط وردع، على الصحفي احترامها ويعاقب في حالة مخالفتها.

وبالتالي فان هذه القوانين تحدد القيم الإخبارية للوسيلة الإعلامية كما أن حرية التعبير تنتهي بمجرد استغلال السلطة لسلطتها وتوظيف العدالة لضرب كل من يتجرأ على انتقادها.⁽¹⁾

ب- عن طريق التمويل (الميكانيزم المالي): ونعني بها سلطة المال، حيث إن تمويل وسائل الإعلام يعود إلى المصلحة الذاتية للممول مهما كانت: السلطة السياسية، الجماعات المحلية أو جماعات الضغط

1- إبراهيم عبد الله المسلمي: التشريعات الإعلامية، مرجع سابق، ص 332.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

وسلطة المال لها فعالية كبيرة حيث أن السيطرة المالية تجعل من وسائل الإعلام في موضع التأييد للممول دائما وتضع قيم الممول في موضع قيمها (1).

وفي الجزائر يعيش الإعلام من عائدات الإشهار الذي تحتكره الدولة والذي أصبح مصدرا رئيسيا للضغط على المؤسسات الإعلامية ويؤثر على سياستها التحريرية وترتيب أخبارها لذا تخضع القيم الخبرية لسلطة المال والمعلنين.

ج- عن طريق الرقابة: تمارس الدولة الرقابة على مضامين المؤسسات الإعلامية ولا تترك لها هامشا للحرية، ما يجعل الصحفي يخضع لنوعين من الرقابة الأولى ذاتية من خلالها يتوخى الصحفي التطرق لمواضيع تتعارض وقوانين الدولة أو تنتقدها والثانية رقابة خارجية تضيق الخناق على ممارسة الصحافة بكل حرية وهذا ما ينعكس على القيم الخبرية ومراقبة الأخبار التي تنشر أو تعدل أو تحذف نهائيا وتتفاوت الرقابة المفروضة من نظام لآخر، كما نجد رقابة قبلية للمضامين الإعلامية وأخرى بعدية.

ت- سياسة المؤسسة الإعلامية: بعد دراستنا لهيمنة السلطة السياسية على الوسيلة الإعلامية النابع من بنية السلطة وطبيعتها، سوف نحاول التطرق إلى تأثير الوسيلة الإعلامية في حد ذاتها على القيم الإخبارية، لكونها دائما ما تعبر عن سياسية المؤسسة الإعلامية أو أنها تحمل أفكارا أخرى تريد أن توصلها إلى الناس حتى وإن كانت تتناقض الحكومة، والقائم بالاتصال في المؤسسة التحريرية من خلال تغطيته للأخبار بدء من عملية جمعها ثم تحريرها وصولا إلى نشرها أو بثها من خلال عملية الانتقاء أو

1- عبد الحفيظ الهرقام: الإذاعة والتلفزيون مرفقا عموميا في الوطن العربي، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد3، 2004، ص 08.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

المفاضلة بين الأخبار والتي تركز على السياسة التحريرية التي تشكل ضغطا على أسرة التحرير ولا تترك لهم مجالاً للحرية الفردية في اختيار المواضيع ولا في طرق معالجتها.

ويكون ذلك بإعطاء التوجيهات والتعليمات للالتزام بالسياسة التحريرية والإجبار الصحفي للخضوع لها ومعالجة الأخبار والقضايا وفق رؤية المالكين أو المسؤولين، وهذا الإجبار يتنافى مع أخلاقيات المهنة الإعلامية التي تمنح الحرية للصحفي في معالجة المواضيع إلا تلك المواضيع إلا تلك التي تتعارض مع القيم أو القوانين المعمول بها وهذا ما يعانيه الإعلام الجزائري حيث تعالج المؤسسات الإعلامية المواضيع وفق أهواء مسؤوليها وأهدافهم التجارية.⁽¹⁾

ث- **القيم المجتمعية:** يرى "جيرالد يونغ" أنه من العيب محاولة الفصل بين القيم الإخبارية والقيم العامة في أي مجتمع، فالقيم الإخبارية تتكون بنفس العملية التي تتكون بمقتضاها قيم المجتمع، ومنه يمكن القول أن هناك علاقة ديناميكية جدلية بين القيم الإخبارية والاجتماعية فنشاط القيم الإخبارية في أي مؤسسة إعلامية لها أساسها ومرجعيتها في قيم المجتمع كما يمكن أن نجد هذه الأخيرة متضمنة في الأخبار وإذا قلنا بأن القيم الإخبارية جزء من قيم المجتمع فهذا يعني أن نشاطها لا يكون إلا ضمن وعاء القيم الاجتماعية، ولا يمكننا أن نتصور أي وسيلة إعلامية يمكن أن تعادي النظام الاجتماعي الذي تنتمي إليه والاختلاف يمكن أن يكون في الشكل أو في الأسلوب أو في الدرجة ولكن الاتفاق في الهدف موجود ودائماً⁽²⁾

1- متاح على الخط: القيم الإخبارية والعوامل المؤثرة فيها، تاريخ النشر: 7 مارس 2009، تاريخ الإطلاع: 7 أبريل 2019، على الساعة: <http://ifctk.ahlamontada.net/t360-topic>، 14:50

2- جيهان أحمد رشتي: النظم الإذاعية في المجتمعات الغربية، دار النهضة العربية، (د.م.ن)، 1978، ص 22.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

وإضافة إلى أن القيم الإخبارية تابعة لقيم المجتمع، فإن هذه الأخيرة تضبط الأولى وأي تغيير يطرأ عليها يؤدي إلى تغيير في قيم الأخبار، فالفهم الدقيق للقيم الإخبارية في أي مؤسسة إعلامية يخضع إلى فهم طبيعة النظام الاجتماعي وطبيعة الحادثة أو الواقعة التي ستوصلها إلى الجمهور.

ج- **الموضوعية والقواعد المهنية:** الموضوعية في الإعلام تعني الكثير، فهي عدم تحريف الخبر بالإضافة أو الحذف، وكذلك اختيار الإخبار بدون تدخل القيم الخاصة للقائم للاتصال.

ح- **القواعد المهنية:** فالقائم بالاتصال عنصر هام وفعال في العملية الصحفية فهو من يقوم بالتغطيات الإخبارية وجمع الأخبار وانتقائها وتحريرها أو صياغتها لبثها للجمهور، وخلال هذه المهام لا يستطيع أن يفصل ذاته في عمله، وبالمقابل هو محاط بعوامل خارجية كطبيعة ملكية المؤسسة وسياساتها التحريرية وقيم المجتمع فهو مطالب بتبني الموضوعية وعدم الانسياق وراء عواطفه وميولاته، فلا يستطيع تحريف الحقيقة أو الافتراء أو الكذب أو نقل معلومات مغلوبة للرأي العام ويرى البعض أنه من الصعب فصل القيم الذاتية للصحفي عند قيامه بمهامه فهو في كل الأحوال لا يستطيع أن يتجاوز أو يتخلى عن قيمه وأيديولوجيته وعن آرائه الشخصية خلال مراحل العملية الإخبارية، لكن بعض الباحثين أشاروا أنه بإمكانه فصل ذاتيه والعمل إذ التزم بالموضوعية والنزاهة والصدق في نقل الحقيقة دون تحريف أو تزيف ونقل وجهات النظر المختلفة حول الأحداث والوقائع وتقديم الأدلة الملموسة والقرائن كالصور والتصريحات حول الحدث.⁽¹⁾

1 - <http://itfctk.ahlamontada.net/t360-topic>، موقع سابق الذكر.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

إن للقواعد المهنية والأخلاقية تأثير كبير على الصحفي أو الإعلامي وبالتالي فهي تؤثر أيضا بدرجة كبيرة في القيم الإخبارية.

خ- نوع الملكية: هناك نوعان من الملكية لوسائل الإعلام، الملكية العامة أي ملكية الدولة أو القطاع العام وملكية الخواص أو الملكية المستقلة، إضافة الى وجود الملكية المشتركة بين الدولة والأشخاص، وتتأثر الوسيلة الإعلامية بنوع الملكية، حيث يبقى القائمون بالاتصال فيها حاملين لإيديولوجية وصورة من يسيطر على الإعلام⁽¹⁾.

وقيم الأخبار في وسائل الإعلام العمومية يجب أن تعكس نظاما اجتماعيا يحقق مفهوم ومضمون الخدمة العامة أي يدل على وجود المصلحة العامة وتتأثر القيم الإخبارية لوسائل الإعلام العمومية بالسلطة السياسية لأنها هي الممول الرئيس وصاحب الملكية التامة. أما وسائل الإعلام المستقلة فتتأثر أيضا بمن يسيطر عليها سواء المالك أو صاحب المؤسسة أو التمويل والإشهار، حيث تصبح اعتبارات السوق هي الأولى في الإنتاج الإعلامي، وكان لذلك أثره في الأخبار وحتى في الصحفيين.⁽²⁾

1- جيهان أحمد رشتي: النظم الإذاعية في المجتمعات الغربية، مرجع سابق، ص 21.

2- جيهان رشتي: النظم الإذاعية في المجتمعات الغربية، مرجع سابق، ص 22

2- النشرات الإخبارية:

2-1- تعريف النشرات الإخبارية:

هي عبارة عن مجموعة أخبار متنوعة ومهمة تقدم للمستمع والمشاهد خلال فترة زمنية تتراوح غالبا ما بين 20 إلى 40 دقيقة ولها مواعيد ثابتة يوميا على خريطة المحطة التلفزيونية.⁽¹⁾

وكذلك تعرف بأنها شكل من أشكال تقديم المواد الإخبارية في أوقات معينة من خلال القنوات التلفزيونية وتتضمن القصص الخبرية وبعض الأخبار القصيرة وتقارير المندوبين المراسلين في الداخل والخارج والتصاريح التي يحصلون عليها حيث يستدعي الأمر الاستشهاد بمصادر الأخبار إلى جهد جماعي يستهدف في المقام الأول تقديم خدمة إخبارية تحظى باهتمام المشاهد وربطه بكل ما يدور حوله محليا وعالميا، بحيث يعيش أحداث عصره ومجتمعه ويتفاعل معها.⁽²⁾

وهي أيضا عبارة عن سلسلة من الأخبار والقصص الإخبارية والأحداث الحاصلة إذ تصف واقعة ما تقدم للجمهور بصورة متكاملة بعد مرورها بعدة مراحل وهي عبارة عن جهود متضافرة بين الطاقم الإخباري ومن سماتها الوضوح والتسلسل في عرض الأخبار بهدف التأثير في المتلقي وجذب انتباهه وذلك باستخدام كلمات التشويق، تناول أخبار حديثة إضافة إلى تلك الميزة التي ينفرد بها التلفزيون وهي الجمع

1 - الخليفة سيد طارق أحمد: معجم مصطلحات الإعلام الإنجليزي، عربي - انجليزي، ط1، مرجع سابق، ص119.

