

جامعة قسنطينة 3

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم الصحافة



تخصص: إعلام واتصال

شعبة: علوم الاعلام والاتصال

تأطير النشرات الإخبارية في الفضائيات الجزائرية
دراسة تحليلية مقارنة

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث

إعداد الطالب(ة)

سيف الدين بطسي

السنة الجامعية: 2022 – 2023

جامعة قسنطينة 3
كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري



الرقم التسلسلي:...../2022

الرمز: ع إ ت/د.أ

تخصص: إعلام واتصال

شعبة: علوم الاعلام والاتصال

تأطير النشرات الإخبارية في الفضائيات الجزائرية
دراسة تحليلية مقارنة

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث

إشراف:

د. حميد بوشوشة

إعداد الطالب(ة):

سيف الدين بطسي

أعضاء لجنة المناقشة:

رئيسا	أستاذ التعليم العالي	جامعة قسنطينة 3	- الطاهر أجيم
مشرفا ومقررا	أستاذ التعليم العالي	جامعة قسنطينة 3	- حميد بوشوشة
عضوا	أستاذ محاضر (أ)	جامعة قسنطينة 3	- عادل جربوعة
عضوا	أستاذ محاضر (أ)	جامعة عنابة	- فاطمة الزهراء عبيدي
عضوا	أستاذ محاضر (أ)	جامعة أم البواقي	- هناء عاشور
عضوا	أستاذ محاضر (أ)	جامعة الأغواط	- عطاء الله طريف

السنة الجامعية: 2022 – 2023

التصريح الشخصي

بعد الاطلاع على أحكام الأمر رقم 1082 المؤرخ في 27/12/2020 وخاصة المادة الثالثة منه، أصرح أن الأطروحة التي قدمتها للحصول على شهادة دكتوراه الطور الثالث من كلية جامعة قسنطينة 3، هي نتيجة جهد شخصي احترمت فيه أخلاقيات البحث العلمي وخاصة منها: تجنب السرقة العلمية واحترام خصوصية المبحوثين)، مما يجعلني صاحب(ة) حقوق ملكيتها الفكرية مع تحمل مسؤولية محتوياتها. وأعلن أنه يسمح بالاعتباس منها شريطة الإقرار بذلك وفق قواعد المنهجية العلمية. كما أؤكد أن نص أطروحتي تمت مراجعته لغويا من قبل متخصصين.

شكر

الشكر لله على ما أعطى وما منح، والشكر لله الذي هدى وأصلح، ثم لا ينسى المرء اليد التي إليه مُدّت وألقت ما فيها وتخلت، ولا يشكر الله من لا يشكر الناس...

أشكر كل من ساعدني ومد ساعد الخير لي، من قريب أو من بعيد في إنجاز هذا العمل السديد، وخاصة صاحب الطلة البشوشة الأستاذ المشرف "حميد بوشوشة" على الإشراف والتأطير دون كلل أو تقصير، وقد أحسنت اختيار الرفيق قبل الطريق.

أشكر الأساتذة المتعاونين: "الزهرة بوجفجوف، وشريفة طبيب، ولطفي دكاني"، أشكر الأستاذ القدير "عادل جربوعة" على جرع الدعم التي قدمها، كما بؤدي أن أوجه جميل الشكر لكل الأساتذة الذين أفادوني وأطروني من جامعة قسنطينة وغيرها، ومنذ استهلالي الدراسة في الابتدائي إلى الطور العالي.

أشكر رفاق الدفعة وكل ذي وقفة ومن دَفَع هذه الدفة لترسوا في الضفة مهما كانت الصفة.

أشكر الروح الطيبة التي أحسبها اليوم في روح وريحان ورب غير غضبان، الدكتورة "سهام بوقلوف" رحمة الله عليها، وجعل الله دعمها صدقة جارية تُبدل سيئاتها حسنات.

أشكر كل الأهل والرفاق، وأشكر من دعمني وساندني بقصد أو بغير قصد، بالقليل أو بالكثير، بالتسيير أو بالتسيير...

الحمد لله في أوله وآخره، والصلاة والسلام على من لا نبي بعده، سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم، هادي البشرية ومعلم الإنسانية الذي ظل يوصي بالعلم والتعلم، حلت لنا شفاعته يوم القيامة.

سيف الدين بطسي

إهداء

أهدي هذا العمل لأمي التي أدين لها بما وصلت إليه، حملتني في بطنها في ظلمات ثلاث، واستحملتني بعطفها في غمار الحياة، وحممتني بدعائها طوال مسارات الأحداث، وواستني بحنانها ومالها دون كلل، فلا عطفها قل ولا عزمها مل، ومن بعدي أمي فإن أشكر أمي، ثم أمي، ثم أبي الذي آمن بي وأزر صفي وكان عوناً لي.

أهدي أطروحتي إلى إخوتي الذين تتلمذت عندهم وأخذت العلم منهم، من الذكر اثنان ومن البنات ثلاث، وسادسهم بينهم (أنا). إلى نبيلة أختي الكبيرة وأمي الصغيرة وزوجها وزهراتها الثلاث، وأخاوي الأكبر مهدي والأصغر حسان اثنان من التحيات، وإلى أسماء جميل الثناء ولشاهيناز طيب الإهداء.

كما أتقدم بالإهداء لخالتي "الزهرة" التي ربنتي وحرمتها العزيز "عزيز"، لا حرمتنا الله عطفهما العزيز. ولا يخلوا اهدائي من ذكر خالي الأوحد "أحمد". وإلى كل خالة وعم وعمة وأهل أو رفقة.

والحمد لله في أوله وآخره، والصلاة والسلام على من لا نبي بعده، سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم، هادي البشرية ومعلم الإنسانية الذي ظل يوصي بالعلم والتعلم، حلت لنا شفاعته يوم القيامة.

سيف الدين بطسي

ملخص:

شهد القرن الواحد والعشرون ثورة هائلة في مجال الإعلام والاتصال، وخاصة البث الفضائي الذي أنتج آلاف القنوات الفضائية متعددة المضامين والاتجاهات، ولأن الوظيفة الإخبارية واحدة من أهم الوظائف الإعلامية، فقد اهتمت بها القنوات الفضائية وركزت عليها من خلال نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية. وتخضع هذه الأخبار لجملة من العوامل في الانتقاء والإبراز قبل بثها وهو ما يسمى بعملية (التأطير)، أي التركيز (بقصد) على معاني وجوانب معينة من الخبر وإهمال أخرى، وتتوسع هذه الأطر وتختلف حسبما تريد القناة أو القائم بالاتصال. وتتميز هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تعتمد على التحليل والمقارنة، حيث اعتمدت على استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع المعلومات وتحليلها ثم المقارنة بينها في إطار الإعلام العمومي والخاص (تحليل ومقارنة الأطر الخبرية لقناة الجزائرية الثالثة الإخبارية، ولقناة النهار الإخبارية). فقد عرف الإعلام الجزائري في آخر عقد منافسة في مجال الأخبار بعد بروز الفضائيات الخاصة كظاهرة جديدة في المشهد الإعلامي المحلي.

ولقد خلصنا من خلال هذه الدراسة للتأكيد على أن: الإطاران الصحي والاجتماعي هما الغالبان في نشرتي القنوات، فقناة النهار ربطت أخبارها بأفراد المجتمع، بينما ربطت القناة الثالثة الإخبارية أخبارها بالمشاريع الحكومية وأفرادها أكثر، وقد غلب الحياد على اتجاه تأطير الأخبار بقناة النهار، والتأييد بالقناة الثالثة الإخبارية (ملكية القنوات لها دور)، وتصدرا إطارا المسؤولية والاهتمامات الإنسانية قائمة أهم الأطر الإعلامية الواردة في نشرتي القنوات. وتمحورت أطر التحيز بقناة النهار حول القيم الثقافية والاجتماعية السائدة، بينما برزت بشكل أكبر بالقناة الثالثة الإخبارية أطر التحيز المتعلقة بالنشاط السياسي، وساد الاختلاف ترتيب أولويات الخبر في نشرات القنوات، فقد استهلقت قناة النهار كل نشراتها بخبر أو أكثر متعلق بالوباء والصحة، فيما استهلقت القناة الثالثة نشراتها بخبر أو أكثر حول القضايا السياسية والدبلوماسية. ويبرز الاختلاف في الدعائم المصاحبة للخبر، حيث لم تعتمد قناة النهار على الشريط الإخباري لخبر مقروء من مقدم النشرة، فيما اعتمدت القناة الثالثة على شريط الأخبار كوسيلة منفردة لدعم الخبر البسيط الذي وظفته أكثر من قناة النهار في أخبارها، فيما وظفت الأخيرة الصور الثابتة أكثر من القناة الثالثة.

الكلمات المفتاحية: التأطير - القنوات الفضائية - النشرات الإخبارية - الجمهور.

فهرس المحتويات:

الصفحة	العنوان
2	تصريح
3	شكر
4	إهداء
5	ملخص
6	فهرس المحتويات
10	قائمة المختصرات
11	مقدمة عامة
16	1- مقدمة الدراسة
17	1-1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
21	1-2- أهمية الدراسة
21	1-3- أهداف الدراسة
22	1-4- أسباب اختيار موضوع الدراسة
23	1-5- تحديد مفاهيم الدراسة
29	2- الدراسات السابقة
30	2-1- الدراسات المحلية
44	2-2- الدراسات العربية
54	2-3- الدراسات الأجنبية
68	2-4- التعليق على الدراسات السابقة
70	3- الإطار النظري للدراسة: من وضع الأجندة لوضع الأطر
72	3-1- مدخل لنظريات الاعلام السائدة
73	3-1-1- النظريات المتعلقة بالجمهور
73	3-1-2- النظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال
75	3-1-3- النظريات المتعلقة بنوع التأثير الإعلامي
76	3-2- مدخل لنظرية ترتيب الأولويات (أو وضع الأجندة)
76	3-2-1- نشأة وتعريف نظرية ترتيب الأولويات

78	3-2-2-فروض نظرية ترتيب الأولويات
79	3-2-3-أنواع نماذج قياس الأجندة
80	3-2-4-العوامل المؤثرة في وضع الأجندة
82	3-2-5-وظائف نظرية ترتيب الأولويات
83	3-2-6-أجندة نظرية ترتيب الأولويات
85	3-2-7- إيجابيات النظرية والانتقادات الموجهة لها
89	3-3-نظرية الأطر الخبرية أو التأطير الإعلامي
89	3-3-1-نشأة ومفهوم نظرية الأطر الخبرية
95	3-3-2-فروض نظرية الأطر الخبرية
96	3-3-3-أهمية نظرية الأطر الخبرية
97	3-3-4-نماذج نظرية الأطر الخبرية
100	3-3-5-تأثيرات النظرية والعوامل المؤثرة فيها
102	3-3-6-البناء التركيبي لنظرية الأطر الخبرية
105	3-2-7-خصائص الأطر الخبرية
106	3-3-8-أنواع الأطر الخبرية
110	3-3-9-آليات وضع الإطار الإعلامي
112	3-3-10-إيجابيات النظرية والانتقادات الموجهة لها
115	4-البحث الفضائي والأخبار في مجال التلفزيون
116	4-1-نشأة وتطور البحث الفضائي التلفزيوني
117	4-1-1-البحث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية
122	4-1-2-الأقمار الصناعية والإشكاليات التي تواجهها
123	4-1-3-أنواع الأقمار الصناعية ومداراتها
126	4-1-4-البحث التلفزيوني المباشر
129	4-1-5-التحول في البحث التلفزيوني (الأرضي والرقمي)
132	4-1-6-البحث الفضائي العربي : مفاهيم وإشكاليات
138	4-2-الفضائيات الإخبارية الأجنبية والعربية
138	4-2-1-نشأة الفضائيات الإخبارية
140	4-2-2-الفضائيات الإخبارية الأجنبية

144	3-2-4- الفضائيات الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية
147	4-2-4- الفضائيات الإخبارية العربية
157	5-2-4- الأخبار والأجندة السياسية
161	5- صناعة وبناء الأخبار التلفزيونية
162	1-5- صناعة الأخبار التلفزيونية
162	1-1-5- أنواع الأخبار التلفزيونية
164	2-1-5- مصادر الأخبار التلفزيونية
177	3-1-5- خصائص وسمات الأخبار التلفزيونية
179	4-1-5- أهمية الأخبار التلفزيونية
181	5-1-5- وظائف النشرات الإخبارية التلفزيونية
182	6-1-5- جمهور الأخبار التلفزيونية
184	2-5- بناء النشرات الإخبارية
184	1-2-5- اختيار الأخبار وترتيبها
188	2-2-5- تنوع الأخبار
189	3-2-5- الربط بين الوحدات
189	4-2-5- القيم الخبرية
201	5-2-5- أطر التحيز في التغطية الإخبارية
209	6-2-5- الصورة في أطر الأخبار
211	7-2-5- دور مقدم النشرة وفريق العمل
213	3-5- الأنواع الخبرية في النشرات التلفزيونية
213	1-3-5- فنون التحرير
215	2-3-5- الخبر التلفزيوني وأشكاله
218	3-3-5- التقارير الإخبارية وأشكالها
222	4-3-5- التحقيق الإخباري
223	5-3-5- التعليق الإخباري
224	6-3-5- التحليل الإخباري
225	7-3-5- المقابلة الإخبارية وأشكالها
226	8-3-5- موجز الأخبار وعرض الأنباء

227	5-3-9- الشريط الاخباري
230	6- الإجراءات المنهجية للدراسة
231	6-1- منهج الدراسة
234	6-2- أدوات جمع البيانات
240	6-3- مجتمع الدراسة
240	6-4- عينة الدراسة
244	6-5- مجالات الدراسة
245	7- تحليل ومقارنة الأطر الخبرية في نشرات الفضائيات الجزائرية
246	7-1- تحليل بيانات الجداول التكرارية
288	7-2- النتائج المتعلقة بالدراسة التحليلية
295	7-3- النتائج المتعلقة بالدراسة المقارنة
301	7-4- النتائج على ضوء التساؤلات
309	7-5- النتائج على ضوء الدراسات السابقة
318	7-6- آفاق الدراسة وتوصياتها
320	7-7- خاتمة
326	8- قائمة الملاحق
327	8-1- ملحق أ: استمارة تحليل المضمون
352	8-2- ملحق ب: المقال
355	9- قائمة المراجع
356	9-1- قائمة المصادر العربية
364	9-2- قائمة المصادر الأجنبية

قائمة المختصرات:

الانتلسات Intelsat: المنظمة الدولية للاتصالات الفضائية

ناسا NASA: الوكالة الوطنية للملاحة الجوية والفضاء (أمريكية)

AFP: وكالة الأنباء الفرنسية

AP: أسوشيتد برس (وكالة أنباء أمريكية كبرى)

ART: راديو وتلفزيون العرب

ASBU: Arab States Broadcasting Union اتحاد إذاعات الدول العربية

BBC: هيئة الإذاعة البريطانية

CNN: شبكة تلفزيون سلكي (إخبارية أمريكية)

KingOfSat: الدليل الأوربي للأقمار الصناعية

MBC: مركز تلفزيون الشرق الأوسط

MMR: المعهد المتخصص في دراسة سبر الآراء بالجزائر

Nilesat: الشبكة المصرية للأقمار الصناعية

OCA: مرصد المحتويات السمعية البصرية (في إسبانيا)

TV3: القناة الجزائرية الثالثة الإخبارية (تعرف أيضا بـ A3)

UPI: يونايتد برس انترناشيونال (وكالة أنباء أمريكية كبرى)

WTN: World Wide Television News الشبكة العالمية للأخبار التلفزيونية

مقدمة عامة

عرف قطاع السمعي البصري في الجزائر تغيرا كبيرا في مشهده خلال العقد الأخير، سواء من ناحية ميلاد العديد من القنوات التلفزيونية الجديدة بعد فتح قطاع السمعي البصري لاستثمار الخواص، لتتضم بذلك العديد من القنوات الخاصة لمنافسة القنوات العمومية التي تسيدت المشهد طوال عقود، أو من حيث المضامين التي باتت أكثر تفردا بمخاطبة جمهور عام أو خاص وذلك حسب تخصص واتجاه كل قناة، فقد برزت القنوات الخاصة والمتخصصة التي تؤدي عملها في إطار محدد، ومن بين أبرز معالم التخصص في مشهد الإعلام التلفزيوني بالجزائر، هو التخصص في مجال الأخبار، كواحد من أهم وظائف الإعلام التي تمثل حاجات أساسية يسعى المشاهد الجزائري لإشباعها عن طريق التعرض (توجه الفضائيات التلفزيونية الخاصة للتخصص في مجال الأخبار أكثر، يعود لكون أكثرها وليدة الصحف اليومية الإخبارية).

وبسبب هذا التغيير في المشهد الإعلامي الذي عرف بالتعددية الإعلامية، فقد بات لدى المشاهد الجزائري الكثير من الخيارات فيما يتعلق بالتعرض والتلقي للمحتوى الذي يُفضل، ومن جهة أخرى أصبحت هناك منافسة أكبر فيما بين القنوات الفضائية الجزائرية العمومية والخاصة، فبروز القنوات الخاصة أسس لساحة صراع جديدة هدفها جذب أكبر قدر مُمكن من شرائح الجمهور الجزائري والتأثير فيها، فقد خلقت هذه القنوات نمط جديد في تعامل الإعلام الجزائري مع الأخبار، وكل هذا جعل قنوات التلفزيون العمومي في تحدي كسب المنافسة للحفاظ على جمهوره ومكانته الإخبارية التي أسس لها طوال سنوات، خاصة في ظل الحاجة للمعلومات والأخبار في عصر الثورات والحركات الشعبية في مختلف البلدان العربية ومن بينها الجزائر، ومن بين أهم الخطوات التي لجأت إليها المؤسسة العمومية للتلفزيون هي تحويل القناة الثالثة لقناة إخبارية سعيا منها لمنافسة القنوات المتخصصة في مجال الأخبار (ولو أن تخصصها لم يكن بشكل تام).

ومع اختلاف ملكية القنوات الفضائية الجزائرية ومصادر تمويلها ومضامينها الإعلامية واتجاهاتها، فقد اختلفت فلسفتها الفكرية وسياستها الإعلامية وقيمها المهنية، ونظرا للأهمية البالغة لعنصر الخبر (يمس حياة المشاهد ويؤثر فيها بشكل مباشر عكس بقية المضامين التي يكون هدفها التعليم أو الترفيه) فقد عمدت القنوات الفضائية الجزائرية (كغيرها من القنوات) لتأطيره وفق معاني محددة، بداية من مراحل

الاختيار والانتقاء إلى تغليفه بعناصر الجذب والإبراز، وصولاً لعرضه في إطار أو قالب يحقق أهداف المؤسسة الإعلامية من تقديم الخبر بهذا الشكل أو الوقت أو الترتيب... إلخ، فغالب المعلومات والأخبار التي يتم تداولها على نطاق واسع بين مختلف الجمهور المتلقي تعكس تصور وفكر وهدف كل وسيلة قامت ببنائها، وهو ما بات يعرف في الأدبيات الإعلامية بصناعة الأخبار.

وكل هذه المعطيات المتعلقة بالأخبار وتأثيرها فكرياً وجماهيرياً ومهنياً، ستحاول دراستنا التركيز عليها لمحاولة فهمها وقياسها وتوصيفها من خلال تحليل مجموعة من النشرات الرئيسية بالقنوات التلفزيونية الإخبارية الأبرز في الجزائر، ثم المقارنة بين هذه الأساليب في التأطير هنا وهناك، وفهم عوامل الاتفاق أو التباين إن وجدتا. وذلك من خلال 03 إطارات أساسية (ف شكل فصول) تراعي الأسس المنهجية المتعارف عليها وهي: إطار المنهجي، إطار النظري (ثلاثة فصول)، وإطار التطبيقي (فصل).

-وقد تناولت العنصر الأول المعنون بمقدمة الدراسة العناصر التالية: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها الفرعية، أهمية الدراسة وأهدافها، أسباب اختيار موضوع الدراسة، تحديد مفاهيم الدراسة اصطلاحاً ثم إجرائياً بحسب ما يخدم منطلقات الدراسة وأهدافها.

-والعنصر الثاني من الدراسة تمثل في أهم الدراسات السابقة المحلية والعربية والأجنبية التي تم الاعتماد عليها في الدراسة، أو الانطلاق منها كمرجعيات بحثية تخدم الدراسة وتستند عليها، وقسمت لأربع جوانب تناولت الدراسات المحلة ثم العربية ثم الأجنبية، وفي الأخير التعليق على هذه الدراسات بتوضيح كيفية الاستفادة منها في دراستنا.

-وقد تناول العنصر الثالث للدراسة مدخلها النظري وذلك من خلال العنوان المصاغ: **من وضع الأجندة إلى وضع الأطر**، بداية بروز نظرية الأطر كامتداد لنظرية ترتيب الأولويات (بعض الباحثين يرون استقلالية كل فرض نظري عن الآخر)، فانطلاقاً من التعريف ببعض نظريات التأثير يناقش هذا العنصر ثلاثة جوانب أساسية، تناول الأول منها:

مدخل لنظريات الاعلام السائدة: حيث عرف هذا الجانب بأهم النظريات الإعلامية وفق ثلاث مستويات مختلفة وهي: النظريات المتعلقة بالجمهور، ثم النظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال، ثم النظريات المتعلقة بنوع التأثير الإعلامي.

فيما تناول الجانب الثاني من هذا العنصر:

مدخل لنظرية ترتيب الأولويات (أو وضع الأجندة)، يعرف بالنظرية وأصولها وفروضها، وأنواع نماذج قياس الأجندة، العوامل المؤثرة في وضع الأجندة، ايجابيات النظرية ترتيب الأولويات والنقد الموجه لها...

فيما تناول الجانب الثالث والأهم من هذا العنصر النظرية الأساسية للدراسة وهي:

نظرية الأطر الخيرية أو التأطير الإعلامي، ومن أهم ما تناو: نشأة النظرية ومفهومها، فروض النظرية، أهميتها، بعض نماذج وضع الأطر، تأثيرات النظرية والعوامل المؤثرة فيها، البناء التركيبي للنظرية، وظائف وخصائص الأطر الخيرية، أنواع الأطر الخيرية، آليات وضع الأطر وعملها، إيجابيات النظرية، والانتقادات الموجهة لها...

-بينما تناول **العنصر الرابع المعنون بالبحث الفضائي والأخبار في مجال التلفزيون**، الجوانب النظرية لكل ما يتعلق بمتغيرات الدراسة وقد شمل على جانبين أساسيين شمالاً: الجانب الأول المعنون ب:

نشأة وتطور البث الفضائي التلفزيوني، وتناول العناوين التالية: البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية، الأقمار الصناعية والاشكاليات التي تواجهها، أنواع الأقمار الصناعية ومداراتها، البث التلفزيوني المباشر، التحول في البث التلفزيوني (الأرضي والرقمي)، البث الفضائي العربي: مفاهيم واشكاليات.

أما الجانب الثاني من هذا العنصر فهو بعنوان:

الفضائيات الإخبارية الأجنبية والعربية، وتناول: نشأة الفضائيات الإخبارية، الفضائيات الإخبارية الأجنبية (مع تقديم أشهر القنوات وأكثرها متابعة)، الفضائيات الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية

(سياستها وأهدافها)، الفضائيات الإخبارية العربية (بما فيها الفضائيات الإخبارية الجزائرية)، الأخبار والأجندة السياسية.

-ويأتي العنصر الخامس بعنوان: **صناعة وبناء الأخبار التلفزيونية**، وذلك لتكملة الجوانب النظرية المتعلقة بمتغيرات الدراسة في جانبها المتعلق بالممارسة والمهنية والتأطير... إلخ، وذلك من خلال ثلاثة جوانب أساسية:

الجانب الأول بعنوان:

صناعة الأخبار التلفزيونية، وشمل مصادر الأخبار التلفزيونية (وكالات الأنباء العالمية والعربية، المنوبون أو المرسلون...)، خصائص وسمات الأخبار التلفزيونية، أهمية الأخبار التلفزيونية، وظائف النشرات الإخبارية التلفزيونية، جمهور الأخبار التلفزيونية.

والجانب الثاني بعنوان:

بناء النشرات الإخبارية، وشمل: اختيار الأخبار وترتيبها، تنوع الأخبار، الربط بين الوحدات، القيم الخبرية (الصراع، الجدة، الشهرة، القرب، التأثير، الأهمية... إلخ)، الأطر الخبرية (شمل الأطر السابقة الذكر باختصار)، أطر التحيز في التغطية الإخبارية (القيم الثقافية والاجتماعية السائدة، الميول الذاتية، الأيديولوجيا، التنظيم الداخلي، نقص الكفاءة، نقص المعلومات، الموارد الاقتصادية، طبيعة النظام السياسي، التشديد النظري على نظرية التأطير)، الصورة في أطر الأخبار، دور مقدم النشرة وفريق العمل.

والجانب الثالث:

الأنواع الخبرية: وشمل على: مفهوم الخبر (بحسب مختلف النظم والثقافات)، التقارير الإخبارية بكل أنواعها: التقارير الحية، تقارير عرض الشخصيات...، التحقيق الإخباري، التعليق الإخباري، التحليل الإخباري، المقابلة الإخبارية وأشكالها، موجز الأخبار وعرض الأنباء، شريط الأخبار.

-وقد تناول العنصر السادس: الإجراءات المنهجية للدراسة وهي: منهج الدراسة التي تم الاعتماد عليه من أجل الوصول إلى الحقائق السليمة والواضحة، أداة جمع البيانات والمتمثلة باستمارة تحليل

المضمون وما تشمل عليه من وحدات وفئات للشكل والمضمون (مع اختبار الصدق والثبات) وذلك مع الاستعانة بأداة الملاحظة، مجتمع الدراسة وعينتها والمتمثلان في مجتمع بحثي يضم النشرات الإخبارية الرئيسية، وعينة قصدية باختيار مجموعة من نشرات القنوات الأكثر متابعة وهما النهار الإخبارية والجزائرية الثالثة الإخبارية، مع تحديد حجم هذه العينة، وفي الأخير أهم مجالات وحدود الدراسة.

-فيما عالج العنصر السابع الجوانب المعنوية بـ تحليل ومقارنة الأطر الخبرية في نشرات الفضائيات الجزائرية حيث تم فيه: تحليل البيانات وتوضيحها، واستخلاص النتائج المتعلقة بالدراسة التحليلية وبالدراسة المقارنة، بالإضافة للنتائج على ضوء تساؤلات الدراسة، ثم النتائج على ضوء الدراسات السابقة، وختاماً أفاق الدراسة وتوصياتها ثم خاتمة تحتوي على أهم نتائج الدراسة بصفة عامة.

-وتتناول كل من العنصر الثامن والعنصر التاسع من هذه الدراسة: أهم الملاحق (استمارة التحليل

- ملحق المقال) والمراجع (العربية والأجنبية) التي اعتمدت عليها هذه الدراسة.

1-مقدمة الدراسة

1-1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

1-2- أهمية الدراسة

1-3- أهداف الدراسة

1-4- أسباب اختيار موضوع الدراسة

1-5- تحديد مفاهيم الدراسة

1-1-1- الإشكالية

تطورت وسائل الإعلام السمعية والبصرية تطورا هائلا على مستوى الإمكانيات المادية وكذا على صعيد المضامين الاعلامية التي تقدمها، فمنذ أن عرف الانسان البث التلفزيوني خلال ثلاثينيات القرن العشرين شهدت الحياة البشرية تطورا بارزا نقلها إلى عهد جديد في مجال الاتصال والإعلام، فقد استمر التلفزيون كاختراع وكوسيلة في التقدم والانتشار بفضل التقدم التكنولوجي الكبير والمتسارع الذي وصلت إليه البشرية وازداد بالمقابل تأثيره على المتلقين، حيث شكل التلفزيون الظاهرة الاعلامية الأهم في القرن العشرين بملايين المشاهدين الذين يخصصون له جل أوقاتهم، ما جعله يعرف حينها بمعجزة القرن.

