

## عوامل تشكيل القيم الإخبارية للقنوات الفضائية العربية في عصر الإعلام الرقمي .. قناة الإمارات الفضائية .. أنموذجاً

د. بهاء الدين علي بشير

أستاذ الإعلام والاتصال الجماهيري  
جامعة أم القيوين- الإمارات العربية المتحدة

### مستخلص الدراسة

تناولت هذه الدراسة العلمية موضوع عوامل تشكيل القيم الإخبارية للقنوات الفضائية العربية في عصر الإعلام الرقمي، بالتطبيق على قناة الإمارات الفضائية (أبوظبي)، حيث استهدفت الدراسة محاولة معرفة أهم العوامل التي تؤثر في تشكيل وتحديد القيم الإخبارية للقنوات الفضائية العربية، سيما قناة الإمارات الفضائية (حالة هذه الدراسة)، ومعرفة أهم القيم الإخبارية للقناة.

واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، منهجاً علمياً كما استخدمت أداة تحليل المضمون كأسلوب رئيس في التحليل، حيث تم تحديد الوحدات الرئيسة لتحليل مجتمع البحث من القصص، والمواد الإخبارية التي بثتها القناة خلال الفترة الزمنية



لإجراء الدراسة، وتم تقسيم كل وحدة إلى فئات فرعية ؛ وتم التحقق من ثبات، وصدق الأداة المستخدمة، بتطبيق وحدات وفئات التحليل على عينة استطلاعية من من القصص، والمواد الإخبارية التي بثتها القناة، خارج المدة الزمنية للدراسة، وذلك باستخدام طريقة الإختبار، وإعادة تطبيقه "Test-Pre-Test"، وبفارق زمني مدته أسبوع بين التحليلين، وبلغت نسبة معدل الثبات "٩٠.٤%"

وتحليل البيانات اعتمدت الدراسة الإجراءات الإحصائية جداول التكرارات، والنسب المئوية؛ ومن أهم النتائج التي خلصت لها الدراسة : أثر عصر الإعلام الرقمي أو الإعلام الجديد على القيم الإخبارية خاصة القيم الإخبارية للقنوات الفضائية أصبحت ، وسائط ومواقع ومنصات الإعلام الرقمي، أو الإعلام الجديد وسائل ذات فاعلية كبيرة في أداء الوظيفة الإخبارية وسيطرت هذه المواقع والمنصات على ساحة الأحداث في كثير من الأحيان، تصدرت قيمة التسرع وعدم الأناة أهم القيم الإخبارية التي اتسمت بها وسائل الإعلام الجديد، هيمن البعدان الاقتصادي والسياسي على مضمون المعالجة الإخبارية والإعلامية للقناة، كما طغى البعد الجغرافي العربي الدولي على المواد الإخبارية التي تبثها قناة الإمارات الفضائية محل هذه الدراسة، وتصدرت المصادر الخاصة بالقناة، المصادر الإخبارية التي اعتمدت عليها القناة في الحصول على المواد الإخبارية والإعلامية التي تبثها.

أوصت الدراسة بأهمية أن يتم الاستغلال الأمثل للفرص المواتية والمتاحة التي يوفرها عصر إعلام شبكة الإنترنت، والإعلام الرقمي والاستفادة منها في إحداث تأثيرات إيجابية أكبر على المجتمعات، وبناء أجيال جديدة من الإعلاميين تحمل رسالة إعلامية سامية تتوافق مع أهداف البناء والتنمية المستدامة، وتحفظ للأمم والمجتمعات قيمها وثقافتها وتصون هوياتها وإرثها الحضاري.



## **Abstract**

This scientific study dealt with the subject of factors shaping the news values of Arab satellite channels in the era of digital media, by applying it to the Emirates satellite channel (Abu Dhabi).

satellite channel (the case of this study), and to know the most important news values of the channel.

The study adopted the descriptive analytical approach, a scientific approach. It also used the content analysis tool as a main method of analysis. The main units for analyzing the research community were identified from the stories and news materials broadcast by the channel during the time period for conducting the study, and each unit was divided into sub-categories; The reliability and validity of the used tool were verified by applying the units and categories of analysis to a survey sample of the stories and news materials broadcast by the channel, outside the study period, by using the test method, and re-applying it "Test-Pre-Test", with a time difference of one week. Between the two analyses, the stability rate was 90.4%.

To analyze the data, the study adopted statistical procedures, tables of frequencies, and percentages; The study concluded a set of results, the most important of which are: The impact of the digital media era or the new media on news values, especially the news values of satellite channels. In many cases, the value of haste and lack of patience topped the most important news values that characterized the new media. The economic and political dimensions dominated the content of the news and media treatment of the channel, and the Arab international geographical dimension dominated the news materials broadcast by the



Emirates satellite channel in this study. The local Emirates News Agency (WAM) is the news sources that the channel relied on to obtain the news and media materials broadcast by the channel.

The study recommended the importance of optimizing the appropriate and available opportunities provided by the era of Internet media and digital media and benefiting from them to create greater positive effects on societies, and to build new generations of media professionals that carry a lofty media message that is compatible with the goals of construction and sustainable development, and for nations and societies to preserve their values and cultures. It preserves its identities and cultural heritage.



## توطئة :

يتفق كثير من الباحثين في مجال الإعلام، وعلم الاتصال الجماهيري على صعوبة تحديد تعريف جامع مانع لمفهوم أو مصطلح كلمة "New"، ولعل ذلك هو السبب الذي يقف وراء مسألة تعدد التعريفات، وكثرت المفاهيم التي تطلق على الخبر.

وقد فرض هذا الأمر، أي صعوبة تحديد أو وضع تعريف محدد للخبر، على المختصين والمهنيين من الإعلاميين، والصحفيين، ضرورة السعي إلى إيجاد، أو وضع مجموعة من المعايير، والضوابط التي يمكن الاستعانة بها في معرفة وتحديد، ماهية الخبر، حتى ينتهي لهم بثه أو نشره عبر وسائلهم الإعلامية المختلفة.

وهنا ترى كاتبة مثل ديانا كارولين (Diana Caroline) أنه ليست هناك تعريفات قاطعة للأخبار، ولكن توجد مبادئ يطبقها رجال الأخبار عند تقييمهم للقصص الإخبارية، فعلى سبيل المثال ينتظر أن تكون الأخبار موقوتة، وجديدة، والحادثة المحلية تزداد أهميتها على مثيلاتها التي تحدث في الهند<sup>(١)</sup>.

وقد توصلت المحاولات العديدة التي جرت من قبل الباحثين والأكاديميين، والإعلاميين، خاصة ممارسي المهنة الإعلامية، بهدف إيجاد تعريف أو تحديد مفهوم واضح للخبر، توصلت لضرورة لرصد مجموعة من المعايير، أو المبادئ أو العناصر التي يجب أن تتوفر في الخبر حتى يمكن تحديد شكله النهائي الذي يسمح ببثه أو نشره من ناحية، ومن ثم يجعله مقبولاً لدى المشاهد أو المستمع أو القارئ من ناحية أخرى. وتعرف تلك المعايير أو المبادئ بالقيم الإخبارية (News Values). فالقيم الإخبارية هي خصائص ذاتية أصيلة تجاه موضوعات الأخبار، أو القصص

الإخبارية، وعن طريقها يمكن الحكم على قيمة الخبر، ومن ثم الحكم على أهميته، ومعرفة ما إذا كان يدخل في عداد الأخبار المهمة أم لا؟ ومن ثم يتم اختياره دون سواه ليصبح خبراً صالحاً للنشر أو البث عبر الوسيلة الإعلامية المعنية؛ وترتبط هذه



المعايير والقيم ارتباطاً وثيقاً بالعديد من العوامل المختلفة والمتنوعة، والتي تؤثر إلى حد كبير في تشكيل هذه القيم وتحديدها.

وإنطلاقاً من ذلك جاءت فكرة إجراء هذه الدراسة العلمية، والتي تحاول معرفة أهم العوامل التي تؤثر في تشكيل وتحديد القيم الإخبارية للقنوات الفضائية العربية، سيما قناة الإمارات الفضائية (حالة هذه الدراسة).

### مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

تشكل القنوات الفضائية مصدراً مهماً من مصادر المعرفة، والحصول على الأخبار والمعلومات، على ضوء تعدد، وتنوع خدماتها الإعلامية، وأساليب معالجاتها للأحداث والوقائع الإخبارية. والباحث ومن خلال خبرة طويلة في مجال العمل الإعلامي بصفة عامة، والتلفزيوني على وجه الخصوص "أكاديمياً، وممارسة"، أدرك أن عملية انتقاء واختيار الأحداث والقصص الإخبارية تشكل أهمية كبيرة في تحديد درجة الاهتمام الذي توليه وسائل الإعلام للأحداث، والموضوعات الإخبارية، بجانب تحديد اتجاه الاهتمام بالجمهور، وتحديد كيفية التوجه إليه على ضوء مجموعة من القيم الإخبارية، والتي يسهم توافرها في حدث من الأحداث، في زيادة فرصته للارتقاء إلى مستوى الوقائع والأخبار الصالحة للبحث أو النشر، وهوما تصدت هذه الدراسة لبحثه وتناوله.

وارتكازاً على ماسبق فإن مشكلة هذه الدراسة تمثلت في طرح السؤال الرئيس التالي: ما أهم العوامل التي يمكن أن تؤثر في تشكيل القيم الإخبارية لوسيلة إعلامية ما؟ وخاصة القنوات الفضائية، لاسيما قناة الإمارات (حالة هذه الدراسة)، حيث تسعى الدراسة لمعرفة القيم الإخبارية للقناة، والكشف عن مختلف العوامل التي تؤثر على قيمها الإخبارية. ومن ثم انبثقت عن هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية: ما القيم الإخبارية التي تعتمد عليها القناة الفضائية - موضوع الدراسة- في انتقاء أخبارها



وموضوعاتها الإخبارية، وتغطية الأحداث والوقائع الإخبارية المختلفة؟ ما هي أهم المصادر التي تحصل منها القناة على القصص والمواد الإخبارية؟ ما نوع التغطية الإخبارية المعتمدة في القناة؟

## أهداف الدراسة:

سعت هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف يأتي في مقدمتها الهدف الأساسي المنبثق عن تساؤلها الرئيس، وهو التعرف على القيم الإخبارية التي تعتمد عليها القنوات الفضائية العربية (قناة أبوظبي الفضائية) في تحديد أهمية ما تبث أو تنشر من أحداث وموضوعات إخبارية، بجانب العوامل التي تؤثر في تشكيل القيم الإخبارية للقناة.

وكذلك معرفة الأساليب والطرق التي تنتهجها وسائل الإعلام المختلفة، ومن ضمنها القنوات الفضائية لتحديد ومعرفة وفرز القصص والموضوعات الإخبارية ذات الأهمية من بين مجموعات وكميات مهولة من تلك القصص والموضوعات، وذلك عبر تحديد قيم إعلامية أو إخبارية محددة، وهو ما هدفت لتناوله هذه الدراسة.

## أهمية الدراسة وما تثيره من دراسات مستقبلية:

تأتي أهمية هذه الدراسة من أنها محاولة لمتابعة التطورات السريعة والمتلاحقة التي نعيشها في

عصرنا الحالي ويمر بها العالم، والتي تترك وتركت أثارها على كل مناحي حياتنا، وعلى اهتمامنا الأساسي أكاديمياً، الإعلام.

كذلك نبعث أهمية الدراسة، من أهمية الموضوع الذي تناولته "القيم الإخبارية" للقنوات الفضائية العربية، خاصة في عصرنا الحالي والذي يعرف بعصر الإعلام الجديد أو الإعلام الرقمي.



كما أن الدراسة قد تشكل أساساً يمكن أن يفتح الباب أمام المزيد من البحوث، ويشجع على إجراء المزيد من الدراسات العلمية في ذات المجال.