2 - محمد شطاح: الإعلام التلفزيوني، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2007، ص9.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

بين الصورة والصوت والنص لتقديم خدمة إخبارية تحظى باهتمام الجمهور وتغطي انشغالاته وتضعه في

الصورة دون تعقيد. (1)

1 - حمدي محمد الفاتح وعارضة عبد القادر: إنتاج النشرات الإخبارية التلفزيونية، ط1، دار كنوز الحكمة، الجزائر، 2012، ص 20.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

2-2-الهدف من النشرات الإخبارية:

ربما يمكن حصر أهداف العمل الصحفي في ثلاث نقاط، وتتمثل في:

" الإخبار، الترفيه، التعليم " غير أن نشرة الأخبار التلفزيونية تهتم بالدرجة الأولى بالعنصر الأول "الإخبار" وأحيانا ما تتطرق للهدفين الثاني والثالث بصورة عرضية وغير مباشرة فقط عندما يمكن أن يكون أيا منهما في إطار إخباري، نفهم من ذلك أن الأخبار في حد ذاته يظل هدفا ساميا لنشرة الأخبار التلفزيونية، حيث يقال في اللغة "متى أخبرك فلان بذلك؟" أي متى أعلمك أي أضاف إلى معلوماتك. إذن من المستبعد أن تندرج المعلومات السابقة التي تعلمها من قبل تحت بند الإخبار أو الأخبار وبالتالي يمكن تحديد هدف نشرة الأخبار حصرا في انه توصيل معلومات جديدة لجمهور المشاهدين.⁽¹⁾

1 - عبد الله عمر أحمد بخاش: بناء النشرة الإخبارية في قناة اليمن الفضائية دراسة في الشكل والمضمون، صنعاء، شبكة الألوكة، 2012، ص120.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

2-3- أنواع النشرات الإخبارية:

• **النشرة العامة:** هي النشرة الرئيسية الموجهة إلى جميع أفراد فئات المجتمع تتضمن أهم الأخبار الوطنية والعالمية بشيء من التوازن تأخذ عادة توقيت البرامج المسائية من الثامنة إلى الثامنة والنصف أي تتوجه إلى المجتمع كله وتتضمن أخبار متنوعة سواء داخلية أو خارجية.

• **النشرة المحلية:** تتركز على الأخبار الداخلية أي أهم الأحداث التي تدخل في محيطات الوطن

• **النشرة المتخصصة:** سواء على أساس الجمهور المستهدف أو على أساس نطاق جغرافي أو على أساس الموضوع ومثاله ذلك فان النشرة المتخصصة على أساس جغرافي تتميز بالمحلية أي أنها توجه إلى الجمهور في منطقة معينة، وتختلف هذه النشرات حسب التالي:

- نشرة متخصصة حسب الموضوع: هي تلك التي تتناول أخبار أو أحداث في مجال واحد كالنشرة الاقتصادية التي تشمل أخبار البورصة والمعاملات الاقتصادية وحالة السوق...

- نشرات الفئات: وتوجه إلى شرائح أو فئات اجتماعية محددة لتقدم لها الأحداث والوقائع التي تهمهم في حياتهم اليومية كالأطفال، المعوقين أو الفلاحين.⁽¹⁾

1- عبد الله عمر أحمد بخاش: بناء النشرة الإخبارية في قناة اليمن، مرجع سابق، ص 125.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

2-4- بناء النشرات الإخبارية:

أ- عناوين النشرة:

يجب أن تكون صياغة العناوين دقيقة في التعبير عن أهمها من جهة وأن تكون مثيرة في آن واحد لجذب وشد الانتباه إلى موضوع الخبر وان يكون من الأفضل العناوين القصيرة وبسيطة ذلك إن العنوان الطويل والمعقد يكون ثقيلًا على المستمع والمشاهد وحتى على المحرر نفسه ويصاغ العنوان بصيغة المضارع حتى لو كان الحدث وقع بالأمس.

وظائف هذه العناوين إلى جانب جذب اهتمام المستمع أو المشاهد تعرفه بموضوعات النشرة والعناوين النشرة يكفي أن تتناول الأخبار الهامة وليس كل الأخبار وتكون العناوين مصحوبة بلحن موسيقي مميز لها عن بقية فقرات النشرة⁽¹⁾

ب- بداية النشرة:

بناء على ترتيب الأخبار وترتيب القيم الخبرية الموجودة في الأخبار فالخبر أو القيمة الأهم تأتي في بداية العرض ثم تتلوه بقية الأخبار حسب الأهمية.

غير أن ما جرى به العمل في التلفزيون هو أن ما يحكمها هي الاعتبارات السياسية والدبلوماسية حيث تتدرج الأخبار المتعلقة بهذه الاعتبارات سابقة للأخبار الهامة.

1- محمد معوض وبركات عبد العزيز: فن الخبر الإذاعي والتلفزيوني دراسات إعلامية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2006، ص 52.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

ويرى كرم شلبي أن بناء النشرة بناءا عضويا متكاملا هو لإعطاء صورة شاملة عن العالم بغض النظر عن الأهمية الخاصة لكل خبر مما يعتبر استثناء من قاعدة الأهم فالمهم فالأهم وهو اتجاه يتبناه التلفزيون الأمريكي خاصة.⁽¹⁾

ت- وسط النشرة:

تعتمد النشرة في بناء أخبارها على تنوع الأخبار في وسط النشرة هو مجالها ويؤدي تنوع الأخبار إلى الرغبة في متابعتها لما يضيفه التنوع في حد ذاته من جاذبية على العرض الإخباري حتى لا تكون الأخبار رتيبة ومتشابهة غير أن يجب أن يكون هناك توازن أو تناسب بين نوعيات الأخبار.

ومن أخبار محلية وإقليمية وعالمية وأخبار قصيرة وأخرى طريفة وخفيفة لشد انتباه المستمع أو المشاهد باستمرار من بداية النشرة إلى نهايتها، ويرى المؤلف كرم شلبي انه إذا كانت بداية النشرة تحفل بالأخبار الهامة وتتضمن نهايتها خبرا أو أكثر من الأخبار المهمة التي الاحتفاظ بها للنهاية فان أخبار وسط النشرة يجب أن تتدرج بين الأهمية والأقل أهمية على شكل الأمواج المتتابعة التي ترتفع ثم تنخفض وهكذا حتى النهاية.⁽²⁾

والتنوع في الأخبار بالإضافة إلى شد الانتباه ضرورة المجريات تنوع واختلاف الأذواق للجمهور العريض التلفزيوني على الخصوص، وفي هذا يرى المؤلف عامر أحمد عرفة أن الأخبار كانت ترتب ترتيبا

1 - عبد العزيز شرف: الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، دار قباء، القاهرة، 2000، ص 268.

2- كرم شلبي: الخبر الإذاعي، ط1، دار الشروق، جدة، 1985، ص 73.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

موضوعيا أو جغرافيا حتى جاءت نظرية ترتيب الأخبار حسب أهميتها للجمهور مع حفظ التوازن بين المحلية والإقليمية والدولية على أن تتخلل الأخبار الهامة معظم النشرة بأسلوب تكرر الذروة حيث ترتفع الذروة ثم ترتفع وهكذا.⁽¹⁾

ث - نهاية النشرة:

ونظرا لأهمية نهاية النشرة تدرج في المؤلفات قبل وسط النشرة أحيانا ويحتفظ لها بخبر أو أكثر من الأخبار المهمة والتي لها أهمية خاصة كتلك التي تعرض في بداية النشرة على أساس أن الخبر الأخير يترك آثاره في ذهن المتلقي ويعلق بذاكرته.⁽²⁾

1- عامر أحمد عرفة: الأخبار والبرامج الإخبارية في الراديو والتلفزيون، ط1، مكتب الآداب، القاهرة، 2003، ص 55-56.

2- محمد عوض: الخبر في وسائل الإعلام، دار الكتاب الحديث، الكويت، 1994، ص167.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

3- الفضائية الجزائرية الخاصة في الجزائر:

3-1- تعريف القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة:

بما أن القنوات الفضائية هي محطات تلفزيونية ثبت إرسالها عبر الأقمار الصناعية وهذا الإرسال يتجاوز الدولة المرسله إلى دول أخرى عبر الأقمار الصناعية ليلتقط من خلال أجهزة خاصة للاستقبال وأطباق لاقطة، فإن ظهور ما كان سمة من سمات مواكبة العصر وقد تميزت هذه القنوات بكونها شمولية وجامعة، حيث امتازت شبكة برامجها بالتوجه نحو جمهور عريض من مختلف الأعمار ومختلف الأذواق الاجتماعية والفكرية والثقافية وبتقدم تكنولوجيا وسائل الإعلام وتطورها والتي مرت بعدة مراحل ابتداء بمرحلة الصفاة حيث تميز جمهورها بصغر حجمه وارتفاع مستواه المادي والتعليمي، ثم جاء مرحلة الحشد أين واصل الإعلام إلى جميع الفئات العمرية وكل قطاعات المجتمع أم مرحلة التخصص فهي هذه المرحلة التي نعيشها والتي تتميز بظهور جماعات مفككة من الجمهور العريض والذي تسعى وسائل الإعلام لمخاطبته، فظهرت القنوات الخاصة وهي عبارة عن تلك القنوات الفضائية التي تخلت عن شمولية المضمون والمقصد، حيث أصبح التلفاز أشبه بمعرض يتجول فيه الشخص ليختار ما يتناسب ومنظومته القيمية، وهويته فكرية، أيضا هوياته واهتماماته.⁽¹⁾