وانفرد التلفزيون منذ بروزه بسمات متعددة ميزته عن مختلف وسائل الإعلام الأخرى أثناء تواصله مع جمهوره، إذ يوظف الصورة والصوت والحركة واللون ضمن قالب فني أقرب إلى الواقع وللصدق عند تقديم المضامين خاصة الأخبار منها، وقد استغل التلفزيون كل الوسائل التقنية التي رافقها من البث التلفزيوني الأرضي الى البث عبر الأقمار الصناعية فالألياف البصرية وصولا الى اندماجه مع شبكة الانترنت وكان هذا تحولا من تلفزيون الكابل الى تلفزيون التفاعل.

وبذلك عرف العالم انتشارا غزيرا للقنوات التلفزيونية العامة والمتخصصة، وقد زادت حدة التنافس فيما بينها حرصا منها للظفر بأكبر قدر من الجماهير والتأثير في آراءها واتجاهاتها. وقد أكدت دراسات الإعلامية أن العالم لم يعرف انتشارا مكثفا وسريعا كما تحقق مع أنظمة الاتصال الفضائية. (بوعلي، 2012، ص. 28)

وقد برزت العديد من القنوات في الوطن العربي خاصة بعد إنشاء المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية تحت اسم عربسات سنة 1976، حيث تم إطلاق أول قناة فضائية عربية حكومية (الفضائية المصرية) سنة 1990 وأول قناة فضائية عربية خاصة (MBC) بعدها بسنة، ليتزايد عدد القنوات العربية بشكل متسارع فيما بعد، وقد اختلفت طبيعة ملكيتها (عمومية أو خاصة) وتباينت سياستها الاعلامية وجمهورها المستهدف التي تسعى لإرضائه. (الأسد، 2012، ص. 12-13).

وقد عرفت الجزائر البث الفضائي خلال سنة 1994، حين أطلقت قناة كنال الجيري وما تبعها لاحقا من قنوات عمومية كالجزائرية الثالثة سنة 2001 وقناتي الأمازيغية والقرآن الكريم سنة 2009،

في ظل سيطرة القطاع العمومي على نظم السمع البصري وعدم فتح المجال أمام القطاع الخاص وقتها. (تواتي، 2009، ص. 143)

هذا وقد شكل صدور القانون العضوي للإعلام سنة 2012 ثورة كبيرة على مستوى الساحة الإعلامية الجزائرية بعد فتح القطاع السمع البصري لاستثمار الخواص في إطار الإصلاحات التي قام بها رئيس الجمهورية آنذاك، الأمر الذي ساهم في ميلاد عدة قنوات جزائرية خاصة سرعان ما حجزت لنفسها مقعدا هاما في حياة الجمهور الجزائري ولعبت دور مؤثرا في تسليط الضوء على القضايا المحلية الهامة وحتى العالمية، خاصة بعد المصادقة على قانون السمع البصري في نهاية جانفي 2014 والذي نشر عبر الجريدة الرسمية بالعدد 16 بتاريخ 27 مارس من نفس السنة، والذي سمح لهذه القنوات ببث محتواها من الجزائر لا من الدول العربية أو الأجنبية فقط. (بوحلوان، 2018، ص. 277).

وبما أن الأخبار كانت ولا تزال واحدة من أبرز الوظائف التي تسعى المؤسسات الإعلامية لتقديمها، فقد أولت هذه الفضائيات الجزائرية الفتية أهمية بالغة بالمضمون الخبري، (أغلبها وُلد من جرائد اخبارية) سعيا منها لمنافسة التلفزيون المحلي الذي كان المنفرد الوحيد بها محليا وسعت لاستقطاب جمهوره من جهة وكذا منافسة بعضها البعض في هذا المجال من جهة أخرى، فعمدت على تقديم تلك المواد الإخبارية بشكل جديد على المشاهد الجزائري سواء من ناحية الشكل أو المضمون أو التوقيت... خاصة أن المشاهد الجزائري إعتاد الحصول على الأخبار (خاصة المحلية) من التلفزيون الوطني فقط (أو الجرائد اليومية) وفي نفس التوقيت طوال سنوات طويلة، ما جعل هذه القنوات تخوض تحديا كبيرا يدفعها للتطور بشكل مستمر.

ووجد التلفزيون الوطني نفسه هو الآخر في رهان الاستمرار في تقديم الأخبار بالشكل الذي اعتاد عليه المشاهد الجزائري أو مواكبة التطورات الحاصلة في تقديم قوالب نشرات الأخبار وتنويع المصادر أو تغيير بعض عناصر الإبراز والانتقاء في اختياره للقصص الخيرية التي تهم الجمهور (وهذا ما دفعنا للمقارنة مع التحليل)، خاصة إذا علمنا أن الفضائيات الجزائرية الخاصة أصبحت تحظى باهتمام شريحة لا بأس بها من شرائح الجمهور الجزائري باختلاف خصائصه ومستوياته.

هذا وقد تزايد اهتمام الفضائيات الجزائرية بعنصر الأخبار ومنحتها أهمية خاصة باعتبارها باتت إحدى أبرز المضامين التي يسعى المتلقي الجزائري للحصول عليها بشكل متكرر لدرجة بروز فضائيات متخصصة في هذا المجال تحديدا، فيما منحتها القنوات العامة الأخرى حيزا كبيرا ضمن خرائطها

البرامجية ببث أغلبها للعديد من النشرات الإخبارية على امتداد اليوم وبمختلف اللغات (عربي - فرنسي...)
واللهجات المتداولة محليا (الأمازيغية - وحتى العامية).

هذا وتخضع عملية انتاج الأخبار في جميع القنوات باختلاف سياساتها إلى عمليات واسعة من
الانتقاء والإبراز. فالأخبار تخضع في غالب الأحيان لما يسمى بتحديد الأجندة حيث تنتقي وسائل
الاعلام عددا معيناً من الأحداث والأخبار وتقصي أخرى، وفق ما تراها أخباراً تتسجم مع أولوياتها
وأهدافها ومصالحها.

كما تخضع عملية صناعة الأخبار في مختلف الفضائيات لما يسمى بعملية التآطير، التي تمثل
عملية بناء الواقع الاجتماعي كما ينظر له المحرر أو القناة بتزويد الجماهير بالمعلومات التي يريدونها،
فعملية التآطير تتيح للمحررين التعرف على المحتوى الاعلامي وتعليبه قبل تقديمه للجمهور. (قيراط،
2017، ص. 20). فهو بتعبير أدق لموضوع الدراسة عملية إعادة تنظيم المحتوى الاخباري ووضعه
في إطار معين ضمن اهتمامات المتلقين (عبد الحميد، 2004، ص. 403) حيث تلعب عملية وضع
الأطر دوراً هاماً في التأثير على سيرورة بناء اتجاهات ومدركات الجمهور المتلقي إزاء ما يجري من
أحداث، فالتلفزيون من أهم وسائل الاعلام التي يستعين بها الجمهور بهدف الحصول على المعلومات
والمعطيات. (ادريس، 2020، ص. 10)

وعليه عملية التآطير تمر بعدة مراحل قبل تقديم المنتج الاعلامي النهائي للجمهور، من حكم
الصحفي وتقييمه للحدث بشكل واعي وإرادي انطلاقاً من معارفه ومدركاته وتفاعله مع محيطه... إلى
وضع الحدث وفق الأطر المهنية والقيم الخبرية والخط الافتتاحي للمؤسسة الإعلامية وغيرها، إلى قراءة
في الأطر الخاصة بالجمهور، فهي حوصلة تشابك السياسات والممارسات المهنية وخلفية القائم بالاتصال
ونوعية الحدث وخلفياته السياسية والأيدولوجية، وموقعه في اهتمامات الجمهور، فما يصلح خبراً لقناة
ما لا يعني أنه يصلح لأخرى ولو كان الجمهور المخاطب هو نفسه. فالتآطير يهدف لكي يدرك المتلقي
الخبر كما يريده صانع الرسالة، بتنظيم الأحداث وربطها بسياقات معينة ليكون للنص أو المحتوى معنى
محدد.

والتآطير الخبري يزيد عن وضع الأجندة عما يفكر الجمهور به إلى بحث كيفية تفكيرهم حول
القضايا المثارة في الأخبار، من خلال التأكيد على قيم وحقائق معينة وإعطائها الأهمية مما يساعد على
سرعة إدراك الجمهور لها وتذكرها بسهولة، أي كيفية التفكير في تلك القضايا من خلال الطريقة التي

صيغت بها في المضمون الإعلامي. وبالتالي فإن الرسائل الإخبارية عبارة عن هياكل نصية ومرئية مبنية حول محور فكري قائم على منظور معين، يضعها المحرر ضمن إطار تفسيري موجه للجماهير التي ستعرض لهذه الرسائل الإخبارية. (Abreu, 2015, P. 424)

ولكون الأطر الخيرية من المواضيع الحديثة التي أكدت الدراسات بأنها تتأثر بالأيديولوجيات والاتجاهات السياسية والتوجه السياسي للوسيلة الإعلامية ذاتها، وكذلك المصادر الخارجية مثل الفاعلين السياسيين والسلطات وجماعات الضغط والنخب وغيرها من المصادر. (الشرنوبي، 2018، ص. 204-205) فقد كانت محور اهتمام هذه الدراسة والتي تبحث في التساؤل الرئيسي التالي: كيف تُؤطر القنوات الفضائية الجزائرية نشراتها الإخبارية من حيث الشكل والمضمون قبل تقديم المنتج الإخباري النهائي للجمهور؟ وهذا التساؤل الرئيسي يقودنا للإجابة عن الأسئلة الفرعية التالية:

- 1- ما هي أسس اختيار وترتيب الأحداث في المحتوى الإخباري أثناء عملية تأطير النشرات الرئيسية لفضائتي النهار والجزائرية الثالثة الإخبارية؟
- 2- كيف تتأثر عملية تأطير الأخبار الواردة في نشرتي النهار والجزائرية الثالثة الإخبارية بسياسة القناة وتصورات القائم بالاتصال؟
- 3- ما هي أهم الأطر الإعلامية والقيم الإخبارية المستخدمة في تأطير نشرات قناتا النهار الإخبارية والجزائرية الثالثة الإخبارية؟
- 4- ما هي أبرز الأنواع الصحفية التي تعتمد عليها قناتا النهار والجزائرية الثالثة الإخبارية في تأطير النشرات الإخبارية الرئيسية وعرض الأخبار من خلالها؟
- 5- ما الأهمية التي تلعبها المصادر الأساسية المعتمدة لاستقاء الأخبار في عملية تأطير النشرات الرئيسية بقناتي النهار والجزائرية الثالثة الإخبارية؟
- 6- كيف يبرز التباين في القاموس اللغوي والصياغة الخيرية للأحداث بين قناة النهار الإخبارية والقناة الجزائرية الثالثة الإخبارية أثناء تأطير النشرات الإخبارية ممن خلالها؟
- 7- ما هي الفوارق الأكثر بروزا في كيفية تأطير الأخبار في النشرات الرئيسية بين الفضائيات الجزائرية الخاصة والفضائيات الجزائرية العمومية؟
- 8- ما هي أوجه التشابه في عملية تأطير النشرات الإخبارية في قناتي النهار والجزائرية الثالثة الإخبارية؟

1-2- أهمية الدراسة

-تتجسد أهمية هذه الدراسة من كونها تسلط الضوء على ظاهرة إعلامية جديدة فرضت وجودها في الساحة الإعلامية الجزائرية، وهي ميلاد العديد من القنوات الفضائية الجزائرية العامة والمتخصصة التي بدأت في البروز تباعا منذ سنة 2011.

-كما تكمن أهمية الدراسة في الاهتمام بعنصر الأخبار وكيف تتباين عملية تأطيرها من قناة لأخرى رغم أنها تخاطب نفس الجمهور (معظمه محلي) ومحاولة الكشف عن المحتوى غير الصريح للتعطية الإخبارية في الفضائيات الجزائرية.

-تسليط الضوء على قناة النهار العامة التي تشهد تطورا مستمرا، حيث طورت مضامينها الإعلامية من ناحية الأخبار. كما أصبحت من بين أكثر القنوات الجزائرية من ناحية المتابعة بل تصدرت المشهد الإعلامي في عدة فترات.

-تسليط الضوء على القناة الجزائرية الثالثة الإخبارية، كأول قناة وطنية موجهة للجمهور العربي والتي تعد من أكثر القنوات متابعة من قبل الجماهير الجزائرية في استقاء الأخبار، والتي تحولت مؤخرا لقناة إخبارية رغم بثها لبرامج أخرى غير الأخبار، وهو توجه قد يجعلها أكثر تخصص في المستقبل في هذا المجال الذي اكتسبت اسمه.

1-3- أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى :

- 1- التعرف على عملية تأطير الأخبار في النشرات الإخبارية الرئيسية في الفضائيات الجزائرية بداية من التعرف على المواضيع الأكثر معالجة ووصولاً الى التعرف على كيفية معالجتها خبرياً.
- 2 - فهم أسس اختيار وإبراز أو ترتيب الفضائيات الجزائرية لمواضيع نشراتها الإخبارية.
- 3-تحديد الأطر الإعلامية والقيم الخيرية التي يتم توظيفها أو مراعاتها في بناء نشرات الأخبار في الفضائيات الجزائرية.
- 4-التعرف على أهم الأنواع الصحفية المعتمدة في التغطيات الإخبارية ودورها الفاعل في عملية التأطير.

- 5- التعرف على المصادر الأساسية التي تعتمد عليها الفضائيات الجزائرية في استقاء أخبارها المختلفة، حيث تعد المصادر عامل مؤثر في كيفية بناء الأخبار.
- 6- التعرف على مدى تباين القاموس اللغوي والصياغة الخبرية للأحداث، بين قناة النهار الإخبارية والقناة الجزائرية الثالثة الإخبارية أثناء تأطير النشرات الإخبارية في كليهما.
- 7- معرفة المكانة الإعلامية التي تحتلها الفضائيات الجزائرية العامة في مجال الأخبار ومدى تطورها في هذا المجال بالنسبة للجمهور الجزائري.
- 8- إخضاع المحتوى الإعلامي للقنوات الفضائية الجزائرية الممثلة في قناتي الجزائرية الثالثة الإخبارية وقناة النهار إلى دراسة علمية منهجية وموضوعية لإدراك الجوانب الإيجابية والسلبية في المعالجة الإخبارية لهذه القنوات.

1-4 -أسباب اختيار موضوع الدراسة

وقع اختيارنا على هذا الموضوع لأسباب ذاتية وأخرى موضوعية نختصرها معا فيما يلي:

- 1- الميل لدراسة كل ما يتعلق بالأخبار التلفزيونية والذي يمثل تخصص الباحث مع الرغبة في التوسع فيه مستقبلا.
- 2- الرغبة في إثراء الرصيد المعرفي الجامعي بتقديم دراسة عميقة متخصصة، كما هو في دراستنا التي تتناول إشكالية جديدة، فغالب الدراسات التي تناولت الأطر الخبرية تناولت جانب واحد فقط منه (أزمة سياسية أو ظاهرة أو كارثة، أو أخبار معينة فقط...)، بينما ركزت دراستنا على أخبار النشرات وتأطير النشرة نفسها بكل ما تحمل من أخبار متنوعة.
- 3- الإهتمام بدراسة القنوات الفضائية الجزائرية بالتحليل والمقارنة بعد أن تزايد عددها خلال آخر عقد بالتحديد، وبروز قنوات متخصصة في مجال واحد كالأخبار، ما يجعلها ظاهرة جديدة في الساحة الإعلامية الجزائرية.
- 4- إدراك الباحث أن الحاجة لدراسة مضامين وسائل الإعلام بما فيها الأخبار، هي عملية تحتاج للدراسة بشكل دوري ودون توقف، لأن هذه الممارسات ديناميكية ومتغيرة ومتجددة، أي أنها لا تقبل التقادم في جوهرها طالما أن مضمون هذه البرامج قابل للتغيير من وقت لآخر، وسياسة الوسيلة ومصادر تمويلها وملكيته هي أمور قابلة للتغيير أيضا، وأي تغيير في مثل هذه الجوانب سيؤثر على نمط

المعالجة الإعلامية لأي وسيلة، بل تغير سياسة النظام السياسي القائم نفسها عامل مؤثر، وبالتالي تتجدد الحاجة لدراسة مضمون وسائل الإعلام من جديد، خاصة المضمون المتعلق بالجانب الإخباري.

5- التأكيد على الأهمية البالغة لعملية التأطير داخل غرف الأخبار، وأن المحتوى المقدم قد مر بسلسلة ممن المراحل قبل أن يقدم بذلك المضمون والشكل، مع مراعاة جملة من العوامل التي تساهم في بناء معناه وتشكيل فحواه.

1-5- تحديد مفاهيم الدراسة

عملية تعريف المصطلحات Definition of Terms مهمة بالنسبة للباحث إذ يجب أن يقدم تعريفا إجرائيا، وعن طريق طرح المصطلحات العلمية من المصادر والمراجع المتخصصة، بما يتفق وسياقها الموضوعي الذي سيتطرق إليه في دراسته، وأن يشمل بالتعريف جميع المصطلحات الواردة في مشكلة البحث وعناصرها. فالعبارات التي تذكر في العنوان والمشكلة تتطلب كذلك تعريفا لها، بإيضاح قصدها البحثي، حتى وإن استعان بالمصادر في تعريفاته. وعلى أساس ذلك يمكن للباحث طرح جملة من التساؤلات المعنية بالدراسات السابقة في ذهنه. (الجراح، 2018، ص. 68)

وقد تم تحديد مفاهيم الدراسة وفق ما يلي:

1-5-1- الإطار أو التأطير أو الأطر:

الإطار واحد من أهم المفاهيم الحديثة الساعية لفهم تأثيرات وسائل الإعلام، ودورها في تشكيل معالم الجمهور واتجاهاته حول مخالف القضايا. ويوجد خلط في دراسات الأطر الإعلامية على استخدام مصطلح علمي موحد للدلالة على التأطير، فتتجلى ثلاث مصطلحات دالة عليه وهي: التأطير (framing) الذي يشير إلى التأطير كعملية اتصال جماهيري متعددة الأطراف، ومصطلح الأطر (frames) أو الإطار (frame) الذي يشير إلى الزوايا والجوانب التي يتم من خلالها تناول الأحداث والقضايا والشخصيات وتأثيراتها، فيما يشير مصطلح إطار (framework) إلى إطار عمل ولو أنه لا يوضح بدقة المقصود بالتأطير. ويرى كل من Hanill & Lodge اختلافا اصطلاحيا بين مفاهيم الإطار (frame) والشق المعرفي (shema). (عدة، 2021، ص. 315)

إذن فالإطار هو فكرة مركزية ينتظم حولها المحتوى الإخباري، وتمثل السياق الذي يحدد فيه القضية وهدفها، من خلال استخدام الانتقاء والتوكيد، والتفسير والتوضيح، بينما الأطر الخبرية هي العملية التي يتم بمقتضاها تعريف القضايا والأحداث وتقديمها للجمهور، مع توضيح أسبابها والتنبؤ بآثارها المحتملة، من خلال المعالجات الإعلامية المتنوعة المقدمة حول الأحداث المختلفة. (البطريق، 2017، ص. 80)

-أما الإطار الإعلامي: فيحدده (انتمان Entman) في جعل أجزاء معينة من الواقع تتصل بحدث ما أو قضية أكثر بروزا في المحتوى الإعلامي، فالأطر الإعلامية تسهم في بناء أطر الجمهور فيما يتعلق بالموضوع أو القضية التي يتم إبرازها في المحتوى الإعلامي، وبالتالي فالأطر تنقسم إلى نوعين: النوع الأول يتعلق بإطار المعالجة الإعلامية التي يتميز بها النص الإعلامي، ويشير النوع الثاني إلى الأطر التي يتبناها الجمهور ويكونها تجاه الحدث أو القضية المطروحة في وسائل الإعلام. (الدليمي، 2017، ص. 225)

-والأطر: هي تنظيم للأفكار وإدراك الأحداث وتحديد القضية أو القصة الخبرية، بينما الأطر الإعلامية هي: أنماط التمثيل والانتقاء والتوكيد والاستثناء. ومنه فمعنى مؤطر: هو وضع جملة أو نص ما في إطار معين بهدف إبرازه. (حسان وآخرون، 1991، ص. 18)

بينما ترى Norris (1995) أن الإطار ما هو إلا رؤية أو بناء مفسر للأحداث المختلفة من خلال نهج اجتماعي عام. فيما يعتبر (ستيفيني Stephnie) أن سيرورة التأطير تبدأ من اختيار الحقائق والمعلومات التي تؤكد على بعض عناصر الحدث وتهمل أخرى، بمعنى أن الأطر تحدث معاني وتفاعلات معينة مع الحدث أو تخلق له تقييما عند الجمهور (ص. 358).

إذن فالتأطير مصطلح إعلامي يفيد بتقديم مجال موضوعي معين بأسلوب يبرزه ضمن هذا الموضوع من جهة، ويتجاهل مجالات أخرى من جهة مقابلة، وذلك عن طريق أساليب معينة لتحديد أو إبراز أو تجاهل هذا المجال ضمن الموضوع. (حسونة، 2015، ص. 22)

-وتأطير الأخبار: هي الأخبار التي يحدد إطارها من إدراك الواقع، من خلال تصور الحقائق المختلفة والتركيز على جزء معين منها. نتيجة لهذه العمليات ستكون بعض جوانب الواقع المتصورة من

خلال الأخبار أكثر بروزاً من غيرها، بفضل منحها مزيداً من التركيز أو الأهمية. (Abreu, 2015, P. 424)

والتأطير إجرائياً هنا هو سلسلة من العمليات التخطيطية والمنهجية الدقيقة للأخبار التي تم جمعها، بحيث يتم عرضها في نشرة الأخبار وفق ترتيب معين وأساليب محددة، تجعل من المحتوى الخبري يساهم في إبراز جوانب وأفكار معينة من الخبر أو إقصاء جوانب وأفكار أخرى بقصد، وفق ما يريد القائم بالاتصال أن يوصله أو يوضحه للجمهور المتلقي.

1-5-2- مفهوم الخبر:

بحسب ما ورد في قاموس لسان العرب يعد الخبر ما أتاك من نبأ عن تستعلم عنه... وقد ورد لفظه أكثر من خمسون مرة في القرآن الكريم بصيغ مختلفة: خبراً، وخُبراً، وأخبارها، وخبيراً. (الضبع، 2011، ص. 18)

ويدخل (ليل سبنسر Lyle Spellcer) في وصفه للخبر عناصر ملائمة له ولجمهوره فيجد أنه عبارة عن حدث أو فكرة أو رأي يقع في مكان معين، ويهم أو يؤثر في أكبر عدد من قطاعات المجتمع، على أن يقدم بطريقة مفهومة بالنسبة إليهم. (المصري، 2005، ص. 15)

1-5-3- مفهوم الخبر التلفزيوني:

هناك العديد من الاختلافات حول تعريف الخبر التلفزيوني ومنها:

الخبر هو عبارة عن معلومات حول حوادث وتطورات آنية، والحدث الذي يمكن وصفه لاعتبارات عدة بأنه مهم هو خبر يشمل عدة وقائع، وهذه الوقائع هي مواد خام ينتقي منها الصحفي أكثرها أهمية ودلالة ومغزى ليساعد المشاهد على فهم الحدث. (مطر، 2010، ص. 11)

والخبر التلفزيوني، هو أحد فنون الإعلام التي يتم خلالها إضفاء طابع تحليلي ونفسي على كل الخبر قبل أن يتم تقديمه في النشرة بهدف تعزيز قدرته على التأثير في المشاهد. (النوفلي، 2017، ص. 25)

والخبر في الدول النامية يفيد غالباً بكونه تقريراً يعبر بدقة وموضوعية عن واقعة أو حدث يحظى باهتمام أكبر قدر من الجمهور، ويساعد على رفع مستوى التنمية داخل المجتمع كذلك. (النوفلي، 2017، ص. 75).

ويعرف الخبر التلفزيوني بأنه أساس بناء النشرات الإخبارية التلفزيونية وعنصرها الأهم، فهو إما مسجل أو مباشر ينبع من مصدر الحدث، ثم تتولى أطقم التصوير الإخبارية تغطيته من مختلف زواياه، ويضم الخبر مجموعة من اللقطات المصورة بشكل متتالي ومتسلسل. ويعتمد بالدرجة الأساس على الصور المتحركة المدمجة مع الصوت، في شرحه للقضايا والأحداث التي تهم الجمهور، وبالتالي تبرز مقدرته على الجذب والتأثير فيهم في عصر يعرف بأنه عصر الصورة. (ابراهيم، 2017، ص. 82).

وإجرائيا الخبر التلفزيوني، هو أهم عنصر في النشرة الإخبارية، حيث يصف حدثا آنيا ويقوم بعرضه بأكثر من قالب أو نوع صحفي، ويتضمن جملة من العناصر التي تحدد أهميته في النشرة، وتعتبر الصورة أساس الخبر التلفزيوني.

1-5-4-النشرات الإخبارية:

هناك العديد من التعريفات للنشرات الإخبارية ومنها:

هي نشرة دورية تنطلق في مواعيد محددة وفقا لجدول زمني تسمح لجمهورها المتلقي باستقبال الأخبار المتعلقة به سواء في الإطار المحلي أو الإقليمي أو الدولي، وتطلق نشرة الأخبار على مصدر الأخبار من خلال منظومتين شهيرتين هما الإذاعة والتلفزيون، وأحيانا تسمى بتوقيت بثها: كنشرة الثامنة أو السادسة. (أبو رستم، 2017، ص. 93-94)

وهي قالب أو شكل وضعت بداخله مجموعة من الأخبار صممت بهدف إيضاح وعرض ما يرتبط بالحقيقة، ومن بين تلك الحقائق الراهنة تلك الأحداث التي تأكدت أو المتوقع حدوثها في القريب أو ما يستجد من أحداث، تُعرض في مواعيد ثابتة ومعروفة لدى الجماهير يوميا. (السعدي، 2018، ص. 222-223)

كما تعد صنفا من أصناف المضامين الإخبارية التي تبث خلال أوقات معينة في الإذاعة أو التلفزيون، وتحتوي على مجموعة من القصص الإخبارية وبعض التقارير أو الأخبار التي يحصل عليها المنوبين والمراسلين من خلال تواجدهم في مواقع مهمة داخل وخارج الإقليم أو بواسطة التصاريح التي يحصلون عليها. (شعبان، 2001، ص. 175)

وتعرف أيضا على أنها مفهوم يرمز إلى فئة من الأخبار والتحقيقات والتعليقات، نطرح خلال مدة محددة بغرض الإعلام والتفسير والايضاح بما يجري من وقائع وقضايا بواسطة الكلمات والصور. (شطاح، 2007، ص 11)

تعريف إجرائي:

هي مجموعة الأخبار والقصص والأحداث المصورة وغير المصورة، تُقدم في قالب إعلامي تلفزيوني في فترات زمنية معينة بهدف الإعلام والتوجيه والتفسير، حيث تعالج الأحداث الجارية على مختلف الأصعدة السياسية والاجتماعية والاقتصادية والفنية والعلمية.... وعلى الصعيدين المحلي والدولي.

1-5-5-القنوات الفضائية:

هي محطات تقدم إرسالها من خلال الأقمار الصناعية، حيث يتخطى إرسالها الحدود الإقليمية لبلد الإرسال ما يتيح استقبال مضامينه في أماكن أخرى بعيدة، بواسطة أجهزة مخصصة لالتقاط إشارات البث الوافدة من الفضاء أي من الأقمار الصناعية. (السيد، 2005، ص. 37)

والفضائية هي محطة تلفزيونية تقدم بثها من خلال الأقمار الصناعية نحو العديد من المتابعين في وقت متزامن، وذلك بواسطة طبق لاقط وجهاز رقمي للاستقبال، وظيفته تحويل إشارات البث إلى صور ومقاطع صوت بجهاز التلفزيون الذي يحوزه المتابع. (الأسد، 2012، ص. 25).

1-5-6-الفضائيات الجزائرية: (تعريف إجرائي):

هي قنوات فضائية تلفزيونية، إما عامة تقدم على خرائطها البرمجية مضامين متنوعة (أخبار وأفلام ومسلسلات، وحصص ترفيهية... إلخ) أو متخصصة في مجال معين (كالأخبار، أو الطبخ...)، وتعود ملكيتها للقطاع العمومي أو الخاص سواء كانوا أفراد أو مؤسسات، وإن كانت الفضائيات الجزائرية العامة العمومية بدأت بثها سنة 1994 (كنال ألبيري) فإن الفضائيات الجزائرية التابعة لقطاع الخواص بدأت في الظهور منذ سنة 2011، وهي تعمل على تطوير نفسها بشكل دائم حاليا سعيا منها للتميز، ولا تزال أعداد هذه الفضائيات في تزايد مستمر (بوعضاها أغلق).