### منهج البحث:

اتبع الباحث لإجراء الدراسة، المنهج الوصفي التحليلي، كمنهج كلي، و يهدف هذا النوع من البحوث إلى دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها وأشكالها وعلاقتها والعوامل المؤثرة في ذلك<sup>(٢)</sup>، كما تم استخدام أداة تحليل المضمون كأسلوب رئيس في التحليل، حيث تم تحديد فئات التحليل لعينة الدراسة، وتقسيمها إلى فئات رئيسية، وفئات فرعية.

### مفاهيم ومصطلحات الدراسة: "Terminologies"

#### التغطية والمعالجة الإخبارية: Coverage

معالجة، لغة : اسم، والجمع معالجات، مصدر عالَجَ. وكلمة (معالجة) في اللغة العربية مشتقة من الفعل "عالج"، فعندما نقول: عالج الأمر أي أصلحه، وعالج المشكلة : عالجها علاجاً، ومعالجةً: زاولها ودواها<sup>(٣)</sup>؛ أما معالجة باللغة الإنجليزية فتعني "Treatment".

أما مفهوم المعالجة إصطلاحاً فهو لا يختلف كثيراً عن التعاريف اللغوية المذكورة أعلاه، فهناك استخدامان لهذا المصطلح في البحوث العلمية، أحدهما أكثر شيوعاً في البحوث الإعلامية، حيث غالباً ما تستخدم المعالجة الإعلامية أو الصحفية "coverge"، ويقصد بها العمل الإعلامي الذي زاولته المؤسسة الإعلامية في تناولها لمختلف الأخبار، أو الأحداث، أو الطريقة التي يتم من خلالها تناول أو عرض الوقائع أو الأحداث<sup>(٤)</sup>. كما يقصد بها الطريقة التي تتناول بها المؤسسة الإعلامية (مرئية، أو مسموعة، أو مكتوبة) مختلف الجوانب المتعلقة بالحدث الإخباري، من خلال رصد مجريات الخبر أو الحدث ، وتحليل أبعاده ، وأثاره، وذلك بغرض إيصال رسالتها إلى





جمهور المتلقين، أو الرأي العام، للتأثير فيه بهدف إحداث التغيير<sup>(٥)</sup>؛ وهو المصطلح المستخدم لأغراض هذه الدراسة.

### القيم الإخبارية : News Values

كلمة القيمة "Value" تشتق في اللغة العربية من القيام، وهو نقيض الجلوس، والقيام بمعنى آخر هو العزم، كما تدل كلمة القيمة على الثمن الذي يقاوم المتاع، أي يقوم مقامه، وهي ما يقدر به الشيء للتميز والتميز؛ وجمعها قيم، وقيمة الشيء في الدور الذي يقوم به<sup>(٦)</sup>.

واصطلاحاً تعرف القيم بأنها مجموعة الصفات الأخلاقية، التي يتميز بها البشر، وتقوم الحياة الاجتماعية عليها. ومع مرور الأيام شاع استخدام كلمة القيمة، لتدل على معانٍ أخرى متعددة، ويتضح مما سبق أن مفهوم القيمة من المفاهيم التي يشوبها نوع من الغموض والخلط في استخدامها، وذلك نتيجة للاهتمام الذي حظيت به من قبل الكثير من الباحثين في تخصصات مختلفة.

أما القيم الإخبارية (News Values) فتعد بمفهومها أسلوباً يحدد الصيغة المهنية التي على ضوءها يتم تبني خبراً صحفياً وتميزه عن غيره ليكون ذا معالم واضحة في وسائل الإعلام المختلفة؛ أي أن القيم الإخبارية هي "المعايير التي بموجبها يمارس المحترفون في وسائل الاتصال أحكامهم التقويمية، وتفضيلاتهم لشيء على شيء، مما يوجه عملية جمع الأخبار وانتقائها وتقديمها، وكذلك هي مجموعة المعايير المادية والذهنية التي على أساسها يتم تحويل الحدث إلى خبر صحفي أو إعلامي. ويرى محمد مصالحة أن القيم الإخبارية هي: "المبادئ التي تكون الحس الانتقائي للأخبار لدى الإعلاميين، وهي ليست قواعد مكتوبة أو مقننة يسترشد بها محرر الأخبار في انتقاء المواد الإخبارية، بل إنه يتعلمها، ويفهمها من خلال ممارسة المهنة والمبادئ التي يسير وفقها النظام الإخباري"<sup>(٧)</sup>.



وهناك من يعرف القيم الإخبارية بأنها: "مجموعة المعايير التي يعتمدها الصحفيون في اختيارهم للأخبار، وهي معايير ليست فردية تنسب إلى صحفي دون سواه، بل إنها مجموعة قيم متعارف عليها لدى أمة من الأمم، ففي كل مجتمع توجد مجموعة من الأفكار والمعتقدات وطرائق السلوك تسمى بالقيم، وإن مجموع هذه القيم أو المعايير التي تعتمد في إصدار حكم قد تصل إلى مستوى نظام قيمي ينظر إليه نظرة تعميمية، بمعنى أنها قيم ومعايير عامة لدى مجتمع أو مجموعة، هم كتاب ومعدو الأخبار في هذا المقام"<sup>(٨)</sup>.

وتعد معايير القيم الإخبارية المستخدمة في الحكم على قيمة الحدث أو الخبر، معايير نسبية تماماً، فليس هناك ثمة معيار عالمي واحد، يمكن بمقتضاه قياس أو تحديد القيم الإخبارية، أي أن هذه القيم تظل في كل الأحوال، قيماً نسبية، فما تعتبره قناة تلفزيونية أو أي وسيلة إعلامية أخرى خبراً مهماً، وجدير بالتغطية الإخبارية، قد لا يكون بذات الدرجة من الأهمية لدى قنوات أو وسائل إعلامية أخرى، فالتعامل مع لائحة هذه القيم، يبقى نسبياً، أو إنتقائياً، ويتأثر بالعديد من العوامل والإعتبارات<sup>(٩)</sup>.

### **الدراسات السابقة ومدى استفادة الدراسة منها:**

إطلع الباحث على عدد من الدراسات السابقة، تناولت موضوع الدراسة بشكل غير مباشرة، ويمكن عرض بعض جوانب تلك الدراسات على النحو التالي:

#### **1: دراسة نهى عاطف عدلي العبد: (٢٠٠٦م)<sup>(١٠)</sup>**

هدفت الدراسة إلى التعرف على درجة الاهتمام التي تمنحها القنوات الفضائية العربية من خلال نشراتها الإخبارية، لبعض القضايا سواءً المصرية أو العربية أو الدولية، فضلاً عن دراسة



مدى تأثير ترتيب أجندة هذه القنوات لتلك القضايا، في ترتيب أجندة الجمهور لهذه القضايا. واعتمدت الدراسة على منهج المسح، كما استخدمت صحيفة استقصاء على عينة من الجمهور الذي يتابع نشرات الأخبار في قناتي "MBC" والجزيرة، وتوصلت الدراسة إلى أن أهم المصادر الإخبارية التي تستقي عينة البحث منها معلوماتها حول القضايا المصرية والعربية والدولية، مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات: القنوات الفضائية العربية، التلفزيون المصري، الإذاعات العربية، الصحف العربية، الإذاعات الأجنبية، الصحف الأجنبية، وتمثلت أهم القيم الإخبارية للقناتين - عينة الدراسة- بالترتيب في: الجدة، الصراع، القرب، الإيجابية، الشهرة، الحياد، والغرابة.

## 2: دراسة سهام محمد عبد الخالق (٢٠١٥م) <sup>(١١)</sup>

تناولت الدراسة المعايير التي تتحكم في بناء أجندة الأخبار الخارجية في التلفزيون المصري من خلال تطبيق نظرية أجندة وسائل الإعلام، وقد شملت الدراسة تحليل مضمون الأخبار الواردة من المصادر الخارجية، والأخبار الخارجية المذاعة في النشرات الإخبارية للتعرف على الأخبار التي تم اختيارها، وتلك التي تم إهمالها، ومن ثم تحديد معايير اختيار الأخبار في نشرات التلفزيون المصري.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: وجود تشابه بين موضوعات الأخبار التي تسيطر على أجندة المصادر الإخبارية، وأجندة النشرات المذاعة بالنسبة للدول محل الدراسة، وأثبتت الدراسة أنه ليست هناك أي فروق ذات دلالة إحصائية بين نسبة ودور الأخبار ذات الاتجاه الإيجابي والسليبي والمحايد، وأن أفراد العينة يهتمون بمتابعة الأخبار التي تتسم بالسلبية بشكل كبير، تليها أخبار الصراعات بين الدول.

3: دراسة محسن جنوب جبر (٢٠١٥م) (١٢)

تناولت الدراسة البرامج الحوارية في قناة الجزيرة، وكيفية توظيفها لتحقيق أهداف معينة، إضافة لمعرفة طرق إعداد تلك البرامج والتخطيط لها وتنفيذها، وقد سعت الدراسة عبر أسلوب تحليل مضمون للكشف عن أساليب التوظيف الفنية والموضوعية السائدة في القناة بهدف تحقيق تأثيرات ملموسة على الجمهور تتسجم مع السياسات القائمة في القناة، وتوصلت الدراسة إلى إثبات الافتراضات التي انطلقت منها بشأن طبيعة التوظيف السياسي السائد في القناة، خاصة للبرامج السياسية، للوصول إلى أهداف سياسية محددة.

4: دراسة أسامة الرفاعي (٢٠١٢م) (١٣)

استهدفت هذه الدراسة البرامج السياسية في قناة الجزيرة لمعرفة طبيعة تلك البرامج وأبعادها وعلاقتها بتطور البرامج في القنوات الفضائية الأخرى، بجانب الوقوف على الوظيفة السياسية للتلفاز، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها: الإشارة إلى طبيعة التوظيف السياسي الذي تقوم به قناة الجزيرة عبر برامجها الإخبارية والسياسية من أجل تحقيق أثر محدد في الجماهير ينسجم مع طبيعة الأهداف التي تتطلف منها القناة، على صعيد تحريض الشعوب ضد حكوماتها ومناصرة تحركات المعارضة، والتأكيد على أهمية الإصلاحات السياسية في القناة.

5: دراسة رحيم مزيد (٢٠١٠م) (١٤)

تناولت هذه الدراسة القيم الإخبارية في قناة الجزيرة من خلال استخدام أسلوب تحليل المضمون، والذي سعى الباحث لاستخدامه بهدف الكشف عن القيم الإخبارية في نشرات الأخبار الرئيسية التي بثتها القناة في عام ٢٠٠١م، كما استخدمت الدراسة أيضاً المنهج المسحي التحليلي، لمعرفة أبرز القيم الإخبارية التي اعتمدها قناة الجزيرة في إنتقاء الأخبار، وتقديم نشراتها الإخبارية، ومدى القرب بينها وبين السياسة الإعلامية للقناة .



## 6: دراسة علي جبار الجابري (٢٠٠١ م) (١٥)

هدفت الدراسة التعرف على المساحة الزمنية للأخبار في النشرات الإخبارية في قناة أبوظبي الفضائية، وموضوعات الأخبار، وحجم اهتمام القناة بالأخبار السياسية مقارنة بالأخبار الأخرى، والمصادر الإخبارية التي تستقي منها القناة أخبارها. وتوصلت الدراسة إلى أن القناة تعتمد على المصادر الخارجية (وكالات الأنباء العربية والعالمية وشبكات التلفزة وكبريات الصحف والمجلات العالمية) اعتماداً كبيراً في الحصول على الأخبار. وقد احتلت الأخبار السياسية المرتبة الثانية في المساحة الزمنية، كما حرصت القناة على أن ترافق وسائل الإيضاح أغلب الأخبار المقدمة في نشراتها، وبمختلف أنواعها.

## 7: دراسة تهامة نصار الشمندي (٢٠٠١) (١٦)

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد خصائص البرامج السياسية في قناة أبوظبي من الناحيتين الفنية والموضوعية، وإلقاء الضوء على الوظيفة الدعائية لهذه البرامج، وذلك عبر دراسة تطبيقية لمضمون الدورات البرمجية التي عرضت في القناة، خلال الفترة من كانون الثاني ٢٠٠٠م وحتى الحادي والثلاثين من كانون الأول ٢٠٠٠م، وتوصلت الدراسة إلى أن البرامج السياسية في قناة أبوظبي الفضائية اهتمت بالقضايا العربية، واعتمدت على أكثر من أسلوب دعائي في صياغة الخطاب الدعائي الموجه عبر البرامج المعروضة.