1 - هناء السيد: الفضائيات وقادة الرأي، مرجع سابق، ص 37.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

3-2-نشأة القنوات الفضائية الخاصة:

شكل قطاع السمعي البصري جزءا منها من بنية الإعلام في الجزائر، ولفترة طويلة كان التعامل مع هذا القطاع يركز على الاحتكار بالدرجة الأولى حيث ظل التلفزيون الجزائري بقنواته الفرعية الواجبة الوحيدة، من دون أن يراعي متطلبات الجمهور أو تنوعه الثقافي والاجتماعي وحتى السياسي، رغم الانتشار المتزايد للقنوات التلفزيونية في العالم، وتحت ضغط التحولات التي أفرزتها ثورات الربيع العربي وقامت الدولة بإصلاحات جديدة وذلك سنة 2011، بالإفراج عن قانون الإعلام سنة 2012 الذي حمل في طياته تحرير قطاع السمعي البصري للخواص بعد خمسين سنة من سيطرة الحكومة على القطاع، وعرفت الساحة الإعلامية في الجزائر ميلاد العديد من العناوين التلفزيونية، لقنوات تبث برامجها من خارج الوطن، تخضع في نمط تسييرها للقانون الأجنبي، وتعتبرها السلطات الجزائرية قنوات دخيلة لم تحظى بفرصة اعتماد مكاتبها، ما عدا خمسة منها حازت على ترخيص الدولة الجزائرية لممارسة نشاطها بأرض الوطن، دون تحديد معايير والمقاييس المعمول بها لمنح الاعتماد أو منعه، هي (قناة "النهار الإخبارية"، "دزاير تي في"، "الشروق تي في"، "قناة الهفار"، "قناة الجزائرية")، وذلك بطريقة شرعية ومرخصة، حيث يطلق عليها "القنوات المرخص لها" وعرفت في المادة 5 من قانون السمعي البصري أنها "تشكل خدمات الاتصال السمعي البصري المرخص لها من القنوات الموضوعاتية المنشأة من قبل مؤسسات وهيئات وأجهزة القطاع العمومي، أو أشخاص معنويين يخضعون للقانون الجزائري ويمتلك رأسماليا أشخاص طبيعيين أو معنويون يتمتعون بالجنسية الجزائرية"⁽¹⁾

1- المادة 5 قانون السمعي البصري، الجريدة الرسمية، مارس 2014

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

ومنذ هذا التاريخ بدأت عدة قنوات بثها في إطار تلك الإصلاحات، حيث تحصى ساحة الإعلام الجزائري اليوم أكثر من 30 قناة تلفزيونية خاصة، تبث مضامين إخبارية وفنية وبرامج سياسية واجتماعية جزائرية، لكنها مسجلة لدى وزارة الاتصال الجزائرية كقنوات جزائرية معتمدة للعمل في الجزائر، تضطر لبث برامجها من الخارج حيث كانت انطلاقتها بالتنافس عن من يضفر بلقب أو قناة جزائرية خاصة ومع تلك البداية اتضح الارتجال جليا في شاشات هذه القنوات.⁽¹⁾

وأول القنوات الجزائرية الخاصة كانت "قناة خليفة" في باريس عام 2002 من دون رخصة مسبقة من المصالح الفرنسية المختصة، وقد أسسها عبد المؤمن رفيق خليفة، صاحب "مجموعة خليفة" التي تضم الخطوط الجوية "الخليفة" و"الخليفة بنك"، وقد أغلقت بعد ثمانية أشهر فقط من افتتاحها بسبب الإفلاس وحلّ المجموعة ومتابعة مالكيها من قبل القضاء الجزائري.

وبعد تلك التجربة بعشر سنوات ظهرت في الجزائر مجموعة من القنوات الخاصة كانت قناة "المغربية" أولى هذه القنوات والتي تتخذ من المملكة المتحدة بريطانيا مقرا لها، ويقف مجموعة من رجال الأعمال انطلقت في بث برامجها يوم 16 ديسمبر 2011، وهي قناة حوارية إخبارية تعمل على تسليط الضوء على القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية للعالم العربي، وتهدف إلى إبراز الرأي والرأي الآخر لتظهر بعدها قناة "الشروق TV" الجزائرية المستقلة والتابعة لمؤسسة الشروق أو بالأحرى "جريدة الشروق" وتبث من عمان وبيروت، نفسها بأنها "عامة وشاملة"، وخطها التحريري سيكون مدافعا عن

1- عمار طيبي: القنوات الجزائرية الخاصة .. ولادة من الخاصرة، مقال متاح على الخط، تاريخ النشر 8 ماي 2015، تاريخ الاطلاع 20 مارس 2018، على الساعة 14:22، <http://www.elwatandz.com/journal/18463.html>

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

المصالح العليا للجزائر وبدأت بثها في 10 نوفمبر 2011 وفي أكتوبر من نفس السنة ظهرت القناة الإخبارية "Dزائر Shop" وهي قناة خاصة متخصصة في الإعلانات والإشهار والدعاية والتي بدأت بثها من الأردن، ثم قناة الجزائرية التي تم إطلاقها على النايلسات في شهر فيفري من نفس السنة ومن نفس البلد وتتميز بأنها قناة إعلامية ثقافية ترفيهية تعمل على تمرير القيم الوطنية وتهدف من خلال برامجها إلى إيصال صورة أكثر إشراقا عن الجزائر، ليطلق مجموعة من الصحفيين والإعلاميين الجزائريين قناة فضائية جديدة تحمل اسم "النهار TV" على القمر الصناعي نايلسات والتي اتخذت من العاصمة الأردنية مقرا لها في 6 مارس 2012 كأول قناة تلفزيونية جزائرية خاصة ذات طابع إخباري، والتابعة لجريدة

"النهار الجديدة" تهتم بالشأن الإخباري والسياسي في الجزائري، إضافة إلى عدة قنوات أخرى مثل

الهقار، نوميديا نيوز، الأطلس، دزائر نيوز، سميرة، البلاد، الخبر KBC، الوطن، دزائر 24.⁽¹⁾

كانت أول قناتين حصلتا على الاعتماد من طرف الدولة كقنوات جزائرية خاصة هي "الشروق TV والنهار TV" ومع الوقت تغيرت شعارات هذه القنوات وألوانها وكثير من وجوه مذييعيها وانتقل التنافس على- مستوى الشعار على الأقل- إلى القناة الأقرب إلى الشارع أو الأفضل أو الأكثر مصداقية، بحثا عن مكانة في سوق تنافسية حيث تؤكد كل المؤشرات أنها سوق تلفزيونية واحدة من حيث المادة الإعلامية الخام وطبيعة الجمهور المتلقي الذي حرم من تعددية تلفزيونية لقنوات طويلة.

من بوادر ظهور القنوات الخاصة الجزائرية:

1- جازية سليمان: الفضائيات الخاصة بالجزائر: اعتماد على الدولة وتقليد للصحافة المكتوبة، مقال متاح على الخط، تاريخ النشر 29 أبريل 2014، تاريخ الإطلاع 20 مارس 2018 على الساعة 15:30، <https://www.alaraby.co.uk/medianews/2014/4/29>

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

قد عرفت القنوات الجزائرية الخاصة انطلاقة رسمية بعد عدة أشهر من تصريح الرئيس وهذا راجع إلى

عدة عوامل أرغمت السلطة الجزائرية على التعددية الإعلامية وهي:

أ- السلطة السياسية كانت مدركة بأزمة الخطاب الإعلامي.

ب- الاحتقان السياسي، لأن المعارضة لا تجد منبرا للتعبير فتتوجه لقنوات أجنبية تزيد من الصراعات والفتن.

ت- كثرة الاحتجاجات وظهور الإعلام الجديد أدى بالسلطة لإقرار إصلاحات سياسية كإصلاح القضاء وإيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية.

ث- إلى جانب الحراك الشعبي والظروف السياسية التي كانت محيطة بالجزائر (تزامنا مع ثورات الربيع العربي) ومطالبات الشعوب بالحرية والمطالبة بالإصلاح السياسي، وإزالة القيود، تم إلغاء حالة الطوارئ في مارس 2011 وإلغاء عقوبة سجن الصحفي في أبريل 2011.

ج- الأزمة الاقتصادية العالمية التي مست قمر النايلسات، ففتح الباب أمام القنوات بتسهيل الحصول على الترددات بأسعار منخفضة حيث كانت هنا وساطة بين جزائريين ومنتجين بالأردن وعمان والبحرين ساعدت في ظهور هذه القنوات على أرض الواقع.⁽¹⁾

1 - سماح قرابنية: ترتيب أولويات الأخبار في نشرات قناة الشروق NEWS الإخبارية - دراسة تحليلية- مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر تخصص سمعي بصري، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2016-2017، ص. 68.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

3-3- أهمية القنوات الفضائية:

تعد الفضائيات من التقنيات التي عرفت تطورا متسارعا، بإلغاء كل الحدود بينها وبين الجمهور، فأصبحت تنقل الأخبار على مدار الساعة دون انقطاع من خلال قنوات مخصصة لذلك، إذ تمكن الجمهور من اختيار المضامين التي يريد مشاهدتها بخلق بيئة اتصالية جديد تختلف عن تلك التقليدية التي تفرض ما تعرضه على الجمهور، والملاحظ انهاته القنوات في تزايد مستمر وتقنيات أحدث مواكبة للتطورات المتسارعة لتحقيق سبق الصحفي والجدة في الأخبار من جهة والتنافس على البقاء وتحقيق الصدارة من جهة أخرى، وتكمن أهمية القنوات الفضائية في ثلاث مجالات تحمل ركائز أساسية في بناء منظومتها الثقافية والاجتماعية وهي:

3-3-1- الأهمية التربوية: نتيجة للثورة التكنولوجية والمعلوماتية انتقلت عملية التربية للأجيال من مقود الأسرة والمدرسة وجزء منها المؤسسة الدينية ليصبح المقود في يد وسائل الإعلام سواء منها التقليدية أم الجديدة وبالخصوص القنوات الفضائية التي أصبحت الوسيلة الهامة التي تجذب إليها مختلف الفئات الاجتماعية وتقدم لهم المادة الإعلامية مزودة بثقافة وقيم تربوية سواء محلية أم عالمية والتي يمكن اعتبارها العملية التربوية الأكثر تأثيرا في نفسية المشاهد والمتتبع لها.