-القناة الجزائرية الثالثة الإخبارية TV3: (بطاقة تقنية):

قناة فضائية تابعة للمؤسسة العمومية للتلفزيون تأسست بتاريخ 05 جويلية 2001 تبث برامجها باللغة العربية 24/24 ساعة، تتوجه ببرامجها للجمهور العربي في كل مكان، وإدارتها هي نفسها إدارة

المؤسسة العمومية للتلفزيون، حيث تعد الجزائرية الثالثة أحد مديرياتها التي تتولى وزارة الاتصال تسييرها وتحديد ميزانيها، وقد أصبحت منذ سنة 2020 تحمل اسم القناة الثالثة الإخبارية.

قناة النهار: (بطاقة تقنية):

قناة جزائرية خاصة، ومتخصصة في الأخبار والبرامج الإخبارية، بدأت في البث الرسمي بتاريخ 2012 تحت اسم قناة النهار، وهي تابعة لنفس مؤسسة الجريدة الإخبارية السابقة الإنشاء والانتشار، واتخذت القناة لها شعار تمثل في القناة الإخبارية الأولى في الجزائر، ويدير القناة (أنيس رحمانى - موقف)، هدفها تقديم محتوى إخباري محلي وحتى دولي مُرضي لكل الجمهور الجزائري، حيث تقدم الأخبار بانتظام 24 ساعة و7 أيام في الأسبوع. تنتهج القناة بحسبها إطارا خبريا محايدا رغم أن هناك من لا يتفق مع هذا التوجه.

2-الدراسات السابقة

1-2-الدراسات المحلية

2-2-الدراسات العربية

3-2-الدراسات الأجنبية

4-2-التعليق على الدراسات السابقة

2-الدراسات السابقة

الدراسات السابقة هي القاعدة المعلوماتية والبنية التي يركز عليها الباحث أثناء القيام بدراسته، فهي تقدم له الأطر العامة والأفكار التراكمية المختلفة، وتساعد في فهم جوانب موضوعه وما الذي يجب أن يستعين به من أدوات ومناهج مناسبة، كما توضح له الخلفية التاريخية التي تجعله يتجنب التكرار أو الخطأ مقابل الاستفادة من دراسات من سبقه. (النوفلي، 2017، ص. 105-106)

فتفيد الدراسات السابقة الباحث في توضيح العديد من الجوانب المنهجية في دراسته مثل المنهج والأسلوب الوصفي والتحليلي المناسب، وفي تحديد البيانات المراد الوصول لها، وطرق جمعها أساليب جمعها وقياسها، لأن الدراسات السابقة من المفروض أن تمر بجملة من المراحل التي تجعل من عناصرها مكتملة، والدراسات السابقة الأخرى يمكن أن تستخدم كمرجعيات بحثية لما تحويه من بيانات ومعلومات يمكن للباحث الاستعانة بها أثناء انجاز دراسته بشكل مباشر أو غير مباشر، لدواعي المقارنة أو التنظير وغيرها، فهي بمثابة دليل متكامل لطريقة العرض والتحليل السليم والمكتمل. (الأشوح، 2014، ص. 69)

وفيما يلي أهم الدراسات السابقة المحلية والعربية والأجنبية التي ترتبط بشكل وثيق بجانب من جوانب الدراسة ومتغيراتها البحثية.

2-1-الدراسات المحلية

الدراسة الأولى: (بوجفجوف، 2016)¹

بوجفجوف الزهرة، أولويات النشرات الإخبارية في الفضائيات العامة والمتخصصة: دراسة مقارنة بين قنوات: الجزائرية الثالثة، mbc1، france24، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم، في علوم الاعلام والاتصال، جامعة قسنطينة 3، 2016.

عالجت الدراسة موضوع أولويات النشرات الإخبارية في الفضائيات العامة والمتخصصة: وكعينة لهذه الفضائيات اختارت الباحثة كل من قناتي الجزائرية الثالثة، وأم بي سي، واللذان يمثلان الفضائيات العامة من حيث البرامج، وقناتي الجزيرة وفرانس 24 اللتان تمثلان القنوات المتخصصة.

واعتمدت هذه الدراسة على المقارنة للبحث عن أوجه التشابه والاختلاف بين أولويات النشرات الإخبارية في هذه الفضائيات (مجال الدراسة الميدانية) بغرض مقارنة هذه الأولويات بأجندة الجمهور،

وكذا إجراء مقارنة بين أجندة هذه القنوات من حيث القضايا، الشخصيات، الأماكن الجغرافية، المنظمات، المصادر الإخبارية، القوالب، والأطر، وكذلك مقارنة هذه الأولويات بأجندة الجمهور.

ولتحقيق ذلك استعانت الباحثة بمنهج تحليل محتوى لـ 36 عددا من نشرات أخبار القنوات محل الدراسة. وذلك في الفترة الممتدة من 20 أكتوبر 2013 إلى 29 أكتوبر 2013.

وقد توصلت هذه الدراسة في شقها التحليلي إلى نتائج أهمها:

- هذه الأحداث تزامنت مع فترة الدراسة وتشابهت مع بعض القضايا الدولية الواردة من وكالات الأنباء العالمية، كقضية التجسس الأمريكي على فرنسا، والملف النووي الإيراني وغيرها...

- اعتمدت القنوات الخبرية محل الدراسة على أطر خبرية محددة في انتقاء الأحداث، تمثلت في العنف والفوضى والإرهاب والسلام بينما اختلفت هذه القنوات من حيث معالجة القضايا المحلية.

وعلى صعيد النتائج المتعلقة بالمقارنة فقد توصلت الدراسة إلى:

- وجود تطابق في وجهات نظر الطرفين (القنوات، الجمهور)، خصوصا في ترتيب القضايا العربية مثل الإرهاب في تونس، القضية الفلسطينية، المظاهرات في مصر، وقضايا الاكتشافات العلمية التي توردها قناة أم بي سي في نشرة التاسعة ما يميزها عن غيرها من باقي النشرات الأخرى.

- كما تطابقت وجهات نظر الطرفين في ترتيب بعض الشخصيات والأماكن والمنظمات... ما يعني تحقق فرضية الدراسة المصاغة كالآتي: يوجد تشابه بين أولويات القنوات العامة tv3 - mbc1 وأولويات الجمهور، كما يوجد تشابه بين أولويات القنوات المتخصصة الجزيرة وفرانس 24 في الجزء الخاص بنقاط التشابه ولم تتحقق في الجزء الخاص بنقاط الاختلاف.

الدراسة الثانية: (عايش، 2017)

حليمة عايش، تأطير الأخبار السياسية في الفضائيات العربية: دراسة تحليلية للأخبار السياسية المغربية في قناتي الجزيرة والعربية سنة 2014 - رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم، في علوم الاعلام والاتصال، جامعة قسنطينة 3، 2017.

انطلقت هذه الدراسة من جملة الخطوات المنهجية المتسلسلة لتصل للنتائج المحققة وذلك وفق: تساؤل يبحث في: كيف يتم تأطير الأخبار السياسية في الفضائيات العربية؟ وركزت على الأخبار السياسية الخاصة ببلدان المغرب العربي، لكونها البلدان الأقرب إلى اهتمامها، لهذا تم اختيار نموذج مكون من قناتي الجزيرة والعربية، على اعتبار أنهما الأكثر إثارة للقضايا العربية والأقرب إلى المشاهد العربي بحسبها.

وقد اعتمدت هذه الدراسة على منهج تحليل المحتوى بشقيه الكمي والكيفي باتباع خطواته عند تحليل الأخبار السياسية المغربية في النشرات الرئيسية لقناتي الجزيرة والعربية لعام 2014 كمنهج وأداة لجمع البيانات، بالإضافة إلى استخدام الباحثة لمنهج المقارنة لتحديد نقاط الاختلاف والتشابه في عملية التأطير بين القنوات محل الدراسة.

كما اعتمدت الدراسة على عينة قصدية ممثلة في الأخبار السياسية المغربية لقناتي الجزيرة والعربية لعام 2014، وهي مكونة من 17 خبرا سياسيا 3 منها أخبار سياسية جزائرية، و6 أخبار سياسية تونسية، و8 أخبار سياسية ليبية. واعتمدت على استمارة تحليل المضمون التي بنيت على أساس الآليات المستخدمة في عملية التأطير.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

فيما يخص بناء الأجندة:

-بنيت قائمة الأولويات لأهم الأخبار السياسية في حصاد كل من قناتي الجزيرة والعربية عام 2014 تماشيا مع الأولويات المرتبة في الأجندة السياسية للقناتين.

-توجد أجندة سياسية محكمة متمثلة في الأجندة السياسية للدول الممولة (قطر، السعودية) التي تسيطر على الأجندة الإعلامية المغربية لقناتي الجزيرة والعربية.

-كل من قناتي الجزيرة والعربية ترتبان أولوياتهما السياسية والإعلامية على حساب أولويات جماهيرهما عند اختيارهما للأحداث السياسية المغربية لعام 2014.

-تظهر ملامح أجندة القناتين في اختيارهما للأطر الإخبارية المعتمدة عند عرضهما للأخبار السياسية المغربية عام 2014.

النتائج المتعلقة بعملية التأطير:

- خصصت قناة الجزيرة مدة زمنية للأخبار السياسية المغربية أكبر من تلك التي خصصتها قناة العربية للأخبار نفسها.
- دعمت الجزيرة أخبارها المغربية بال بث المباشر الذي احتل المرتبة الثانية من بين دعائم النشرة، بينما كان البث المباشر لدى قناة العربية في المرتبة الأخيرة.
- تفوقت قناة الجزيرة على قناة العربية في مجال استخدام مختلف السياقات الفكرية عند تأطيرها للأخبار السياسية المغربية.
- اهتمت قناة العربية بصياغة أخبارها السياسية المغربية ضمن سياق ديني على عكس قناة الجزيرة.
- قناة الجزيرة كانت أكثر حيادية وذلك من خلال كثرة طرحها للاتجاهات المحايدة عند تأطيرها للخبر السياسي المغربي.
- اعتمدت قناة الجزيرة على أطر المسؤولية والمبادئ والأخلاق عند تأطيرها للأخبار السياسية المغربية على عكس قناة العربية.
- استخدمت قناة الجزيرة الأطر العامة والأطر المحددة بقضية بصورة متوازنة في عملية تأطيرها للأخبار. في حين ركزت قناة العربية على عرضها ضمن إطار محدد بقضية واحدة.
- اهتمت القناتين بصياغة أخبار المنطقة ضمن إطار مرجعي تاريخي.
- قاموس المصطلحات التي اعتمدهت قناة الجزيرة أكثر شمولية من نظيرتها قناة العربية، لكن قاموس كلا القناتين يعبر عن موقفهما الأيديولوجي تجاه دول المغرب العربي.
- تتراجع عملية الالتزام بالمهنية كلما توجهت القناتين بالعامل السياسي المؤثر في نوعية الأطر المستخدمة. كما تستخدم الجزيرة أطر إعلامية أكبر اتجاه هذه الأخبار.
- كشفت هذه الدراسة عن ملامح خطاب إعلامي غير قادر على إحداث انفصال بين التوجهات السياسية والصراعات السياسية، ومحاولة تحويل آليات التأطير من توظيفها في تسويق الصراعات الفكرية

والخلافات السياسية الضيقة في المغرب العربي إلى تسويق صورة واضحة الملامح عن الأزمات الخطيرة في المنطقة والبحث عن حلول ديمقراطية لها.

الدراسة الثالثة: (فنور، 2016)

بسمة فنور، المعالجة الاعلامية للأخبار في التلفزيون الجزائري: دراسة تحليلية لمحتوى القناة التلفزيونية الرئيسية الجزائرية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة قسنطينة 3، 2016.

انطلقت هذه الدراسة من أهمية التلفزيون ودوره الفعال في التأثير على الآخرين، ما جعله وسيلة في يد أصحابها تخدم اغراض محددة، وقد اهتمت الدراسة بكشف أسس معالجة الأخبار في التلفزيون العمومي الجزائري، والكشف عن الأجندة التي يعتمد عليها القائم بالاتصال في القناة الوطنية الجزائرية، وكذا التعرف على الأشكال والأطر التي تعرض من خلالها الأخبار في هذه القناة.

كما هدف الدراسة لبحث طرق تغطية وعرض الأحداث والقوالب الصحفية التي تنتهجها القناة أثناء معالجتها الإخبارية لمختلف القضايا في النشرات. والتعرف أيضا على أجندة أخبار الجمهور الجزائري، وقياس مدى توافقها مع أجندة أخبار القناة الوطنية.

وقد انطلقت هذه الدراسة من تساؤل بحثي مفاده: كيف تتم معالجة الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري؟ مع توضيح مدى توافق هذه المعالجة مع اهتمامات الجمهور.

فيما وضعت الباحثة بعض الفروض العلمية منها:

-تختلف الأطر الاعلامية التي يعتمد عليها القائمون على الأخبار في القناة الوطنية باختلاف المواضيع التي تعالجها.

-تهتم أخبار القناة عند انتقائها للأحداث وترتيبها بالتركيز على المواضيع السياسية الخاصة بالسلطة.

يملك الجمهور الجزائري اتجاهات سلبية نحو الأخبار في القناة الوطنية.

وتتنمي هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية، حيث اعتمدت على المنهج المسحي الوصفي كمنهج للدراسة يخدم الأهداف والمنطلقات التي حددتها الباحثة، وذلك على ضوء نظرية الأجندة كمنظور عام للدراسة.

وقد أجريت الدراسة الميدانية خلال سنة 2015. (كاملة). بتحليل نشرات الساعة الثامنة للتلفزيون الجزائري، وقد شملت هذه الدراسة في جانبها الميداني عينة من جمهور الطلبة بالمركز الجامعي بميلة. وقد طبقت الباحثة العينة العشوائية لاختيار (12 نشرة) من نشرات التحليل خلال سنة 2015، فيما اعتمدت على العينة الحصصية لاختيار 300 مفرد تمثل جمهور الطلبة من مختلف التخصصات.

وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها:

-نشرة التلفزيون الجزائري تخدم أجندة سياسية بالمقام الأول، وتعمل تحت سيطرة السلطة وتخصص لعملها أكبر حيز زمني ممكن.

-لا يثق الجمهور فيما تقدمه له هذه النشرة، فهو يحمل لها اتجاه سلبي ويعتبرها أخبار تفتقد للحياض والصدق.

-عُرِضت الأخبار وفق أطر متعددة، اختلفت باختلاف المواضيع المعالجة، وبحسب توزيع الأخبار جغرافيا. وتراعي النشرة في ترتيبها الاستهلال بالشأن المحلي.

-فيما يتعلق بالمجال الاقتصادي، تنصدر قضايا التنمية اهتمامات هذا المجال، تليها قضايا الاستثمار.

-تعتمد نشرة التلفزيون الوطني على المصادر الرسمية في أخبارها المحلية، بينما فيما يتعلق بالأخبار الدولية فهي تعتمد على مصادر غير محددة بنسبة كبيرة.

-قيمة الشهرة أهم قيمة في أخبار نشرة التلفزيون الجزائري، تليها قيمة الواقعية ثم قيمة الجودة.

الدراسة الرابعة: (بن عودة، 2018)

بن عودة موسى، القيم الإخبارية في القنوات الفضائية الإخبارية: دراسة تحليلية مقارنة في المضمون والقائم بالاتصال في قنوات الجزائرية الثالثة، دزير تي في، وقناة الخبر، أطروحة لنيل

شهادة دكتوراه للطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم،
2017-2018.

دراسة تحليلية مقارنة اهتمت: بموضوع القيم وتحديد القيم الإخبارية في القنوات الفضائية الجزائرية، وتحديد القنوات الثلاث المحددة في العنوان، وذلك للتعرف على شكلها ومضمونها وأبرز القيم المتضمنة فيها. وانطلق الباحث في دراسته من التساؤل الرئيسي الذي يبحث في: ما هي أهم القيم الإخبارية التي يركز عليها بناء النشرات الرئيسية في قنوات الجزائرية الثالثة، وقناة دزاير تي-في، وقناة الخبر، وما هي العوامل المؤثرة في صياغتها وتشكيلها، وهل للفائق بالاتصال دور في ذلك؟

ولقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي بهدف تحليل وتسجيل وتفسير مختلف معطيات الظاهرة الإعلامية المدروسة، كما اعتمد على المنهج الوصفي التحليلي للحصول على وصف كامل ودقيق لموضوع البحث. بالإضافة لاعتماده على المنهج المقارن الذي يتيح معرفة أوجه التشابه والاختلاف بين مضمون نشرات الأخبار الخاصة بالقنوات محل الدراسة للتعرف على القيم الخبرية الخاصة بكل قناة.

كما اعتمد الباحث في جمع البيانات على أداة تحليل المضمون لفهم صيغة الرسائل الإعلامية عن طريق التحليل الكمي والكيفي. بالإضافة لأداة الاستبيان لجمع البيانات الميدانية وتفسيرها والموجهة تحديدا للقائمين بالاتصال في القنوات محل الدراسة، كما اعتمد الباحث كذلك على أداة المقابلة لجمع البيانات من بعض الباحثين في الإعلام والاتصال والمتمهين للعمل الإعلامي... إلخ.

وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج الهامة منها:

- موضوع الخبر يعتبر أهم عامل محدد لمدى جدارة الخبر للنشر من عدمه.
- السياسة التحريرية للقناة تلعب دورا بارزا في تحديد ما يبيث من أخبار، وذلك بما يتوافق وسياستها، وكل ما يتعارض معها لا يتم بثه.
- مصادر الأخبار لها دور هام في بث الخبر، فكلما كان الخبر من مصدر موثوق كانت نسبة بثه أكبر من غيره.

-تهدف المؤسسات الإعلامية إلى إشباع حاجات المتلقي ورغباته من خلال تغطية الأحداث التي تهمهم وتساهم في علاج مشاكلهم.

- مدة النشرات الرئيسية أطول بالقناة الثالثة مقارنة بالقنوات الأخرى، مع فرض تعليمات من القائمين بالاتصال على الصحفيين باحترام الحيز الزمني لكل نشرة.
- دور الصحفي يتراجع في معالجة المواضيع الإخبارية وفق رغبته الشخصية غالباً، فهناك أولويات في غرف الأخبار يتم احترامها من قبل الصحفيين.
- يتفق الصحفيون في القنوات محل الدراسة على ضرورة تنظيم الساحة الإعلامية خاصة من الناحية القانونية والمالية، بالإضافة لضرورة تكوين إطارات شابة لتحسين أو ضمان نجاح العمل الإعلامي الجزائري.
- القنوات الخاصة تستهدف التأثير في أكبر قدر ممكن من الجمهور، فتميل إلى الإثارة والتسرع في نقل الأخبار قبل التأكد من صحتها، ما أفقدتها جزء من احترافيتها وثقتها لدى الجمهور.
- أغلب الصحفيون يشعرون بالرضا الوظيفي في القنوات المدروسة، كما أن معدل الأجور مرتفع بشكل أكبر في القناة الثالثة مقارنة بالقنوات الأخرى.
- أغلب الصحفيون لم يتعرضوا لأي عقوبات مهنية أثناء عملهم رغم صرامة المؤسسات في تعاملها معهم.
- هناك خلط في مفهوم القيم وعناصر الخبر لدى معظم الصحفيين.
- الانفراد والأهمية يمثلان أبر قيمتان خبريتان في القنوات المدروسة، بالإضافة لقيم القرب والصراع والإثارة... إلخ.

الدراسة الخامسة: (شطاح، 2004)

- محمد شطاح، النشرة الإخبارية المقدمة في التلفزيون الجزائري: دراسة تحليلية ميدانية، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراة دولة في الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2004.
- دراسة تناولت: موضوع النشرة الإخبارية في التلفزيون الجزائري بالوصف والتحليل، وذلك بعد الانفجار الإخباري في مجال البث الفضائي الذي شهدته بداية الألفية الجديدة، وفتح المجال أمام مختلف التيارات للتعبير عن آرائها وبرامجها (أحزاب... إلخ)، ولهذا عمد الباحث على تحليل أهم نشرة إخبارية مرتبطة بالجمهور الجزائري وقتها، وهي نشرة أخبار الثامنة الرئيسية التي تمثل ذروة المشاهدة خلال أيام الأسبوع في التلفزيون الجزائري. وينطلق الباحث في دراسته من التساؤل: إلى بحث مدى توفيق القائمون

بالاتصال بمؤسسة التلفزيون الجزائري في شذ انتباه الجمهور الجزائري من خلال موضوعات النشرة وترتيبها وكيفية تفسيرها؟

واعتمد الباحث على المنهج المسحي لعينة من مشاهدي النشرة الإخبارية لمعرفة اتجاهاتهم ومواقفهم نحو نشرة الأخبار في التلفزيون الجزائري.

ويتمثل مجتمع البحث في الدراسة الميدانية في جمهور نشرة الأخبار الرئيسية في التلفزيون الجزائري من خلال عينة من المشاهدين والمتابعين للنشرة، ويندرج البحث في إطار بحوث العينات، حيث اعتمد الباحث على عينة حصصية والتي يكثر استخدامها في بحوث الإعلام، وذلك على عينة قوامها 400 مفردة مقسمة على (أساتذة، طلاب، إداريون، مهنيون للحرف الحرة)، حيث تم توزيع الاستمارة باللغتين العربية والفرنسية وبحسب طبيعة النشاط توزيعاً تناسبياً، وبحسب النوع توزيعاً غير تناسبياً. وفي الإطار التحليلي اعتمد على عينة مختارة من النشرات الرئيسية، حيث تستهدف الدراسة وبالاعتماد على تحليل المضمون للتأكيد على التكامل بين النص والصورة وعلى التركيبية الثلاثية المتفردة للأخبار التلفزيونية التي يضاف لها عنصر الصوت، والبحث عن كشف مدى تطور التلفزيون الجزائري في مجال تقديمه للأخبار وأداء دوره.

ومن أبرز نتائج الدراسة ما يلي:

- يرى غالبية المبحوثون أن توقيت عرض النشرة ملائم على الساعة الثامنة مساءً.
- يفضل المبحوثون الموضوعات السياسية مقارنة بغيرها من الموضوعات، مع وجود خلافات في تفضيل الموضوعات حسب نوع الجنس.
- تعتبر القنوات الفضائية المصدر الأول للحصول على الأخبار لدى غالبية أفراد العينة.
- تحتل قناة الجزيرة صدارة الفضائيات الأكثر متابعة من طرف أفراد العينة من أجل الحصول على الأخبار، تليها مباشرة قناة العربية.
- لا يفضل المبحوثون متابعة النشرة الإخبارية كاملة، فالكثير منهم يكتفون بمتابعة العناوين فقط.
- لغة نشرة النشرة حسب الغالبية هي لغة مفهومة (فصحى)، وأكد المبحوثون على دور مقدم النشرة في شذ انتباههم للمتابعة، كما يفضلون النشرة التي يديرها مقدمين معاً.
- أكثرية أفراد العينة يرون أن المرسلين لم يوفقوا في أداء مهامهم كما يجب، كما أنه يرون أن نسبة المصادقية في الأخبار المقدمة متوسطة بالنسبة إليهم.

-يقترح المبحوثون جوانب لتطوير النشرة منها: الاهتمام بالمصداقية الخبرية وتوسيع شبكة المرسلين في الخارج، وتغيير الديكور والجينريك لما أفضل، والابتعاد عن البناء البروتوكولي للأخبار، وضرورة الاعتماد على التقنيات الحديثة في التقديم. بالإضافة لمقترحات أخرى مثل: تعديل وقت النشرة صيفا، ووضع تشريعات جديدة وبث النشرة على الإنترنت وإنشاء قناة متخصصة في الأخبار.

الدراسة السادسة: (بوسنان، 2013)

رقية بوسنان، الفضائيات الإخبارية العربية والجمهور الجزائري: دراسة في ترتيب الأولويات: الجزيرة والعربية أنموذجا سنة 2011، بحث مقدم لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الاعلام والاتصال، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2013.

دراسة تتعلق بالفضائيات الإخبارية والجمهور الجزائري وترتيب الأولويات، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي الوصفي، من خلال فروض استهدفت تحليل العلاقة الوظيفية بين عدد من المتغيرات المستقلة المتعلقة بالمستجوبين والمواضيع والشخصيات والأماكن والمنظمات والأطر الواردة في النشريتين الإخباريتين.

وشمل المجتمع الخاص بالدراسة كل من قناتي الجزيرة والعربية وذلك باعتبارهما أهم قناتين (بحسب الباحثة). وفيما يتعلق بعينة الدراسة فقد استخدمت الباحثة العينة الحصصية فيما يتعلق بالجمهور، باختبار عدد من المفردات تمثل كل فئة من العينة دون الحاجة لنسبة تمثيلها في المجتمع. كما حدثت الباحثة مدة أسبوعين كاملين لتسجيل المادة الإخبارية ومسحها.

وفيما يتعلق بأدوات جمع البيانات فقد استخدمت الباحثة أداة الاستبيان لقياس العلاقة بين أولويات الجمهور وأولويات النشريتين، كما تم تحديدها في استمارة التحليل. وبالتالي فقد استخدمت الباحثة كذلك أداة تحليل المضمون كإطار محدد لتسجيل المعلومات بمتطلبات البحث.

ومن أهم النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة:

نتائج الدراسة التحليلية:

- يتوضح الفرق بين القنوات في إبراز مكان الحدث والتركيز عليه في الحدث المصري والبحريني والأردني والتركي، وذلك راجع لاختلاف المجال الزمني للبث، حيث كانت قناة العربية السبقة لبث قضايا مصر والبحرين، وركزت الجزيرة على أحداث الأردن وإحجامها عن أحداث البحرين.

- ركزت النشرتان على الدول الغربية بنسب معتبرة مثل الولايات المتحدة الأمريكية، صاحبة الأمر في تقرير مصير كثير من الدول والقادة.

- أبرزت النشرتان بشكل واضح المنظمات الفاعلية، والمتمثلتين تحديدا في مجلس الأمن والأمم المتحدة، أما منظمة الدول العربية فقد تم ورودها في المواضيع المذكورة باحتشام وهي المعروف عدم فاعليتها في إدارة الأحداث، فيما برز الإتحاد الإفريقي في الأحداث الليبية وانحسر دوره في تصريحات ممثليه.

- تنوعت مصادر الأخبار في النشرتين، وقد اعتمدتا على المراسلين، ثم تصريحات المعارضة، ثم وكالات الأنباء، وظهرت مصادر أخرى كشهود العيان ومواقع الإنترنت، لحرص القنوات على الوصول لمصادر المعلومات بأي شكل.

نتائج خاصة بالشكل:

- تنوعت الصيغ الخبرية بين أنواع الخبر، وهي التقرير والخبر البسيط، والخبر المركب، بالإضافة للقوالب التي تحلل فيها الأخبار، كالتحليل والتعليق والحوار، ما يؤكد على حرص القنوات بتحليل الخبر وتفسيره.

- استعانت القنوات ببعض الصور الإيضاحية بما يفيد المشاهد، وركزتا على الشريط العاجل لبث الأخبار الآنية، أو الأخبار التي تهدف لاستدراك المشاهد لما حصل من أحداث.

نتائج الدراسة الميدانية:

- يعد السبق الصحفي أهم عامل لدى أفراد العينة بجنسها لمتابعة النشرتين.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس ودرجة الثقة وهي ذات ارتباط عالي.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس ومدة الاهتمام بالقضايا المثارة في النشرتين وهي ذات ارتباط متوسط لأقل من أسبوع وعالي لأكثر من ذلك.
- يميل أفراد العينة لتفضيل الأخبار الجديدة على الأخبار المكررة، وذلك يرجع لميول المشاهد إلى النوع الذي يثير إحساس المبحوثين.
- تعد الشخصية المثيرة مهمة لترتيب أولويات النشرتين كما هي في ترتيب أولويات العينة.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الوظيفة ومدة متابعة النشرتين والمقدرة بأسبوعين.
- توجد علاقة ارتباطية بين نمط تأثير النشرتان ومتغير الوظيفة وهي علاقة عالية بين الأستاذ والطالب بالنسبة لنشرة الجزيرة، ومنخفضة بين الطالب والبرلماني في نشرة الجزيرة وعالية في العربية.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير التخصص ومشاهدة النشرتين.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الوظيفة ومتغير مدى المتابعة.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير التخصص وأسباب المتابعة.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ترتيب مشاهدة العينة للنشرتين وترتيب النشرتان للقضايا حسب مدة البث وهي متوسطة في كل الحالات.