## 8: دراسة الغزي خالد (٢٠٠٠) (١٧)

استهدفت الدراسة تحليل المفاهيم الإدراكية التي يتبناها رؤساء التحرير، والتي تؤثر في عملية اختيارهم وانتقائهم للأخبار التي تبث في النشرات الإخبارية عبر تلفزيون وراديو دولة الكويت؛ وركزت الدراسة على تأثير القيم الشخصية والمعتقدات والقيم الإخبارية (العامة والعربية) التي يتبناها رؤساء التحرير،



على السياسة الإعلامية لراديو وتلفزيون الكويت، وكذلك تأثير الحكومة الكويتية فيما يتعلق باختيار الأخبار. كما تناولت الدراسة العلاقة المتبادلة فيما بين رؤساء التحرير، وعملية التفاعل مع فريق العمل فيما يتعلق بانتقاء الأخبار، بجانب البحث في الأسباب التي تقف وراء اختيارهم أو رفضهم للأخبار.

9: دراسة وريدة على ملياني (١٩٩٩م) (١٨)

استهدفت الدراسة الوصول إلى وضع مصفوفة بالقيم الإخبارية التي يعتمدها صحيفيو النشرة الرئيسية في عملية انتقاء الأخبار في التلفزيون الجزائري، ومعرفة العوامل المحددة لتلك القيم، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أبرزها أن القائمين على الأخبار في التلفزيون الجزائري يمثلون مجتمعاً غير متجانس نتيجة لتقسيم العمل داخل قاعة التحرير، وطرق الاستفادة من الامتيازات (مهمات إلى الخارج، الترقيات،...) مما جعل العلاقات فيما بينهم تتميز أحياناً بالصراع، كما أنه يتم التركيز في تحديد ما هو صالح للنشر على ثلاثة عناصر أهمها توجهات السلطة السياسية، ثم المحددات القانونية، وتليها الالتزامات تجاه مؤسسة التلفزيون، بينما لا تؤخذ اهتمامات الجمهور في الحسبان في أكثر الأحيان.

10: دراسة لويس ألسينو داكوستا (١٩٨٨) (١٩)

أجريت الدراسة على وسائل الإعلام في ١٧ دولة أفريقية شملت: السنغال، ساحل العاج، مالي، توكو، موريتانيا، غينيا، بنين، تونس، الجزائر، النيجر، فولتا العليا، الكونغو، غانا، الغابون، نيجيريا، الكاميرون أفريقيا الوسطى. وتوصلت الدراسة إلى استنتاج أربعة معايير تتحكم في اختيار الأخبار الدولية التي تقدمها الدول الأفريقية هي: معيار الأمن النفسي السياسي، معيار مجتمع المصالح، معيار ضروريات السياسة القومية، ومعيار انتقاء الأخبار التي تحارب العنصرية والتعصب.



وتجدر الإشارة بالباحث إلى أن دراسته الحالية، والتي تناولت القيم الإخبارية للفتوات الفضائية العربية، قد استفادت كثيراً من تلك الدراسات السابقة التي تم عرضها، حيث شكلت تلك الدراسات أرضية خصبة للباحث في دراسته الحالية.

### **مجتمع الدراسة: (عينة الدراسة)**

يقصد بمجتمع الدراسة، جميع مفردات، أو وحدات الظاهرة أو المشكلة، موضوع الدراسة، وتمثل مجتمع هذه الدراسة في عينة من القصص الإخبارية التي نشرتها القناة الفضائية موضوع الدراسة، خلال الفترة الزمنية المحددة لإجراء الدراسة، ومن ثم تحليلها.

### **الإطاران الزماني والمكاني للدراسة:**

تحدد الإطار الزمني لهذه الدراسة بالفترة من الأول من يناير ٢٠٢١م، وحتى ٣١ من شهر مارس ٢٠٢١، وقد وقع اختيار الباحث على هذه الفترة، باعتبار أنها فترة زمنية كافية كإطار زمني حسب طبيعة الدراسة.

أما الإطار المكاني للدراسة، فقد تم تحديده بقناة الإمارات الفضائية، والتي تتبع للمجلس الوطني الإماراتي، ومقرها مدينة أبوظبي عاصمة دولة الإمارات العربية المتحدة.

### **أدوات وأساليب جمع البيانات:**

بناءً على طبيعة البيانات المراد الحصول عليها، استخدم الباحث بعض الأساليب والأدوات

لجمع معلومات وبيانات الدراسة، من أهمها: تحليل المضمون: حيث استخدم الباحث أداة تحليل المضمون كأسلوب رئيس في التحليل، ومن ثم تحديد فئات التحليل لعينة الدراسة، وتقسيمها إلى فئات رئيسية، ومن ثم تقسيم كل فئة إلى عدة فئات فرعية.

## المبحث الثاني: القيم الإخبارية للقنوات الفضائية

كما سبقت الإشارة ، فإنه نتيجة لصعوبة تحديد مفهوم ، أو وضع تعريف محدد مانع للخبر الإعلامي، فقد لجأ المختصون من الباحثين، وخبراء الإعلام والاتصال الجماهيري إلى وضع مجموعة من المعايير والضوابط التي يمكن الاستعانة بها لتحديد ومعرفة ماهية الخبر، وتحديد الأسس التي على أساسها يمكن بثه أو نشره عبر وسائل الإعلام المختلفة ؛ وعرفت تلك المعايير بالقيم الإخبارية " News values " .

وقد أثارت جهود تحديد مفهوم الخبر جدلاً معرفياً وخطأً في المفاهيم ، وتشابكاً في الرؤى تجاه مفهوم الخبر وخصائصه، ولعل هذا الخلط القائم بين المفهومين (مفهوم الخبر وخصائصه) استند إلى أن الخبر ينطلق من أبعاد متعددة إنسجاماً مع الدور الوظيفي للأخبار تجاه المجتمعات في المعرفة والتنقيف ، إضافة إلى توجهها الاستراتيجي تجاه الجمهور المعني بالعملية الإعلامية.

ومما جعل مفهوم الخبر وتقدير أهميته أمراً يثير الجدل أيضاً، هو أن مدلوله الاجتماعي يؤثر على حياة الفرد والجماعة ، الأمر الذي يتطلب تعريفه من خلال تحديد قيمه الإخبارية ، وتقدير أهميته ، ومدى مطابقته للسياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية، والمصلحة العامة، ومن ثم تحديد مكان، ومساحة نشره على الصحيفة، أو مدته الزمنية للبث عبر التلفاز أو الإذاعة<sup>(٢٠)</sup>.

كما تجدر الإشارة هنا أيضاً إلى ضرورة التفرقة بين ثلاثة مفاهيم ظل الخلط يحدث بينها عند كثير من الباحثين، وهي: <sup>(٢١)</sup> القيم الإخبارية " News Values " ، باعتبارها مرتكزاً رئيساً في انتقاء الأخبار، ومعايير نشر أو بث الأخبار، والصفات الواجب توافرها في الخبر.





فالتقييم الإخباري تعني العناصر التي يجب توافرها أو بعضها في الخبر حتى يمكن اعتباره خبراً، ولذا فهي لا تعد الأساس الوحيد لاختيار الأخبار الصالحة للبحث أو النشر؛ أما معايير نشر الخبر أو بثه فهي الأسس التي تحدد وسائل الإعلام على ضوئها صلاحية الخبر؛ بينما يقصد بالصفات التي يجب توافرها في الخبر، صفات مثل: الدقة، والصدق، والموضوعية.. وغيرها.<sup>(٢٢)</sup>

إن مفهوم التقييم الإخباري يطلق على المعايير التي يمارس بموجبها المحترفون في وسائل الإعلام أحكامهم التقويمية وتفضيلاتهم لخبر ما دون غيره، أو لموضوع إخباري دون آخر، مما يوجه عملية جمع الأخبار، وانتقائها وبتثها ونشرها<sup>(٢٣)</sup>.

فمن المعروف أن وسائل الإعلام، ومن بينها القنوات الفضائية تستقبل يومياً قدراً هائلاً من المواد والقصص الإخبارية، لا يمكنها أن تبثها أو تنشرها كلها؛ حيث تعمل تلك الوسائل نشر أو بث القدر اليسير من ذلك الكم الهائل الذي يصلها من المواد الإخبارية، وذلك بعد أن يتخذ المسؤولون والقائمون على الأمر، عدة قرارات تستهدف تحديد ما يمكن بثه من هذه المواد، وذلك وفقاً للتقييم الإخبارية السائدة والمعمول بها في الوسيلة الإعلامية المعنية<sup>(٢٤)</sup>.

إذاً يمكن القول إن التقييم الإخباري هي المعايير التي يعتمد عليها الصحفيون أو المحررون في اختيار الأخبار التي ينشرونها أو يبثونها في وسائلهم الإعلامية، من بين كميات المعلومات التي تردهم أو ترد إلى مؤسساتهم الإعلامية<sup>(٢٥)</sup>، كما أنها تعد أسلوباً يحدد الصيغة المهنية التي على ضوئها يبني ويفضل هذا الخبر عن ذاك، ليكون ذا معالم واضحة في وسائل الإعلام المختلفة، فكم من القصص الإخبارية لم تعرف لأنها لم تأخذ طريقها إلى البث أو النشر.

فالتقييم الإخباري هي مرتكز أساس في بناء العملية الإعلامية، فهي أول ما يسأل الصحفي نفسه عنها عندما يحصل على مادة إخبارية أو إعلامية، فإذا تأكد من توافر



بعض القيم في قصته الإخبارية استمر في جمع مادتها ، والعمل على إعدادها وتقديمها إلى الوسيلة التي يعمل لديها، وإلا فلا. (٢٦)

ويرى بعض الباحثين أن القيم الإخبارية هي: "المبادئ التي تشكل الحس الانتقائي للأخبار لدى الإعلاميين ، وأنها ليست قواعد مكتوبة أو مقننة، يسترشد بها محررو الأخبار في انتقاء المواد الإخبارية، بل يتم تعلمها، وفهمها من خلال الممارسة المهنية والتطبيقية ، ومن خلال المبادئ التي يسير وفقها النظام النظام الإخباري للمؤسسة" (٢٧).

وهناك من يعرف القيم الإخبارية بأنها: "مجموعة المعايير التي يعتمدها الصحفيون في اختيار أخبارهم ، وهي ليست معايير فردية تنسب إلى صحفي دون سواه ، بل إنها مجموعة قيم متعارف عليها لدى أمة من الأمم. كما تعرف بأنها: "المعيار الذي بموجبه يمارس المحترفون في وسائل الاتصال الجماهيري أحكامهم التقييمية وتفضيلاتهم لحدث ما على حدث آخر، مما يوجه عملية جمع الأخبار وانتقائها وتقديمها أو نشرها".

وكذلك تعرف القيم الإخبارية على أنها مجموعة المعايير المادية والذهنية التي على أساسها يتم تحويل الحدث إلى خبر ، فهي تمثل الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث، والمتلقي، فهي التي تكشف عن جوهر الحدث، وتحويله إلى موضوع للاطلاع والفهم والمعرفة" (٢٨).