3-3-2- الأهمية الاجتماعية: مع بداية العقد الأول من القرن الحادي والعشرين ازدادت القنوات الفضائية لتلبي احتياجات العالم وأدى انتشارها وتعددتها إلى نشأة اهتمامات خاصة ومحددة لدى الجمهور مما اضطر القائمين على الإنتاج الإعلامي الفضائي إلى تلبية هذه الاهتمامات⁽¹⁾ والحاجات المتنوعة

1- إبراهيم يحيوي: القنوات الفضائية وثقافة الشباب، مرجع سابق، ص- ص 58، 59.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

والمتكررة، فبظهور الفضائيات كقوة داخل الأنساق الاجتماعية، أحدث اهتزازات في معاييرها الحاكمة للسلوك، وتراجعت مؤسسات التنشئة الاجتماعية بشكل كبير، ونتيجة لهذه التغيرات الاجتماعية والتكنولوجية الحاصلة داخل المجتمع برزت الحاجة إلى وجود قنوات فضائية من أجل تلبية الاحتياجات المتنوعة للمشاهد، ونقل القيم فلم تعد الأسرة والمدرسة وغيرها من المؤسسات التقليدية المسؤولة عن غرس وتعزيز القيم المرتبطة بالتربية الوطنية مثل قيم التسامح، العدالة، احترام الرأي واحترام الآخر الديمقراطية...، إنما أصبحت الفضائيات هي المسؤولة عن ذلك.

3-3-3- الأهمية الثقافية: استطاعت القنوات الفضائية بتطورها التقني أن تحمل نوعا جديدا من الثقافة التي لم يعرفها العالم من قبل، إنها ثقافة الصورة الناطقة بدلا من اللغة المكتوبة والتي أصبح تأثيرها في المشاهد في كل مكان في العالم، وتحولت إلى قوة هيمنة من خلال جعل المشاهدين أسرى جاذبية الصورة والصوت وبشكل يصعب معه الانفلات أو تحويل وجهة المتابعة نتيجة تقديم المطلوب وباستمرار، وقد عبر دومينيك فالتون بأن الفضائيات هيا تقنية وثقافة، تقنية نتيجة أنها استقادت من التطورات الهائلة في عالم التكنولوجيا، وبفضل هذه التقنيات أصبحت تحمل ثقافات مختلفة للشعوب وأمم من مكان لآخر، وهي تعب عن ثقافة صانعها قبل مستعملها. (1)

1- إبراهيم بجاوي: القنوات الفضائية وثقافة الشباب، مرجع سابق، ص60.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

3-4- وظائف القنوات الفضائية:

تتعدد الوظائف الاتصالية للقنوات الفضائية ومن بينها ما يلي:

3-4-1- الوظيفة التثقيفية: عملت القنوات التلفزيونية على تثقيف الجمهور في مختلف الجوانب

الحياتية، بتوجهها نحو التخصص وذلك لتلبية مختلف الحاجات وإشباع رغبات الجمهور المختلفة والثقافية منها التي تعالج القضايا الاقتصادية، الاجتماعية، قضايا الأطفال، الرياضة...، وغيرها، التي تقدم في

شكل أفلام وثائقية وأشرطة علمية وذلك لتنمية ثقافته، والتعرف على ثقافات المجتمعات الأخرى.⁽¹⁾

3-4-2- الوظيفة الترفيهية: لم تكني الفضائيات بدورها الثقافي بل اهتمت إلى جانب ذلك بالترفيه عن

الجمهور بتوفير قنوات خاصة بذلك تجذب كل الفئات العمرية، حيث تتجه الأغلبية العظمى إلى مثل هذه القنوات وذلك لخروجها عن المألوف من جهة، وتوفير محتويات مختلفة تعطي مقود الاختيار للمشاهد حسب ما يرغب.

3-4-3- الوظيفة التعليمية: لم تعد تقتصر وظائف القنوات الفضائية على تقديم الأخبار والترفيه

فحسب بل تعدتها لتصبح وسيلة من وسائل التعليم والتي يعول عليها كثيرة، كأداة للتنمية الشاملة، عن طريق القنوات التعليمية الخاصة، بمختلف اللغات والمستويات التعليمية، إذ تعتمد على أساتذة مؤهلين ومتخصصين في مختلف المواد العلمية يقدمون محتويات حسب مناهجهم المقررة في الفصول الدراسية

1- رحيمة الطيب عيساني: اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الدينية الإسلامية ودورها في توعيته ضد التطرف والتعصب، المؤتمر الدولي حول الإرهاب والتطرف، الجامعة الإسلامية المدينة المنورة، ص 114.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

بطريقة تفصيلية تسهل على المشاهد فهم واستيعاب ما يقدم و، حيث تستخدم أحدث التقنيات وأكثرها جاذبية في العرض والتقديم.

3-4-4- الوظيفة الإعلامية: اهتمت الفضائيات على تحسين جودة ما تقدمه باستخدام أحسن التقنيات وأكثرها تطورا وذلك لجذب أكبر عدد ممكن من الجمهور الذي كان يستقي مواد الإعلام من الوسائل التقليدية، فكانت الإغراءات التي قدمتها هاته الفضائيات خاصة فيما يتعلق بالبرامج حيث تنوعت واختلفت بين الحوارية والمباشرة، برامج التوك شو... وغيرها، بالإضافة إلى تركيزها على الفترات الزمنية أين تختار ما يناسب الجمهور، وامتداد ساعات البث إلى فترات طويلة وهذا ما لم يعهده الجمهور في الوسائل الأخرى.⁽¹⁾

1- رحمة الطيب عيساني: اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الدينية الإسلامية ودورها في توعيته ضد التطرف والتعصب، مرجع سابق، ص 113.

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

3-5- إيجابيات وسلبيات القنوات الفضائية:

3-5-1- الإيجابيات:

- لقد فتحت الفضائيات آفاق رحب وواسعة وزادت من المعرفة الإنسانية والاطلاع عن كثر على العالم، فهي تجاوزت الحدود ودخلت البيوت بدون استئذان وساهمت في تحقيق التنمية والتعليم وسرعة إيصال المعلومات إلى المناطق النائية.
- أصبحت القنوات الفضائية من خلال المادة المقدمة للمشاهد تحمل جانبا من التنوع في مضمونها ومجالاتها المختلفة.
- تساهم القنوات الفضائية في السماح للمشاهد بالحصول على أهم الأخبار وأحدثها، وما يجري من أحداث في العالم فور وقوعها.
- تعطي للمشاهد فرص كثيرة في حق الاختيار من البرامج التلفزيونية من أنواع البث الفضائي وتلبية احتياجاته المتنوعة.
- أدى البث الفضائي إلى إقامة وتطوير مدن الإنتاج الإعلامي.⁽¹⁾
- ربط الجاليات المغتربة في الخارج بأوطانها من خلال اللغة والموسيقى والثقافة والفن والأخبار على شاشات القنوات الفضائية خاصة الإخبارية منها.
- تسهل القنوات الفضائية عملية تبادل المعلومات بمختلف أنواعها.

1- علي حميدي العبيدي: القنوات الفضائية ومبدأ سيادة في العصر الحديث، مقال متاح على الخط، تاريخ الاطلاع، 30 مارس على الساعة 10:35، <https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&ald=109148>، ص 212

الفصل الثالث: القيم الخبرية والنشرات الإخبارية، التلفزيونات الفضائية الخاصة في

الجزائر

3-5-2- السلبيات:

- تعمل القنوات الفضائية على إقصاء الثقافات المحلية والوطنية وإحلال الثقافات الأجنبية محلها وإبراز هيمنتها بسبب قوة تأثيرها.
- تؤثر القنوات الفضائية تأثيرا مباشرا على التنشئة الاجتماعية لدخولها بدون استئذان إلى كل البيوت والعمل على تغيير القيم الاجتماعية وتبدل السلوك الجمعي للمجتمع.
- تعمل على الترويج للسلوك العدواني والعنف والسلوك الإجرامي، من خلال ما تعرضه من أفلام تجسد تنفيذ الجريمة الكاملة.
- تسعى القنوات الفضائية إلى الترويج لأهداف ومضامين تتناسب مع أيديولوجية وميول أصحابها، وتعتمد الكثير منها إلى تضليل وعي الأفراد إزاء قضايا معينة، بمحاولة تشكيل وعيهم طبقا لإيديولوجية النظام المهمين على الاتصال.
- تعمل على تشويه بعض المعلومات والصور وقلب الحقائق بما يتماشى وإيديولوجية الأنظمة المسيطر عليها.⁽¹⁾

1- على حميدي العبيدي: القنوات الفضائية ومبدأ سيادة العصر الحديث، مرجع سابق، ص 213.

**الجانب التطبيقي: شكل ومضمون القيم الخبرية بالنشرات
الإخبارية الرئيسية على قناة الشروق News خلال المدة الزمنية
(ماي جوان 2019)**

1- فئات المضمون

1-1- طبيعة مواضيع النشرة.

1-2- الهدف من النشرات الإخبارية.

1-3- الشخصيات الفاعلة في النشرات الإخبارية.

1-4- مصادر النشرات الإخبارية.

1-5- المجال الجغرافي للنشرات الإخبارية.

1-6- القيم الإخبارية للنشرات الإخبارية.

2- فئات الشكل

2-1- المدة الزمنية للنشرات الإخبارية.

2-2- المستوى اللغوي لنشرات الإخبارية.

2-3- أسلوب عرض الخبر في النشرات الإخبارية.

3- النتائج العامة للدراسة.