الدراسة السابعة: (تامي، 2014)

نصيرة تامي، الأطر الخبرية لقضايا الإرهاب في البرامج الحوارية على الفضائيتين الإخباريتين الجزيرة والعربية: دراسة تحليلية مقارنة، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 16، العدد 22، 01-2014.

اهتمت هذه الدراسة ببحث ورصد الأطر الخبرية المعتمدة من قبل الفضائيات الإخبارية العربية المتخصصة تحديداً، وذلك بتسليط الضوء على قنوات بعينها وهي قناة الجزيرة وقناة العربية. حيث وبحسب الكثير من نتائج الدراسات الإعلامية السابقة، فقد تفوقت كل من قناتي الجزيرة والعربية الإخباريتين على نظيراتها من القنوات الإخبارية الأخرى في تشكيل معارف الجمهور العربي تجاه مختلف القضايا، التي تعد قضايا الإرهاب أحد أبرزها. وبالتالي فقد سعت هذه الدراسة للتعرف على حجم الاهتمام

بظاهرة الإرهاب ضمن الخرائط البرمجية للفضائيتين الإخباريتين الجزيرة والعربية، وتحديد نقاط الاختلاف بينهما، والكشف عن الطريقة التي عالجت وفقها القناتين هذه الظاهرة وتداعياتها، خاصة بعد أحداث 11 سبتمبر 2001، من خلال البرامج الحوارية الإخبارية والكشف عن درجة الاتفاق والاختلاف بين الأطر الخبرية المستخدمة في الفضائيتين، ومدى تأثير سياسة كل قناة التحريرية على أسلوب تناولهما للأخبار.

وتتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، حيث اعتمدت على منهج المسح الإعلامي أو مسح وسائل الإعلام للتعرف على شخصية الوسيلة وما يميزها عن غيرها من حيث الشكل أو المضمون، كما اعتمدت الدراسة على المنهج المقارن للتمييز بين الخصائص المشتركة أو المختلفة.

ويتمثل مجتمع الدراسة في البرامج الحوارية بالقناتين الإخباريتين الجزيرة والعربية، باختيار الأربع برامج الأكثر متابعة جماهيرية ليكونوا مجتمع البحث. فيما انقسمت عينة الدراسة إلى قسمين: الأول الخاص بالقناتين عن طريق الأسلوب القصدي بختيار القناتين الأكثر متابعة وتأثير على الرأي العام العربي: الجزيرة والعربية، بعدها تم الاعتماد فيما يتعلق بالبرامج على أسلوب الحصر الشامل للبرامج الحوارية المحددة التي تناولت الظاهرة بعد أحداث 11 سبتمبر، وقد تم اختيار هذه البرامج بطريقة قصدية كذلك.

واعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون لجمع البيانات الكمية والنوعية وللوصف الموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر.

توصلت الدراسة لجملة من النتائج أهمها:

-يصعب إيجاد تعريف دولي ومهني موحد لظاهرة الإرهاب لكونه مفهوم متطور ومتغير، وللتداخل بينه وبين صور العنف المختلفة.

-أحداث 11 سبتمبر 2001 قدمت بُعد جديد لظاهرة الإرهاب، ونقطة نوعية في تعامل وسائل الإعلام والدول معها، خاصة أمريكا.

-تجسيد الغرب لهذا العدو في إطار إسلامي أكثر من غيره.

-كلتا القنوات اعتمدتا على البرامج الحوارية المباشرة لمعالجة الظاهرة، بهدف تحقيق التفاعل مع الجمهور.

-تبنّت الجزيرة في تناول الظاهرة إطارا خبريا محايدا ضد القاعدة، وإطارا سلبيا ضد الغرب وخاصة أمريكا، بينما تبنّت العربية إطارا سلبيا ضد القاعدة وإطارا عاطفيا ضد الشباب الذين غرر بهم، بينما لم يتضح إطارها ضد أمريكا.

-هناك تباين بين القنوات من حيث تبني الجزيرة لإطار خبري غير معادي للتنظيم، بينما تبنّت العربية إطارا خبريا سلبيا معاديا ضده.

-وجود اتساق بين الأطر الخبرية المستخدمة والموقف الرسمي للدولة الباثة في العربية، مع عدم وجود اتساق بين الأطر المستخدمة والموقف الرسمي للدولة الباثة الجزيرة. وبالتالي عدم وجود توافق بين القنوات في تغطية الظاهرة.

2-2-الدراسات العربية

الدراسة الأولى: (ادريس، 2020)

محمد خليفة ادريس، ليبيا والحياد الدولي: الأطر الإعلامية للأخبار وتحليلها: تكوين وبناء الأطر الإعلامية الإخبارية. 2020.

شملت هذه الدراسة معالجة جوانب مختلفة تتعلق بالشأن الليبي بشكل منهجي وعلمي مدروس، بهدف رصد مصادر المعلومات حول الوضع وكيفية معالجة هذا الشأن من قبل القنوات الإخبارية الأجنبية الموجهة باللغة العربية، وذلك بمحاولة تحليل طرق عرض الأخبار فيها وحجم اهتمامها بالوضع الليبي، وذلك عن طريق دراسة وتحليل التغطية الإخبارية مع رصد وتحليل الأطر الإعلامية التي عملت وفقها هذه القنوات، للتعرف على آليات تأطيرها للأخبار المقدمة حول الشأن الليبي.

فقد برزت العديد من القنوات الإخبارية الموجهة من حكومات دول أجنبية أو جهات خارجية نحو الجمهور العربي، الذي يتابعها ويلقى الأخبار والآراء من خلالها، وبالتالي فقد انطلقت هذه الدراسة من مشكلة تبحث في طرق معالجة الأخبار والأطر المستخدمة في القضايا والشؤون الليبية التي قدمتها الفضائيات الإخبارية الموجهة من جهات خارجية.

وتتنمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية، حيث اعتمدت على المنهج الوصفي بهدف الحصول على نتائج تتفق وأهداف الدراسة وطبيعتها الإعلامية، حيث عمدت الدراسة على تحليل نشرات الأخبار المقدمة في القنوات الإخبارية الموجهة، والتي تم تحديدها في ثلاث قنوات إخبارية عربية من الخارج وهي: بي بي سي العربية، وقناة الحرة، وقناة روسيا اليوم، وذلك بتطبيق التحليل الكمي والكيفي على النشرات الرئيسية في القنوات الثلاث، وذلك خلال فترة امتدت لـ 90 يوماً من شهر 12 سنة 2016 إلى غاية شهر 3 سنة 2017.

وقد ارتكز التحليل الكمي على جمع البيانات بواسطة أداة استمارة تحليل المضمون التي تتسجم مع المنهج المختار، لتحليل مضمون المادة الإخبارية، كما تم تحليل المضمون بطريقة المسح بالعينة للنشرات المختارة. وهي نشرات الأخبار الرئيسية: نشرة التاسعة في كل من قناتي روسيا اليوم والحرة، ونشرة العاشرة في البي.بي.سي.

ومن أهم ما جاء في نتائج هذه الدراسة:

-عملية قياس وتفسير الأحداث في أي محتوى اعلامي تتطلب الارتكاز على نظرية إعلامية محددة للتعامل مع هذا المحتوى وفق قواعد منطقية ودقيقة بهدف الحصول على نتائج موثوقة، وهو ما تتطلب الاعتماد على نظرية التأطير.

-اهتمت القنوات الثلاث محل الدراسة بشكل أكبر بالأخبار الأمنية والعسكرية المتعلقة بالملف الليبي، كما تبنت إطار الصراع لعرض الأخبار وتحليل أسباب الأزمة، وتناولت روسيا اليوم إطار الصراع فيما يتعلق بالمواجهات بين قوات (حفر) والجماعات الإرهابية.

-كشف التحليل الكيفي للقضايا التي عالجتها نشرات القنوات الثلاث، على وجود اتساق كلي بين مواضيع أخبار نشراتها، وبين المواقف السياسية التي تتخذها الدول التي تنتمي إليها هذه القنوات.

-اعتمدت البي بي سي والحررة وروسيا اليوم، على إطار التعاون وإطار الاهتمامات الإنسانية بهدف تأكيد بحثها على إيجاد حلول للوضع المتأزم في البلاد، فيما ركز إطار النتائج الاقتصادية على مناقشة الموارد البترولية التي تتمتع بها البلاد، والتي تمثل محور مهم في الأزمة ككل.

-تسببت بعض هذه الفضائيات الموجهة بشكل مباشر أو غير مباشر في الاطاحة بالنظام السابق. كما تغير القنوات موقفها اتجاه الشأن الليبي وفق سير الاوضاع السياسية، فرفض المشير لأي طلب روسي يغير من خطاب القناة الروسية حوله.

الدراسة الثانية: (الفقيه و عبد الرحمان، 2016)

كافي محمد عبد الوهاب الفقيه، مطهر بشار عبد الرحمن، دور الفضائيات الإخبارية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور اليمني نحو القضايا والأزمات العربية: دراسة على الأزمة السياسية اللبنانية في إطار الفجوة المعرفية والأطر الإخبارية، مجلة دفاتر السياسة والقانون، المجلد 08، العدد 15، 2016-06-01.

استهدف هذه الدراسة الكشف عن الدور الذي تؤديه أهم الفضائيات الإخبارية (الجزيرة، العربية...) في تشكيل معارف الجمهور اليمني حول الأزمة السياسية في لبنان، وتشكيل أجندتهم للقضايا والأزمات

الدولية المختلفة، على ضوء نظرية الأطر الإخبارية ونظرية الفجوة المعرفية. وقياس تأثير المتغيرات التي تضعف أو تقوي معارف الجمهور واتجاهاته نحو الأزمة.

تتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت على المنهج المسحي لاختبار فروض الدراسة والعلاقة بين المتغيرات وذلك بشقيه الكمي والكيفي، حيث اعتمدت الدراسة على مسح تحليلي لمدة شهرين من التغطية الإخبارية للفضائية الثلاث بهدف كشف الأجندة الإخبارية للقضايا الدولية بها.

ويتمثل مجتمع الدراسة في نشرات الفضائيات الإخبارية المتابعة من طرف الجمهور اليمني، وتحديدًا الجمهور اليمني فوق 18 سنة من سكان العاصمة صنعاء. وطبقت الدراسة على عينة من النشرات الإخبارية بالقنوات الثلاث المختارة بحسب نسبة المتابعة، التي تم التوصل لها بدراسة استطلاعية. وقد تم اختيار النشرات الرئيسية بهذه القنوات لمدة شهرين. وحول عينة الجمهور فقد اختار الباحث عينة قوامها 400 مفردة من الجمهور اليمني وذلك وفقا لمعامل الثقة ومقدار الخطأ المسموح به.

وقد اعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون في جمع البيانات، حيث تم تحليل عينة من النشرات الإخبارية بقنوات الجزيرة، والعربية، والعالم، وقد تم اختيار تلك القنوات لتمثل ثلاث اتجاهات متباينة تجاه الأزمة السياسية اللبنانية. بينما تم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات الخاصة بالمبحوثين من الجمهور اليمني للتوصل للعديد من المعلومات كاتجاهات الجمهور نحو الأطر البارزة وأولوياتهم الإخبارية... إلخ.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

-تتفوق قناة الجزيرة الإخبارية عن غيرها من القنوات في نسبة الاعتماد عليها من قبل الجمهور اليمني. تليها قناة العربية من حيث المتابعة.

-هناك اهتمام متقارب بين المتوسط والعالى بالقضايا والأزمات العربية من قبل الجمهور اليمني من خلال تغطيات الفضائيات الإخبارية لها.

-تصدر الأزمة اللبنانية قائمة أولويات الفضائيات الثلاث، تليها القضية الفلسطينية، ثم أوضاع العنف في العراق ثالثًا، بعدما أزمة التمرد في السودان والملف النووي الإيراني على التوالي.

-وبالعودة لأولويات جمهور المبحوثين فقد تباينت الأولويات بتصدر القضية الفلسطينية القائمة كأهم قضية، ثم العنف في العراق ثم الأزمة السياسية في لبنان ثالثاً... إلخ.

-تمثل القنوات العربية المتخصصة في الأخبار أهم مصادر المبحوثين للحصول على الأخبار وبنسبة بعيدة عن المصدر الثاني المتمثل في الفضائيات العربية الأخرى، وفي المركز الثالث يأتي المصدر المتمثل في التلفزيون الوطني اليمني.

الدراسة الثالثة: (جلال، 2015)

أشرف جلال، أطر المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب في الإعلام المصري، دراسات إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، 2015-01-05.

تعالج هذه الدراسة أطر التغطية الإخبارية لظاهرة الإرهاب في الإعلام المصري، وتهتم بنوع المعالجة الإعلامية لهذه الظاهرة، واستراتيجيات تطهيرها الإخباري، والقواعد المهنية الحاكمة لتلك التغطية، وحجم الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال، ومدى إسهام التغطية في تشكيل رأي عام حول الظاهرة، وتكشف الدراسة مدى ارتباط أطر التغطية الإخبارية للظاهرة بالسباق السياسي والاجتماعي... إلخ. وذلك من خلال نظرية الأطر الإعلامية، وبالتالي تسعى الدراسة إلى معالجة طبيعة التغطية الإخبارية لظاهرة الإرهاب في الإعلام المصري، بالكشف عن مدى تلبيتها لحاجات المتلقي، وتبحث في إستراتيجية القائم بالاتصال ودوره في بناء وتشكيل الأخبار من حيث انتقاؤها، واختيار مصادرها، وزوايا المعالجة، وهل التغطية محكومة بالأطر التي تنظم نسقها والضغوط المهنية التي يعمل فيها القائم بالاتصال، أم أنها تدار وفق أجندة معينة، تُحدد للقائم بالاتصال طبيعة وزاوية تناول أو إطاره؟

ويتمثل مجتمع الدراسة في الأخبار والتقارير الإخبارية التي قامت ببحثها القنوات المصرية الحكومية والخاصة، بالإضافة إلى الأخبار المنشورة على موقع الهيئة العامة للاستعلامات. كما اعتمدت الدراسة على عينة عشوائية من الأخبار والتقارير بلغ حجمها 242 خبراً وتقريراً.

فيما اعتمدت على أداة تحليل مضمون لجمع البيانات، حيث تضمنت الأداة مجموعة من الأبعاد والفئات الرئيسية، تم إخضاعها لمقاييس الصدق والثبات. فقد اعتمدت على تحليل مضمون عينة عشوائية من البرنامج اليومي الإخباري الشامل بانوراما النيل (قناة النيل الإخبارية)، والبرنامج الإخباري اليومي

الحياة الآن (قناة الحياة الأولى)، وموقع الهيئة العامة للاستعلامات، كما اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، ثم المنهج المسحي لرصد أطر التغطية الإخبارية لقضايا الإرهاب، ومسح آليات التأطير الإخباري لها، بالإضافة للاعتماد على المنهج المقارن كذلك.

ومن أهم نتائج الدراسة:

-أكدت الدراسة عبر تحليل أطر التغطية عن اتجاه الإعلام المصري للاعتماد على أطر محددة سياسياً وأمنياً، لأن المعالجة الإعلامية تركز على مظاهر الأزمة، وليس على الأطر العامة، الأمر الذي ينعكس في تغطية إخبارية وإعلامية سطحية تفتقد إلى العمق والتفسير اللازم.

-لا يظهر أثر واضح للاختلاف بين الوسائل أو لنمط الملكية في التأثير على إستراتيجية القائم بالاتصال بشأن بناء الرسالة الإعلامية.

-تعكس نتائج الدراسة صعوبة تأثير وسائل الإعلام محل الدراسة بشكل كبير في تشكيل الرأي العام، بسبب غياب العمق في التغطية اللازمة لمثل هذه القضايا، وانطلاقها من أطر تقليدية كالصراع والاهتمامات الإنسانية، والتي بالرغم من أهميتها إلا أنها لا تحقق الفهم والوعي واللازمين للجمهور المتلقي.

-نمط الملكية لم يكن عاملاً مؤثراً في طبيعة الأطر الإخبارية، حيث إن الفروق بين الأطر في الوسائل الحكومية والخاصة غير معنوية. بسبب ارتباط أطر التغطية الإخبارية بالسياق الاجتماعي والسياسي والثقافي للجمهور المصري.

-الضغوط المهنية للقائم بالاتصال لها أثر في تبني أطر الصراع والاهتمامات الإنسانية؛ ببساطة وسهولة هذه الأطر تجعلها تنسجم بسرعة مع القوالب والأنماط الفكرية، وعمليات التهيئة المعرفية.

-إذا كان الصراع يعكس الإطار الأمني، والاهتمامات الإنسانية تعكس الإطار العاطفي، فبإطار الأثر الغائبة كفيلة بتحقيق الفهم والإدراك مثل: الأطر الأخلاقية، والحقوقية، والقانونية، فغياب مثل هذه الأطر قد يفسر حالة الاحتقان والاستقطاب السياسي والاجتماعي الذي يشهده المجتمع.

-تمثل القواعد المهنية في جوهرها خطوطاً حمراء لكافة وسائل الإعلام، فلا ينبغي تجاوزها مهما

كان المبرر.

الدراسة الرابعة: (حسن، 2017)

سناء الدين محمد حسن، القنوات الفضائية العربية ودورها في ترتيب الأجندة السياسية، بحث مقدم للحصول على درجة دكتوراه الفلسفة في علوم الإعلام والاتصال، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2017.

اهتمت هذه الدراسة بالبحث في كيفية طرح الفضائيات العربية لقضية دار فور كواحدة من أهم القضايا التي شغلت الرأي العام المحلي والدولي، وحجم التغطية الكبير لها من قبل وسائل الإعلام العربية والأجنبية، حيث ركزت الدراسة على قناتي الجزيرة والعربية كنموذج لكونهما متخصصتان في مجال الأخبار فقط، وذلك من خلال استكشاف الباحثة في دراستها لأمرين: الأول حول موضوعية الطرح الإعلامي لقضية دارفور، والثاني يبحث في تسائل يقول هل النزاع في الإقليم طبيعي (ديمقراطي بشري) أم هو كما روجت له وسائل الإعلام؟

ويتمثل مجتمع هذه الدراسة في عينة من الأساتذة بجامعة السودان، في تخصص الإعلام والعلوم السياسية، وعينة من العاملين بالإذاعة والتلفزيون، وعينة من طلاب الدراسات العليا في تخصص الإعلام (العينات من ولاية الخرطوم)، عينة تمثل عدد من السياسيين بالمجلس الوطني. وقد شملت على عينة مختارة منهم قوامها 60 مفردة من النخب السياسية والإعلامية بشكل خاص لما لها من معارف وخلفيات. وتتنمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية التي تهتم بتصوير وتحليل خصائص مجموعة تغلب عليها صفة التجديد. وقد اعتمدت في إنجازها على المنهج المسحي في إطارها التطبيقي لكونه المنهج الملائم للدراسات الميدانية.

كما اعتمدت الباحثة في جمع البيانات الميدانية على أداة الاستبيان للحصول على بيانات متنوعة من العينة المختارة من مجتمع البحث. كما اعتمدت على الملاحظة أثناء متابعتها لتغطية قناتي الجزيرة والعربية لأزمة دارفور خلال فترة الدراسة (2014-2015).

وقد توصلت الدراسة لنتائج أبرزها:

- القناتين الجزيرة والعربية تقدمان مضامين إخبارية تحمل وجهات نظر متعددة تجاه قضية دارفور.
- قناة الجزيرة تتمتع بموضوعية ومهنية أكبر في تناولها للقضية في برامجها.
- الاتجاه العام لقناة الجزيرة يتفق وفلسفة أو شعار القناة (الرأي والرأي الآخر).

-التطور التكنولوجي ساهم بإيجابية في أداة القنوات الجزيرة والعربية فيما يتعلق بالتأثير على المشاهد.

-تنوع مصادر المعلومات بقناتي الجزيرة والعربية أكسبهما التميز عن القنوات الأخرى.
-تغطية قناة الجزيرة لقضية دارفور أقرب لخيار السلام مع تحقيق سبق إعلامي. فيما كانت التغطية حيادية في قناة العربية.

الدراسة الخامسة: (محمد، 2016)

جيهان عوض إلياس محمد، صناعة الخبر في الفضائيات العربية: دراسة تطبيقية على قناتي الجزيرة وسكاي نيوز عربية في الفترة من 2014-2016، بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراه إعلام واتصال، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2016.

ناقشت هذه الدراسة كيفية صناعة الأخبار في فضائيات الجزيرة وسكاي نيوز عربية، مع الاهتمام بتأثير تطور صناعة الخبر وسرعة نقله، والبحث فيما وراءه، وفي طرق عرضه ومدى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية، وكيف تؤثر الفضائيات الإخبارية على الوعي السياسي للمجتمع العربي. ويتمثل مجتمع الدراسة في الخبراء الإعلاميين بمختلف تخصصاتهم، فيما تم الاعتماد على عينة تمثل عدد من هؤلاء الخبراء الإعلاميين (أساتذة، فنيون، برمجيون، إداريون)، من محطات إعلامية مختلفة. واختارت الباحثة قناة الجزيرة وقناة سكاي نيوز عربية لأسباب ودوافع شخصية ومهنية، كاهتمام الناس بهما بشكل كبير.

وقد استخدمت الباحثة أداة الاستبيان لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة، بالإضافة لأداتي المقابلة والملاحظة، كما اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي في دراستها لوصف ماضي الظاهرة ومناقشة حاضرها واستقراء مستقبلها.

ومن أهم النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة:

-قناة الجزيرة بوابة التواصل العالمي ومصدر المعلومات الأساسي للكثير من المتلقين.
-مكنت الفضائيات من متابعة الخبر وما وراءه حيثما كان، باشتراك المواطن في صناعة الأخبار.
-تعتمد الفضائيات على المرسلين كمصدر أساسي للخبر وبعدها وكالات الأنباء والمندوبون الصحفيون وأحياناً تستعين بالمواطن كمصدر.

- يختار القائم بالاتصال الالفاظ والعبارات وفق سياسة القناة مع مراعاة صياغة الخبر وفق العرف المهني.

- استفادت الفضائيات العربية من التقنيات الحديثة في نقل الحدث من خلال المواقع الإلكترونية، وهو ما يعكس حجم مشاركة الجمهور في صناعة الخبر.

ساهمت الفضائيات في بروز قنوات جديدة تركز على الأخبار والبرامج الإخبارية وجعلت المواطن العربي أكثر قرباً من الأخبار. كما لعبت الفضائيات دور تنقيفي إخباري وفتحت المجال للمواطن العربي بمتابعة ما يجري من حوله، ورفعت من مستوى الوعي السياسي لديهم.

- برز دور هذه الفضائيات بشكل كبير في الفترة المعروفة بالربيع العربي.

- أعادت الفضائيات الإخبارية تشكيل خارطة ذهنية للمواطن العربي بعدما أمطت اللثام عن العديد من الحقائق ونقلت صوت المواطن العربي بتعبيرها عن تطلعاته.

- معظم الأخبار تم تحريرها حسبما يتفق وسياسة الدولة، ما يؤثر أحياناً على قوة الربط بين المهنية والتطبيق، لكن في الأغلب تتمتع قناة الجزيرة بمهنية عالية يتم تطبيقها بحرفية أفضل.

- أصبحت صناعة الخبر أنجح من نقل الخبر، وزاد التنافس بشدة في هذا المجال.

الدراسة السادسة: (أبو الفتوح و الخطيب، 2011)

فاطمة الزهراء أبو الفتوح، محمود الخطيب، أطر المعالجة الإعلامية لسياسات الرئيس الأمريكي باراك أوباما: دراسة مقارنة بين قناتي الجزيرة والحرّة، مجلة حوليات آداب عين شمس، مقالة 11، المجلد 39، للعدد 1، أبريل 2011، صفحات: 289-324.

اهتمت هذه الدراسة بأطر المعالجة الإعلامية من خلال رصد خصائص المعالجة الإعلامية بالتحليل لسياسات الرئيس الأمريكي باراك أوباما داخلياً وخارجياً، عن طريق المقارنة بين كل من قناتي الجزيرة والحرّة في رؤية وعرض هذه السياسات وفق التوجهات الإعلامية لكل منهما. حيث تمثل قناة الجزيرة رؤية الإعلام العربي، بينما يتمثل الإعلام الأمريكي الموجه في قناة الحرّة، وذلك بتحليل أسلوب معالجة كل من القناتين بإسقاط فروض نظرية تحليل الأطر الإخبارية عليها.

وتتتمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية كغالبية دراسات الأطر الخبرية، حيث تعتمد على المنهج المسحي في بحثها، وذلك من خلال مسح المضمون الإعلامي المتعلق بمتابعة أبعاد

سياسات الرئيس الأمريكي باراك أوباما، والتي تم تقديمها في قناة الحرة العراقية وتحليلها من خلال برنامج: داخل واشنطن، كما قدمتها قناة الجزيرة من خلال برنامج: من واشنطن.

واعتمدت الدراسة على عينة قصدية وذلك وفق ما يلي:

-برنامج داخل واشنطن: برنامج أسبوعي يذاع على قناة الحرة.

-برنامج من واشنطن: برنامج أسبوعي يذاع على قناة الجزيرة.

-امتدت الدراسة لثلاثة شهور من 7/1/ حتى 9/30/ 2009 واعتمدت هذه الدراسة على نظرية تحليل الأطر الإخبارية في مدخلها النظري.

-كما اعتمدت على تحليل المضمون لجمع البيانات حول المعالجة الإعلامية لأبعاد السياسة الأمريكية للرئيس أوباما.

ومن أهم نتائج الدراسة ما يلي:

النتائج الخاصة بقناة الجزيرة وبرنامج من واشنطن:

-قُدِّم البرنامج في شكل مجلة تلفزيونية، تنوعت فيها المواد المصورة والداعمة للبرنامج من تقرير مصور لفيديوهات ولأرشيف فلمي مسجل.

-متوسط زمن الحلقة يصل لـ 45 دقيقة تتخللها فواصل بهدف تقليل الملل للمشاهد، وتقسيم قضايا الحلقة إلى أكثر من محور نقاشي.

-استعان البرنامج بوسائل تقنية معلوماتية لدعم مضمونه، كالبيانات الرسومية والمقالات الصحفية.

-أتاح البرنامج فرص كبيرة لإبداء الآراء ووجهات النظر وقدم ضيوف من مختلف الجنسيات ومن مختلف المناصب الرسمية والأكاديمية، بالإضافة للسماح بطرح آراء عينة من المواطنين من خلال تقارير مصورة. وبالتالي نجح البرنامج في تحقيق التوازن في المعالجة.

-نجحت القناة في جلب وزير الدفاع الأمريكي للحديث حول التحديات العسكرية لأمريكا.

النتائج الخاصة بقناة الحرة وبرنامج داخل واشنطن:

- نجح البرنامج في إيصال الرأي الأمريكي إلى المواطن العربي، ويذكر البرنامج تعريفًا بضيف الحلقة في الجزء الثاني منها، بدلا من أن يكون في الجزء الأول.
- ظهر البرنامج في قالب حوارى افتقد للمادة التلفزيونية المصورة ولوسائل جذب المشاهد.
- متوسط زمن الحلقة هو 23 دقيقة، يتخللها فاصل واحد.
- اهتم البرنامج بمتابعة تقويم إدارة الرئيس أوباما، في مختلف القطاعات الداخلية والخارجية.
- نجح البرنامج بنسبة كبيرة (50%) في استضافة ضيوف من المسؤولين الأمريكيين البارزين في الأستوديو لمناقشة بعض القضايا. لكنه لم ينجح في استضافة ضيوف من جنسيات أخرى.
- لم يعرض البرنامج الرأي والرأي الآخر، حيث وفي قضية آراء المواطنين والسياسيين عن الرئيس أوباما لم يعرض رأي مؤيدي الحزب الجمهوري.
- غلب الرأي الإيجابي في مداخلات المحللين العسكريين فيما يتعلق بالحرب على العراق وأفغانستان، مؤكداً على أهمية مواصلة أمريكا للحرب.
- لم يتح البرنامج إمكانية مشاركة الجمهور إلا من خلال البريد الإلكتروني دون ذكر نتيجة هذه المشاركة من قبلهم ولو بشكل بسيط.