ولابد للباحث من القول هنا إن القيم الإخبارية لا تقدر في حد ذاتها أهمية الخبر، بل تحدد طبيعته ليس إلا ؛ وهناك قاعدة ذهبية تقول إنه : " كلما زادت القيم الإخبارية لحدث ما، زاد اهتمام الناس به، وزادت بالتالي أهميته ، فحدث الاختطاف مثلاً : حدث مهم في حد ذاته،



وخبره خبر مهم أيضاً، ولكن خبر اختطاف رجل بارز في المجتمع تزيد جسامته على غيره<sup>(٢٩)</sup>؛ ولذلك يحدّد بعض الباحثين مفهوم القيم الإخبارية بأنها المعايير التي إذا ما توافرت كلها أو بعضها في حدث ما، زادت من احتمالات الإبلاغ عنه مثل: الدلالة، الوضوح، الجسامه، التكرار، التوافق، المفاجأة، والاستمرارية... إلخ.<sup>(٣٠)</sup>

وكذلك تجدر الإشارة إلى أن القيم والمعايير المستخدمة في الحكم على قيمة الحدث، أو الخبر هي معايير نسبية تماماً<sup>(٣١)</sup>، فليس هناك ثمة معيار عالمي واحد، يمكن بمقتضاه قياس أو تحديد القيم الإخبارية، حيث تختلف هذه القيم من بلد إلى بلد، ومن ثقافة إلى ثقافة، بل أحياناً تختلف القيم الإخبارية داخل البلد الواحد حسب الاتجاه السياسي أو الاقتصادي أو الثقافي السائد في ذلك البلد، ولعل ذلك ما يجعل هناك صعوبة، من الناحية العملية، في وضع تصنيف محدد لمجموعة من المعايير الإخبارية يمكن استخدامها أو الاحتكام إليها في المعالجات الإخبارية لكل المجتمعات.

فلكل مجتمع توجهاته وفلسفته وحاجاته التي تتلاءم مع ظروفه التي يمر بها، مما يجعل مسألة التباين في القيم الإخبارية بين المجتمعات أمراً واقعاً. ولكن تظل القيم الإخبارية في كل الأحوال قيم نسبية، فما تعتبره قناة فضائية أو أي وسيلة إعلامية أخرى خبراً مهماً، وجديراً بالتغطية الإخبارية، قد لا يكون بذات الدرجة من الأهمية لدى قنوات أو وسائل إعلامية أخرى؛ فالتعامل مع هذه القيم، يبقى نسبياً، أو انتقائياً، ويتأثر بالعديد من العوامل والاعتبارات<sup>(٣٢)</sup>.

كما أن القيم الإخبارية ليست ثابتة، بل هي متغيرة، ومتجددة، بسبب ارتباطها بالتطورات المختلفة في الجانب المهني الإعلامي، وما يشهده مجال الاتصال والإعلام من تطورات وثورات تكنولوجية هائلة ومتسارعة لها انعكاساتها على الحياة البشرية في مختلف مجالاتها، وهو ما يفسر بروز بعض القيم الإخبارية دون غيرها في تسلسل



أولويات القائمين بالعملية الاتصالية بين حين وآخر، وكذلك اختفاء أو اندثار بعض القيم الإخبارية ، وظهور قيم جديدة.

### القيم الإخبارية في عصر الإعلام الرقمي:

أفرز عصر ثورتي المعلومات وتكنولوجيا وتقنية الاتصالات نمطاً إعلامياً جديداً، اختلف في مفهومه وسماته وخصائصه ووسائله عن الأنماط الإعلامية التقليدية السابقة، حيث شكّل هذا النمط الإعلامي المستحدث مظهراً جديداً كلياً، ليس في إطار دلالات علوم الاتصال فحسب، ولكن في مجمل ما يحيط به من مفاهيم وسمات وخصائص، سيما وأنه ما زال في معظم جوانبه حالة جنينية لم تتبلور بعد.

كما يختلف هذا النمط الإعلامي الجديد ( الرقمي) في تأثيراته في مختلف المجالات السياسية والثقافية والاقتصادية والتوعوية والتربوية... وغيرها، فقد بلغت وسائله ومنصاته الحديثة مدى بعيدا في عمق التأثير وقوة التوجيه وشدة الخطورة ، كما أحدثت تغيرات جوهرية في عناصر ووظائف وأدوار الإعلام، وجعلت منه محورا أساسياً في المنظومة المجتمعية، ويقف شاهدا على هذه المحورية للإعلام الجديد في حياتنا المعاصرة ذلك الاهتمام البالغ الذي تحظى به قضاياها في الفكر الفلسفي المعاصر على اختلاف اتجاهاته ومذاهبه.

وإذا كانت أهمية الإعلام تتمثل في مدى تأثيره وما يحدثه من تغييرات على القيم والأفكار والاتجاهات، فأهمية الإعلام الجديد تتبع كما أشرنا من مدى وقوة تأثيره على الواقع الاجتماعي والسياسي والأمني والثقافي والترفيهي ...، حيث أنه ورغم حداثة قد فرض نفسه على ذلك الواقع، وأصبح منافساً قوياً لنظائره من وسائل الإعلام القديمة أو التقليدية في كثير من هذه المجالات.

والأخبار كأبرز وأهم محتوى لوسائل الاتصال الجماهيري قد احتلت مكانا متقدما في مضمون وانتاج وسائل ومواقع ومنصات الإعلام الجديد، حيث أصبحت تلك الوسائط



والمواقع والمنصات وسائل ذات فاعلية كبيرة في أداء الوظيفة الإخبارية كما سيطرت هذه المواقع والمنصات على ساحة الأحداث في كثير من الأحيان ، وأصبحت المصدر الأول للأخبار، وتشكيل الرأي العام، وذلك استناداً لمقومات وخصائص هذا النمط الرقمي والتقني من الاتصال والذي جعل من خاصية التفاعلية " Interactive " الخاصة والسمة الأهم من خصائص سمات الإعلام الجديد، فبعد أن كان الفرد مجرد متلقي للأخبار التي تبثها قناة فضائية أو أي وسيلة إعلامية أخرى، أي خارج دائرة صنع الخبر أو الحدث، انتقل بفضل هذه الوسائط الجديدة ، إلى داخل الدائرة وأصبح يتفاعل مع مركزها وأطرافها، ويشارك في رسم وصناعة الأخبار والأحداث وتشكيل الرأي العام، ويضاف إلى ذلك سرعة الانتشار والوصول إلى أكبر عدد من المتلقين والمستهدفين، وعلى أوسع نطاق ومدى جغرافي على كل المستويات المحلية والإقليمية والعالمية (٣٣).

وعليه كان من الأهمية معرفة مدى تأثير الإعلام الجديد وبمختلف وسائله ومنصاته ومواقعه على القيم الإخبارية، ودراسة تأثير تلك الوسائل على منظومة هذه القيم، وذلك من خلال تشخيص العلاقة بين هذه الوسائل والوسائط الإعلامية الجديدة ، والقيم الإخبارية، فكما سبقت الإشارة ، هناك العديد من القيم التي يجب توافرها في مضمون الرسائل الإعلامية أيا كان محتواها أو مضمونها خاصة المحتويات والمضامين الإعلامية الإخبارية لمنصات ووسائط الإعلام الجديد ، لا سيما أمام تسارع وتيرة البث والنشر التي تميز هذه الرسائل والحاجة لإطلاع الرأي العام على كل صغير من الأحداث وكبيرها والتي أضحت سمة من سمات عصرنا الحالي.

لقد عملت وسائل ووسائط الإعلام الجديد على كسر قيود الحواجز الاتصالية بين المجتمعات، ووسعت مساحات ومدى البث والنشر، وسمحت للأفراد من ثقافات مختلفة بالتواصل المباشر والدائم، الأمر الذي أسهم في إعادة صياغة كثير من القيم (٣٤).



فكثير من الفاعلين والمتعاملين ومستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي لا يمتلكون القدرة المعرفية أو المهنية، ويفتقرون إلى التفكير المنظم، فيلاحظ أن هذه المنصات الإعلامية تثبت في بعض الأحيان قيمة لعلها بمنظومة القيم المتعارف عليها، والتي بنيت عليها قواعد المهنة الإعلامية، ومن قبل قيم المجتمعات، ويرى بعض المختصين أنه كثيراً ما يبث ونشر عبر هذه المواقع ما لا يجب أن يرى، وما لا يجب أن يقال أي من خلال الكلمة والصورة؛ تلك الكلمة أو الصورة التي كانت ومازالت قيم وضوابط وقواعد العمل المهني في الوسائل الإعلامية التقليدية تحتم عدم نشرها أو بثها إلا بعد تدقيق وتمحيص مطّول، ومتابعة مكثفة، فالأمر محكوم بأسس وترتيبات دورية وروتينية مضبوطة الإيقاع، ومتناسقة النغم، بما يجعل المنتج الإعلامي متوائماً مع قيم المهنة والمجتمعات، وذلك خلافاً لم يشهده الواقع اليوم حيث الكل يستطيع أن ينشر ويبث كل ما يريد، وكيفما يريد وحيثما ووقتما يريد.

والباحث يرى أن خطورة ذلك تكمن في أن مثل هذا التجاوز والتعدي الذي تتعرض له القيم، ينعكس سلباً أيضاً على المهنة، التي بدأت تدور عليها الدوائر، وأصبحت بحق مهنة من لا مهنة له، فقد أصبح المجال مفتوحاً ومتاحاً حتى لغير المتخصصين والدارسين فقد غيرت هذه الوسائل الرقمية والتقنية الحديثة الكثير من القواعد والأسس والضوابط التي كانت تحكم في هذا المجال، وأوجدت العديد من الأنشطة الجديدة.

وهنا يجب التأكيد على أهمية الإعلام المتوازن والمتزن بكل وسائله وآلياته وأنشطته ومهامه، خاصة في ظل الانتشار الواسع لوسائل الإعلام الجديد، وتسارع وتيرة نشر وبث المحتوى الإعلامي، فما زالت أبرز التحديات في هذا المجال تكمن في السباق المستمر والمنافسة المستعرة بين كافة الوسائل في سرعة ملاحقة الأحداث والأخبار وبث ونشر تفاصيلها، رغم وجود المزيد من التحولات والتغيرات التي شهدتها صناعة مهنة الإعلام، والتي حولتها فعلياً إلى صناعة محتوى مدمج من الأخبار والترفيه، يقوم فيه الجمهور بدور المستهلك النشط، وصانع المحتوى في آن واحد، بعد أن جعلت



تلك المتغيرات التي طرأت على الواقع الإعلامي في عصر الإعلام الجديد وتطوراته التقنية والتكنولوجية من المقذور بمكان أن يتعامل أي شخص مع مثل هذه الأجهزة التقنية الحديثة، ويقوم بتسجيل الأحداث والأخبار والفيديوهات المصورة التي يمكنه بثها ونشرها لتصل إلى الملايين عبر العالم في دقائق معدودة، ومع تعدد المصادر والقدرة على نشر المعلومات، بات صعباً معرفة ما إذا كان الخبر ذا مصداقية أم أنه نتاج نسج خيال ما لأسباب مختلفة، قد تتراوح بين المؤامرة والاستهتار أو التسلية وغيرها من خدمة مشروع أو انتماء معين إلى مجرد زيادة وتضخيم أعداد المتابعين وكسب التفاعل، بعد أن كانت وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري بنمطها التقليدي إذا صح التعبير أو المصطلح، المصدر الأوحيد المحتكر للأخبار لسنوات طويلة، قبل أن يتحول كل شخص يمتلك حساب أو موقع على وسائل التواصل الاجتماعي إلى مصدر للخبر أو مسوق له أو مساعد على نشره أو بثه.

والباحث يرى أنه في ظل الحديث حول القيم الإخبارية في عصر الإعلام الجديد لابد الإشارة إلى ظهور بعض المضامين الثقافية والإعلامية الجديدة، والتي تمثلت في فرض وجود نمط ثقافي عالمي له قيمه ومعاييره الخاصة والتي تقوم على التبشير بتقافة السوق، وسلب الخصوصية الثقافية، وحجب وقطع صلة الأجيال الجديدة بماضيها وتراثها، والعمد إلى طمس الهوية وتدمير الحضارات، والتحرير على العنف، والتضليل الدعائي، والمعلوماتي والإعلامي، والذي يقف شاهداً عليه عالمياً، كما يرى بعض المختصين والباحثين (تقرير مولر) وما يحمل من فكرة أساسية مفادها تدخل وتواطؤ مواقع التواصل الاجتماعي أو ما يعرف بوسائل الإعلام الجديد، مثل الفيس بوك " Facebook " في عمليات الانتخابات، ومانتج عن ذلك من تزوير وتضليل عن طريق زيادة التدفق المعلوماتي أدى إلى صعود أكبر رئيس دولة في العالم إلى كرسي الرئاسة<sup>(٣٥)</sup>.