الفصل التطبيقي: شكل ومضمون القيم الخبرية بالنشرات الإخبارية الرئيسية على قناة الشروق News خلال المدة الزمنية التالية (ماي وجوان 2019)

تمهيد:

شملت النشرات الإخبارية قناة الشروق News خلال الفترة الممتدة من ماي 2019 إلى جوان 2019، فعند قراءتنا للنتائج المتحصل عليها عند دراستنا للقيم الإخبارية في النشرات المسجلة من حيث الشكل والمضمون ومن هنا نحاول تفسيرها من خلال الملاحظة العلمية الدقيقة وتحليل المضمون الجيد الذي يساعدنا في تحليل الجداول التي سوف نصلها كآلاتي:

1- فئات المضمون: ماذا قيل؟

جدول رقم(03): فئات طبيعة مواضيع النشرة الإخبارية

| النسبة المئوية % | | | | | | التكرار | | | | | | طبيعة الموضوع |
|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|---------------|
| نشرة 6 | نشرة 5 | نشرة 4 | نشرة 3 | نشرة 2 | نشرة 1 | نشرة 6 | نشرة 5 | نشرة 4 | نشرة 3 | نشرة 2 | نشرة 1 | |
| %29.41 | %28.57 | %30 | %47.37 | %42.86 | %43.75 | 5 | 6 | 6 | 9 | 6 | 7 | سياسية |
| %17.65 | % 9.52 | %15 | %10.53 | %28.57 | %18.75 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | اقتصادية |
| %17.65 | %23.81 | %10 | %0 | %7.14 | %6.25 | 3 | 5 | 2 | 0 | 1 | 1 | اجتماعية |
| %11.76 | %14.29 | %20 | %21.05 | %14.28 | %18.75 | 2 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | رياضية |
| %0 | %4.76 | %5 | %5.26 | %0 | %6.25 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | تاريخية |
| %0 | %4.76 | %5 | %0 | %0 | %0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | دينية |
| %5.88 | %9.52 | %5 | %5.26 | %0 | %6.25 | 1 | 2 | 1 | 1 | 0 | 1 | ثقافية |
| %5.88 | %4.76 | %0 | %0 | %7.14 | %0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | حوادث |
| %11.76 | %0 | %0 | %5.26 | %0 | %0 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | جرائم |
| %0 | %0 | %5 | %5.26 | %0 | %0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | ترفيهية |
| %100 | %100 | %100 | %100 | %100 | %100 | 17 | 21 | 20 | 19 | 14 | 16 | المجموع |

الفصل التطبيقي: شكل ومضمون القيم الخبرية بالنشرات الإخبارية الرئيسية على قناة الشروق News خلال المدة الزمنية التالية (ماي وجوان 2019)

تحليل جدول رقم (03) والذي يمثل طبيعة مواضيع النشرات الإخبارية:

يتضح من خلال تحليلنا للجدول أعلاه والمتعلق بطبيعة المواضيع التي تتضمنها النشرات أن المواضيع السياسية احتلت المرتبة الأولى وهذا ما بدا واضحا في النشرة الثالثة بنسبة 47.37% تلتها النشرة السادسة بنسبة 29.41% وسبب احتلال الجانب السياسي لهذه المرتبة تحكمت فيه سياسة المؤسسة الإعلامية من جهة ميولات المواطن ورغباته و من جهة أخرى في حين حازت المضامين الاقتصادية على المرتبة الثانية وهذا ما عبرت عنه النشرة الثانية 28.57% وسبب اهتمامه بهذا النوع من الأخبار صنعه هدف المتابع المتمثل في حفاظه على تحقيق اكتفاء ذاتي في حين حازت المضامين الاجتماعية على المرتبة الثالثة بنسبة 23.81% وهذا يعود إلى اهتمام المتابعين بالأحداث اليومية والاجتماعية فيحين حازت المضامين الترفيهية في النشرات على المرتبة الأخيرة وبرز ذلك في النشرة الرابعة بنسبة 5% وهي نسبة ضعيفة سببها تحكم به الطابع الرسمي الذي يغلب على النشرات الإخبارية.

الفصل التطبيقي: شكل ومضمون القيم الخبرية بالنشرات الإخبارية الرئيسية على قناة الشروق News خلال المدة الزمنية التالية (ماي وجوان 2019)

جدول رقم (04): فئة الهدف من النشرات الإخبارية

| النسبة المئوية % | | | | | | التكرار | | | | | | الهدف |
|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|----------------|
| نشرة 6 | نشرة 5 | نشرة 4 | نشرة 3 | نشرة 2 | نشرة 1 | نشرة 6 | نشرة 5 | نشرة 4 | نشرة 3 | نشرة 2 | نشرة 1 | |
| %52.94 | %66.66 | %60 | %73.68 | %57.14 | %68.75 | 9 | 14 | 12 | 14 | 8 | 11 | أهداف معلنة |
| %47.06 | %44.44 | %40 | %26.32 | %42.86 | %31.25 | 8 | 7 | 8 | 5 | 6 | 5 | أهداف خفية |
| %100 | %100 | %100 | %100 | %100 | %100 | 17 | 21 | 20 | 19 | 14 | 16 | المجموع |

تحليل جدول رقم (04) والذي يمثل فئة الهدف من النشرات الإخبارية:

نلاحظ من خلال تحليلنا للجدول أعلاه المتمثل في طبيعة هدف النشرات الإخبارية أن الأهداف المعلنة والواضحة بالنشرة حازت على المرتبة الأولى وهذا ما ظهر في النشرة الثالثة بنسبة %73.68 تلتها مباشرة النشرة الأولى بنسبة %68.75 ثم تلتها النشرة السادسة بنسبة %66.66 وسبب فوز النشرات التي هدفها معن على المرتبة الأولى يدل على وضوح خط عمل المؤسسة من جهة وعلى رغبة القائمين عليها من جهة أخرى في حين حازت النشرات التي هدفها خفي على المرتبة الثانية وهذا ما بدا واضحا في النشرة السادسة بنسبة %47.06 وهذا أن دل على شيء فهو يدل على ان هناك نشرات تفرض على القائمين إضفاء عامل التشويق لتحقيق متابعة أكثر.

الفصل التطبيقي: شكل ومضمون القيم الخبرية بالنشرات الإخبارية الرئيسية على قناة الشروق News خلال المدة الزمنية التالية (ماي وجوان 2019)

جدول رقم(05): فئة الشخصيات الفاعلة في النشرات الإخبارية

| النسبة المئوية % | | | | | | التكرار | | | | | | الشخصيات |
|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------------|
| نشرة 6 | نشرة 5 | نشرة 4 | نشرة 3 | نشرة 2 | نشرة 1 | نشرة 6 | نشرة 5 | نشرة 4 | نشرة 3 | نشرة 2 | نشرة 1 | الفاعلة |
| %8 | %8.70 | %11.11 | %6.98 | %8.51 | %7.55 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | صحفيين |
| %14 | %26.08 | %27.78 | %41.86 | %12.76 | %15.09 | 7 | 12 | 10 | 18 | 6 | 8 | مراسلين |
| %42 | %21.74 | %33.33 | %34.88 | %40.42 | %47.17 | 21 | 10 | 12 | 15 | 19 | 25 | شخصيات بارزة |
| %36 | %43.48 | %27.78 | %16.28 | %38.29 | %30.18 | 18 | 20 | 10 | 7 | 18 | 16 | شخصيات عامة |
| %100 | %100 | %100 | %100 | %100 | %100 | 50 | 46 | 36 | 43 | 47 | 53 | المجموع |

تحليل جدول رقم (05) والذي يمثل فئة الشخصيات الفاعلة في النشرات الإخبارية :

يتضح من خلال تحليلنا لجدول فئة الشخصيات الفاعلة والتي لها أهمية ومكانة والأكثر بروزا بالنشرات الإخبارية التي تعرضها الفضائيات الخاصة أن أعلى نسبة حازت عليها فئة الشخصيات البارزة وهذا ما تبين لنا في النشرة الأولى بنسبة قدرت ب 47.17% وهذا أن دل على شيء فهو يدل على الفضائيات الخاصة مصدر تمويله من شخصيات عامة وبارزة التي لها تأثير على المتلقي ودوره في كسب ثقته أما المرتبة الثالثة والرابعة فحازت عليها فئة المراسلين تلتها مباشرة فئة الصحفيين وبنسبة متقاربة وبالتالي فالفضائيات الخاصة تركز على أصحاب الأموال بهدف كسب التأييد المادي أكثر من تركيزها على خبرة الصحفي.

الفصل التطبيقي: شكل ومضمون القيم الخبرية بالنشرات الإخبارية الرئيسية على قناة الشروق News خلال المدة الزمنية التالية (ماي وجوان 2019)

جدول رقم (06): فئة مصادر النشرات الإخبارية

| النسبة المئوية % | | | | | | التكرار | | | | | | المصدر |
|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------------------|
| نشرة 6 | نشرة 5 | نشرة 4 | نشرة 3 | نشرة 2 | نشرة 1 | نشرة 6 | نشرة 5 | نشرة 4 | نشرة 3 | نشرة 2 | نشرة 1 | |
| %5.88 | %9.52 | %5 | %0 | %7.14 | %0 | 1 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | وكالات أخبار |
| %47.06 | %42.86 | %60 | %57.89 | %42.86 | %50 | 8 | 9 | 12 | 11 | 6 | 8 | مراسلين |
| %23.53 | %28.57 | %20 | %15.79 | %35.71 | %43.75 | 4 | 6 | 4 | 3 | 5 | 7 | صحفيين |
| %23.53 | %19.05 | %15 | %26.32 | %14.29 | %6.25 | 4 | 4 | 3 | 5 | 2 | 1 | مصادر غير معلنة |
| %100 | %100 | %100 | %100 | %100 | %100 | 17 | 21 | 20 | 19 | 14 | 16 | المجموع |

تحليل جدول رقم (06) والذي فئة مصادر النشرات الإخبارية:

يتضح من خلال تحليلنا لجدول مصدر النشرات أن أعلى نسبة حازت عليها الأخبار التي مصدرها مراسلين وهذا ما برز في النشرة الثالثة بنسبة 57.89% وسبب فوزها بالمرتبة الأولى يدل على ثقة المؤسسة بمصداقية أخبار مراسليها وبالنسبة للمرتبة الثانية فازت عليها فئة الصحفيين تلتها مباشرة في المرتبة الثالثة فئة المصادر الغير معلنة وهذا ما عبرت عنه النشرة الثالثة بنسبة 26.32% وسبب اعتماد المؤسسات الإعلامية الإخبارية على هذا المصدر كمصدر أساسي تحكمت فيه العوامل الاجتماعية والثقافية لهذه الفئة في حين حازت وكالات الأنباء على المرتبة الأخيرة في جميع النشرات وهذا يدل على حرص المؤسسة على إيصال أخبار صحيحة ودقيقة لمتابعي أخبارها.