2-3- الدراسات الأجنبية

الدراسة الأولى: (Entman, 2010)

Robert Entman: Media framig biases and political power: Explaining slant in news of campai 2008, page: 389-408.

وتعني: التحيزات في تأطير وسائل الإعلام والسلطة السياسية: شرح التحيز في الأخبار لحملة رئاسيات 2008.

يعد أنتمان من أبرز المنظرين في الأطر وتنسب النظرية إليه بحسب العديد من البحوث، ولديه العديد من الدراسات ومنها هذه الدراسة التي استهدفت كشف التحيز في وسائل الإعلام الأمريكية السائدة، مع إلقاء الضوء على تأثيرات وسائل الإعلام على السلطة السياسية أو السياسة العامة.

ويرى أنتمان أم التأطير غالبا ما يميل أو يتحيز إلى جانب ما عن الآخر خاصة في النزاعات السياسية جراء تطورات العالم وذلك رغم جهود الصحفيين في الحياد ومع رفض العديد من الباحثين لفكرة التحيز الإعلامي في أمريكا. وقد اعتمد أنتمان في دراسته على دراسة حالة لتغطية الحملة الرئاسية الأمريكية لسنة 2008 بالتركيز على المترشحة من الحزب الجمهوري لمنصب نائب الرئيس (سارة بالين)، من أجل التعرف على كيفية ميل أو تحيز الإطارات بمرور الوقت بسبب التغييرات والتفاعلات المختلفة؟

حيث تعمل هذه الدراسة على تنقيح نظرية التأطير لتوفير أساس نظري للدراسات المنهجية للتحيز، حيث يقترح الباحثين تمييز التأطير عن مفاهيم الاتصال الأخرى من خلال المرجعية التاريخية والثقافية.

ومن أهم نتائج هذه الدراسة:

-عكس مزاعم العديد من النقاد، الأخبار غير المتوازنة لا تنشأ من الإيديولوجيات الشخصية للصحفيين.

-تؤثر بعض المجالات والمدونون والمواقع الاجتماعية المعروفة أحيانا على الخطاب العام لوسائل الإعلام في أمريكا. ولكنها تعمل تحت ضغوط تجارية ومعايير مهنية مختلفة ومعظمها لا يهدف إلى الموضوعية بل يهتم فقط بنشر مقالاتهم.

-وضع تلميح لمقولة (كوهين) بكون وسائل الإعلام تمارس تأثيراً ضئيلاً على ماذا يفكر الناس، فوسائل الإعلام ما تزال ناجحة في إخبارهم بذلك. وهذا ليس دليل كلي على أن التباين في الرأي العام تحدده وسائل الإعلام فالأفراد يختلفون في قابلية التواصل ووجهات النظر وشخصياتهم، والادعاء هو أن وسائل الإعلام نجحت بشكل لافت في إخبار الناس بما يجب أن يفكروا فيه، فيجب أن تؤثر على تصوراتهم ومكونات المواقف بما في ذلك معايير التقييم.

-في الكثير من الحالات، تكون هناك أحداث غير مخطط لها وغير خاضعة للرقابة، ويجب على الجهات الفاعلة الرد بعد ذلك لحماية مصالحهم من خلال ابتكار إطار خاص بهم لذلك. ويتحكم الفاعل السياسي الأساسي في التوقيت والتأثير الأولي.

-تميل تأكيدات السياسة لتكون أقل صراحة في التقييم. ويظهر ذلك عادة في خطابات المرشحين أنفسهم أو الذين يؤيدون سياسة المرشح.

-يعكس الخطاب السياسي في وسائل الإعلام الضيق النسبي لثقافة النخبة السياسية في أمريكا وهذا يعني، أن سياسة صفع الاشتراكية، أو تسوية دخل الراديكالية، أو الانعزالية نادراً ما تتلقى تصريح الدعم من قبل الرؤساء والقادة الآخرين. نتيجة لذلك، قد يجادل البعض بأن هناك تحيزاً إعلامياً يقصر الطرف الأيسر من الطيف الأيديولوجي ويضع مركز السياسة الأمريكية جيداً على يمين معظم البلدان الصناعية الثرية الأخرى. وبهذا المعنى، يمكن القول إن الإعلام يعزز ويعكس أيضاً الثقافة السياسية الأمريكية المحافظة نسبياً.

الدراسة الثانية: (Scheufele, 1999)

Dietram A. Scheufele, framing as a Theory of Media Effects, Journal of Communication, Volume 49, Issue 1, March 1999.

دراسة ديترام شوفيلي بعنوان التأطير كنظرية لتأثيرات الإعلام، مجلة الاتصال، المجلد 49، العدد 01، مارس 1999.

انطلقت هذه الدراسة من شعور الباحث باتسام بحوث التأطير بالغموض النظري والتجريبي، ويرجع ذلك جزئياً إلى عدم وجود نموذج نظري مشترك تستند عليه بحوث التأطير، مما يحذر من إمكانية مقارنة الأدوات والنتائج. وقام الباحث في دراسته بتنظيم المقاربات المجزأة للتأطير في الاتصال السياسي ودمجها

في نموذج شامل يصنف الأساليب السابقة لتأطير البحوث على أساس بعدين: نوع الإطار الذي تم فحصه (إطارات الوسائط مقابل إطارات الجمهور)، والطريقة التي يتم بها تفعيل الإطارات (متغير مستقل أو متغير تابع). وذلك بتطوير نموذج لعملية للتأطير، وتحديد أربع عمليات رئيسية تتم معالجتها في البحث: بناء الإطار، وتحديد الإطار، وعمليات التأطير على المستوى الفردي، وحلقة التغذية العكسية من الجماهير إلى الصحفيين.

لذلك، فإن البحث الإضافي الذي يوضح تأثيرات الإطارات الخاصة يجب أن يتناول التأطير من جانب أكثر وضوح نظري. بمعنى آخر، كيف يمكن استخدام التأطير لتوسيع فهمنا لتأثيرات الوسائط؟ هل من الممكن تصنيف تأطير البحث من خلال المدخلات أو العمليات أو النتائج الرئيسية، وأخيراً، ما هي الآثار النظرية والمنهجية للدراسات المستقبلية حول تأثيرات التأطير؟

وتحاول هذه الدراسة أن تجيب عن هذه الأسئلة من خلال ثلاث خطوات: في الجزء الأول، يتم تضمين التأطير كمفهوم في سياق بحوث تأثيرات وسائل الإعلام. وفي الجزء الثاني تصنيف بحوث التأطير خارج إطار البحث في أبحاث تأثيرات الوسائط على بعدين: الوسائط مقابل إطارات الجمهور من ناحية، والأطر كمتغيرات مستقلة مقابل المتغيرات التابعة من ناحية أخرى. ويتفق هذا التصنيف مع فكرة Entman لتطوير مفهوم ثابت للتأطير، بفهم مشترك قد يدعم عملية تكوين إطار كنموذج بحثي.

كما يجب الإجابة على العديد من الأسئلة البحثية حول التأطير، فيجب أن نسأل أولاً: ما هي العوامل التي تؤثر على طريقة الصحفيين أو المجموعات المجتمعية الأخرى في تأطير قضايا معينة؟ السؤال الثاني: كيف تعمل هذه العمليات، ونتيجة لذلك ما هي الإطارات التي يستخدمها الصحفيون؟ فيما يتعلق بإطارات الوسائط كمتغير مستقل، يجب أن نسأل ثالثاً: ما هي أنواع الإطارات الإعلامية التي تؤثر على تصورات الجماهير لقضايا معينة، وكيف تعمل هذه العملية؟ ونسأل رابعاً: ما هي العوامل التي تؤثر على إنشاء إطارات مرجعية فردية، أم أن الإطارات الفردية مجرد تكرار لإطارات الوسائط؟

وانطلاقاً من كل التساؤلات السابقة فقد أتت إجابات الدراسة كالاتي (بعض النتائج):

-النموذج المشكل الذي أشار إليه Entman لا يزال موجوداً. حتى في مجال تأثيرات الوسائط الإعلامية، فإن مفهوم التأطير بعيد كل البعد عن الاندماج في نموذج نظري متسق.

-نتيجة لنهج العديد بالتأطير التي تم تطويرها فإن إمكانية مقارنة النتائج التجريبية التي تم الحصول عليها في هذه الدراسات محدودة للغاية، لذلك يجب أن تدمج الأبحاث المستقبلية لنتائج الأبحاث السابقة في نموذج متناسق لتطوير نموذج كامل للتأطير.

-في تأثيرات الوسائط، والأطر المفاهيمية كوسائل أو إطارات للجمهور، من ناحية، وكمغيرات مستقلة أو تابعة، من ناحية أخرى. يتم تعريف كل نوع من أنواع الأطر بشكل مفاهيمي مختلف عن بعضه الآخر، مع الأخذ في الاعتبار النتائج التي تبدو متناقضة في هذا المجال.

-التأطير كنظرية لتأثيرات الوسائط أو الوسائل يحتاج إلى تصور كنموذج عملي، بدلاً من التركيز على المدخلات والنتائج، ويجب أن تتناول الأبحاث المستقبلية الروابط الرئيسية الأربعة: بناء الإطار، وإعداد الإطار، وعمليات التأطير على المستوى الفردي، وردود الفعل من التأطير على المستوى الفردي إلى تأطير الوسائط.

-المناهج غير المتوافقة أساساً مع نفس منطقة تأطير البحث تستمر في التعايش. نموذج العملية المقترح هنا هو إطار عمل للبحث المستقبلي لمعالجة القضايا التي لم يتم حلها بشكل منهجي للوصول في نهاية المطاف لنظرية متماسكة.

الدراسة الثالثة: (Abreu, 2015)

Ardèvol-Abreu, "Framing theory in communication research in Spain. Origins, development and current situation". Revista Latina de Comunicación Social, (2015), issue : 70, pp. 423 - 450.

وتعني: نظرية التأطير في أبحاث الاتصال في إسبانيا. الأصول والتطور والوضع الحالي

تنطلق هذه الدراسة من الأصول النظرية للتأطير، فقد شهدت النظرية تطوراً سريعاً منذ منتصف الستينيات، عندما برزت في مجال علم الاجتماع. كنموذج متعدد التخصصات يسمح بدراسة شاملة لتأثيرات الوسائط الإعلامية على الأفراد والجمهير. حيث يتضمن التأطير أربعة من عناصر العملية الاتصالية: المرسل والمتلقي والرسالة (الإعلامية) والمرجعية الثقافية. لهذا تستهدف هذه الدراسة مراجعة التطورات المهمة التي مست نظرية التأطير، بالإضافة إلى تطور بحوث التأطير في الدراسات الإسبانية، وذلك انطلاقاً من التعريف بأصولها النظرية والفصل في علاقتها مع نظرية وضع الأجندة، وتطور

فروضها النظرية وأنواع الأطر البارزة وتصنيفاتها ومستوياتها وأثارها على الجمهور، وتقييم تطورها في البحوث الإسبانية.

انطلقت الدراسة من المداخل القائمة على النهج الاستقرائي بحيث تستخدم طريقة استنتاجية في التحليل، حيث يعد تحليل المحتوى الذي يتم تنفيذه من خلال هذا النهج أسهل في الأداء (بحسب الباحث)، ويمكن تطبيقه على عينة كبيرة ويمكن تكراره بسهولة. وذلك باتباع إستراتيجية معتادة تتبعها الدراسات الاستنتاجية باختيار بحوث الأطر التي اعتمدت من قبل باحثين آخرين والنظر فيها. والفصل بين الأعمال الجماعية والكتب والأطروحات ذات صلة. وتم إجراء البحث على بوابة Dialnet، باستخدام نفس الكلمات الرئيسية ونفس فترة التحليل المستخدمة في المجالات، وبالتركيز على هذا النوع من المنشورات. ولتحديد أطروحات الدكتوراه استخدم الباحث قاعدة بيانات Teseo. بعد مراجعة الوثائق واقصاء المنشورات التي تم نشرها خارج إسبانيا أو التي لم تكن مرتبطة بنظرية التأطير.

وقد استهدفت الدراسة تحليل الإنتاج العلمي خلال الفترة من 1 يناير 2008 إلى 30 أبريل 2015. وتم إجراء البحث في 2-4 مايو 2015 على موقع <http://dialnet.unirioja.es>. حيث تجمع Dialnet جزءًا كبيرًا من المنشورات العلمية، ولكن ليس جميعها.

-من الممكن أن تستخدم بعض المقالات نظرية التأطير ولكنها لم تذكر المصطلحات تأطير أو أطر (أو ما يعادلها باللغة الإسبانية) في العنوان أو الملخص أو الكلمات الرئيسية. إذ لم يتم تضمين هذه الحالات بين النتائج التي تم الحصول عليها. لذلك، فإن هذا البحث يعطينا فكرة تقريبية وغير شاملة عن مقدار دراسات التأطير في إسبانيا.

وتوصلت الدراسة لجملة من النتائج:

-كان Lgartua ومرصد المحتويات السمعية البصرية (OCA) مرة أخرى الأكثر نشاطًا في المجال البحثي العلمي.

-أبحاث الاتصال حول التأطير التي تم إجراؤها في إسبانيا يبدو أنها مستمرة في نفس السياق الذي من المتوقع أن يكون خطأً بحثيًا مثيرًا في المستقبل. مع أن بداية هذا التخصص لم تتضح بعد وأن عدد الباحثين انخفض، فقلة فقط من المؤلفين يساهمون في الإنتاج العلمي. ومع ذلك كان هناك بعض التحسن خلال العقد الماضي، ولكن بالنسبة لإسبانيا يحتاج الإنتاج للمزيد من العمل والبحث.

-ربما أحد أسباب هذا التأخر مقارنة ببعض الدول الأخرى، هو الاعتقاد بأن التأطير كنموذج معقد يتطلب إجراء عمليات المسح والتجارب المخبرية والتحليل الكمي والاحصائي للمحتوى. ومع أن هذا الأمر صحيح نسبياً، لكن يمكن أن يقتصر التأطير كذلك على استخدام المناهج النظرية والنوعية، والتي قد تعزز من رصيد الباحثين الإسبان في مجال الاتصال.

-ركزت دراسات التأطير وترتيب الأولويات على الحملات الانتخابية أو جوانب أخرى من الاتصال السياسي.

-التحيز الناتج عن تقييم الأوضاع السياسية. فالتحيز أو الاتجاه العام لوسائل الإعلام المتعلق بالخط التحريري لمؤسسات الأخبار. فالتحيز ناجم عن ديناميكيات السوق والمنافسة بين الشركات الإعلامية، أو انحياز مستمد من أيديولوجية الصحفي (انحياز اتخاذ القرار).

-قدرة الجهات المعارضة على إدخال أطرها الخاصة عند تقديم المحتوى الاخباري، بمحاولة إدخال أطر بديلة.

الدراسة الرابعة: (Vreese, 2004)

Claes H. de Vreese, The effects of frames in political television news on issue interpretation and frames salience, Volume: 81 issue : 1, March 1, 2004. Page: 36-52.

دراسة كلاس فريسي بعنوان: تأثيرات أطر الأخبار التلفزيونية السياسية على تفسير القضايا وأطر البروز، المجلد 81، العدد 01، مارس 2004:

استهدفت هذه الدراسة البحث عن تأثير الأطر الإخبارية التلفزيونية على تفسيرات الجمهور للقضايا السياسية، وتحديدًا لقضية انضمام دول قارة أوروبا لتحالف الاتحاد الأوروبي، بتبيان تأثير الأطر الخبرية مقابل تأثير المعلومات الأخرى في القصة. مع التركيز على إطار الصراع وإطار النتائج الاقتصادية، إذ قسم الباحث الأخبار إلى مجموعتين، إحداهما تشمل الأخبار التي تقوم على إطار الصراع، والأخرى تقوم على إطار العوامل الاقتصادية.

وعملت الدراسة على مجموعات نشرات إخبارية تلفزيونية تجريبية تم إنتاجها بالتعاون مع المراسلين والمحريين في برنامج إخباري تلفزيوني حول توسيع الإتحاد الأوروبي. وتم التلاعب بقصة إخبارية لتعكس إطار الصراع أو إطار النتائج الاقتصادية. حيث يوفر الإطاران توجيهًا لأفكار الجمهور حول

هذه القضية ولكنهما لا يفضيان إلى مستويات مختلفة من دعم السياسة، فالأطر الخبرية لا تقل أهمية عن الحقائق الأساسية في القصة نفسها عندما يتعلق الأمر بقضية سياسية أو قضايا بارزة معينة مثل الفقر والجريمة. وتم اختيار قضية توسيع الإتحاد الأوروبي كمثال لموضوع سياسي / اقتصادي بارز.

وتركز دراسات الأطر على مختلف الوسائل المطبوعة والسمعية البصرية لمعرفة استجابات الجمهور للأطر الخبرية، على الرغم من أن الأدلة تشير إلى تأثير مختلف للبث التلفزيوني عن التأثير المطبوع. فبث الأخبار مرجح للتأثير على الجماهير أكثر.

وتناولت الدراسة سؤالين أساسيين هما:

سؤال 1: ما هي الأهمية النسبية لوضع القصة الخبرية في إطار معين مقارنة بقيمة المعلومات الأساسية والحقائق الإخبارية في القصة؟

سؤال السؤال 2: هل يؤثر التعرض للأخبار المصممة من حيث الصراع أو النتائج الاقتصادية على مستوى دعم السياسات؟

وقد اعتمدت الدراسة على عينة ملائمة، حيث تم سحب 145 مفردة تمثل مشاركين من قاعدة بيانات قسم أبحاث الجمهور في هيئة الإذاعة العامة في هولندا، وتم تجنيد المشاركين الهولنديين البالغين حيث أشارت الأبحاث السابقة إلى أن الجنس والعمر والتعليم قد يؤثران على دعم فكرة الانضمام إلى التحالف الأوروبي.

واعتمدت الدراسة على التجربة في بحثها حيث يؤكد العديد من الباحثين على أهمية التجربة فيما يتعلق بالأخبار التلفزيونية، وقد تم إنتاج المواد الإعلامية بالتعاون مع هيئة الإذاعة الهولندية العامة التي تنتج النشرة الإخبارية المسائية الرئيسية الأكثر مشاهدة. كما تم تقديم نسخة من أخبار الساعة 8 العادية، بما في ذلك المذيع المعروفة على المستوى الوطني، وفقاً للممارسات الشائعة في NOS Journal من حيث أسلوب إعداد التقارير والمعايير الفنية. في النشرة، تم وضع القصة الإخبارية التي تم التلاعب بها تجريبياً في المرتبة الثانية، بما يتفق مع الممارسات التحريرية لألوية القصص السياسية / الاقتصادية الروتينية. حيث تم تسجيل لقطات ومقابلات وإنشاء قصص جديدة.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

- الإطار الإخباري بالنسبة للمشاركين لا يقل أهمية عن الحقائق الإخبارية الأساسية عند إعادة سرد القصة الإخبارية بأسلوبهم الخاص.
- تدعم النتائج الدراسات السابقة لتأثير الصراع وأطر النتائج الاقتصادية، وتم التأكيد على التأثيرات في سياقات مختلفة للتلفزيون (في هذه الدراسة).
- تناول سؤال البحث الأول الأهمية النسبية لإطار الأخبار مقارنة بالمعلومات الأخرى في القصة الإخبارية، ووجد أن إطار الأخبار له نفس الأهمية بالنسبة للحقائق الأساسية.
- اقترحت الدراسة أن كلاً من المشاركين الأكثر معرفة بالسياسة والمشاركين الذين يعرضون تفصيلاً أكبر للقضية، كانوا أكثر عرضة للإشارة إلى كل من المعلومات الأساسية والإطار الإخباري من المشاركين الأقل معرفة والأقل تفصيلاً.
- تؤكد النتائج على أهمية الفروق الفردية للجمهور لفهم تأثيرات التأطير وتحديد النتائج المقترحة.
- بروز الأطر الخبرية هو مجال يحتاج إلى مزيد من البحث. ولا يقل التأطير أهمية عن الحقائق الأساسية عندما يدرك الجمهور القضايا.
- لا تزال بحوث التأطير في مرحلة الطفولة فيما يتعلق بتقييم حجم تأثيرات التأطير وشرح عناصر القصة الإخبارية التي تكون بارزة بشكل خاص لفئة من الجمهور عند التفكير في القضايا السياسية.
- تشير أحد وجهات النظر إلى أن التأطير لا يؤثر على كيف يفكر الجمهور في القضايا عبر جعل بعض جوانبها أكثر بروزاً، ومع ذلك يخلص منظور آخر (كهذه الدراسة)، إلى أن التأطير يتعلق أساساً بجعل بعض جوانب الواقع أكثر بروزاً.
- تؤثر الأطر الخبرية على المواقف من خلال التأكيد على قيم أو حقائق محددة أو اعتبارات أخرى، ومنحها صلة أكبر بقضية ما مقارنة بإطار بديل. فالبروز مفهوم ذو صلة بالتأطير.

الدراسة الخامسة: (Bartholomé, 2017)

Guus Bartholomé, *Faces of conflict: interventionism and substantiveness in the conflict framing*, (PhD thesis). the Amsterdam School of Communication Research (ASCoR). University of Amsterdam Nieuwe Achtergracht: Department of Communication. Mai 2017. page: 1689-1711.

دراسة لـ: جوس بارثولومي، وجوه الصراع: التدخل والفاعلية في عملية تأطير النزاع، مدرسة أمستردام لبحوث الإعلام والاتصال، قسم الإعلام والاتصال، جامعة أمستردام، ماي 2017:

تعد هذه الدراسة جزء لا يتجزأ من بحوث التأطير في مجال الأخبار. حيث يمكن فهم الإطار على أنه عملية يتم فيها إبراز جوانب واعتبارات معينة لنقاش معين. فغالبًا ما يتم تعريف الإطار على أنه نموذج مؤسستي مركزي قد يمثل قصة تحتوي على معنى لشبكة من الأحداث. إذ يعد تأطير الأخبار جزءًا مهمًا وكبيرًا من أدبيات الاتصال السياسي وهو موضوع عدد متزايد من الدراسات، خاصة ما يتعلق بالأطر الإخبارية لقضية معينة، وهذه الأنواع من الأطر تتجاوز موضوعات معينة وتحدث فيما يتعلق بمواضيع وسياقات مختلفة وأطر متنوعة كالأهتمامات الإنسانية وإطار الإستراتيجية... إلخ، وكان محور هذه الدراسة متعلق بأحد الأطر العامة الأكثر استخدامًا في التقارير السياسية وهو: إطار الصراع. حيث عالجت هذه الدراسة عملية تأطير الأخبار بأكملها إلى عملية بناء إطار الصراع من خلال مقابلات مع الصحفيين والمحررين السياسيين. حيث تميزت الدراسة بالتغطية الفعلية للأطر من قبل وسائل الإعلام. وتتم دراسة هذا الجانب من التأطير بشكل عام عن طريق تحليل المحتوى من أجل التحقيق في مظاهر الأطر الخبرية والبحث عن إمكانية الاختلاف في أنواع أطر الصراع في محتوى الأخبار الفعلي.

واعتمدت الدراسة على تحليل أطر الصراع في الخطاب السياسي الهولندي، من خلال ثلاث محاور بحثية منفصلة. يمثل كل محور خطوة في نموذج العملية المتكاملة للتأطير على النحو الذي اقترحه DeVreese.

فركز المحور الأول على بناء إطار الصراع، والتدخل الصحفي فيه. والثاني ركز على الوجود الفعلي لأنواع مختلفة من أطر الصراع في المحتوى. والثالث، لإعداد إطار مركزي يناقش فيه تأثيرات الأنواع المختلفة من أطر الصراع والآلية العاطفية الكامنة التي تحرك هذه التأثيرات. وتكمن نقاط القوة الرئيسية لهذه الرسالة في التنوع المنهجي. كل خطوة في عملية التأطير لها خصائص مختلفة وتم دراستها

بشكل مثالي باستخدام منهجية مخصصة. ففي المحور الأول تم استخدام المقابلات للكشف عن الظروف المحددة التي تظهر فيها أطر الصراع في الأخبار السياسية. حيث عُرض على الصحفيين سيناريوهات إفتراضية قصيرة لاختيار الأخبار، لتقديم صور أكثر دقة لممارسات عملهم بعد الكشف عن عملية بناء الإطار، وفي الثانية، أجريت تحليلاً كمياً للمحتوى لتقييم وجود أنواع مختلفة من أطر الصراع في الصحف الهولندية والمقالات عبر الإنترنت.

ومن أهم نتائج هذه الدراسة:

- لا تأخذ العديد من الدراسات في الاعتبار أنواعاً مختلفة من أطر الصراع، وقلة منها تشير إلى أن أنواع مختلفة مؤثرة على الأفراد.

- نتائج هذه الدراسة متعلقة بشكل خاص بالحالة الهولندية، لكنها تفيد معرفتنا ببناء الإطار في البلدان ذات الأنظمة السياسية والإعلامية المشابهة.

- خلصت المقارنات بين الولايات المتحدة والسويد، مع نظام شركة ديمقراطي مشابه لهولندا، إلى أن أطر الصراع أكثر انتشاراً في الولايات المتحدة مقارنة بالسويد.

- المسافة بين الصحافة الهولندية والسياسيين كبيرة نسبياً، على عكس ثقافات الإعلام الأكثر حزبية، والتي قد يكون لها عواقب على التدخل الصحفي في أطر الصراع.

- في أطر الصراع نرى نظام التعددية الحزبية يؤدي إلى أهمية تشكيل تحالفات مع أحزاب متعددة كشرط لتشكيل حكومة بسبب الحاجة إلى التفاوض (نموذج بولديرمودل Poldermodel)، ما أدى إلى جعل الخطاب السياسي يتميز بالجهرية والكياسة عند مقارنته بسياق ساسي أكثر تعددية مثل أمريكا.

- تركز الدراسة على المرحلة الأخيرة من عملية تأطير الصراع، وهي مرحلة تحديد الإطار، لمعرفة كيفية تأثير أطر الصراع على المشاركة السياسية، لهذا الغرض أجريت تجربة تم فيها التلاعب بمحتوى المقالات الإخبارية.

الدراسة السادسة: (Aday, 2006)

Sean Aday, The Framesetting Effects of News: An Experimental Test of Advocacy versus Objectivist Frames, Volume: 83, issue: 4, December 1, 2006 . 767-784.

دراسة لـ شون أداي، بعنوان تأثيرات تحديد أطر الأخبار: اختبار تجريبي لأطر التأييد مقابل الأطر الموضوعية، المجلد: 83، العدد: 4، 1 ديسمبر، 2006:

تهتم هذه الدراسة بدمج الفروض التي تبحث في التأطير الإعلامي ووضع الأجندة أو ترتيب الأولويات، من خلال التركيز على القوة النسبية لأطر إخبارية معينة للحد من إدراك الجمهور والتأثير على المواقف. وتقترح نموذجًا معرفيًا لفهم الوقت الذي من المحتمل أن يكون للقصص الإخبارية، وتأثير مزدوج لنقل بروز كل من الكائن والإطار إلى الجمهور، وهو تأثير يسمى هنا -إعداد الإطار- والذي من المرجح أن يحدث عندما يستخدم الاعلام دعوة الأطر التي تستخدم إشارات الإجماع بدلاً من الأطر الموضوعية القائمة على المعيار الصحفي من جانبين. وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، كما اعتمدت على اختبار تجريبي في بحثها.

ومن نتائج الدراسة:

-تُظهر البيانات المأخوذة من اختبار تجريبي مضبوط أن الأطر المؤيدة أو المناصرة لها تأثير أطر أقوى من قصص الجريمة الموضوعية المؤطرة. مما يؤدي إلى نقل كل من العنصر والإطار إلى الجماهير والحد من إدراك الجمهور.