ولعل من أهم القيم الإخبارية اتسم بها الإعلام الجديد قيمة التسرع وعدم الأمانة، حيث التعجل في البث والنشر دون تحقق أو تدقيق أو تمحيص للأحداث والمواد المنشورة أو التي يتم بثها، مما أضعف كثيرا الثقة في المحتوى الإعلامي لهذه الوسائط وعلى وجه التحديد المضمون الخبري، خاصة إذا أخذ في الاعتبار أن من أهم التحديات التي تواجهها هذه الوسائل الإعلامية الجديدة ضعف جودة المحتوى، وتراجع عنصر الإبداع الفردي في العمل بفعل تزايد الاعتماد على التقنية والآلة كوسيط لتنفيذ العديد من المهام.

وقد ألقى ذلك دون شك بظلال كثيفة سالبة ليس على الخدمات الإخبارية التي تقدمها هذه الوسائل والمنصات الرقمية وحسب، بل على مصداقية هذه الوسائل والمواقع بصفة عامة ، حيث أسهمت في تحويل الإعلام من سلطة رابعة وراثة ومن الاستقصاء ونقل الحقائق إلى إعلام الشائعات، والأخبار الكاذبة أو الذائفة (Fake News).

فقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أبرز الوسائل التي ترويح لمثل هذه النوعية من الأخبار الكاذبة أو المزيفة والمعلومات المضللة والتي ترد عبر تصريحات وأحسابات لمسؤولين أو أشخاص أو مواقع أو منصات إعلامية، وقد أعلنت إدارة موقع فيسبوك عن أرقاماً مرعبة لمعلومات خاطئة ظهرت خلال الشهور الأخيرة من هذا العام، وقالت إنها رصدت كما هائلا من الأخبار الزائفة حيث قامت بإزالة أكثر من ١٢ مليون محتوى على فيسبوك وإنستجرام تحتوي على معلومات مضللة<sup>(٣٦)</sup> .

كذلك سادت قيم مثل العنف، فكثيرا ما روجت ومازالت هذه الوسائط والمنصات الرقمية للأفكار المتطرفة ونشر العنف، وإشاعة الفوضى ، وارتكاب الجرائم الإلكترونية، وبث التوتر واللامبالاة لدى الأفراد، وانتهاك حقوق النشر والملكية الفكرية، بجانب التبشير والدعوة إلى إيجاد عادات وأعراف وقيم وسلوكيات جديدة، وازداد الاستهلاك وانتشرت قيم التسطيح والتفاهة وظهور نجوم شبكات التواصل الاجتماعي، وقد شجع على ذلك ووقف ورائه ضعف الضوابط اللازمة لضمان عدم





المساس بالقيم المجتمعية والثقافية والدينية للمجتمعات، وضعف مسؤولية الدولة والمؤسسات المعنية أودات الاختصاص، في ظل عدم وجود رقابة ذاتية أو رقابة عامة تستطيع مواجهة مثل هذه السلبيات، وقد عبر كثير من الباحثين والمختصين عن هذا الواقع بقولهم: إن أهم قيمة طرحها الإعلام الجديد هي قيمة الحرية وحرية التعبير عن الرأي، وذلك من خلال خاصة التفاعلية التي ميزت هذا النمط الإعلامي عما سواه، وهي قيمة لم تكون متاحة حتى في أكثر المجتمعات حرية، وأكثر الديمقراطيات وقوة استقرارا، ولكنها حرية حملت بين جنباتها ورافقتها مظاهر سالبة كثيرة، فما تمت الإشارة، فإن بالإمكان استغلال حرية التعبير هذه من أجل تليفق ونشر خبر كاذب أو بث إشاعة تحدث إضرارا بالمصلحة العامة.. وغير ذلك، فعندما تستغل الحريات وتمارس المهنة الإعلامية بطريقة غير واعية وغير احترافية، فإنها لاشك تشكل ضررا خطيرا على المجتمعات والدول (٣٧).

إن مستقبل صناعة الإعلام في عصر شبكة الإنترنت، والإعلام الرقمي تشكل فرصا مواتية ومتاحة، في ظل الانتشار الهائل للأجهزة واللوحات الذكية، لإمكانية الاستفادة منها في إحداث تأثيرات أكبر في المجتمعات، وبناء أجيال جديدة من الإعلاميين والصحفيين تحمل رسالة إعلامية سامية تتوافق مع أهداف البناء والتنمية المستدامة، وتحفظ للأمم والمجتمعات قيمها وثقافتها وتصون هويتها وتمجد تقاليدها وإرثها الحضاري.

#### العوامل المؤثرة في القيم الإخبارية:

هناك العديد من العوامل التي تؤثر في تشكيل وتكوين القيم الإخبارية، ويرى خبراء الإعلام والمختصون في المجال أن هذه العوامل تختلف في مستوى تأثيرها، فمنها عوامل ذات تأثير مباشر على تشكيل القيم الإخبارية، بينما هناك عوامل أخرى ذات تأثير غير مباشر. وكذلك تتنوع هذه العوامل بين عوامل سياسية، واقتصادية،



وأخلاقية وأخرى فكرية، واجتماعية.. وغيرها. ومن أهم تلك العوامل التي تسهم في تشكيل وتكوين القيم الإخبارية مايلي:

**أولاً: نوع ملكية الوسيلة الإعلامية:**

من المعلوم أن هناك نوعين من أنواع الملكية لوسائل الإعلام أو الاتصال الجماهيري، الملكية العامة أو ملكية الدولة أو القطاع العام للوسيلة، والملكية الخاصة أو ملكية القطاع الخاص للوسيلة الإعلامية، ويضاف إليهما الملكية المشتركة والتي تكون بين القطاعين العام والخاص.

وتتأثر الوسيلة الإعلامية أي كانت قناة فضائية أو محطة إذاعية أو صحيفة أو مجلة أو حتى صحيفة إلكترونية أو موقع إلكتروني.. وغيرها من وسائل ووسائط الإعلام الرقمي أو الإعلام الجديد، تتأثر بنوعية الملكية، بحيث يجب أن تعكس قيمها الإخبارية نظاما اجتماعيا يحقق أفكار وأهداف وأيدولوجية المالك أو من يسيطر على الوسيلة سواء صاحب المؤسسة أو الممول الأساسي.

فوسائل الإعلام أو وسائل الاتصال الجماهيري المملوكة للدول تتأثر قيمها الإخبارية بالسلطة السياسية الحاكمة وتتوجه نحو الإعلام المساند للسلطة لأنها الممول الرئيس وصاحب الملكية، وكذلك الحال بالنسبة لوسائل الإعلام ذات الملكية الخاصة فهي تتأثر أيضا بالمالك أو المسيطر عليها سواء كان مالك المؤسسة أو صاحب التصديق أو التمويل، ولذلك قطعاً أثره في اختيار وتقييم الأخبار، والتي تتجه نحو اختيار وإنتاج ما يتوافق ورغبات المالك أو الممول.

**ثانياً: السلطة السياسية أو النظام الحاكم:**

تعمل السلطات السياسية أو أنظمة الحكم على السيطرة والتحكم في وسائل الإعلام أو الاتصال الجماهيري في كل دول العالم خاصة في منظومة دول العالم الثالث ومن



بينها منظومة دولنا العربية والأفريقية. ويرجع ذلك إلى طبيعة البنية السلطوية للدولة أو السلطة الحاكمة، والتي تقوم على أساس ممارسة سلطة الحكم؛ كما أن المؤسسة الإعلامية ولها دور فاعل في تشكيل تشكيل الرأي العام، والإسهام في زيادة وعي الأفراد والمجتمعات، ولذلك فإن النظام الحاكم أو السلطة السياسية في محاولة لاستمرارها نفوذها وهيمنتها، تسعى للتحكم على وسائل الإعلام، والسيطرة عليها، وهنا تصبح القيم الإخبارية للوسيلة الإعلامية متوافقة ومنصاعة تماماً لتوجهات نظام الحكم أو رأي السلطة السياسية فيما يبث أو ينشر، وما لا يبث أو ينشر من أخبار أو أحداث أو أفكار أو معلومات... إلخ<sup>(٣٨)</sup>.

ويقف اختلاف الأنظمة الحاكمة والسلطات السياسية بشكل قاطع وراء تحديد طبيعة العلاقة بين السلطات السياسية ووسائل الإعلام أو الاتصال الجماهيري، فمثلا في الولايات المتحدة الأمريكية والدول الغربية عموماً تشكل وسائل الإعلام والصحافة سلطة رابعة لها قدسيتها ومكانتها بين بقية السلطات التشريعية والتنفيذية والقضائية في الدولة، بينما الحال مختلف تمام الاختلاف في مجموعة الدول النامية حيث تمثل الصحافة ووسائل الإعلام أجهزة تابعة للسلطة والدولة تأتمر بأمرها.

وتتمايز وتتباين أساليب تحكم السلطات السياسية في وسائل الإعلام ما بين الأساليب القانونية والتشريعية حيث، سن القوانين والتشريعات الإعلامية مثل قوانين الصحافة والنشر، وقوانين العقوبات كما هو الحال في الكثير من الدول العربية والأفريقية وغيرها من منظومة الدول النامية، فهذه التشريعات والقوانين تحدد القيم الإخبارية للوسائل الإعلامية في تلك البلدان وتتحكم فيها، كما يتم التحكم في هذه الوسائل عن طريق التمويل أو المال (احتكار الدولة للإعلان)، حيث أن السيطرة عن طريق المال أو التمويل تجعل تلك الوسائل في موضع المؤيد دوماً للممول، وتجعل ما يسعى ويهدف إليه من مبادئ أو أفكار.. وغيرها المصدر الأساس لقيمتها الإخبارية، هذا بجانب السيطرة بواسطة الرقابة حيث تقوم الحكومات والأنظمة السياسية بفرض نظم



رقابية متعددة تتحكم بدورها في وضع القيم الإخبارية للمؤسسات الإعلامية بمراقبة وتحديد ما يبث وينشر، وما لا يبث وينشر سواء عن طريق الرقابة المسبقة أو البعدية على مضمون الرسائل الإعلامية أو خلفها من أنماط الرقابة.

### ثالثاً: السياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية :

لكل وسيلة إعلامية سياسة تحريرية أو سياسة إعلامية تحدد ما يتم بثه أو نشره وما لا يتم بثه ونشرة من مواد إعلامية أو فصوص وأحداث إخبارية ، وتتضح السياسة التحريرية أو الإعلامية لأي وسيلة إعلامية من خلال قيمها الإخبارية حيث تؤثر الوسيلة الإعلامية على القيم الإخبارية، والتي تعبر دائماً عن أهدافها وأيديولوجيتها وأفكارها وما تريد أن تقوله أو توصله إلى الناس من أفكار أو آراء أو ما تود طرحه من مختلف القضايا السياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية أو رياضية.. وغيرها، فالوسيلة الإعلامية وسياستها التحريرية تعد من العوامل المؤثرة في تشكيل القيم الإخبارية ومن العناصر المحددة لها<sup>(٣٩)</sup>.

ولاشك أن السياسة التحريرية لأي وسيلة من الوسائل الإعلامية ملزمة لجميع الصحفيين والإعلاميين والقائمين بالاتصال من العاملين بالمؤسسة الإعلامية، وينبغي عليهم العمل بناءً على هذه السياسة التحريرية وتطبيقها في جميع ما يتم انتقاؤه أو اختياره من مواد إعلامية وقصص إخبارية؛ ووفقاً لنظرية حراسة البوابة، يظهر تأثير الضغوط التي يتعرض لها العاملين بغرفة التحرير الأخبار من مخرين ومراسلين ورؤساء تحرير.. وغيرهم، في تحديد ما الذي سيتم بثه أو نشره ، وما الذي سيتم حذفه أو عدم بثه أو نشره ، فالسياسة التحريرية، وقاعة التحرير تعد من العوامل التي تتحكم في تحديد وتشكيل القيم الإخبارية، والتي لها تأثير كبير على القائمين بالاتصال والعاملين في جمع وانتقاء واختيار الأخبار والمواد الإخبارية حيث يتضح ويتبين تأثير السياسة التحريرية هنا من خلال طريقة التعامل مع الأحداث والقصص الإخبارية المنتقاة.