الفصل التطبيقي: شكل ومضمون القيم الخبرية بالنشرات الإخبارية الرئيسية على قناة الشروق News خلال المدة الزمنية التالية (ماي وجوان 2019)

جدول رقم(07): فئة المجال الجغرافي للنشرات الإخبارية

| النسبة المئوية % | | | | | | التكرار | | | | | | المجال الجغرافي |
|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------------|
| نشرة 6 | نشرة 5 | نشرة 4 | نشرة 3 | نشرة 2 | نشرة 1 | نشرة 6 | نشرة 5 | نشرة 4 | نشرة 3 | نشرة 2 | نشرة 1 | |
| %23.53 | %14.29 | %20 | %10.53 | %7.14 | %0 | 4 | 3 | 4 | 2 | 1 | 0 | دولي |
| %76.47 | %85.71 | %80 | %89.47 | %92.86 | %100 | 13 | 18 | 16 | 17 | 13 | 16 | وطني |
| %100 | %100 | %100 | %100 | %100 | %100 | 17 | 21 | 20 | 19 | 14 | 16 | المجموع |

تحليل جدول رقم (07) والذي يمثل فئة المجال الجغرافي للنشرات الإخبارية:

من خلال تحليلنا للجدول أعلاه والمتعلق بالمجال الجغرافي في النشرات التي تنقل أخبار وطنية بنسبة 100% وهذا ما ظهر في النشرة الأولى تلتها النشرة الثانية بنسبة 92.86% في حين حازت النشرات التي تنقل أخبار دولية على المرتبة الثانية وهذا دلالة على اهتمام المتابعين بأخبار وطنهم أكثر من اهتمامهم بالأخبار الدولية والمؤسسة ترتب الأخبار انطلاقاً من ميولات متابعيها.

الفصل التطبيقي: شكل ومضمون القيم الخبرية بالنشرات الإخبارية الرئيسية على قناة الشروق News خلال المدة الزمنية التالية (ماي وجوان 2019)

جدول رقم (08): فئة القيم الإخبارية في النشرات الإخبارية

| النسبة المئوية % | | | | | | التكرار | | | | | | القيمة الخبرية |
|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|-------------------------|
| نشرة 6 | نشرة 5 | نشرة 4 | نشرة 3 | نشرة 2 | نشرة 1 | نشرة 6 | نشرة 5 | نشرة 4 | نشرة 3 | نشرة 2 | نشرة 1 | |
| %10.53 | %13.63 | %10.87 | %4.87 | %9.09 | %4.76 | 4 | 6 | 5 | 2 | 4 | 2 | فورية |
| %7.89 | %9.09 | %4.35 | %7.32 | %9.09 | %11.90 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | الجدة |
| %5.26 | %4.55 | %6.52 | %2.47 | %6.81 | %4.76 | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | القرب |
| %7.89 | %11.36 | %17.39 | %14.63 | %15.91 | %14.29 | 3 | 5 | 8 | 6 | 7 | 6 | الأهمية |
| %10.53 | %9.09 | %6.52 | %12.20 | %4.55 | %11.90 | 4 | 4 | 3 | 5 | 2 | 5 | الاثارة |
| %10.53 | %11.36 | %13.04 | %12.20 | %11.36 | %14.29 | 4 | 5 | 6 | 5 | 5 | 6 | الشهرة |
| %5.26 | %9.09 | %4.35 | %12.20 | %6.82 | %9.52 | 2 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | الصراع |
| %10.53 | %11.36 | %8.70 | %14.63 | %15.91 | %9.25 | 4 | 5 | 4 | 6 | 7 | 4 | المنافسة |
| %7.89 | %4.55 | %13.04 | %7.32 | %4.55 | %7.14 | 3 | 2 | 6 | 3 | 2 | 3 | الاستمرارية |
| %10.53 | %6.82 | %10.87 | %9.75 | %9.09 | %9.25 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | الضخامة |
| %2.63 | %2.28 | %2.17 | 0 | %2.27 | %0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | الغرابة والطرافة |
| %5.26 | %4.54 | 0 | 0 | %0 | %0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | الكوارث |
| %5.26 | %2.28 | %2.17 | %2.44 | %4.55 | %2.38 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | الاهتمامات الإنسانية |
| %100 | %100 | %100 | %100 | %100 | %100 | 38 | 44 | 46 | 41 | 44 | 42 | المجموع |

تحليل جدول رقم (08) والذي يمثل فئة القيم الإخبارية للنشرات الإخبارية:

نلاحظ من خلال تحليلنا للجدول أعلاه والمتعلق بالقيم الإخبارية التي تحملها النشرات الإخبارية بالفضائيات الخاصة أن أعلى نسبة حازت عليها قيمة الأهمية وهذا ما برز في النشرة الرابعة بنسبة %17.39 فكلما كانت النشرة مضامينها مهمة كلما زاد عدد المتابعين والعكس صحيح في حين حازت قيمة المنافسة على المرتبة الثانية وهذا ما ظهر في النشرة الثانية بنسبة %15.91 فالمنافسة عامل أساسي ودافع قوي للنجاح تليها في المرتبة الثالثة الشهرة بنسبة %14.29 وهذا ما عبرت عنه النشرة الأولى فإن الشهرة أحيانا هي التي تصنع الحدث.

الفصل التطبيقي: شكل ومضمون القيم الخبرية بالنشرات الإخبارية الرئيسية على قناة الشروق News خلال المدة الزمنية التالية (ماي وجوان 2019)

وبالنسبة لباقي القيم كقيمة الفورية والجدة والقرب والإثارة والصراع والضخامة فنلاحظ أن نسب استخدامها كانت متقاربة وهذا ما تحكم فيه طابع النشرة الذي يحتم المنافسة بدل الإثارة والضخامة وفيما يخص أقل نسبة فقد حازت عليها الكوارث حيث لاحظنا أن اغلب النشرات فازو على نسبة 0% وهذا إن دل على شيء فهو يدل على أن الفضائيات الخاصة بانتظر الكوارث للتميز.

2- فئات الشكل: كي قيل؟

جدول رقم (09): فئات المدة الزمنية للنشرات الإخبارية

| النسبة المئوية | المدة الزمنية "ثانية" | المدة الزمنية "د-ث" | النشرة |
|----------------|-----------------------|---------------------|---------|
| 17.91% | 1995 ثانية | 33دقيقة و15ثانية | نشرة 1 |
| 15.62% | 1740 ثانية | 29 دقيقة | نشرة 2 |
| 16.16% | 1800 ثانية | 30 دقيقة | نشرة 3 |
| 18.32% | 2040 ثانية | 34دقيقة | نشرة 4 |
| 17.44% | 1943 ثانية | 32دقيقة و23 ثانية | نشرة 5 |
| 14.54% | 1620 ثانية | 27 دقيقة | نشرة 6 |
| 100% | 11138 ثانية | 185دقيقة و38 ثانية | المجموع |

تحليل الجدول رقم (09) والذي يمثل الفئة المدة الزمنية للنشرات الإخبارية

يتبين من خلال تحليلنا لجدول أعلاه والمتمثل في المدة المخصصة لكل نشرة التي تعرضها الفضائيات الخاصة أن أكثر وقت خصص للنشرة الرابعة والتي قدرت مدة عرضها ب 34 دقيقة تلتها مباشرة النشرة الأولى التي عرضت لمدة 33دقيقة و 15 ثانية وبالنسبة للمرتبة الثالثة فحازت عليها النشرة الخامسة والتي استمرت مدة عرضها 32دقيقة و 23 ثانية وبالنسبة للمرتبة الأخيرة فحازت عليها النشرة الثانية والتي عرضت لمدة 29 دقيقة وبالتالي فطول الوقت المخصص للنشرة و قصره تتحكم فيه بالدرجة الأولى أهمية

الفصل التطبيقي: شكل ومضمون القيم الخبرية بالنشرات الإخبارية الرئيسية على قناة الشروق News خلال المدة الزمنية التالية (ماي وجوان 2019)

المواضيع الموجودة في النشرة فكما كانت المواضيع مهمة كلما زادت المدة وكلما زاد التأثير والعكس صحيح.

جدول رقم (10): فئة المستوى اللغوي للنشرات الإخبارية

| النسبة المئوية % | | | | | | المدة الزمنية | | | | | | المستوى اللغوي |
|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|---------------|--------|--------|--------|--------|--------|----------------|
| نشرة 6 | نشرة 5 | نشرة 4 | نشرة 3 | نشرة 2 | نشرة 1 | نشرة 6 | نشرة 5 | نشرة 4 | نشرة 3 | نشرة 2 | نشرة 1 | |
| %58.95 | %40.14 | %47 | %43.17 | %69.43 | %73.83 | 955 | 780 | 959 | 777 | 1208 | 1473 | الفصحى |
| | | | | | | ثانية | ثانية | ثانية | ثانية | ثانية | ثانية | |
| %25.92 | %33.20 | %34.36 | %38.28 | %14.20 | %11.13 | 420 | 645 | 701 | 689 | 247 | 222 | عامية |
| | | | | | | ثانية | ثانية | ثانية | ثانية | ثانية | ثانية | |
| %11.11 | %21.62 | %18.63 | %12.22 | %6.37 | %15.04 | 182 | 420 | 380 | 220 | 285 | 300 | مختلطة |
| | | | | | | ثانية | ثانية | ثانية | ثانية | ثانية | ثانية | |
| %4.01 | %5.04 | %0 | %6.33 | %0 | %0 | 65 | 98 | 0 | 114 | 0 | 0 | لغة أجنبية |
| | | | | | | ثانية | ثانية | ثانية | ثانية | ثانية | ثانية | |
| %100 | %100 | %100 | %100 | %100 | %100 | 1620 | 1943 | 2040 | 1800 | 1740 | 1995 | المجموع |
| | | | | | | ثانية | ثانية | ثانية | ثانية | ثانية | ثانية | |

تحليل الجدول رقم (10): والذي يمثل فئة المستوى اللغوي للنشرات الإخبارية:

نلاحظ من خلال تحليلنا لجدول فئة المستوى اللغوي الأكثر استخداما بالنشرة الإخبارية أن أعلى نسبة حازت عليها اللغة العربية الفصحى وهذا ما برز في النشرة الأولى وبنسبة قدرت بـ 73.83 % وهذا طبيعي فاللغة الفصحى لها دور كبير في النشرة وصدى قوي في التأثير على المشاهد وجذبه فهي عامل أساسي لإقناع المشاهد الذي يشعر بالجدية ويقتنع بمحتواها وتترك صدق كبير فيه عكس اللغة العامية التي احتلت المرتبة الثانية وهذا ما ظهر في نشرتها الثالثة وبنسبة قدرت بـ 38.28 % تلتها في المرتبة الثالثة اللغة المختلطة في نشرتها الخامسة وبنسبة 21.62 % وسبب الاختلاط في النشرات دلالة رغبة المشاهد في مخاطبة عامة الناس المثقفين المتعلمين والأميين في حين احتلت اللغة الأجنبية بالمرتبة الأخيرة بنسبة 5.04 % وهذا برز في النشرة الخامسة وهي نسبة قليلة وسبب ذلك تحكمت فيه عادات

الفصل التطبيقي: شكل ومضمون القيم الخبرية بالنشرات الإخبارية الرئيسية على قناة الشروق News خلال المدة الزمنية التالية (ماي وجوان 2019)

المشاهد في متابعة النشرة بالعربية وتغيير اللغة قد يقلل من نسبة المتابعة حتى ولو كان يتقن أكثر من لغة.