الدراسة السابعة: (Balaban, 2008)

Delia Cristina Balaban, The Framing or the Interpretation Frames Theory, issue 02, Journal of Media Research, 2/2008 pp. 9-13.

دراسة لـ ديليا كريستينا بلابان، حول نظرية الأطر أو التفسير، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 02، فيفري 2008:

تهتم هذه الدراسة بإحدى أحدث النظريات في مجال أبحاث تأثير وسائل الإعلام. حيث تعود أصول النظرية إلى (Gofmann) و (Kahneman and Tversky) وارتبطت تطوير نظرية التأطير في علوم الاتصال ببحوث وضع الأجندة وصولاً لتحليل الأخبار من منظور الأطر. حيث يعتبر البحث عن الآثار الإعلامية واحد من أكبر فصول بحوث الاتصال. فبتحليل عمل بعض الباحثين ودراساتهم مثل (بول لازارسفيلد، وهارولد لاسويل، وإلياهو كاتز)، فإننا ندرك أن أبحاثهم ركزت على تأثيرات وسائل الإعلام.

حتى (مارشال ماكلوهان)، مؤسس مدرسة تورنتو، والد الحتمية التكنولوجية في البحوث الإعلامية، تحدث عن تأثيرات الإعلام.

اهتمت الدراسة بالمؤسسات الإعلامية وبالتأثيرات الناتجة عن الاتصال من أجل تحسين عملياته. وانطلقت الدراسة من فكرة مفادها أن بعض الأشخاص يتمتعون بامتيازات وسائل الإعلام، فلا أحد يمكن له الحكم على شخص آخر أو حقيقة معينة، إلا على أساس المعلومات المتوفرة.

من الناحية التجريبية، تعتمد الدراسة على موضوع إعلامي يستند على نظرية التأطير في تحليل المدخلات والمخرجات، ويعتمد على منهج تحليل المحتوى، وعلى التجربة وتحليل المصدر والمقابلات شبه المنتظمة مع الصحفيين كوسائل لجمع البيانات حول الدراسة. وتتمثل ميزة استخدام نظرية التأطير في أنها تسمح بتحديد وتحليل التغييرات في العرض الإعلامي لبعض الأحداث.

ومن نتائج الدراسة:

-يعتبر بعض الباحثين أن تطوير أبحاث تأثيرات وسائل الإعلام والاتصال مجرد نهج نموذجي ليس له صلة تجريبية.

-تثير نظرية التأطير اهتماماً حقيقياً بين الباحثين في الولايات المتحدة وبريطانيا العظمى وسويسرا وألمانيا. ففي عام 2007، خصصت المجلة الشهيرة Journal of Communication إحدى أوراق ISI القليلة في مجال دراسات الاتصال لقضية كاملة حول العلاقة بين فروض التأطير والاعتماد على وسائل الإعلام، ووضع الأجنحة بتنسيق من الأستاذ ديتير شوفيل (الذي تم تناوله في الدراسة السابقة الذكر) للفترة ما بين عامي 1990-2005، وتم نشر 135 مقالاً عن التأطير في أهم المجالات العالمية في المجالات المهمة بدراسات وبحوث الاتصال: Journal of Mass Communication Quarterly ، Communication ، والمجلة الأوروبية للاتصالات.

-هناك أيضاً محاولات لتصنيف الأطر، حيث يتحدث الباحث السويسري (Jörg Matthes) عن فئتين من الإطارات الوسيطة: إطارات أسلوبية رسمية وإطارات تحتوي على هيكل لقضايا محددة.

-يتم تقديم بعض الأحداث الفردية في شكل خاص، بينما في حالة الأطر الموضوعية، يتم تقديم سلسلة من الأحداث في شكل أطر تفسيرية تأخذ في الاعتبار خلفية أوسع.

-لا ينبغي إغفال الأبعاد المتعددة لظاهرة التأيير، فهناك: التأير عن طريق اختيار القضايا الموضوعية، والتأيير بالهيكل الداخلي، عن طريق إنشاء علاقات بين جوانب مختلفة من الموضوع، وأخيراً وليس آخراً، التأير من خلال السياقات الأجنبية بإنشاء علاقات مع موضوعات أخرى.

الدراسة الثامنة: (Arifinm et al. 2020)

Muhamad Syamsul Arifinm, Diki Iskandar, Robert Entman Framing analysis of SARACEN HOAK issue news in REPUBLIKA.CO.ID AND KOMPAS.COM, Journal of Language Education Research, Vol: 3 No: 2, May 2020, page: 38-52.

دراسة تتعلق بتحليل روبرت أنتمان للأطر في أخبار سارسان هاوك (قضية المسلمين) بموقعي روبليكا وكوماس على الإنترنت:

وتتعلق هذه الدراسة من فكرة الاعتماد المتزايد على الوسائل والوسائط الإلكترونية مقارنة بالتقليدية في العصر الحديث بسبب سرعة وسهولة الوصول للمعلومات المتاحة، وكغيرها من وسائل الإعلام فعملية إعداد التقارير الإخبارية تتأثر دائماً بالأيديولوجيات والسلطة الحاكمة ومصالح ملاك الوسائل الإعلامية.

وقد سعت هذه الدراسة إلى معرفة كيفية وجود إطار إعلامي وعملية بناء للواقع الإخباري فيما يتعلق بقضية تخص المسلمين وذلك في موقعي روبليكا وكوماس الإلكترونيين.

واستعانت هذه الدراسة بفروض روبرت أنتمان في التأير (كما موضح في عنوانها) الذي يبحث في تحديد مشكلة القرار الأخلاقي في تقديم الأخبار، وما الذي ينتجه الصحفي أثناء قيامه بواجبه الإعلامي من خطوات.

وتتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية النوعية، وتعتمد على منهج تحليل المحتوى للرسائل الواردة في النص الخبري، حيث تكون في شكل رموز من الفكرة الرئيسة للموضوع الوارد في النص. حيث يريد الباحث تحليل الظاهرة الإعلامية وعوامل بناء القضية أو الواقع الإخباري، بعرض البيانات ووصف وتفسير تأير نتائج بناء الأخبار.

ومن نتائج الدراسة:

-أول ما يمكن ملاحظته هو اختلاف كيفية فهم الصحفيون للأحداث، ما يطرح مشكلة تتعلق في كون اختلاف طرق التأطير تؤدي إلى اختلاف في الحقائق ما يتسبب في وجود أخبار كاذبة حول القضية.

-من هذه الأخبار حول كيف ذكر موقع كومباس ملف مرتكبي بعض الأحداث، التي نظمت بشكل منهجي حول أجندة للمسلمين لاستخدامها كوسيلة لنشر الكراهية.

-عند بناء وتأطير قضية المسلمين في الموقعين يكون لهما انطباع مختلف، حيث يميل موقع روبيكا إلى توخي الحذر من أن قضية المسلمين سوف تقسم الأمة، بينما يطلب موقع كوماس اعتقال أو توقيف ومعاينة من يحاول تقسيم الأمة في قضية المسلمين.

2-4-التعليق على الدراسات السابقة:

من المهم الاطلاع على الدراسات السابقة ذات العلاقة بأحد متغيرات الدراسة ومداخلها النظرية، للوقوف على مدى تطور أو جدة موضوع الدراسة، وكذا الانطلاق من مرتكزات منهجية وعلمية سليمة. ومن خلال الوقوف على الدراسات السابقة فقد تم الإفادة منها بالشكل المطلوب، ويرى الباحث بعد الاطلاع على هذه الدراسات أن غالبيتها إن لم نقل كلها قد تناولت التأطير بدراسة جانب معين من الأخبار أو الظواهر، كتأطير الأخبار السياسية أو تأطير ظاهرة الإرهاب أو تأطير الأزمات السياسية كأزمة الحرب في اليمن أو أزمة مسلمو الروهينجا... إلخ، أو تناول أطر الصراع دون باقي الأطر الأخرى.

كما أن هناك دراسات في الأطر قامت على التحليل والمقارنة لأخبار معينة تبثها الفضائيات العربية والأجنبية (بالإضافة لوسائل الإعلام الأخرى المكتوبة والإلكترونية)، وأخرى بنيت على أساس فروض نظرية للأطر الإخبارية كدراسة النظرية في حد ذاتها ومرتكزاتها وإسقاط فروضها على نمط الممارسة الإعلامية في بيئة معينة. كما لم يتم إهمال دراسات نظرية ترتيب الأولويات كواحدة من النظريات التي مهدت لبروز نظرية التأطير، وكان ذلك انطلاقا من وضع الأولويات نحو وضع الأطر. وبالتالي فقد تم الارتكاز على الدراسات السابقة في الجوانب التالية:

2-4-1-الجانب النظري:

أي بناء الدراسة على أساس نظري (باراديغم) وهو المتمثل في نظريتي ترتيب الأولويات في المقام الثاني، ونظرية التأطير في المقام الأول، كواحدة من النظريات التي لم تحظى بنفس القيمة التي حظيت بها نظريات أخرى في الدراسات الإعلامية العربية والغربية إلا مؤخرا، رغم أنها من أبرز النظريات التي تهتم بكشف وتفسير العلاقة بين المعالجة الإعلامية للقضايا واهتمامات الجمهور بهذه القضايا.

2-4-2-الجانب المنهجي:

وذلك بالوقوف على الدراسات التحليلية والدراسات المقارنة للمضمون الخبري تحديدا التي تبثه أبرز القنوات المتخصصة في الأخبار وحتى العامة، من خلال نشراتها أو برامجها الإخبارية، سواء الجزائرية أو العربية أو الأجنبية.

2-4-3- الجانب المهني:

لأن عملية التأطير نفسها هي نتاج للممارسات المهنية وتقاليدها، فهي تركز على جوانب غير بارزة تحتاج لعملية التحليل لكشف المعاني والأفكار التي يتم تأطير الأخبار ضمنها، لهذا كان من الضروري الاستناد على الدراسات السابقة التي درست الجانب الإخباري في القنوات الفضائية الإخبارية وخاصة الجزائرية منها.

-وقد أكدت الدراسات السابقة جليا في نتائجها على الدور البارز الذي تلعبه القنوات الفضائيات الإخبارية في ترتيب وتشكيل وتأطير الأفكار والمعاني لدى فئة كبيرة من الجماهير والتأثير فيهم، فهي المصدر الأساسي لاكتساب الجمهور للمعرفة بمختلف القضايا والأحداث الحاصلة.

-وما تنفرد به دراستنا هو محاولة قياس وتحليل عملية تأطير الأخبار ضمن النشرات الإخبارية، أي أنها لم تدرس ظاهرة معينة بثت في نشرة أو برنامج بل حاولت فهم تأطير النشرة الإخبارية نفسها وعوامل إبراز الخبر فيها وطرق صياغته وأهميته ترتيبه ضمن الأخبار والقيم أو الأطر التي يحملها... مع وضع المقارنة لمعرفة أسباب اختلاف وتباين أخبار فضائيتين تتوجهان بمجموعة من الأخبار لنفس العينة من الجماهير وفي نفس الفترة. خاصة أن الفضائيات الإخبارية الجزائرية الخاصة أو المتخصصة في مجال الأخبار لا تزال تمثل ظواهر إعلامية جديدة، تحتاج لمزيد من البحث والتقصي لفهم مضمونها وسياساتها واتجاه الممارسة

3- الإطار النظري للدراسة: من وضع الأجندة إلى وضع الأطر

1-3- مدخل لنظريات الاعلام السائدة

2-3- مدخل لنظرية ترتيب الأولويات (أو وضع الأجندة)

3-3- نظرية الأطر الخبرية أو التأطير الإعلامي

3- الإطار النظري للدراسة: من وضع الأجندة إلى وضع الأطر

فهم النظرية لا يقتصر فقط على اعتبارها نظم من الافتراضات الشبيهة بالقوانين، بل باعتبارها كمجموعة منهجية من الأفكار التي يمكن أن تساعد في فهم ظاهرة أو توجيه العمل أو التنبؤ بنتيجة ما، وعندها يمكن للفرد أن يميز عما لا يقل عن خمسة أنواع من النظريات ذات الصلة بالاتصال الجماهيري. ويمكن أن تكون هذه توصف بأنها نظريات: اجتماعية، علمية، ثقافية، معيارية، عملية، مستمرة. (McQuail, 2009, P. 18)

تتدرج هذه الدراسة ضمن المداخل النظرية المهمة بتأثيرات وسائل الاعلام، وبتفسير دورها في المجتمع وأثرها على الجمهور، وكيف تحاول أن تصنع هذه الوسائل واقع هؤلاء وفق ما يتماشى مع مصالحها وأهدافها الفكرية والاقتصادية والاجتماعية... إلخ.

وقد ركزت العديد من البحوث على الدور المهم الذي تلعبه عملية التأطير بفضل موقعها في عملية الاتصال الجماهيري، وبالتالي فقدت وفرت للمختصين إطارا نظريا هاما، ومجالا بحثيا يساعد على فهم وإدراك هذا الدور الاتصالي المعقد بشكل أوضح، إذ تتميز نظرية التأطير بالمرونة على صعيد النص الاعلامي أو القائم بالاتصال أو الجمهور، مع الدمج بين العديد من العناصر الأخرى. (وهبي، 2013، ص. 374)

ويعتبر (شوفيلي) في نموذج حول وضع الأطر، أنه يمكن أن نقسم دراسات الأطر الإعلامية إلى دراسات تهتم بتحليل الأطر، مثلما يتم عند الاستعانة بتحليل المضمون، ودراسات أخرى اهتمت بالأطر الإدراكية التي تستقر في أذهان الجمهور، ودراسات أخرى ركزت على مقارنة الأطر الإعلامية والأطر الإدراكية، وذلك بقصد فهمها وإدراكها. (Scheufele, 1999, p. 104)

وتعتبر نظرية التأطير أو الأطر أو تحليل الأطر الإعلامية امتدادا لنظرية ترتيب الأولويات وذلك من حيث التحول من دراسة ما تقدمه وسائل الاعلام من موضوعات وقضايا عامة تدخل في أولويات الجمهور إلى دراسة التأثيرات لكيفية تغطية ومعالجة وسائل الإعلام للقضايا المختلفة على أحكام الجمهور، واتجاهاته ناحية هذه القضايا. (العبد و العبد، 2008، ص. 349)

ومع هذا هناك من لا يتفق مع هذه فكرة مساواة بين النموذجين وضع الأجندة ووضع الأطر (مثل Powers, Tewksbury, Price) الذين يعتبرون بأنه لا يمكن النظر بالمساواة بين كلا النموذجين. فوضع الأجندة ينظر إلى اختيار القصة كمحدد للتصورات العامة للقضية، فيما يركز التأطير حول الموضوعات

أو القضايا التي يتم تحديدها لتغطيتها بواسطة، بطرق خاصة لعرض هذه القضايا. (Abreu, 2015, P. 426)

وقد تشبه تأثيرات الأطر ظاهرياً تأثيرات وضع الأجندة، فوضع الأجندة هو العملية التي يؤدي من خلالها تعرض الجمهور للأخبار حول قضية ما إلى زيادة إمكانية الوصول إليها، فقد يفكر الناس أن القضايا والمشكلات التي حظيت بأكثر قدر من الاهتمام في الأخبار على أنها الأكثر أهمية، وتأثيرات التأطير يمكن اعتبارها خطوة ثانية لوضع الأجندة، كما هناك جدل إذا ما كان وضع الأجندة والتأطير يمثلان عمليات منفصلة، وقد يكون حل هذا الخلاف بإلقاء نظرة على العمليات الأساسية لهذه التأثيرات. (Oliver et al, 2020, p. 54)

ومنه فقد اعتمدت دراستنا على إسقاط لمفاهيم نظرية الأطر، لمحاولة فهم كيفية تأطير النشرات الإخبارية في الفضائيات الجزائرية العمومية والخاصة، وأوجه التشابه والاختلاف في عملية التأطير الخبري الذي يخاطب نفس الجمهور، وهو الجمهور الجزائري بكافة شرائحه.

وستقر دراستنا هذا العنصر بالكامل لمناقشة وتناول كل من نظريتي ترتيب الأولويات والأطر الخبرية بالتفصيل، وذلك لأهم ما تتضمنه النظريتين من فروض وخصائص وتأثيرات... إلخ، وذلك مروراً بمدخل عام حول نظريات الاعلام السائدة المتعلقة بالجمهور والقائم بالاتصال وحجم التأثير.

3-1-مدخل لنظريات الاعلام السائدة

تفتقر نظريات الاتصال والاعلام إلى نموذج موحد، فلدينا العديد من التوجهات العلمية المختلفة التي تدعي أنها تملك صلاحيات أصح من غيرها، فراهن بعض المنظرون على تأثير التلفزيون الترفيهي. وآخرون على نموذج دوامة الصمت مقابل الخوف من العزلة الاجتماعية، وقدم آخرون نموذج الانتشار على مرحلتين أو عدة مراحل كانتشار المبتكرات. (Reese et al, 2001) وقد برز نزاع فكري مثير بين العديد من الباحثين ضمن هذا المجال وانعكاساته، ويمثل (ماكومبس)، أحد الشخصيات الرمزية في وضع الأجندة والذي جادل بأن التأطير أصبح البعد الثاني لبحوث وضع الأجندة.

وقد صب الباحثون جهودهم منذ انتشار وسائل الإعلام الجماهيرية على دراسة كيفية تأثيرها على سلوك الفرد والجماعات... لتبرز العديد من الفروض البحثية المفسرة لهذه التأثيرات، بداية من نظرية الطلقة السحرية التي أفرزتها نظرية المجتمع الجماهيري، كأشهر وأهم النظريات التي مهدت ل طرح العديد

من المفاهيم الجديدة في فهم علاقة الفرد بوسائل الإعلام، ففي الأربعينات القرن الماضي، بدأ الباحثون يتحدثون عن التدفق الإعلامي على مرحلتين. (فائزة و بنت طاعة الله، 2014، ص. 115)

وكانت هذه النتائج بمثابة تحول كبير في محاولة فهم مدى قوة تأثير وسائل الإعلام على المتلقي بين التأثير القوي أو المحدود أو الضعيف. وعموما فإن أغلب النظريات (إن لم تكن كلها) التي اهتمت بوسائل الإعلام الجماهيرية قد ركزت على أهمية الوسيلة ودورها المحوري في العملية الاتصالية. (الضلاعين وآخرون، 2016، ص. 129)

وتتنمي نظرية ترتيب الأولويات ونظرية التأطير الإعلامي إلى النظريات التي تختلف حسب علاقتها بالجمهور أو القائم بالاتصال أو نوع التأثير وقوته (كنعان، 2019، ص. 152)

3-1-1- النظريات المتعلقة بالجمهور:

ترتبط بالجمهور المستخدم للمواد الإعلامية ومن هذه النظريات نجد:

-نظرية الاستخدام والإشباع: تفترض هذه النظرية أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات كامنة لديه، وأن دور وسائل الإعلام هو تلبية الحاجات فقط.

-نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: تركز على العلاقات بين النظم ومكوناتها، وتتنظر للمجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، كما تبحث في كيفية ارتباط أجزاءه ببعضها، وتحاول تفسير سلوك تلك الأجزاء والعلاقات التي تحكمها، ومن بينها نظام وسائل الإعلام، التي تحكمها علاقة تبعية أو اعتماد. (العبد الله، 2010، ص. 227) فالأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام ويتفاعلون معها لكونها مصدراً من مصادر الحقائق والأخبار، بهدف تحقيق أهدافهم وإدراك المجتمع من حولهم، وهذا التفاعل يتم من خلال الاعتماد على الخبرات السابقة، وتأثيرات الظروف الاجتماعية المحيطة، وكلما زادت الحاجة إلى وسائل الإعلام والاعتماد عليها زاد الاحتمال بأن تغير المعلومات من معارف وسلوك ومشاعر الأفراد أو الجمهور. (حدادي، 2020، ص. 11)

3-1-2- النظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال:

تكون مرتبطة بالمرسل أو القائم بالاتصال، ومن هذه النظريات نجد:

-نظرية الرصاصة أو الحقنة تحت الجلد: التي تفترض أن وسائل الإعلام لها تأثير مباشر وسريع في الملتقي، وأن الاستجابة لهذه الرسائل تكون متشابهة ومباشرة.

-نظرية الغرس الثقافي: التي تفترض أن الجمهور يتأثر بوسائل الإعلام في إدراك العالم المحيط به، وتكون معارفهم كالتي تفرضها وسائل الإعلام، خاصة الأفراد الذين يتعرضون بكثافة لوسائل الإعلام الجماهيرية كالتلفزيون.

-وضع الأجندة ووضع الأطر: تنطلق وضع الأطر من اعتبار أن كثرة الأحداث في عالم اليوم تقتضي إبراز مواضيع أو شخصيات دون أخرى تماشياً مع التوجهات الإعلامية للوسائل المختلفة. (العلاق، 2014، ص. 122) بينما وضع الأجندة أو التأطير هو أحدث نسخة من نهج تحليل الخطاب، وتحديداً لتحليل النصوص الإعلامية، وطرح (بيترسون) فكرة التأطير لأول مرة في عام 1955 في البداية تتم تفسير الإطار على أنه هيكل مفاهيمي أو مجموعة من المعتقدات التي تنظم الآراء والخطابات السياسية، والتي توفر فئات قياسية لتقدير الواقع، وقد تم تطوير هذا المفهوم من قبل (جوفمان) في عام 1974 ، والذي يفترض مسبقاً أن الأطر تعد شرائط سلوكية توجه الأفراد نحو قراءة الواقع. (Arifinm et all, 2020, p. 40)

وحول العلاقة بين النموذجين، فتفترض نظرية وضع الأجندة بوجود علاقة إيجابية قوية بين أجندة وسائل الإعلام وأجندة أولويات الجمهور، وهي هنا تفسر نمطا جديدا لطبيعة علاقة التأثير بين وسائل الإعلام والجمهور، وتطورت ترتيب الأولويات أو وضع الأجندة بعد عام، واتسع نطاق الدراسات فيها لتشمل مجالات جديدة في إطار مجموعة من النظريات المكملة مثل نظرية الغرس الثقافي ونظرية الاعتماد ونظرية فجوة المعلومات. (تركي، ص. 2016، ص 63)

وفيما إذا كانت نظرية وضع الأجندة والتأطير نمطان مختلفان للإشارة إلى نفس النموذج النظري؟ فمنذ أواخر التسعينيات، جادل بعض الخبراء بقيادة ماكسويل ماكومبس، بأن التأطير يمثل المستوى الثاني من نظرية وضع الأجندة، واقترحوا تكامل كلا النموذجين. (فماكومبس، لاما، لوبيز إسكوبار وراي)، اعتبروا أن التأطير هو امتداد طبيعي لنموذج وضع الأجندة. ووفقاً لهذا التفسير لن تكون الأطر أكثر من نوع سمات خاصة تسمح لنا بتحديد المشكلة وتفسير أسبابها واقتراح علاج لها. (Abreu, 2015, P. 426)

3-1-3- النظريات المتعلقة بنوع التأثير الإعلامي:

أي التأثير الاعلامي الذي تحدثه وسائل الإعلام في الجمهور: وهو على ثلاثة أنواع:

-التأثير المباشر (قصير المدى): كنظرية الرصاصة الإعلامية التي تحدثنا عنها سابقا.

-نظريات التأثير التراكمي: (طويل المدى): تأثير وسائل الإعلام لا يظهر مباشرة، وإنما بعد فترة طويلة من خلال تراكم المتابعة. ومن أمثلة هذا النوع نظرية دوامة الصمت التي تقترض أن قيام وسائل الإعلام بعرض رأي الأغلبية، يقلل من أفراد الرأي المعارض.

-نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام: وسائل الإعلام تعمل داخل نظام اجتماعي، وتراعي الخصائص النفسية والاجتماعية للجمهور، وتراعي كل الظروف والعناصر المتصلة بالاتصال. ومن هذه النظريات، نظرية ترتيب الأولويات. (كنعان، 2019، ص. 153)

وتركز دراستنا على عملية التأطير المبنية من خلال الفروض النظرية لمدخل التأطير الإعلامي أو الإخباري أو ما يعرف بوضع الأطر، وذلك مرورا بالمستوى الأول للنظرية أو أصولها النظرية، والمنطلقة تحديدا من نظرية ترتيب الأولويات أو وضع الأجندة.

3-2-مدخل لنظرية ترتيب الأولويات (أو وضع الأجندة)

ترجع أصول نظرية ترتيب الأولويات (Agenda-setting theory) لبحوث (والتر ليبمان) وكتابه الرأي العام حين أكد أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير وفي انشاء بيئات وهمية أحيانا في أذهانهم، وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الرأي العام من خلال القضايا التي تهم المجتمع، وقد تم تجاهل هذه النظرية تماما في الأربعينات والخمسينيات من القرن العشرين. (عابد، 2015، ص 155) قبل أن يتم احياء أفكارها وفروضها فيما توالى من فترات زمنية نتيجة لزيادة الاهتمام بوسائل الاعلام وتأثيراتها المختلفة على الجمهور المتلقي، وسنوضح فيما يأتي من عناصر نشأة وتطور النظرية وكل ما يتعلق بها من جوانب متعددة.