#### رابعاً: القيم المجتمعية:

تسعى أي وسيلة من الوسائل الإعلامية في أي مجتمع من المجتمعات لاستقطاب وكسب رضا جمهورها من المتلقين بشتى السبل والطرق، وفي هذا السعي يأتي التزام الوسيلة الإعلامية بالعمل وفقاً للقيم المجتمعية أي قيم المجتمع ومثله وثقافته وأخلاقه وتقاليد، ولذلك قيمها الإخبارية جزء من قيم المجتمع<sup>(٤٠)</sup>، حيث تتكون القيم الإخبارية لأي مؤسسة إعلامية بنفس العملية التي بمقتضاها تتكون قيم المجتمع، بل يرى بعض الخبراء والمختصين في المجال أن من العبث محاولة الفصل بين القيم الإخبارية.

ولابد أن يكون لقيم المجتمع ومثله وتقاليد وإرثه انعكاس على القيم الإخبارية لأي مؤسسة إعلامية في ذلك المجتمع، فالقيم الإخبارية لابد أن تكون جزء من قيم المجتمع، ولا يمكن تصور وجود أي وسيلة إعلامية تعادي قيم ومثل النظام الاجتماعي الذي تنتمي إليه، أو أن تسمح أو تجعل قيمها الإخبارية تتصادم أو تتعارض مع قيم المجتمع.

وعليه يمكن القول إن القيم المجتمعية أو قيم المجتمع وتقاليد ومثله تعد عاملاً مهماً من العوامل التي تسهم في تكوين وتشكيل القيم الإخبارية للمؤسسة أو الوسيلة الإعلامية في ذلك المجتمع، وأن معرفة وإدراك القيم الإخبارية لتلك المؤسسة أو الوسيلة الإعلامية يستوجب فهم وإدراك طبيعة النظام الاجتماعي وقيمه ومثله وإرثه من جهة ومعرفة طبيعة الواقعة أو الحادثة التي ستم تغطيتها إخبارياً من جهة أخرى.

ويشير الباحث إلى أن هناك الكثير والعديد من العوامل الأخرى التي تلعب دوراً كبيراً ومتعاضداً في تشكيل القيم الإخبارية للوسائل الإعلامية، حيث يضيف البعض إلى هذه العوامل التدفق الحر للمعلومات، والأيديولوجية الفكرية، والعلاقات الدولية والمصالح المختلفة للدول والتي ينعكس تأثيرها بشكل واضح على القيم الإخبارية للوسائل الإعلامية في تلك الدول سيما في مجتمعات الدول النامية، كما يضاف لتلك العوامل، والأسس والقواعد المهنية.. وغيرها.

## المبحث الثالث: الدراسة التطبيقية

خصص هذا المبحث لإجراءات الدراسة التطبيقية، حيث تضمنت التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل والمضمون، والخاصة بتحديد مجالات الاهتمام الإخباري للفتاة الفضائية (موضوع الدراسة) والتي تستند في اختيارها للموضوعات والأشكال الإخبارية على سياستها التحريرية، وذلك من أجل إبراز توجهات الفتاة وتقويمها للأحداث والموضوعات الإخبارية وموقفها منها، انطلاقاً من وجود علاقة جدلية بين الشكل والمضمون الإخباري.

وقد استخدمت الدراسة استمارة تحليل مضمون حيث تم التركيز على الوحدات والفئات الرئيسة المحددة للتحليل، كما تم اختيار الوحدات والفئات المناسبة للدراسة، وبما يعطي أبعاداً لقياس قيمة ومحتوى المادة الإخبارية محل الدراسة والتحليل؛ وبما يثري البحث ويعزز نتائجه.

وقد تمثل مجتمع هذه الدراسة في عينة حصرية بلغت "٥٨٦" مفردة من الموضوعات والقصص الإخبارية نشرتها قناة الإمارات (حالة هذه الدراسة) خلال الفترة الزمنية المحددة لإجراء الدراسة.

### اختبار ثبات وصدق أداة التحليل:

لاختبار صدق الأداة، أجرى الباحث الاختبار وإعادة تطبيقه "Test-Pre-Test"، وذلك بعد عرض استمارة التحليل على بعض الزملاء من أعضاء الهيئة التدريسية من المختصين في مجال مناهج البحث، وأصحاب الخبرات في هذا المجال، حيث تم تطبيق الاختبار وإعادة التطبيق، على عينة استطلاعية من المواد الإخبارية التي تم لتحليلها، وذلك خارج الإطار الزمني للدراسة، وبلغت نسبة معدل الثبات "٩٠.٤%" وهي نسبة تؤكد صلاحية، وصدق الأداة. أما اختبار ثبات استمارة التحليل

فقد تم عن طريق معادلة هولستي واتفق المرزمان على مانسبته (٨٨.٧%) حيث تؤكد النسبة ثبات أداة التحليل.

## المعالجة الاحصائية:

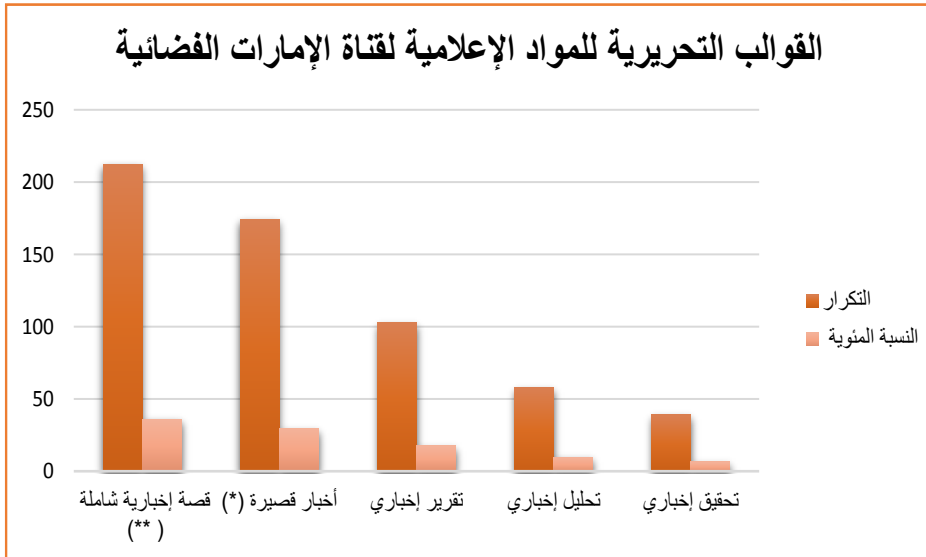
تمت المعالجة الاحصائية للبيانات، والمعلومات التي تم جمعها ، عن طريق استخدام التكرارات، والنسب المئوية، والوسط الحسابي، وذلك لتحويل البيانات إلى مقادير كمية، وتبويبها في جداول خاصة بكل فئة من فئات التحليل، والوصول إلى نتائج الدراسة، وتوصياتها، وذلك على النحو التالي:

### جدول رقم (١) القوالب التحريرية للمواد الإعلامية لقناة الإمارات الفضائية

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	الشكل الصحفي
الثاني	٢٩.٧%	١٧٤	أخبار قصيرة (*)
الأول	36.2%	٢١٢	قصة إخبارية شاملة (**)
الثالث	١٧.٦%	١٠٣	تقرير إخباري
الخامس	٦.٧%	٣٩	تحقيق إخباري
الرابع	٩.٨%	٥٨	تحليل إخباري
	١٠٠%	٥٨٦	المجموع

(\*) خبر قصير يقصد به خبر موجز يبيث بدون تفاصيل ويركز على عنصر أو اثنين من عناصر الخبر.

(\*\*) تعني قصة خبرية مطولة تتضمن تفاصيل حدث مهم وتركز على بعض أهم عناصره.



يوضح الجدول رقم (١) والخاص بالقوالب التحريرية للمواد الإخبارية التي تعتمد قناة الإمارات الفضائية (محل هذه الدراسة) أن القصة الإخبارية الشاملة قد سيطرت على قائمة ترتيب الأشكال والقوالب التي صيغت وحررت وفقاً للمواد الإخبارية التي بثتها القناة، وبنسبة مئوية بلغت 36.2%، مما يؤكد أن القناة تولي اهتماماً كبيراً بتقديم تفصيلات إخبارية للمشاهدين، ويعكس حرصها على تقديم وجبة إخبارية متكاملة لجمهورها، ثم جاءت في الترتيب الثاني الأخبار القصيرة، وبنسبة مئوية 29.7%، وهو ما يعكس قيماً إخبارية مثل الأنوية، والفورية في تغطية القناة للأحداث والقصص الإخبارية، ثم جاءت التحليلات الإخبارية والتحقيقات في المرتبتين الرابعة والخامسة، وبنسب مئوية 9.8%، و6.7%، على التوالي مما يبين أهمية المحتوى الإخباري وبكافة قوالبه وأشكاله التحريرية بالنسبة للقناة.



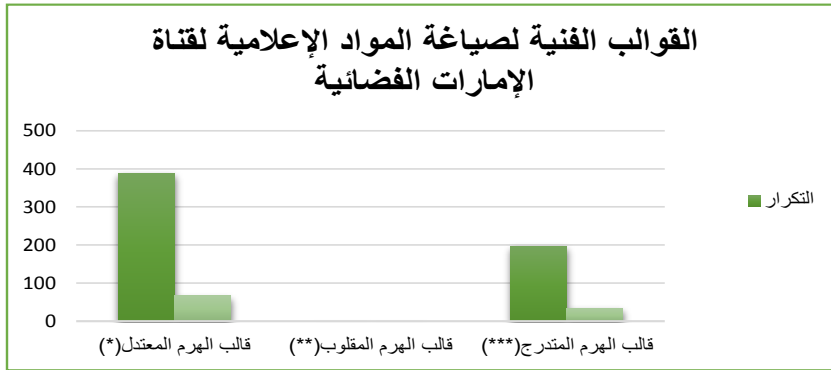
**جدول رقم (٢): القوالب الفنية لصياغة المواد الإعلامية لقناة الإمارات الفضائية**

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	القالب الفني
الأول	٦٦.٤%	389	قالب الهرم المعتدل(*)
الثالث	0.0%	0	قالب الهرم المقلوب(**)
الثاني	٣٣.٦%	197	قالب الهرم المتدرج(***)
	١٠٠%	٥٨٦	المجموع

(\*) قالب الهرم المعتدل يقسم الخبر إلى ثلاثة أجزاء: مقدمة يليها جسم الخبر، ثم خاتمة، ويستخدم هذا القالب في الأخبار الخاصة بالقضايا الإنسانية أو الأحداث العاطفية أو الجرائم.. وغيرها.

(\*\*) من القوالب الصحفية المشهورة لصياغة الأخبار، حيث يتم تقسيم الخبر إلى جزئين: تأتي معلومة أهم أو حقيقة أو أبرز واقعة في مقدمة الخبر، بينما تأتي التفاصيل لتشكّل جسم الخبر.

(\*\*\*) بناءً على هذا القالب يقسم للخبر لمقدمة ويكون جسم الخبر في شكل فقرات متعددة تشرح تشرح تلخص جانباً من جوانبه، ويصلح هذا القالب لتحرير أخبار سرد التصريحات مثل الخطب والبيانات والمؤتمرات الصحفية.. الخ.