جدول رقم (11): فئة أسلوب عرض الخبر في النشرات الإخبارية

| النسبة المئوية % | | | | | | المدة الزمنية بالثانية | | | | | | أسلوب عرض الخبر |
|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------------|
| نشرة 6 | نشرة 5 | نشرة 4 | نشرة 3 | نشرة 2 | نشرة 1 | نشرة 6 | نشرة 5 | نشرة 4 | نشرة 3 | نشرة 2 | نشرة 1 | |
| %36.68 | %9.42 | %24.61 | %16.78 | %4.71 | %3.36 | 593 ثانية | 183 ثانية | 502 ثانية | 302 ثانية | 82 ثانية | 67 ثانية | أسلوب الصورة الثابتة |
| %63.40 | %90.58 | %75.39 | %83.22 | %95.28 | %96.64 | 1027 ثانية | 1760 ثانية | 1538 ثانية | 1498 ثانية | 1658 ثانية | 1928 ثانية | أسلوب الصورة المتحركة |
| %100 | %100 | %100 | %100 | %100 | %100 | 1620 ثانية | 1943 ثانية | 2040 ثانية | 1800 ثانية | 1740 ثانية | 1995 ثانية | المجموع |

تحليل جدول رقم (11) والذي يمثل أسلوب عرض الخبر في النشرات الإخبارية:

نلاحظ من خلال تحليلنا لجدول أسلوب عرض الخبر في النشرات الإخبارية وهو الذي يعرض مرفق بصورة ثابتة بنسبة أكثر أم بصورة متحركة فلاحظنا أن أعلى نسبة حاز عليها أسلوب العرض بصورة متحركة وهذا بدا واضحا في النشرة الأولى بنسبة 96.64% وهذا ما تحكمت فيه درجة الإقناع فالمشاهد يقتنع بالصورة المتحركة ويصدقها ويمن بتعبيراتها أكثر من الصورة الثابتة في حين أعلى نسبة للخبر الذي يعرض مرفق بصورة متحركة حازت عليها النشرة السادسة وقدرت ب 36.68% و بالتالي فالصورة المتحركة لها أهمية في إقناع المشاهد وكسبه باسم المصادقية عكس الصورة الثابتة الجامدة التي قد لا يكون لها تأثير.

3- النتائج العامة للدراسة:

من خلال الدراسة التطبيقية المتعلقة بتحليل القيم الإخبارية في النشرات الإخبارية بالفضائيات التلفزيونية الجزائرية الخاصة، وانطلاقا من التساؤل الرئيسي التالي: كيف عالجت قناة الشروق News ضمن نشراتها الإخبارية الرئيسية القيم الإخبارية وذلك من حيث الشكل والمضمون خلال شهر ماي وشهر جوان 2019؟ وانطلاقا من فئات التحليل تمكنا من الوصول للنتائج التالية:

✓ تعتمد قناة الشروق News على مجموعة من القيم الظاهرة في النشرات الإخبارية وهي الأهمية، الشهرة، المنافسة، الضخامة، الإثارة، الجودة، الصراع، الاستمرارية حيث هذه القيم هي الأكثر تواجدا في كل النشرات.

✓ تعرض النشرات الإخبارية مواضيع متعددة حيث أنها تحتوي على المواضيع السياسية التي احتلت المرتبة الأولى والتي كانت بنسبة 36.45% ثم تلتها المواضيع الرياضية التي جاءت بنسبة 16.82% أما في المرتبة الثالثة فهي كانت من نصيب المواضيع الاقتصادية التي جمعت نسبة 15.89% ثم باقي المواضيع التي لم تعطي لها الأخبار أهمية كبيرة.

✓ اعتمدت القناة في نشراتها على الأطراف الفاعلة (الشخصيات الفاعلة) حيث اعتمدت هذه القناة على الشخصيات البارزة التي جاءت بنسبة كبيرة وهي 37.09% وهذا من أجل كسب التأييد المادي من أصحاب الأموال، أما في المرتبة الثانية فهي كانت من نصيب الشخصيات العامة التي جاءت نسبتها بـ 32.36% ثم تلتها نسبة المرسلين الصحفيين التي دائما يتم الاعتماد عليها والتي كانت بنسبة 22.18% أما بالنسبة للصحفيين كانت آخر الشخصيات وهي كانت كالتالي 8.36%.

✓ ومن هنا فإن أهم المصادر التي تحتويها نشرات الأخبار الرئيسية في قناة الشروق News فهي تعتمد على مراسليها بالدرجة الأولى وهذا ما يدل على ثقة القناة بهم وترجمة هذه الثقة في النسبة التالية

الفصل التطبيقي: شكل ومضمون القيم الخبرية بالنشرات الإخبارية الرئيسية على قناة الشروق News خلال المدة الزمنية التالية (ماي وجوان 2019)

50.46% أي أكثر من نصف مصادر أخبارها من مراسليها أما في المرتبة الثانية فقد كانت لصحفيين القناة جاءت بنسبة 27.10% ثم المصادر الغير معلنة عليها وفي المرتبة الأخيرة كانت لوكالات الأنباء التي جاءت نسبتها ب 4.67% وهذا ما يدل على أن القناة تعتمد على مصادرها الخاصة.

✓ اعتمدت القناة على سلم ترتيب معين لقيمتها فهو جاء كالآتي:

أول قيمة اهتمت بها القناة أو اعتمدت عليها في مواضيعها هي الأهمية فهو اعتبر قيمة أهمية المواضيع هو العنصر المهم وجاء بنسبة 13.72%، ثم ثاني قيمة اعتمدت عليها في نشراتها هي عنصر الشهرة من خلال الشخصيات البارزة فيها حيث كانت نسبتها هي 12.15%، ثم تلتها قيمة المنافسة حيث احتلت المرتبة الثالثة بنسبة 11.76% ثم تلتها قيمة الضخامة التي جاءت بضخامة مواضيعها وكانت نسبتها 9.41% ثم قيمتي الفورية والإثارة بنسبة 9.02% ثم قيمة الجودة 8.23% ثم قيمة الصراع 7.84% ثم قيمة الاستمرارية 7.45% ثم قيمة القرب 5.98% ثم قيمة الاهتمامات الإنسانية بنسبة 3.13% وكانت آخر نسبتين هما قيمة الكوارث والغرابية والطرافة بنسبة 1.56% وهذا بعد ترتيبها راجع إلى السياسة التحريرية للقناة.

الخلاصة

خاتمة :

يمكن القول إن قناة الشروق News قد وفقت إلى حد ما في تغطية كل المواضيع خاصة السياسية منها حيث سارعت إدارة التلفزيون في بث نشراتها الإخبارية أين تعالج مجموعة من المواضيع والقيم بفتح أجهزة السمع البصري على الحقائق وعلى انشغالات المواطنين لهم الوقائع وذلك من أجل استرجاع المصادقية التي فقدها التلفزيون الجزائري كوسيلة إعلامية ثقيلة لها وزنها على الساحة الإعلامية الوطنية والدولية.

النشرات الإخبارية هي عبارة عن نافذة يطل عليها المواطن من خلال الأخبار التي تقدمها فهي تحتوي على مواضيع متنوعة سياسية اقتصادية، اجتماعية، رياضية حيث تحاول دائما الاهتمام بالقيم الإخبارية ودمجها في النشرات الإخبارية ومحاولة تقديم المواضيع المهمة.

من خلال اعتمادها على مصادر موثوق بها من حيث انتقاء الأخبار بالإضافة إلى المقابلات مع الشخصيات البارزة والعامة والتي تؤكد لنا صحت المواضيع المطروحة.

وفي الأخير نستطيع القول إن قناة الشروق News رتبت أولوياتها وفق سلم من القيم الخاصة بها وهذا ما جعلها دائما في مركز الصدارة من حيث أهمية المواضيع والقرب من المواطن من خلال معالجتها لقضاياهم.



قائمة

المراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: الكتب:

- 1- إبراهيم عبد الله المسلمي: التشريعات الإعلامية، دار الفكر العربي، مصر، (د.س.ن).
- 2- ابن منظور: لسان العرب، ج 5، القاهرة، دار المعارف.
- 3- أحمد أحمد زكريا: نظريات الإعلام، مدخل الاهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها، ط1، المكتبة العصرية، القاهرة، 2008.
- 4- جيهان أحمد رشتي: النظم الإذاعية في المجتمعات الغربية، دار النهضة العربية، (د.م.ن)، 1978.
- 5- حسن عماد مكايي: الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009.
- 6- حسن عماد مكايي وليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2014.
- 7- حسني محمد نصر وسناء عبد الرحمان: التحرير الصحفي في عصر العولمة -الخبر الصحفي، ط2، دار الكتاب الجامعي، الإمارات لعربية المتحدة، 2009.
- 8- حمدي محمد الفاتح وعارضة عبد القادر: إنتاج النشرات الإخبارية التلفزيونية، ط1، دار كنوز الحكمة، الجزائر، 2012.
- 9- نوقان عبيدات وكايد عبد الحق وعبد الرحمان عدس: البحث العلمي مفهومه وأدواته و أساليبه، ط11، دار الفكر ناشرون وموزعون، عمان، 2009.
- 10- سعيد التل: مناهج البحث العلمي - أساسيات البحث العلمي، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، عمان، 2006.