3-2-1-نشأة نظرية ترتيب الأولويات

فمن خلال التركيز وسائل الإعلام على قضايا بعينها وإقصاء قضايا أخرى تحدد أولويات أفراد المجتمع في الاهتمام بالقضايا المتعلقة بمسائل عديدة ومختلفة في المجتمع. فالنظرية بهذا المفهوم تساعد الجمهور على التفكير في القضايا التي تحدها وسائل الإعلام والتي تريد منه أن يفكر فيه (Yeong Haw et al. P. 265)

وترتكز هذه النظرية على منطلقات مفادها أن الوظيفة الأساسية لوسائل الإعلام لا تقوم على افتراض كيف يجب أن يفكر الجمهور (الاتجاهات) بل فيما يجب أن يفكر وما الذي ينبغي أن يعرفه (المعلومات) واطعة اختيارات محدودة يتم التركيز عليها والتحكم في محتواها، فتعمل على إبراز شخصيات معينة دون أخرى تماشيا مع السياسات الحاكمة للممارسة الإعلامية وبالتالي هناك علاقة إيجابية بين ما تؤكد وسائل الإعلام، وبين ما يراه الجمهور. (عابد، 2015، ص. 155) ومن هذا المنطلق تحدد كل جهة إعلامية أولوياتها فتعرضها بالكم والكيفية التي تريدها. (مجموعة من الاعلاميين، 2013، ص. 272)

فوسائل الإعلام هي من تقوم بترتيب أولويات الجمهور ودون شعور منه، فكما ذكر (نورتن لانج) أن وسائل الإعلام تعتبر المحرك الأساسي في وضع الأولويات وأنها تلعب دورا كبيرا في تحديد ما يتحدث عنه الأفراد وما يفكرون فيه، فوفق هذه النظرية الإعلام يسطر الأولويات ويبني الصور الذهنية

ويؤطر وجهات النظر وأن الناس عبر الزمن تتشرب هذه الرؤي بشكل كبير، فيتبنى الكثير منهم أفكارها فتتعمكس في تفكيرهم وقراراتهم بعدها. (عمارة، 2012، ص. 25)

إذن يمكن القول أن نظرية ترتيب أولويات كوظيفة تأثيرية لوسائل الإعلام تربط بين تصور وإدراك الناس للواقع السياسي وبين الشؤون والاهتمامات السياسية اليومية، وتلعب وسائل الإعلام دورا في تحقيق الإجماع حول بعض القضايا والاهتمامات عند الجمهور، والتي يمكن أن تترجم فيما بعد باعتبارها آراء عامة. (عابد، 2015، ص. 157)

وقد تم تجاهل هذه النظرية كليا في الأربعينيات والخمسينيات من القرن العشرين. إلا أن تمكن (كوهين Cohen) من إعادة وجهة نظر (ليمان) للدراسة، حيث زعم بأن وسائل الإعلام وإن لم تتجج دائما في إبلاغ الجماهير كيف يفكرون فهي على الأقل ستجج في إبلاغهم عما يجب أن يفكروا فيه. وقد دعم كل من (لانج ولانج Lang & Lang) هذا الرأي حين أشارا إلى أن وسائل الإعلام هي التي توجه الاهتمام نحو قضايا بعينها، فهي التي تقدم الموضوعات وتعطي فكرة لما يجب أن يفكر فيه الأفراد أو يعرفوه. (حكيم، 2018، ص. 48)

وتعرف نظرية ترتيب الأولويات على أنها عملية تديرها بعض المؤسسات التي تقدم المعلومات باختيار قضايا والتأكيد على أحداث في تغطيتها دون أخرى، ومعالجتها وتناولها بالكيفية التي تعكس اهتمامات هذه المؤسسات وأولويات من يديرها أو من يقف خلفها، في سيورة ترتيب وإعطاء أهمية لقضية دون أخرى وتقديمها بقوالب مجهزة، ويتأثر هذا الترتيب بالفكر الإعلامي للمؤسسة التي تحاول من خلال هذه العملية جذب اهتمام الجمهور لجانب معين. ويعد (ليمان W.Lippman) من خلال كتابه الشهير (public opinion) أول من تحدث عن تأثير وسائل الاعلام وترتيب أولويات الرأي العام. (كاف، 2021، ص. 385)

ويعد كل من (ماكومبس وشو Mc Combs & Shaw) من الرواد الأوائل لهذه النظرية والتي تقول بوجود علاقة بين النظام الهرمي (Hierarchical) للمعنى المعطى لنفس المشاكل من طرف الجمهور والسياسيين. فوسائل الاتصال تحدد في هذه الحالة جدولة الأحداث وتقوم بترتيب المشاكل على شكل هرم. (العلاق، 2014، ص. 85) ويعود الفضل إليهما في إجراء أول اختبار تطبيقي لنظرية ترتيب الأولويات، وكان الافتراض الأساسي لدراستهما هو: بالرغم من التأثيرات المحدودة أحيانا لوسائل الإعلام

على نوع أو شدة الاتجاه إلا أنه يفترض أن تقوم وسائل الإعلام بتحديد الأولويات للحملات السياسية، ويكون لتلك الوسائل تأثير على شدة الاتجاهات نحو القضايا السياسية المثارة. (حكيم، 2018، ص. 48)

وتواصلت بحوث الأجندة في التطور، فبرزت حديثاً مجالات سميت (ببناء الأجندة Agencia Building) وهي بناء يؤثر فيه كل من وسائل الاعلام والحكومة وعامة الأفراد ويتأثر بعضهم ببعض، لمعرفة كيف تصبح الموضوعات قضايا وذلك عكس دراسات وضع الأجندة التي تبحث في علاقة وسائل الاعلام مع الجمهور. ليساهم هذا الاتجاه في تطور بحوث الاتصال الحديثة بعيداً عن الأخبار التي كانت محور اهتمامها، ومنه انتقلت دراسات الأولويات من متغير مستقل إلى متغير تابع بفهم من يضع أجندة الاعلام بدلاً ممن يضع أجندة الجمهور؟ (كاف، 2021، ص. 385)

وتعد الأطر من المفاهيم المهمة في نظرية ترتيب الأولويات أيضاً والأطر (frames) تلفت الانتباه لبعض أوجه الحقيقة أكثر من غيرها، وتجعل التفسير ممكناً من خلال البناء اللغوي للموضوعات والنص. أما الذروة priming تكون بتركيز الأخبار على قضايا بعينها تساعد على فهم معطيات أخرى تتصل بتلك القضايا... بما في ذلك الأخبار التي تضم كما هائلاً من المعلومات التي يقوم الصحفيون والمختصون بتشكيل الأجندة حولها، من خلال الإقناع (persuasion)، سواء كان بقصد أو دون قصد. (بالنافز وآخرون، 2017، ص. 190-191)

3-2-2- فروض نظرية ترتيب الأولويات

ترتكز نظرية الأجندة على افتراض أساسي يؤكد: على وجود علاقة إيجابية قوية بين ترتيب أولويات الوسيلة الإعلامية وأولويات اهتمامات الجمهور، أي هناك علاقة وثيقة بين طريقة ترتيب وعرض وسائل الإعلام للقضايا والأخبار وترتيبها لدى الجمهور المتابع، الذي سيميل في مقدمة اهتماماته لما تبرزه وسائل الإعلام في مقدمة أخبارها. (يوسف كافي، 2015، ص. 224)

وعليه فالفرض الأول في كل بحوث الأولويات يركز بشكا واضح على عامل الارتباط بين أجندة وسائل الإعلام، وترتيبها للقضايا والأخبار، وأجندة الجمهور الذي يهتم بهذه القضايا والأخبار وفق الترتيب الذي تقدمه وسائل الإعلام لها.

وتفترض هذه النظرية أيضاً أن:

أنه ومن خلال عملية صنع الأخبار تقوم وسائل الإعلام باختيار بعض القضايا (دون غيرها) لتعرضها في طليعة الأخبار، أي يتم تركيز انتباه الجمهور على من؟ وماذا يفكر؟ (فائزة وبننت طاعة الله، 2014، ص. 117)

-وسائل الإعلام لا يمكنها عرض كل الموضوعات التي تهتم المجتمع، إنما تختار (القائم بالاتصال) بعضها، بالتركيز عليها والتحكم في محتواها.

-يمكن لوسائل الإعلام تغيير آراء الجمهور واتجاهاتهم إزاء بعض القضايا والموضوعات التي يهتمون بها، لكنها تقبل أحيانا في تحديد كيفية رؤيتهم للأمور.

-تؤدي وسائل الإعلام دورا هاما في إعلام الجمهور بالقضايا والموضوعات المهمة، وقد تكشف حجم هذه الأهمية.

-تشكل وسائل الإعلام الصور الذهنية لدى الجمهور، وتحدد وجهات نظرهم حول الموضوعات والقضايا. (الدعمي، 2017، ص. 174)

-إبراز وسائل الإعلام لقضايا أو أشخاص بشكل محدد كل مرة، لا يجعلها أكثر أهمية على حساب قضايا أخرى، إنما يجعل الوعي العام بعيد عن قضايا الأمة.

-تستعين وسائل الإعلام غالبا بالبرامج الترفيهية لكي تؤثر على الجمهور بسبب قلة وعيهم بما يدور من حولهم، وبالتالي تركز أحيانا على مسائل هامشية بدلا من مسائل لها فائدة على الجمهور.

-إدمان الجمهور على استهلاك المواد الإعلامية بشكل تراكمي ومرتب، قد يؤدي إلى تشكيله عندهم بما يتوافق مع ما تم ترتيبه بذلك الشكل من وسائل الاعلام. (الضلاعين وآخرون، 2016، ص.

338)

3-2-3- أنواع نماذج قياس الأجندة

حدد (شو ومارتن) 4 نماذج لقياس ترتيب الأولويات: (مشاقبة، 2014، ص 187-188)

-نموذج يهتم بقياس أولويات اهتمامات الجمهور وأولويات وسائل الإعلام استنادا على مجموعة من المعلومات المستقاة من المسح الاجتماعي وتحليل المضمون.

-نموذج يهتم بمجموعة من القضايا بنقل وحدة التحليل من المستوى الكلي المعتمد على المعلومات التجميعية إلى المستوى الفردي.

-نموذج يهتم بدراسة قضية واحدة لدى وسائل الإعلام والجمهور، لكن في فترتين مختلفتين.

-نموذج يهتم بدراسة قضية واحدة انطلاقاً من الفرد كوحدة تحليل.

3-2-4-العوامل المؤثرة في وضع الأجندة

تتأثر عملية ترتيب أولويات الجمهور من طرف وسائل الإعلام بعدة عوامل تغيرات منها:

-الاتصال الشخصي: فهو يعزز تأثير أجندة وسائل الإعلام حول القضايا التي تتم تغطيتها، بينما

قد ينافس أجندتها فيما يتعلق بالقضايا التي تم تغطيتها بشكل أقل.

-التفاعل الاجتماعي: يؤثر في رأي الأفراد حول بعض القضايا أو الأشخاص.

-لا يوجد اختلاف واضح في ترتيب أجندة الجمهور باختلاف الخصائص أو السمات الديموغرافية

العامة، فكلما ارتفعت درجة التجانس، يزداد دور الاتصال الشخصي في وضع أجندة الجمهور. (حكيم،

2018، ص. 49)

-طبيعة القضية: ومدى قربها أو بعدها عن الخبرة المباشرة للجماعات في المجتمع المحلي، فكلما

كانت القضية أقرب لخبرة الجمهور المباشرة كلما انخفضت معها قدرة وسائل الإعلام على ترتيب أجندة

الجمهور في تلك القضايا، بينما في القضايا البعيدة عن خبرة الجمهور المباشرة فيمكن حينها لوسائل

الإعلام أن تتجح في التأثير على أجندة هذا الجمهور. (عبد الحميد، 2004، ص. 352-353)

وقد أثبتت الدراسات قدرة وسائل الإعلام على إبراز القضايا الملموسة عن القضايا المجردة، ولهذا

فإن نوع القضية يبرز كمتغير وسيط بين أجندة الإعلام وأجندة الجمهور، كما يمكن أن تصبح القضايا

المجردة قضايا ملموسة بتزايد حجم الاهتمام الإعلامي بها. ومن الدراسات التي أجريت على طبيعة

القضية كمتغير وسيط في وضع الأجندة، دراسة (شاننو اينجر وآدم لسيمون) على التغطية الإعلامية

لحرب الخليج 1990. (عامر، 2012، ص. 107) والأمثلة كثيرة كانتفاضة الأقصى سنة 2000م،

والحرب على العراق في سنة 2003م، والحرب على غزة في ديسمبر 2008م، ليدرك الفرد السرعة التي

بها تم ترتيب أولويات الجمهور في الوطن العربي. (عابد، 2015، ص. 157)

وبالتالي وبحسب درجة اهتمام الجمهور بالقضايا يكون هناك ارتباط إيجابي بين درجة اهتمام الجمهور بالقضايا، وزيادة حصولها على أولويات أكثر، مع اهتمام أكبر بقضايا المخاطر والتهديد كالتلوث والأمراض، والقضايا التي لا تشكل تهديدا مباشرة مثل الحرب النووية... الخ. (الحاج، 2020، ص. 140)

-نوع الوسيلة الإعلامية: أكد (مكومبس) أن الصحف تقوم بدور تقديم الأولويات لقرائها، بينما التلفزيون لا يؤدي هذا الدور لمشاهديه، وخلص (خالد صلاح الدين) إلا أن الصحف والتلفزيون يحققان الدور في ترتيب الأولويات، لكن التلفزيون يحقق تأثيرات فعالة على المدى القصير، بينما تحقق الصحف ذلك على المدى البعيد، وقد أكدت دراسة لـ (باترسون ومكلور) إلا أن الإعلانات لها تأثير أكبر من التلفزيون على وعي الجمهور أثناء الانتخابات، تحديدا الأمريكية سنة 1972. (مكاوي والعبد، 2007، ص. 399-400)

فقد اختلف الباحثون في تحديد الوسائل الأكثر تأثيرا في وضع الأجندة، خاصة بين الصحف والتلفزيون، فالصحف تبني الأجندة في القضايا المحلية والإخبارية، أما التلفزيون ففي الغالب مضامينه ترفيه وتسليه ويقدم الأحداث مرتبة ما يجعله أكثر صدقا، فالأجندة ليست مرتبطة بكثرة التعرض، ولكن بقدرة الوسيلة على الإقناع والمناقشة، لذا الصحافة أقوى رغم أن الملتقي قد يتعرض بشكل أطول للتلفاز. ويؤثر التلفزيون على الأجندة الشخصية على المدى القريب ويتربد ردود الأفعال السريعة. (جابر، 2015، ص. 108)

وقد اختبر (Williams, Jr and Larsen) تأثير وسائل الإعلام خلال الفترة التي لا تتخللها الانتخابات لتحديد الأولويات، وقد توصلوا إلى وجود تأثير كبير تسببه جريدة محلية فيما يتعلق بترتيب الأولويات المحلية والوطنية بالمقارنة مع التأثير الذي يكون خلال الفترات التي تتخللها انتخابات. وبحث كل من (Palngreen and Clarke) عن تأثير الجرائد والتلفزيون في تحديد الأولويات على الصعيدين المحلي والدولي كما أنهما لم يدعما الأفكار المتعلقة بأفضلية الجرائد عندما يتعلق الأمر بتحديد الأولويات وذلك وفق ما اشارت له دراسة رقية بوسنان. (بوسنان، 2013، ص. 90)

-المدى الزمني: أي المدة التي تمكن وسائل الإعلام من تحقيق أقصى تأثير تراكمي لها على أولويات الجمهور عند معالجة قضية ما، بحيث تصبح هذه القضية ضمن أولويات الجمهور، وأكد

(هوفلاند) إلى فكرة التأخر أو التباعد ما بين تقديم المصدر بالرسالة، وقبول المتلقي لها، فبعد فترة من الزمن ينسى المتلقي المصدر في حين يتذكر الرسالة. والمدة الزمنية المثلى لوضع الأجندة تصل ستة أشهر، والتأثير الذي تمارسه وسائل الإعلام، يتم تدريجياً وتراكمياً عبر فترة من الزمن، وفي أوقات الانتخابات، فإن وسائل تحتاج شهوراً لكي تضع أجندة الناخبين. (عامر، 2012، ص. 110)

3-2-5-وظائف نظرية ترتيب الأولويات

يمكن ملاحظة ثلاث وظائف أساسية لهذه النظرية نجملها على كالاتي: البشير (2013)

- 1-مضمون وسائل الإعلام يزيد من وعي الجماهير بالقضايا التي يتناولها هذا المضمون.
- 2-تساعد النظرية على التعريف بالقضايا الهامة المقدمة في وسائل الإعلام.
- 3-في مراحلها النهائية ترتب النظرية أولويات الاهتمام بالقضايا المقدمة في وسائل الإعلام. (ص. 176)

4-وأكد (برنارد بيرلسون) في مقاله المعنون الاتصالات والرأي العام، على وظيفة أغفلها الباحثون لترتيب الأولويات حينما يرى وسائل الإعلام هي مكان الصراعات، وأن المسائل السياسية تأخذ مؤشرات من عرض وسائل الإعلام لها، فالجمهور يناقش أمور السياسة من الطرح الذي تضعه وتشرحه وسائل الإعلام، كما أن الجمهور يتعلم أيضا كم مدى أهمية تلك المسائل من خلال وسائل الإعلام نفسها. (فائزة وبننت طاعة الله، 2014، ص. 120)

ومن خلال هذه الوظائف نلاحظ أن للنظرية علاقة بمستوى التأثير المعرفي لدى الأفراد (Cognitive Effect)، وهو المستوى الأول من بين المستويات الثلاثة التي حددتها بحوث التأثير الإعلامي، وهي:

المستوى المعرفي، ثم المستوى العاطفي، ثم المستوى السلوكي. (البشير، 2013، ص. 176)

3-2-6- أجندة نظرية ترتيب الأولويات:

تقسم إلى ما يلي:

-أجندة وسائل الإعلام: أشارت دراسات إلى أن زيادة عدد الوسائل الإعلامية، وزيادة برامجها، لم تسهم في زيادة عدد القضايا التي تتناولها في وقت محدد لجعلها من اهتمامات الجمهور، فالخبراء يرون أن زيادة عدد معالجة الموضوعات يؤدي إلى تشتيت اهتمام الأفراد بها، وأن ضخامة المعالجة الخيرية أسهمت في زيادة المعلومات حول القضايا المثارة، ولم تسهم في زيادة عددها، لأن ذلك يتوافق وعمل القائمين على تلك الوسائل بعدم تشتيت الجمهور إزاء قضايا عدة. (الدعي، 2017، ص 179-180)

وقد درس (لانج ولانج ورايس)، تأثير أجندة الأعلام على الأجندة العامة وقد توصلوا إلى نتائج أهمها أن هذه الأجندة تمتد إلى أجندة السياسيين أيضا، حيث يمكن لوسائل الإعلام والاتصال أن تؤثر بشكل واضح ومباشر على أجندة الحكومة وصناع القرار. (العبد والعبد، 2008، ص. 354)

-أجندة جماعات الضغط والمصالح:

النخبة أو الصفوة من تملك رقابة أكثر على وسائل الإعلام، ولها إمكانية أكبر للوصول إلى وسائل الإعلام المختلفة، وبالتالي فالنخبة هم أكثر احتمالا لأن يعتمدوا على مصادر أخرى وقنوات بديلة، للحصول على المعلومات. (حدادي، 2020، ص. 16)

تتباين نسبة مشاركة جماعات الضغط والمصالح في رسم السياسات العامة من مجتمع لآخر حسب النظم السائد فيه، وعموما فمن بين مراحل صنع السياسات العامة تبرز مرحلة تحديد الأولويات عن طريق وسائل الإعلام، وذلك بتسليط الضوء على قضايا معينة وإحلالها بدل أخرى وبعبء عن الفاعلين الآخرين فيها، وفي كثير من الدول يكون الرئيس هو الفاعل الأساسي في هذه المرحلة بحكم موقعه وما له من سلطات، ومن يملك شعبية داخل المجتمع أيضا، يمكن له تعبئة الرأي العام حول الأجندة التي يضعها. (عبد الباقي، 2014، ص. 13)

-أجندة الجمهور:

توجد ثلاث محددات تفرض نفسها في عملية وضع أجندة الجمهور، منها محدد الوقت الذي يسهم في زيادة تنافس المصادر كسب أكبر حصة من وقت الفرد، لأن زيادة التعرض لمصدر يعني إنقاص التعرض لمصدر آخر، في حين يأتي محدد القدرة في الوصول إلى مصادر المعلومات كمعوق ثاني، فلا يصل الكل إلى المعلومات ولا الجميع لديه المهارة للتعامل مع تقنياتها، كما تعد القدرة على الاستيعاب المحدد الثالث والرئيسي في عملية وضع الأجندة، فالأفراد لهم طاقات محدودة في الإدراك والتذكر. (الدعمي، 2017، ص. 180)

كما أن نظرية الأجندة تحصر الملتقي ضمن قالب (إطار) جدول أعمال وسائل الإعلام، مما يجعل الملتقي في هذا السياق يعاني من: عجز في فهم الواقع الذي تعكسه وسائل الإعلام، كما أن وجود صور من الواقع الذي لا يدركه الملتقي بشكل مباشر يجعله يعيش الواقع بشكل رمزي من خلال ما تقدمه له وسائل الإعلام بشكل متكرر. (القاضي، 2011، ص. 60)

ولهذا يتعامل الفرد مع هذه المعلومات إما بالإهمال والتجاهل للمعلومات الجديدة التي تركز عليها وسائل الإعلام، أو قبولها بإيجابية مع وتقليل الاهتمام بالمعلومات التي كانت محط اهتمامه من قبل، ورغم وفرة المعلومات إلا أنه في أحيان معينة يكون هناك عزوف عن التعرض لوسائل الإعلام إذا كانت تلك المعلومات لا تتناسب مع فكر ومعتقدات الفرد. (الدعمي، 2017، ص. 181)

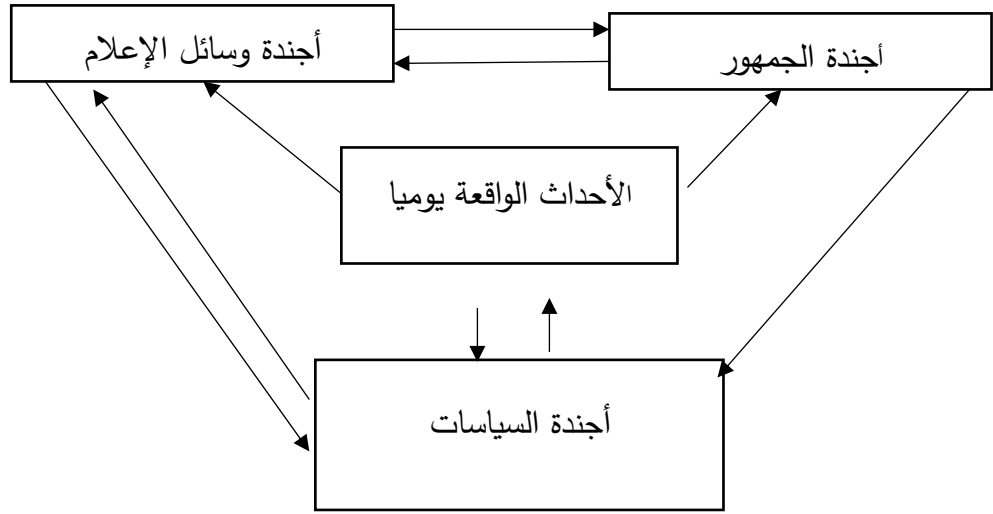
-أجندة واضعي السياسات:

تتصل بأجندة الجمهور، وتؤثر فيها القيود نفسها التي تعد كمعوق في عملية وضع أجندة الجمهور، وترتبط أجندة واضعي السياسة بالأجندة السياسية العامة ارتباطاً وثيقاً، لأن الموضوعات التي يطرحها صانعو القرار هي أولوياتهم التي يريدونها ضمن القضايا المثارة عن طريق وسائل الإعلام بشكل دائم. (الدعمي، 2017، ص. 181)

عموماً تتميز النظرية بأنها أو جدت أرضية مشتركة، حيث تبحث في ثلاث مجالات أجندة وسائل الإعلام -أجندة الجمهور وأجندة السياسة العامة أو المجتمع بالإضافة لجماعات الضغط. (تركي، 2016، ص. 63)

(ويوضح الجدول رقم 01 عملية تحديد الأولويات بين المستويات الثلاثة المشروحة سلفاً)

شكل رقم (01): يوضح عملية تحديد الأولويات بين المستويات الثلاث:



المصدر: (عبد الباقي، 2014، ص. 14)

3-2-7- إيجابيات النظرية والانتقادات الموجهة لها

-إيجابيات النظرية:

تميزت النظرية بإيجابيات ومواطن قوة في فروضها النظرية أهمها:

-رغم جوانب القصور في النظرية فهناك إجماع لدى الباحثين على أنها أسهمت في زيادة فهم وسائل الإعلام في المجتمع، وساعد هذا الاتجاه على تغيير وجهة نظر الباحثين من أجل الانتقال من دراسة أثر الاتجاهات القصيرة المدى إلى مفهوم التحليل الطويل المدى للتأثير الاعلامي، فهي تشير إلى أن وسائل الإعلام تعكس ما يجري في المجتمع، ومن ثم فإن حاجات الجمهور هي التي تحدد الأولويات الإخبارية لوسائل الإعلام. (بوسنان، 2013، ص. 174)

-التطور المستمر للبحوث التطبيقية في مجال تحديد الأولويات، ومحاولتها لتحقيق التكامل بدراسة عدد كبير من الميادين البحثية المتشابكة كالاتصال والسياسة.

-قدرتها على توليد قضايا بحثية جديدة وأساليب منهجية حديثة تتوافق مع متطلبات العصر.

-تعد من النظريات المتكاملة (لدى البعض) لاهتمامها بدراسة العديد من عناصر الاتصال، كالاتصال الشخصي والجماعي وأدوارهما. (فائزة وبننت طاعة الله، 2014، ص. 120)

-كرست النظرية من أهمية وسائل الإعلام في المجتمع، لتأكيدھا على التأثير الطویل المدى والتراكمي الذي يقع جراء التعرض الدائم لوسائل الإعلام وانعكاساته في التأثير على أفراد المجتمع.

-تقدم النظرية مجالاً واسعاً للباحثين لإجراء البحوث التجريبية، كما سمحت لهم في معرفة التأثير الناتج من المتغيرات الوسيطة التي لم تلقى أهمية في وقت سابق. (الدعيمي، 2017، ص. 178)

-بحوث الأولويات باتت من الدراسات المستقرة في أفكارها، كما يمكن دراسة نتائج دراساتھا من عدة نواحي، وأن أهميتها تبرز أكثر حين توضع في بيئتها الأنسب، أي في العملية الديمقراطية الشاملة. (كافي، 2015، ص. 224)

نقد النظرية:

رغم إيجابيات النظرية ونقاط القوة التي تميزت بها بعض فروضها، لكن وبتعدد البحوث التي أعادت عمليات الاختبار والتوسع فيها، عرضتها لبعض صور النقد في جوانبھا، أهمھا:

-أثبتت البحوث المعاصرة أن نتائج ما توصل إليه كل من (ماكومبس MC Combs، وشو Show) هي نتائج غير مؤكدة، فتحديد أجندة الجمهور قد تختلف من حين لآخر، فالأجندة ليست حقيقة ثابتة كما أوضحت الدراسات المعاصرة. كما أنه من الصعب تحديد العوامل المؤثرة وما إذا كانت التأثيرات ناتجة عن أجندة وسائل الإعلام أم عن الاتصال الشخصي. (حكيم، 2018، ص. 50)

-وسائل الإعلام لا تعبر بالضرورة عن الاتجاه السائد في المجتمع، ولا عن رأي الأغلبية وهو فرض أساسي في النظرية.

-تدعم النظرية فكرة سلبية عن الجمهور بافتراض تأثره بما يقدم له وتهمل العوامل التي قد تقويه من هذا التأثير.

-ركزت النظرية على فكرة الخوف من العزلة في تفسيرھا لصمت الأقلية تجاه رأي الأغلبية كدافع منفرد للتسليم بمبدأ قوة تأثير وسائل الإعلام. (تركي، 2016، ص. 65)

- غياب مرتكزات نظرية تستند عليها الدراسات، فهي تركز على موضوعات وقضايا عامة، بدلا من كشف ماهية الموضوعات التي تهتم الناس.

- لم تكشف البحوث مصدر التأثير على الجمهور الملتقي بشكل جلي، نظرا لوجود عدد من الأجندات المركبة مثل الفرد والجماعة والمجتمع بالإضافة، مع إغفال تأثير الاتصال الشخصي في كل أجندة وتأثير صانعي القرار والساسة. (مكاوي والسيد، 2004، ص. 291)

-وقد أثبتت بحوث لاحقة ألا وجود مؤكد للتأثيرات الناتجة عن أجندة وسائل الإعلام أو عن الاتصال الشخصي أو الجمعي. وغير معروف ما إذا كانت التأثيرات تبدأ من طرف وسائل الإعلام، أم من جهات أخرى كقيادة الرأي. كما أن فروض نظرية وضع الأجندة متداخلة مع نظريات أخرى في حدودها، فهي غير واضحة بشكل كامل، كنظرية الاستخدامات والإشاعات، ودوامة الصمت، فإن تناقش على ضوء نظرية التعلم والتنشئة الاجتماعية ربما سيكون أفضل. (الحاج، 2020، ص. 142)

ويرى جريفيين أنه ورغم أن (ماكومبس وشو) اعتبرا أن وظيفة الأجندة قائمة فعلا، لكن بعض الدراسات أثبتت أنها غير أكيدة، فاعتماد الجمهور على وسائل الإعلام لتكوين أجندة قضاياها قد اختلفت باختلاف الدراسات، كما أغفلت دراسات الأجندة التأثير التراكمي لمضامين وسائل الإعلام، وركزت على الآثار قصيرة الأمد، مع غياب الأسس النظرية التي تركز عليها دراساتهما. كما تهتم بموضوعات وقضايا متخصصة بدلا من فحص مجالات الاهتمام الممكنة لتأثير وسائل الإعلام على الجمهور. (العبد والعبد، 2008 ص. 350)

كما أن هناك جملة من الملحوظات المنهجية في تقويم النظرية نجملها في العناصر الآتية كما أوردها البشر (2013):

-اقتصار النظرية على مستوى التأثير المعرفي: فنادرا ما تبحث في المستويين الآخرين، وهما التأثير العاطفي والسلوكي، خاصة في الدراسات التطبيقية (Imperial Studies).

-اضطراب الفرض الأساسي المتعلق بمتغير القضية والجمهور: فليس ضروري أن تكون القضية مهمة للجمهور كما تعتقد وسائل الإعلام. وبالتالي هناك بعض الشكوك المنهجية حول هذا الأمر، ويؤكد (Dennis McQuail) أن النظرية مقبولة علميا في مجملها، لكنها تحتاج إلى مزيد من الدقة. (ص. 177-178)

ختاما يمكن القول بأن نظرية وضع الأجندة تجادل فكرة قدرة وسائل الإعلام في أن تحدد ما نفكر فيه. فغالبا ما تغطي بعض قضايا بشكل مكثف، فتساعد على إثارة النهم feeding frenzies ووضع

القضايا في قائمة الأولويات -الأجندة- أو تخطيها. كالحرب على العراق، والإرهاب الدولي، وفاة الأميرة ديانا Diana، والكوارث البيئية والمجاعات، فيتحول إصرار الصحافة على الاهتمام بالجريمة لعامل رعب لدى الناس أكثر من أرقام الجريمة نفسها. وأن الصحفيين يصنعون (غرفة الصدى) الخاصة بهم والتي يتتبعون من خلالها قيادة وتركيز آخرين على نفس المواد الإخبارية. (نيوتن وفان ديث، 2014، ص.