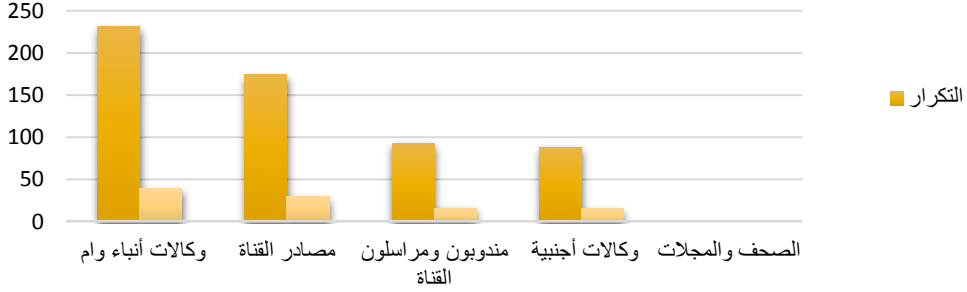


يتبين من نتائج (الجدول رقم ٢) أعلاه، والمتعلق بالقوالب الفنية لصياغة المواد الإعلامية التي تبثها قناة الإمارات الفضائية، أن القناة تركز على قالب الهرم المعتدل بصورة أساسية في صياغة المواد الإعلامية، حيث احتل هذا القالب الفني المرتبة الأولى وبنسبة مئوية بلغت ٦٦.٤%، بينما وجاء قالب الهرم المتدرج في المرتبة الثانية وبنسبة مئوية ٣٣.٦%، وتتوافق هذه النتيجة تماماً مع الأسس والضوابط العلمية لممارسة فنون الكتابة والتحرير في مجال إعداد وصياغة المواد الإخبارية للتلفزيون والقنوات الفضائية حيث يناسب كل من قالب الهرم المعتدل، وقالب الهرم المتدرج، ويصلح لصياغة الأخبار والمواد الإخبارية للتلفزيون والقنوات الفضائية، بينما يصلح قالب الهرم المعكول للتحرير الصحفي، والقصص والمواد الإخبارية الصحفية.

### جدول رقم (٣) مصادر الإخبارية لقناة الإمارات الفضائية

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	المصدر
الأول	٣٩.٤%	٢٣١	مصادر القناة
الثاني	٢٩.٧%	١٧٤	وكالة الأنباء الإماراتية (وام)
الرابع	١٥.٠%	٨٨	وكالات أجنبية
الخامس	٠%	٠	الصحف والمجلات
الثالث	١٥.٩%	93	مندوبو ومراسلو القناة
	١٠٠%	٥٨٦	المجموع

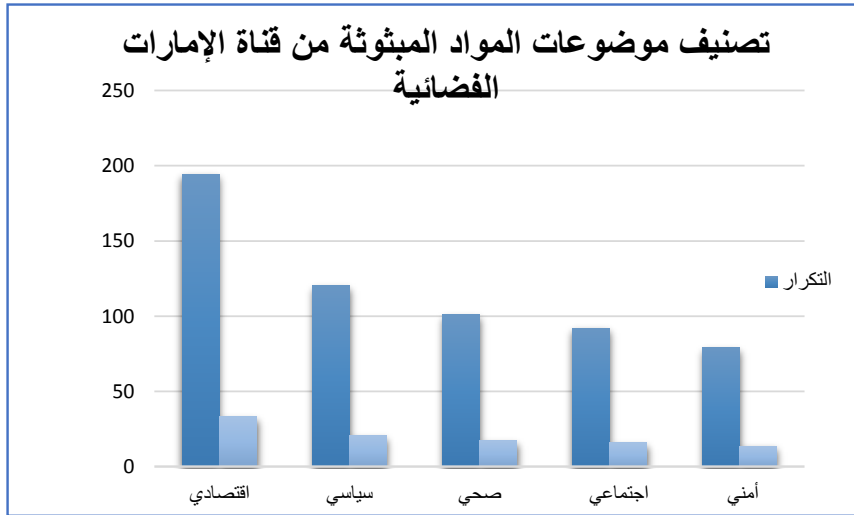
## مصادر المواد الإعلامية والإخبارية لقناة الإمارات الفضائية



تعتمد قناة الإمارات الفضائية (محل هذه الدراسة)، وفقاً لمعلومات الجدول رقم (٣) أعلاه، على مصادرها الخاصة كمصدر أول وأساسي في استقاء والحصول على موادها الإخبارية والإعلامية، حيث احتل هذا المصدر المرتبة الأولى، وبنسبة بلغت ٣٩.٤% وهذه من الإيجابيات التي تذكر حيث أن الاعتماد على المصادر الخاصة يمكن القناة من الإلتزام بقيمتها الإخبارية، وكان المصدر الإخباري الثاني للقناة هو وكالة الأنباء المحلية، ولعل ذلك أيضاً يتماشى والتزام القناة بقيمتها الإخبارية حيث أن من التعارف عليه هنا أن الأخبار الخاصة بالحكام والمسؤولين تصل إلى جميع الوسائل الإعلامية الإماراتية عبر وكالة الأنباء المحلية (وام)، وفي ذات الإطار احتل مندوبو مراسلو القناة المرتبة الثالثة من بين المصادر الإخبارية، مما يؤكد أن القناة تعتمد اعتماداً كبيراً في الحصول على قصصها وموادها الإخبارية على مصادرها الخاصة، لتأتي وكالات الأنباء الأجنبية في المركز الرابع، وبنسبة مئوية ١٥.٠% حيث تعتمد عليها القناة في الحصول على الأخبار العالمية.

## جدول رقم (٤) تصنيف موضوعات المواد المبنوثة من قناة الإمارات الفضائية

التصنيف	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
سياسي	١٢٠	%٢٠.٥	الثاني
اقتصادي	١٩٤	%٣٣.١	الأول
أمني	٧٩	%١٣.٥	الخامس
صحي	١٠١	%١٧.٢	الثالث
اجتماعي	٩٢	%١٥.٧	الرابع
المجموع	٥٨٦	%١٠٠	



توضح

بيانات الجدول رقم (٤) والخاص بتصنيف موضوعات المواد التي تبثها قناة الفضائية ( حالة هذه الدراسة) أن الأخبار والمواد الاقتصادية قد احتلت صدارة الترتيب وبنسبة مئوية مرتفعة بلغت %٣٣.١، والباحث يرى أن هذه النتيجة تؤكد القيم القناة الإخبارية للقناة تعكس اهتمامات الدولة ، حيث تولي دولة الإمارات العربية ( والتي تتبع لها القناة) اهتماما متعاضما بالاقتصاد والشؤون والموضوعات الاقتصادية المختلفة، وأنت

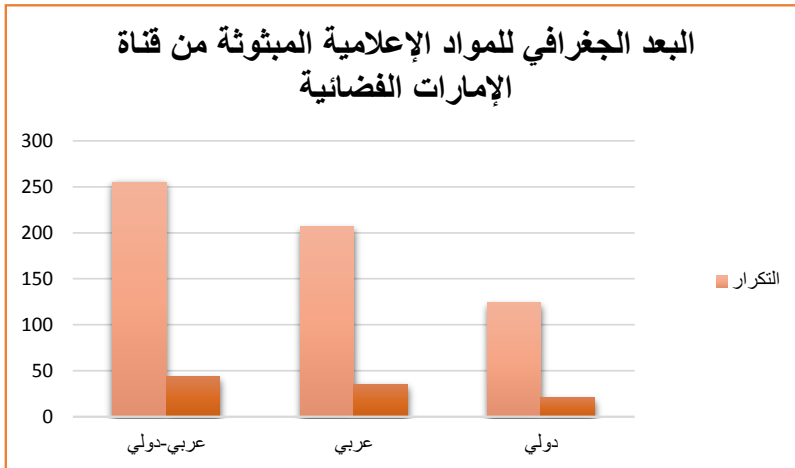


في الترتيب الثاني الأخبار السياسية وبنسبة مئوية ٢٠.٥%، ثم الأخبار الخاصة بالشؤون الصحية وبنسبة ١٧.٢%، ثم الأخبار الاجتماعية وبنسبة ١٥.٧%، وجاءت في آخر الترتيب الأخبار المتعلقة بالجانب الأمني، وبنسبة ١٣.٥%، وهذه النتائج تعتبر من وجهة نظر البحث منطقية جدا حيث أن التركيز على الأخبار السياسية يعكس القيمة الإخبارية لهذا التصنيف من الأخبار حيث يلاحظ طغيان هذا النوع من الأخبار في معظم القنوات الفضائية، ووسائل الإعلام على مستوى العالم العربي، والدول النامية، ثم إن الأخبار الخاصة بالشؤون الصحية تمثل أيضا أولوية في القيم الإخبارية للقناة لأنها تحتل موقعا متقدما في أوليات جمهور المشاهدين خاصة في هذا العصر حيث فرضت هذا الواقع أهمية متابعة أخبار وتطورات وكل ما يستجد حول جائحة كورونا (كوفيد ١٩)، والتي سيطرت على أحداث العالم، كما أن الأخبار الاجتماعية تحتل مكانة متقدمة في سلم أولويات حكومة وشعب دولة الإمارات العربية، وكذلك الحال بالنسبة للأخبار المتعلقة بالأوضاع الأمنية.

جدول رقم (٥) البعد الجغرافي للمواد الإخبارية المبتوثة من قناة الإمارات

الفضائية

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	البعد الجغرافي
	٣٥.٣%	٢٠٧	عربي
	٤٣.٥%	٢٥٥	عربي/ دولي
	٢١.٢%	١٢٤	دولي
	١٠.٠%	٥٨٦	المجموع

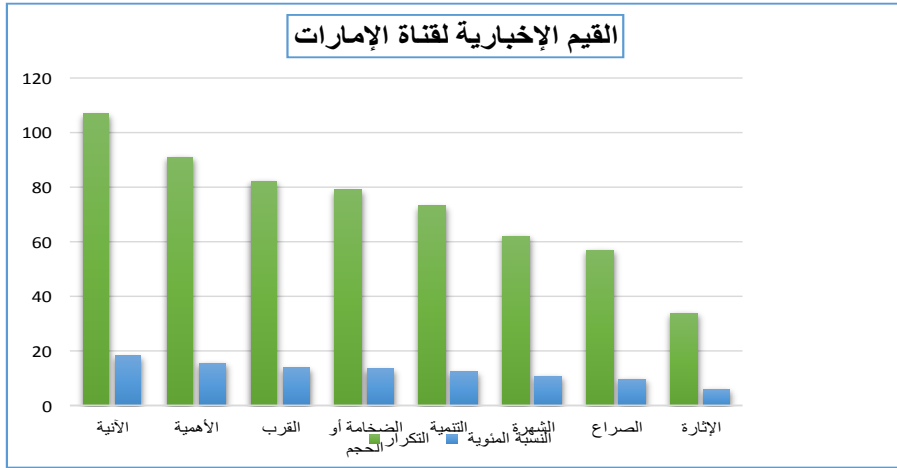


بناء على بيانات الجدول رقم (٥) أعلاه، والخاصة بتحديد البعد الجغرافي للمواد الإخبارية التي بثها قناة الإمارات الفضائية خلال الفترة الزمنية للدراسة ، تصدرت الأخبار العربية / الدولية أو ذات البعد المشترك (عربي ودولي)، ونسبة مئوية بلغت ٤٣.٥% قائمة الترتيب، لتأتي بعدها الأخبار ذات البعد العربي في المرتبة الثانية بنسبة ٣٥.٣% ، ثم جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة ٢١.٢% الأخبار الأجنبية أو ذات البعد الجغرافي الدولي.

وكذلك تعكس هذه النتائج أيضا القيم الإخبارية للقناة حيث تأتي متوافقة مع قيم القرب الجغرافي والقرب النفسي حيث تحقق هذه القيم الإخبارية تطلعات المتلقي في معرفة ما يدور في محيطهم الداخلي والخارجي من أحداث وأخبار.

### جدول رقم (٦) القيم الإخبارية لقناة الإمارات

التصنيف	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
الآنية	١١٠	%١٨.٤	الأول
الضخامة أو الحجم	٨١	%١٣.٥	الرابع
الأهمية	٩٣	%١٥.٦	الثاني
الصراع	٥٩	%٠٩.٩	السابع
القرب	٨٢	%١٣.٧	الثالث
الشهرة	٦٣	%١٠.٦	السادس
الإثارة	٣٥	%٠٥.٩	الثامن
التنمية	٧٤	%١٢.٤	الخامس
المجموع	٥٩٧ (*)	%١٠٠	



(\*) هناك بعض الأخبار ضمنت أكثر من قيمة إخبارية.