- 11- سعيد السيد وسامي الشريف: الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، جميع حقوق الطبع محفوظة للمركز، القاهرة، 2005.
- 12- صالح محمد العساف: المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، مكتبة العبيكان، الرياض، 1995.
- 13- طارق سيد أحمد الخليفي: معجم مصطلحات الإعلام، (انجليزي _ عربي)، ط1، دار المعرفة الجامعية، الأردن 2013.
- 14- طارق سيد أحمد الخليفي: فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005.
- 15- طالب عبد المجيد علاوي وحيدر احمد علو: صناعة الأخبار في القنوات العربية المتخصصة A.N.N، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 16- عامر أحمد عرفة: الأخبار والبرامج الإخبارية في الراديو والتلفزيون، ط1، مكتب الآداب، القاهرة، 2003.
- 17- عبد الستار جواد: فن كتابة الأخبار عرض شامل للقوالب الصحفية و أساليب التحرير الحديثة، ط2، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2001.
- 18- عبد الرحمان قرشي عبد الله: التحرير الصحفي فنون الكتابة الصحفية الحديثة: الخبر - الما جرى- التقرير الصحفي، مطبعة جامعة الخرطوم، السودان، 2005.
- 19- عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي: سوسيولوجيا الخبر الصحفي، دراسة في انتقاء ونشر الأخبار العربي للنشر والتوزيع، 1989.
- 20- عبد الله بدران: الخبر الصحفي في منهج الإعلام الإسلامي، ط1، دار المكتبي، دمشق، 2002.

- 21- عبد الحليم موسى يعقوب: الموضوعية والقيم الإخبارية في الإعلام، الدار العالمية، السودان، (د.س.ن).
- 22- عبد العزيز شرف: الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، دار قباء، القاهرة، 2000.
- 23- عبد المعطي الباسط: البحث الاجتماعي، محاولة نحو رؤية نقدية لمنهجه وأبعاده، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 1985.
- 24- على منعم القضاة: كتابة متقدمة للأخبار والتقارير الصحفية، (د.ن)، (د.ن).
- 25- كرم شلبي: الخبر الإذاعي، ط1، دار الشروق، جدة، 1985.
- 26- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
- 27- محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار الشروق للنشر والتوزيع، جدة، 2009.
- 28- محمد شطاح: الإعلام التلفزيوني، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2007.
- 29- محمود محمد الجراح: أصول البحث العلمي، دار الراية والحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- 30- محمد عوض: الخبر في وسائل الإعلام، دار الكتاب الحديث، الكويت، 1994.
- 31- محمد معوض وبركات عبد العزيز: فن الخبر الإذاعي والتلفزيوني دراسات إعلامية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2006.
- 32- منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- 33- منذر الضامن: أساسيات البحث العلمي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2007.

34- موريس أنجريس: منهجية البحث في العلوم الإنسانية، تدريبات عملية، ترجمة ل: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبه للنشر، 2004.

35- نصر الدين العياضي: مبادئ أساسية في ثقافة الخبر الصحفي، المؤسسة الجزائرية للطباعة، الجزائر، 1994.

36- نهى عاطف عدلي العبد: صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي، الهيئة العامة لدار الكتب والوثائق القومية، القاهرة، 2007.

37- هاشم حسن التميمي: فلسفة الخبر الصحفي، دراسة لمفهوم القيمة الخبرية في الصحافة العراقية، ط1، دار ورد الأردنية للنشر والتوزيع، 2008.

38- هناء السيد: الفضائيات وقادة الرأي، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005.

39- وائل عبد الرحمان التل: البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار الحامد، عمان، 2007.

ثانيا: أطروحات الماجستير والدكتوراه:

40- إبراهيم حسين عبيد الله العزازمة: القيم الإخبارية في صحيفة الغد الأردنية، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، أيار 2012.

41- إبراهيم يحيوي: القنوات الفضائية وثقافة الشباب، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه علوم في فرع علم الاجتماع، علم اجتماع تربوية، قسم علم الاجتماع، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2، 2017-2018.

42- باسم الطويسي: تغطية الشؤون المحلية في الصحافة الأردنية دراسة تحليلية لمضمون الصحف اليومية، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، (د.ع.ن)، عمان، 2013.

43- شوقي يحيى الفزا: تأثير الفضائيات الفلسطينية على الوضع الفلسطيني " حرب غزة نموذجا"، رسالة في الإعلام والاتصال مقدمة إلى مجلس كلية الآداب والتربية قسم الإعلام والاتصال لنيل متطلبات درجة الماجستير في الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، أكتوبر 2010 .

44- فوزية عكاك: القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة، دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر والشروق، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة الجزائر، 2011-2012 .

45- مساعد بن عبد الله المحيا: القيم في المسلسلات التلفازية، دراسة تحليلية وصفية مقارنة لعينة من المسلسلات التلفازية العربية، تقديم عبد القادر طاش، دار العاصمة للنشر والتوزيع، الرياض، (د.س.ن).

ثالثا: مذكرات الماستر:

46- رزيق سامية: البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة برنامج ما وراء الجدران - قناة النهار لأنموذج-، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر تخصص وسائل إعلام ومجتمع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة تبسة، 2015-2016.

47- سماح قزابينية: ترتيب أولويات الأخبار في نشرات قناة الشروق NEWS الإخبارية - دراسة تحليلية- مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر تخصص سمعي بصري، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، 2016-2017.

48- وفاء ناصر: مذكرة لنيل شهادة الماستر: القيم الاخبارية في النشرات الإخبارية بالفضائيات التلفزيونية العربية في زمن العولمة -دراسة تحليلية وصفية لنشرة mbc في أسبوع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة تبسة، 2014-2015.

رابعا: الدوريات:

49- عبد الحفيظ الهرقام: الإذاعة والتلفزيون مرفقا عموميا في الوطن العربي، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد3، 2004.

خامسا: الندوات والملتقيات:

50- رحيمة الطيب عيساني: اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الدينية الإسلامية ودورها في توعيته ضد التطرف والتعصب، المؤتمر الدولي حول الإرهاب والتطرف، الجامعة الإسلامية المدينة المنورة

سادسا: الجرائد الرسمية:

51- المادة 5 قانون السمعى البصرى، الجريدة الرسمية، مارس 2014

سابعا: المواقع الالكترونية:

52- متاح على الخط: القيم الإخبارية والعوامل المؤثرة فيها، تاريخ النشر: 7 مارس 2009، تاريخ الإطلاع: 7 أبريل 2019، على الساعة: 14:50، <http://itfctk.ahlamontada.net/t360-topic>

53- عبد الله عمر أحمد بخاش: بناء النشرة الإخبارية في قناة اليمن الفضائية دراسة في الشكل والمضمون، صنعاء، شبكة الألوكة، 2012.

54- عمار طيبي: القنوات الجزائرية الخاصة .. ولادة من الخاصة، مقال متاح على الخط، تاريخ النشر 8 ماي 2015، تاريخ الاطلاع 20 مارس 2018، على الساعة 14:22، <http://www.elwatandz.com/journal/18463.html>

55- علي حميدي العبيدي: القنوات الفضائية ومبدأ سيادة في العصر الحديث، مقال متاح على الخط ، تاريخ الاطلاع، 30 مارس على الساعة 10:35،

<https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&ald=109148> ، ص 212

56- جازية سليمانى: الفضائيات الخاصة بالجزائر: اعتماد على الدولة وتقليد للصحافة المكتوبة، مقال متاح على الخط، تاريخ النشر 29 أبريل 2014، تاريخ الإطلاع 20 مارس 2018 على الساعة 15:30، <https://www.alaraby.co.uk/medianews/2014/4/29>

57- نسرین محمد عبده حسونة: نظريات الإعلام والاتصال، شبكة الألوكة، 2015.

المخلص:

هدفت هذه الدراسة في التعرف على القيم الخبرية في النشرات الإخبارية بالفضائيات الجزائرية الخاصة حيث يتكون مجتمع البحث من عدة نشرات الإخبارية في قناة الشروق News البالغة عدد مفرداتها 6 وتم اختيار العينة العشوائية المنتظمة خلال شهر ماي وجوان 2019، طبقت على الدراسة أداة تحليل المضمون طورها الباحث للإجابة عن أسئلة الدراسة، وأظهرت نتائج الدراسة أن قناة الشروق News أولت أهمية كبرى لقيمة الأهمية و قيمة الشهرة وقيمة المنافسة، كذلك اعتمادها على عرض المواضيع السياسية بنسب كبيرة ، والاهتمام بالشخصيات البارزة من أجل كسب التأييد المادي من أصحاب الأموال.

الكلمات المفتاحية: القيم الإخبارية، النشرات الإخباري، الفضائيات الجزائرية الخاصة.

Résumé :

Cette étude a pour but d'identifier les valeurs d'actualité dans les newsletters des chaînes satellitaires privées algériennes, dans lesquelles la communauté recherche plusieurs newsletters dans Al-Shorouk News, qui contient 6 articles. L'échantillon aléatoire a été sélectionné en mai et juin 2019. L'étude a appliqué un outil d'analyse de contenu développé par le chercheur. Pour répondre aux questions de l'étude, les résultats de l'étude ont montré que la chaîne Al-Shorouk News attachait une grande importance à la valeur d'importance, à la valeur de la renommée et à la valeur de la concurrence. En plus de sa dépendance vis-à-vis de la présentation de questions politiques dans de larges proportions – et de l'attention portée à des personnalités afin de gagner un soutien financier de la part des propriétaires de fonds

Mots-clés : les valeurs d'actualité – Newsletters – Chaînes satellitaires privées algériennes