يبين تحليل المواد الإخبارية التي بثتها القناة الفضائية محل هذه الدراسة وفقا لبيانات الجدول رقم (٦) والخاص بتحديد القيم الإخبارية للقناة ، أن قيمة الأنية قد تصدرت القائمة، وبنسبة مئوية بلغت ١٨.٤%، وجاءت في الترتيب الثاني لمصفوفة القيم الإخبارية للقناة، قيمة الأهمية وبنسبة ١٥.٦%، بينما احتلت قيمة القرب المرتبة الثالثة وبنسبة مئوية ١٣.٧%، لتأتي قيمة الضخامة والحجم في المرتبة الرابعة بنسبة ١٣.٥% ، في حين جاءت قيمة التنمية في المرتبة الخامسة وبنسبة ١٢.٤% ، واحتلت المرتبة السادسة قيمة الشهرة وبنسبة ١٠.٦% ، ثم جاءت قيمة الصراع في المرتبة السابعة وبنسبة ٠.٩% ، لتتزيل قيمة الإثارة قائمة القيم الإخبارية للقناة وبنسبة ٠.٩%، وعليه يمكن ترتيب قائمة أهم القيم الإخبارية لقناة الإمارات الفضائية (محل هذه الدراسة ) على النحو التالي: الأنية، الأهمية، القرب ، الضخامة أو الحجم، التنمية، الشهرة، ، الإثارة.

## نتائج الدراسة:

١- أظهرت نتائج الدراسة أن أهم القيم الإخبارية التي اعتمدت عليها قناة الإمارات الفضائية (محل هذه الدراسة العلمية) في انتقاء واختيار أخبارها وموضوعاتها الإخبارية تمثلت في القيم التالية: الأنية، الأهمية، القرب ، الضخامة أو الحجم، التنمية، الشهرة ، ، الإثارة.

٢- أظهرت الدراسة أن القيم الإخبارية ذات التوجه المهني مثل الأنية والأهمية والقرب احتلت مراتب متقدمة ضمن مصفوفة القيم الإخبارية للقناة الفضائية وهذه من الإيجابيات التي تحسب للقناة.





٣- اعتمد قناة الإمارات الفضائية ( حالة هذه الدراسة) في الحصول على أخبارها وموادها الإخبارية، على مصادرها الخاصة ( المصادر الخاصة + مندوبو ومراسلو القناة) وبنسبة مئوية بلغت (٥٥.٣%).

٤- أسفرت نتائج الدراسة عن طغيان البعدين الاقتصادي والسياسي على مضمون المعالجة الإعلامية للأحداث الجارية، والموضوعات الإخبارية التي بثتها القناة الفضائية ( موضع الدراسة) وهذه النتيجة تتفق مع ما أسفرت عنه بعض الدراسات السابقة من نتائج.

٥- أثر عصر الإعلام الرقمي أو الإعلام الجديد على القيم الإخبارية خاصة القيم الإخبارية للقنوات الفضائية أصبحت ، وسائط ومواقع ومنصات الإعلام الرقمي، أو الإعلام الجديد وسائل ذات فاعلية كبيرة في أداء الوظيفة الإخبارية وسيطرت هذه المواقع والمنصات على ساحة الأحداث في كثير من الأحيان.

### توصيات الدراسة:

١. توصي الدراسة بضرورة أن تعطي وسائل الإعلام العربية، وفي مقدمتها القنوات الفضائية، اهتماماً أكبراً لقيمة التنمية في انتقاء واختيار أخبارها وموضوعاتها الإعلامية الخاصة بالدول العربية والدول النامية بوجه عام.
٢. أن تعتمد وسائل الإعلام العربية، وخاصة القنوات الفضائية في تناولها لمختلف الأحداث والموضوعات الإخبارية، على تنويع المضامين والقيم الإخبارية دون التركيز على البعدين السياسي والأمني.
٣. إجراء المزيد الدراسات العلمية في هذا المجال (القيم الإخبارية) بهدف الوصول إلى مصفوفة من القيم والمضامين الإخبارية تتماشى وقيم المجتمعات العربية



والإسلامية، وتناسب احتياجات ومتطلبات تحقيق نهضة تلك المجتمعات وتنمية ورفاهية شعوبها.

٤. كما توصي الدراسة بأن يتم استغلال الفرص المواتية والمتاحة التي يوفرها عصر إعلام شبكة الإنترنت، والإعلام الرقمي والاستفادة منها في إحداث تأثيرات إيجابية أكبر على المجتمعات، وبناء أجيال جديدة من الإعلاميين تحمل رسالة إعلامية سامية تتوافق مع أهداف البناء والتنمية المستدامة، وتحفظ للأمم والمجتمعات قيمها وثقافتها وتصون هوياتها وإرثها الحضاري.

### المراجع ومصادر الدراسة :

- ١- ديانا كارولين ، التغطية الإخبارية للتلفزيون، ترجمة محمود شكري، المكتبة الأكاديمية، ط١، القاهرة، ٢٠٠٠م، ص٣٤ - ٣٥.
- ٢- بسام مشاقبة ، مناهج البحث الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ٢٠١٧م، ص١٦٦.
- ٣- أحمد العايد وآخرون، المعجم العربي الأساسي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، بدون تاريخ، ص٨٥٨.
- ٤- Robert .M.Entman, Framing :Toward clarification of a fractured paradigm ,Journal of Communication ,vol :43,N :04 ,2003 ,p.p 51
- ٥- بسام مشاقبة ، مرجع سابق ، ص١٦٨.
- ٦- ابن منظور، لسان العرب، الجزء ٥ ، دار المعارف، القاهرة، دت، ص٣٧٤٨.



- ٧- جوناثان بجنيل، وجيرمي - أورليبار، المرجع الشامل في التلفزيون، ترجمة، عبد الحكم أحمد الخزامي، ط١، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠١٠م، ص(٢٣).
- ٨- عبد الستار جواد، فن كتابة الأخبار، ط٢، دار مجدلاوي للنشر، عمان، ٢٠١٢م، ص(٥٤).
- ٩- عبد الستار جواد، فن كتابة الأخبار، مرجع سابق، ص(٥٥).
- ١٠- نهى عاطف عدلي العبد، دور النشرات الإخبارية في القنوات الفضائية العربية في ترتيب أولويات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية والعربية والدولية، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، القاهرة، ٢٠٠٦م.
- ١١- سهام محمد عبد الخالق، معايير تكوين أجندة الأخبار الخارجية في نشرة أخبار التلفزيون المصري، وتأثيرها على اتجاهات الجمهور نحو النشرة والدول مصدر الأحداث، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة- كلية الإعلام)، القاهرة، ٢٠١٥م.
- ١٢- محسن جلوب جبر، فن الحوار في برامج القنوات الفضائية العربية- قناة الجزيرة أنموذجا - رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، العراق، بغداد ٢٠١٥م.
- ١٣- أسامة الرفاعي، البرامج السياسية في قناة الجزيرة الفضائية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة المستنصرية، بغداد، ٢٠١٢م.
- ١٤- رحيم مزيد، القيم الإخبارية في قناة الجزيرة، رسالة دكتوراه منشورة منشورة، جامعة بغداد، العراق، ٢٠١٠م.



- ١٥- علي الجابري، الأخبار السياسية في قناة أبوظبي الفضائية، رسالة ماجستير  
منشورة ، الجامعة المستنصرية، بغداد، ٢٠٠١م.
- ١٦- تهامة نزار الشمندي، الوظيفة الدعائية للبرامج السياسية في قناة أبوظبي، رسالة  
ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، العراق، ٢٠٠١م.
- ١٧- Al- Anzi Khaled, Factors Influencing Chief Editors News  
Selection in Kuwait Television and Kuwait Radio, Southern-  
Illinois-University-at-Carbondale, 2000; Volume 61- 08A in  
Dissertation Abstracts 2001- 2004.
- ١٨- وريدة علي ملياني، عوامل تشكيل القيم الإخبارية في التلفزيون الجزائري،  
رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة بغداد كلية الأدب ، قسم الإعلام ، بغداد ،  
١٩٩٩م.
- ١٩- Da CostaDa Costa, Alcino Louis , New Criteria for the Selection  
of News in African Countries, In UNESCO, News Values and  
Principals of Cross Cultural,Communication No85, Paris,  
1988.
- ٢٠- كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، دار الشروق، جدة، ٢٠٠٢م ،  
ص ٣٩٩-٤٠٠.
- 21- حسني نصر، وثناء عبد الرحمن ، التحرير الصحفي في عصر المعلومات-  
الخبر الصحفي، الطبعة ٢، دار الكتاب الجامعي، العين، ٢٠٠٤م، ص ٧٥.
- ٢٢- نفس المرجع ، ص ٦٥.
- ٢٣- حلمي خضر ساري، صورة العرب في الصحافة البريطانية، مركز دراسات  
الوحدة العربية، بيروت، ١٩٩٩م، ص ١٨٤-١٨٥.



- ٢٤- عبد الستار جواد ، فن كتابة الأخبار، ط٢ ، دار مجدلاوي للنشر ، عمان ،  
٢٠٠٢م، ص٥٤.
- ٢٥- ميشائيل كونجيك، مشكلات تدفق الأخبار على المستوى الدولي وصور الأمم،  
الطبعة الأولى، جامعة ماينتر، ألمانيا، ١٩٩٨م، ص٧٧.
- ٢٦- حسني نصر، وثناء عبد الرحمن ، مرجع سابق، ص ٧٦.
- ٢٧- محمد حمدان مصالحة ، مرجع سابق ، ص ٧٧.
- ٢٨- نصر الدين لعياض ، مبادئ أساسية في كتابة الخبر الصحفي، المؤسسة  
الجزائرية للطباعة، الجزائر ١٩٩٨م، ص٢٧.
- ٢٩- استانلي جونسون، وجولياس هارس، استقاء الأنباء فن ، ترجمة وديع فلسطين،  
دار المعارف، القاهرة، ١٩٨٠م ، ص٥٥.
- ٣٠- عرفات معيوف، مرجع سابق ، ص ١٧٦.
- ٣١- عبد القادر شعباني، راغب جابر، وائل ماهر قنديل، وأسامة قطينة، المعالجة  
الخبرية التلفزيونية العربية بين المتطلبات المهنية والتوجهات السياسية، سلسلة  
بحوث ودراسات إذاعية رقم(٥٨)، إتحاد إذاعات الدول العربية ، تونس،  
٢٠٠٦م، ص١٩.
- ٣٢- هيربرت شرنز، المراسل الصحفي ومصادر الأخبار، ترجمة سميرة أبو سيف،  
القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، ١٩٨٩م، ص٣٣.
- ٣٣- ماهر عودة الشمائلة، الصحافة الإلكترونية الرقمية، دار الإعصار العلمي للنشر  
والتوزيع، عمان، ٢٠١٥م، ص ٩٣.
- ٣٤- نفس المرجع السابق، ص ١١٨.



- ٣٥- أنمار وحيد فيضي، التغطية الإخبارية في الصحافة الإلكترونية، ط١، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان ، ٢٠١٦م، ص٧٦.
- ٣٦- محمد عمر مدير شركات الأخبار في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا بشركة "فيسبوك" ، مقابلة مع تلفزيون سكاي نيوز عربية، بتاريخ ١ أبريل ٢٠٢١م.
- ٣٧- ماهر عودة الشمايلة، الصحافة الإلكترونية الرقمية، مرجع سابق ، ص ١٠١.
- ٣٨- عبد الحلیم موسى یعقوب، الصحافة والقيم الإخبارية ، دار الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠٠١م ص٥٣.
- ٣٩- نفس المرجع السابق، ص٧٧.
- ٤٠- نفس المرجع السابق، ص ٨١.