(366)

3-3- نظرية الأطر الخبرية أو التأطير الإعلامي

تعود جذور نظرية التأطير إلى عدد من الأصول الأدبية، وقد حدد عدة علماء التأطير كمفهوم على مستويات مختلفة من التحليل على وجه الخصوص، فيمكن التمييز بين المناهج المختلفة للتأطير على أساس بعدين مختلفين على الأقل: الأصول غير المنهجية (المقاربات النفسية مقابل الاجتماعية) والنماذج التفسيرية (قابلية التطبيق)، وغالبًا ما تُعزى الأصول النظرية للتأطير إلى مناهج المستوى الكلي أو السوسيولوجي. (Oliver et al, 2020, p. 51) وسنوضح بالتفصيل كل الجوانب المتعلقة بهذه النظرية فيما يلي من عناصر.

3-3-1- نشأة ومفهوم نظرية الأطر الخبرية

ترجع أصول وضع الأطر في وسائل الإعلام إلى بحوث (ليمان Lippman) في عشرينيات القرن الماضي، حول دور وسائل الإعلام في تكوين مدركات الجمهور للواقع، وبرز مفهوم الإطار Frame في البحوث الإعلامية خلال السبعينيات بفضل العالم (جوفمان Goffman) عام 1974، حين حدد بدقة مفهومه للأطر والإجراءات المتبعة في التحليل، من خلال كتابه الشهير تحليل الأطر Framing Analysis أكد فيه أن الأطر هي العمليات التي يصنف وينظم ويفسر بها الفرد الواقع. (البطريق، 2017، ص. 78)

وبالتالي (جوفمان) يعد أول من وضع مفهوم الأطر، باعتبارها أسس لتنظيم الأحداث وأشكال المعرفة بهدف توثيقها، حيث يفترض هذا المدخل أن الأحداث تكتسب مغزاها من خلال وضعها في إطار معين يضفي عليها قدرا من الاتساق بالتركيز على جوانب بالموضوع وإغفال أخرى، مع مفهوم التحيز الذي يظهر في الخطاب الخبري عن طريق الإخفاء المتعمد لبعض الجوانب أو إظهارها كلها لدعم موقف أحدهم في القصة الخبرية، أي التحيز الانتقائي الذي سيتم عرضه على نحو مفصل لاحقا. (عبد العظيم، 2019، ص. 90)

ونظرية التأطير الإعلامي تدرس ظروف تأثير الرسالة، وتقوم على أساس أن أحداث ومضامين وسائل الإعلام لا يكون لها مغزى في حد ذاتها إلا إذا وضعت في تنظيم وسياق وأطر إعلامية تنظم الألفاظ والنصوص والمعاني، وتأطير الرسالة الإعلامية يوفر القدرة على قياس محتوى الرسالة ويفسر دورها في التأثير على الآراء والاتجاهات، فوسائل الإعلام تجعل من الحدث ذو دلالة ضمن إطار

إعلامي (من حيث اللغة والصياغة والتركيز على عنصر معين) يجعله هاما في قلب الإطار كله. (جابر، 2015، ص. 149)

وتتطلق هذه الأطروحة في أسسها من باراديغم نظرية التأطير الاعلامي أو الأطر الإخبارية إذ كواحدة من أبرز النظريات المعاصرة، التي تمنح الباحث طرق قياس المحتوى غير الصريح للمضامين الخبرية المثارة خلال فترة معينة، وقد أشار (إنتمان Entman) لمفهوم الإطار بأنه الفكرة المحورية التي تتضمن انتقاء جوانب معينة من الحقيقة المدركة دون غيرها وجعلها أكثر بروزا في النص الاعلامي حيث يتم من خلاله تحديد القضية وتفسير أسباب حدوثها، وتقييم أبعادها المختلفة، ثم طرح حلول وتوصيات بشأنها. (الشرنوبي، 2018، ص. 204-205) وبالتالي فالإطار الاعلامي يعد أحد المداخل الحديثة في الدراسات الإعلامية، بتقديم تفسير منظم لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات التي تخص أهم القضايا، ولكيفية حدوث التأثيرات المعرفية والوجدانية لوسائل الإعلام وعلاقتها بالجمهور بمختلف فئاته. (الدليمي، 2017، ص. 225)

وتعد نظرية تحليل الأطر الإعلامية امتدادا لنظرية ترتيب الأولويات وذلك بالتحول من دراسة ما تقدمه وسائل الاعلام من موضوعات عامة تدخل في أولويات الجمهور إلى دراسة تأثيرات طريقة تناول ومعالجة القضايا المختلفة على أحكام الجمهور، واتجاهاته ناحية هذه القضايا. (العبد والعبد، 2008، ص. 349) وقد أكد ماكومبس وزملائه أن التأطير أو القولية تعد بمثابة المستوى الثاني من نظرية وضع الأجندة، حيث تؤثر الخصائص المرتبطة بالمضمون وطريقة تقديمه، على طريقة تقييم الأفراد لهذا المضمون. في المقابل اعتبر باحثون آخرون ك انتمان أن التأطير مفهوم مختلف ومستقل عن وضع الأجندة، يقدم أسلوب يوضح قوة النص أو المضمون المقدم في وسائل الإعلام. (ابراهيم، 2017، ص. 319)

وقد ربطت بعض الدراسات، التأطير بدراسات أخرى كدراسات وضع الأجندة (agenda Setting) والتهيئة المعرفية، فيرى كل من (مكومبس وشو) أن التأطير هو امتداد لوضع الأجندة، وذلك بتسميته بمصطلح (Second-level Agenda Setting) أي المستوى الثاني لوضع الأجندة، وذلك لإبراز أثر التغطية الإخبارية وعلاقتها بتفسير الجماهير لها، كما اعتبرت دراسات أخرى أن وضع الأجندة والتأطير مفهومان غير مختلفين. ويرى Entman أن تشكيل الأطر الإخبارية يتم من خلال الكلمات الرئيسية (Keywords)

والوصف المجازي (mitaphors)، والمفاهيم (Concepts)، والرموز (Symbols)، والصور المرئية Visual Images، كما يتم استبعاد بعض وإبراز أخرى. (عدة، 2021، ص. 315-316)

ولهذا يعتبر بعض الباحثين الأطر كوجه آخر لنظرية التهيئة المعرفية لتفسيرها أيضا لدور الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور حول الكثير من القضايا، ولكن نظرية التهيئة المعرفية تهتم بالمضمون، بينما تهتم نظرية الأطر بالشكل كذلك، كما ظهر اتجاه بحثي جديد يجمع بين بحوث الأجندة والأطر بشكل أوضح يسمى FRAME SETTING، كما ظهر مفهوم (توحد الأجندة AGENDA MELSING) الذي يعتبر أن الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام لربط بعضهم البعض، وكلما شارك الفرد في الموضوع المقدم دخل في نوع من التغذية الاجتماعية من خلال أجندة عامة. (العبد والعبد، 2008، ص. 349)

ونوه عالم الاجتماع (Goffman) إلى مفهوم الإطار باعتباره تنظيمًا وتدعيما للرسائل الإعلامية، ووضعها في سياقات وأطر تؤكد على جوانب معينة، مما يساعد الأفراد على إدراك الرسائل الإعلامية المقدمة، ويعد (باتسون Bateson) أول من استخدم مصطلح الإطار، (بين عامي 1955 - 1972)، وقد قدما كل من (برجر ولكسمان Berger & Luxkman) خلال الستينات محاولات جادة لتطوير مفهوم الأطر، الذي تركزت ملامحه أكثر خلال الثمانينات، وربطت علاقتها بمفاهيم التفاعل الرمزي والواقع الاجتماعي اليومي. (عليان، 2019، ص. 27-28)

ويرجع أول إجراء تطبيقي لوضع الأطر في الدراسات الإعلامية إلى الباحثة (توشمان Tushman) في دراستها عامي 1976 و1987م، حين وظفت تحليل الإطار كأداة منهجية لتحليل المضمون الإخباري في وسائل الإعلام، (يبقى التطبيق العلمي والمنهجي الدقيق للنظرية يعود للباحث إنتمان في دراساته خلال سنوات 1989-1991، 1993م، بربطه بين تحليل الأطر وتمثيل المعلومات من قبل أفراد الجمهور)، كما طور (ريشارت) عام 1997م دليل استخلاص الأطر بوصفه أسلوبا كميًا لتحليل المحتوى الظاهر في الرسائل الإعلامية عند تغطية مختلف القضايا. (البطريق، 2017، ص. 78)

ويحدد (Entman, 1993) مفهوم الإطار الإعلامي بأنه الانتقاء المتعمد لبعض أبعاد الحدث، أو القضية وجعلها أكثر بروزا في المحتوى الإعلامي بطريقة تنظم القضية وتحددها وتضفي عليها قدرا من

الاتساق. ومدى قدرة هذا المحتوى على التأثير في وعي المتلقي، وبالتالي يعد الإطار الإعلامي بمثابة الكيفية التي يفهم بها المتلقي سير الأحداث. (p. 46)

فالأطر هي زاوية تناول الإعلامي الذي يعود إلى ذهن القائم بالاتصال، فهو منتج الخطاب الذي يقوم بتأطيره بما يتناسب مع أفكاره واتجاهاته، وذلك بالتركيز على جوانب وعناصر وتهميش أخرى في المحتوى الاعلامي لتحقيق أهداف خاصة به وبالوسيلة الإعلامية، ما يعزز افكاره ويبرز ما يرمي لإيصاله للجمهور واقناعه بها بالاعتماد على أسلوب الانتقاء والابراز. (حسون، 2015، ص. 22-23)

ويعرف السيد ومكاوي (1999) الإطار الإعلامي لقضية ما بأنه: انتقاء مقصود لبعض جوانب الحدث أو القضية وجعلها أكثر بروزا في النص الإعلامي من خلال أسلوب مقصود، يعمل على توصيف المشكلة وتحديد أسبابها وطرح حلول بشأنها. وذلك مثلما أكده (Entman) في دراسة التي أجراها في 2003، إضافة إلى تنقيحه لمفهوم التأطير بأنه يستلزم الانتقاء والتركيز على بعض أوجه الأحداث والقضايا وربطها معا للحصول على تفسيرات وتقييمات وحلول خاصة بشأنها. (ص. 348)

ويعرف حسني نصر التأطير باعتباره عملية اختيار لبعض من عناصر الواقع المدرك، وتركيب قصة خبرية توضح الارتباط بين هذه العناصر، وتعمل الأطر على تشكيل تفسيرات الجمهور وتفضيلاتهم من خلال عناصر الإبراز، فالإطار يقدم زوايا أو أفكار محددة، لحث الجمهور المستهدف على التفكير واتخاذ قرار حياله بطريقة معينة. (نصر، 2015، ص. 277-278)

والأطر ما هي إلا طريقة أو أداة تقدم وسائل الإعلام من خلالها المعلومات حول مختلف القضايا، وهي تستمد جذورها من بعض النماذج التي تعتمد على التفاعل الرمزي Symbolic Interaction والبناء الاجتماعي Social Construction للحقيقة، وبالتالي فوسائل الإعلام ليست سوى أدوات يتحكم بها الإعلاميين لتشكيل أطر لعرض الأفكار، وهذا الإطار يتناسب مع أهداف المصدر فمن غير المحتمل أن تكون المعلومة المقدمة لنا عبر هذا الإطار موضوعية فعلا. (أبو حسن، والصدیق، 2016، ص. 51-52)

والإطار الخبري قد يصل بأهميته لدرجة الغاء من شخصية القائم بالاتصال ليكتفي بالنقل دون أن تكون له بصمة تفرد في الاختيار، بحيث تكرر المنظومة أنماطها وقوالها عليه أثناء العمل،

فالإطار قد يتم من خلال اختبار سياقات معينة كالتحويل أو التهوين، والحذف أو التشويه، بالسماح بتكر تفاصيل معينة وحذف غيرها، ما قد يعكس رأي معين هو ما يرغب فيه القائم بالاتصال انطلاقاً من أطر مرجعية في اختياره وصياغة للأخبار، لا ما وقع بالفعل، ما قد يؤثر على فهم الجمهور للحدث. (عفان وأجغيم، 2017، ص. 214)

ويقول (Gasmon and Modigliani, 1987) إن الإطار هو فكرة مركزية منظمة أو خط قصصي مقصود يقدم معنى لمجموعة من الأحداث التي قد تكون متداخلة وغير مترابطة، وهو باختصار جوهر قضية مختلف عليها. (P. 137)

لهذا تتجاوز عملية صياغة الأطر وضع الأجندة كونها أكثر تقيداً منها، لأن وضع الأجندة تضع القضية ضمن أولويات الجمهور، بينما وضع الأطر توضح هذه القضية وتأثيرها وكيف يجب أن يتمثل إدراك الجمهور لها، كربط وسائل الإعلام الغربية بين العمليات الإرهابية والمسلمين. (أحمد، 2021، ص. 124)

وبالتالي فإن مفهوم الأطر الإعلامية يعتبر أحد أهم المفاهيم الجوهرية التي يتفاعل في تكوينه العديد من التداخل النظرية التي تسعى لتناول دور وسائل الاعلام وتأثيراتها، وهي من أبرز المفاهيم الحديثة التي توضح دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته حول القضايا. (حسونة، 2015، ص. 21) حيث وضحه غوفمان في الفرضية العلمية بكونه تنظيم رسائل المحتوى الإعلامي لوسائل الإعلام، وتعرض الجمهور لهذه الوسائل يؤثر في أفكاره وردود أفعاله. (Adimsimon & Xenos, 2000, p. 366)

وهو ما يتلاءم مع إشكالية الدراسة فيما يتعلق بتأطير اهتمامات الجمهور الجزائري من خلال شريط الأخبار المقروءة في القنوات التلفزيونية، فالتأطير Framing عملية اتصال جماهيري متعددة الأطراف، فيما تتعلق الأطر Frames أو الإطار Frame بالزوايا التي تتم من خلالها تغطية القضايا المختلفة وتأثيراتها في الجمهور. (أحمد، 2009، ص. 219)

حيث يتدخل القائم بالاتصال في تحديد ما ينشر، فهو يقوم بتشكيل الأطر والسياقات المعرفية للجمهور وبالتالي يؤثر على الطريقة التي يدرك بها الجمهور للمحتوى. (جلال، 2015، ص. 4)

ومن خلال مختلف المعطيات السالفة الذكر، نلاحظ أن عملية التأطير ارتبطت أكثر بمفهومى الابرار أو الانتقاء كمرتكزتين أساسيتين للفرض النظرى الخاص بها. حيث يعنى التأطير انتقاء جوانب معينة من الواقع والتركيز عليها وإبرازها عن غيرها من جوانب الموضوع، ويتم ذلك باستخدام مفردات رئيسية أو تعبيرات نمطية أو الاعتماد على مصادر معينة تدعم حقائق وأحكام بعينها، يتم نشرها في المجتمع وتساعد في تحديد كيفية رؤية الفرد للعالم من حوله. (حسن ب، 2021، ص. 24) فهي تعني بدراسة تحليل المضمون غير الصريح للرسالة الإعلامية، ويتم من خلالها توظيف المحتوى الإعلامي لربط معاني مختلفة في عقول الجمهور بالاعتماد على ملامح هذا المحتوى لتحفيز نوع من الإشارة المعرفية لما هو مختزن في ذاكرة مفردات الجمهور. (Hall, 2000, p. 323)

وعملية التأطير تعتمد على طريقة تفكير مقبولة من ناحية الموضوعية، بمساعدة الأدوات الموضوعية يمكن تحديد عملية التأطير، مثل العنوان والتحليلات المرافقة للصورة، ولو أنه ليس من الدائم أن يدعم الخبر العنوان، فأحيانا يعطي المحرر عنوان الخبر وليس الكاتب، وذلك يعود إلى عامل -الريتنيج- لجذب أكبر عدد ممكن لقراء الخبر. (كنعان، 2014، ص. 234)

وقد تم استخدام مفهوم التأطير في الدراسات المعاصرة على مستويين: المستوى الأول يعتبر أن التأطير يقدم وصف للعملية التي يدرك من خلالها الفرد المعلومات المقدمة وينظمها وفقا لإطاره المرجعي، ويسمى هذا تأطير الفرد، والذي يعد مخرجا لخبراته ومعارفه السابقة. أما المستوى الثاني فيعزى إلى استخدام التأطير لوصف الفكرة المحورية في القصة الإخبارية، ويسمى هذا المستوى إطار وسائل الإعلام، ويؤثر ذلك على رؤية الأفراد وتقييمهم للقضية المقدمة وكذلك إمكانية تذكرها مجددا. كما تبرز النظرية بمفهوم (تحليل الأطر) التي تعود إلى أعمال مجموعة باحثين ظهرت أوائل الثمانينيات في أمريكا، للضغط على القوى المسيطرة ضمن مجال التعبئة السياسية وقتها، وكوسيلة لفهم هذا العمل المتمثل في إضفاء الدلالة، عبر دراسة الطريقة التي يتولى بها كوادر وأعضاء حركة تأطير أحداث وأوضاع، أو إضفاء المعنى عليها وتأويلها، لكسب تأييد الجمهور. (ماثيو وآخرون، 2017، ص. 71)

ويبرز تحليل الإطار الإعلامي كمدخل علمي ومنهجي رائد في الكشف عن المحتوى الضمني للرسالة الإعلامية، من خلال تنظيم الأحداث وربطها بسياقات معينة ليكون للمحتوى معنى معين. (بدروس، 2021، ص. 48)

3-3-2- فروض نظرية الأطر الخبرية

تنطلق هذه النظرية من افتراض أساسي مفاده أن الكيفية التي تصاغ بها القضية في القصة الخبرية يمكن أن يكون لها تأثير هام حول أسلوب أو طريقة فهمها واستيعابها من قبل الجماهير (Scheufele & Tewksbury, 2007, p. 11)

وتقتضض هذه النظرية كما أشرنا في مفهومها سابقاً، أن الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى معين، وإنما تكتسب مغزاهما من خلال وضعها في إطار يحددها، من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال أخرى مع الأخذ بعين الاعتبار أن الأطر تتأثر بالإيديولوجية والاتجاهات السياسية للوسيلة الإعلامية، وكذلك المصادر الخارجية مثل الفاعلين السياسيين والسلطات وجماعات الضغط والنخب وغيرها. (الشرنوبي، 2018، ص. 204-205) فمن الجهات الخارجية الذين يهتمون بالتأطير والتأثير، هم مستشارو الاعلام، الناطقون أو الدعائيين الذين يعملون تحت إمرة السياسيين، هذه الجهات تلقب بـ: المستشارون الإعلاميين، الذين لهم القدرة على التأثير في الاعلام ومنه على الرأي العام -التمويه الإعلامي- ناجم من إرادة السياسي على إظهار أحداث هو نفسه يرغب بظهورها خدمة لمصالحه. (كنعان، 2014، ص. 234)

ويفسر (ايرفنج جوفمان) فرضها الأساسي بكون الطريقة التي تصنف وتقدم وسائل الإعلام الأحداث من خلالها، تؤثر في أفكار وردود أفعال الجمهور عليها. (Entman, 1993, p. 52)

وهناك بعض الفروض الثانوية التي تفرعت من الفرض الرئيسي، نوجز منها:

-تركز وسائل الإعلام في رسائلها على جوانب في القضية دون غيرها بخلق أطر معينة يستخدمها أفراد الجمهور في تقييمهم للقضية، فتتشكل آراء الجمهور واتجاهاته وفق تأثرهم بأطر تلك الأحداث.

-تؤدي الاستعانة بالأطر المرجعية Reference points المختلفة في الرسائل الإعلامية إلى اختلاف الأحكام التي يصدرها الرأي العام تجاه الأحداث والقضايا. (مكاوي، 2017، ص. 318)

-تركيب الرسالة في الرسائل الإخبارية يقيد الكيفية التي يوظف بها الأفراد معرفتهم في تفسيرها.

-توجد روابط تجمع بين كل من أطر التغطية الخبرية ومصادر أخبار الوسيلة وزوايا المعالجة وبين اتجاه الأطر الإخبارية وكذا بين نمط الملكية السائد. (عليان، 2019، ص. 29)

وعموماً فإن نظرية الأطر تقوم على عدة فروض غير أن أهمها هو الفرض الذي يفيد بأن الطريقة التي يتم من خلالها طرح القضايا في وسائل الإعلام بالاعتماد على أطر إعلامية محددة، ستؤثر في الطريقة التي سيدرك بها الجمهور لتلك القضايا. (Druckman, 2001, p. 1066) فالإطار الإعلامي هو الذي يحدد جوانب القضية ويعطي لها مغزى معين، والإطار الخبري يضيف المغزى من الخبر بحيث يكون له دلالة وأهمية لدى الجمهور، فوسائل الإعلام تمارس تأثيرات لها دلالة في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو القضايا المختلفة خلال فترة زمنية معينة. (محمد، 2020، ص. 2164)

3-3-3- أهمية نظرية الأطر الخبرية

وتعمل بحوث التأطير وفق سيرورة من عمليات التحليل والمعالجات الإخبارية، ثم تحاول المقارنة بين مختلف الأطر التي عُرضت وفتحها الأحداث في محتوى وسائل الاعلام (وهو ما تتبناه دراستنا)، وتبحث بحوث الأطر في كشف العلاقات التي تربط الأطر والإيديولوجية المهيمنة ومضمون الرسالة المقدم، انطلاقاً من قواعد عملية التأطير، بهدف التعبير عن الفلسفة الأيديولوجية. (بدروس، 2021، ص. 49).

وترجع أهمية هذه النظرية لكونها تقدم تفسيراً عملياً ومنتظماً لكيفية حدوث التأثيرات سواء المعرفية أو الوجدانية لوسائل الإعلام على الجمهور، وتقدم تفسيراً لدور وسائل الإعلام في وضع الأطر المرجعية التي يستند إليها الجمهور، في تقويم الأزمات والقضايا المثارة، وتعكس المصادر التي يتم اختيارها والسياق الوطني الذي تنتج الأخبار بموجبه. (McQuail, 2009, p. 380)

وتبرز أهمية التأطير أكثر أثناء القضايا المهمة والأحداث البارزة والأزمات ذات البعد الدولي، إذ يزداد تردد الجمهور على وسائل الإعلام بهدف الحصول على المعلومات خلال هذه الفترات، فيبرز دور الإعلام في تشكيل مدركات الجمهور نحو الصراعات الدولية في ظل تعقد عملية معالجة المعلومات حولها، مما يجعل أهمية الأطر تزداد في تنظيم وترتيب المعلومات ليسهل على الجمهور ادراكها. (حسن، 2021، ص. 25-26)

ويعكس التأطير الأسس الأيديولوجية للتغطية الإخبارية، والتي تدفع الصحفيين إلى إضفاء معنى معين على القصة الإخبارية التي يقدمونها، ويمكن أن يكون التأطير أداة قوية لزيادة تقبل بعض القضايا في المجتمع من خلال صبغها بمعان محددة دون ملاحظة الجمهور لذلك.

فأهمية نظرية تحليل الأطر الإخبارية تبرز من الدور الذي يمارسه الإعلام في تحديد الأطر التي يستخدمها المتلقي لتفسير الأحداث ومناقشتها، فلإعلام يعطى للقضية السيناريو المرغوب فيه، مع الوضع في الاعتبار القيود التنظيمية، والأحكام المهنية، وفق ثلاثة مستويات في المعالجة، يهتم الأول بمعالجة الأنشطة وسعى الأفراد للبحث عن مصادر إضافية، بينما يركز المستوى الثاني على افتراض وجود أفراد يفكرون في المعلومات التي حصلوا عليها، وأخيراً يشير المستوى الثالث إلى وجود أفراد يستخدمون الوسائط الإعلامية بحثاً فقط عن المعلومات المهمة بالنسبة لهم. (Scheufele, 1999, p.) (380)

كما تعمل الأطر على إمداد الجمهور بالمعلومات والمعارف، وبالتالي فهي تقوم بتسهيل وتنظيم إدراكنا للعالم من حولنا، كما تتضح أهمية التأطير في المجال الدولي لأن معظم الناس يعتمدون بدرجة كبيرة على وسائل الإعلام في تكوين معارفهم تجاه الشؤون الدولية.

ويحظى التأطير بأهمية في مجال البيئة لأنه يمكن بواسطته إدراك وفهم أبعاد الصراع بين الناشطين وصناع القرار السياسي والحكومة ورجال المال والأعمال التجارية تجاه القضايا البيئية المختلفة، حيث يتطلب الاتصال السياسي الناجح تأطير الأحداث والقضايا والشخصيات بهدف التأثير في عمليتي إدراكها وتفسيرها بما يفيد طرف ويلحق الضرر بالطرف الأخر. (أحمد، 2009، ص. 261)

كما تبرز عايش حليلة (2017)، أهمية الأطر الإعلامية كما يلي:

-فائدتها كإطار فكري يدير الأحداث الكبرى كالصراعات بين القوى الفاعلة، فالأطر تضيف المعنى لكل ما يقع من خلال عمليات البناء التركيبي لمختلف قصص الأحداث.

-من خلال قاموس المفردات يمكن للأطر بناء أو هدم أي مضمون اعلامي.

-تسهم الأطر في تشكيل الواقع الإنساني، وتعمل على ترتيب وجدولة كل ما يقع. (ص. 17)

3-3-4 نماذج نظرية الأطر الخبرية

تقدم هذه النظرية بعض النماذج التفسيرية لتحليل السمات البارزة في المحتوى الإعلامي، بمعنى تحديد أطر تغطية الأخبار للقضايا المختلفة، ومن بين أهم النماذج نجد:

-نموذج روبرت إنتمان Robert Entman: (Entman, 1993)

وهو نموذج مبني على أربعة وظائف رئيسية للأطر الإعلامية تتجسد فيما يلي:

- التعرف على مشكلة أو قضية الأطر وأسبابها الخفية.
- تحدد الأطر القوى الفاعلة في القضية والصراع، مع تشخيص أسباب هذه القضية.
- تهتم الأطر بالتفسير والتقييم الأخلاقي لجوانب الحدث أو القضية.
- وبما أنها تحاول التعرف على المشكلة، تحاول الأطر اقتراح حلول للقضية بهدف علاجها.
- تتضح أهمية هذا النموذج في تسليطه الضوء على الشخصيات والجماعات الفاعلة في القضايا أو الأحداث الهامة من خلال وسائل الإعلام.

-نموذج بان وكوسيكى:

يرى Kosicki أن التأطير لا ينبغي أن يُنظر إليه على أنه امتداد لوضع الأجندة، لأن التأطير يبدأ من منظور معرفي واضح، ولا يبدأ من فروض وضع الأجندة. وبالتالي فبحوث التأطير منفصلة عن بحوث وضع الأجندة (Reese et al, 2001)

وتضمن نموذجه مجموعة من آليات تحليل الأطر الخبرية وهي:

- البناء النحوي للقصة الإخبارية Syntactical Structure: يتضمن عناصر وفقرات القصة الخبرية، والأساليب المعتمدة من قبل القائم بالاتصال من أجل بناء الخبر بالاعتماد على مصادر الأخبار.
- البناء الموضوعي thematic Structure: يضم الفكرة المحورية للنص الإخباري، وتحتوي على الأفكار الهامة والسمات الرئيسية التي يدور حولها هذا النص، حيث تدعم الفكرة المحورية ضمنه.
- 3-البناء البلاغي Phetroical Structure: الاستخلاصات الضمنية للحدث أو القضية التي تركز عليها وسائل الإعلام.

أهمية هذا النموذج تبرز في كونه قد سمح للباحثين بتتبع الأفكار المحورية التي يحتويها المحتوى الاخباري فيما يتعلق بالقضايا البارزة. (الدليمي، 2017، ص. 227) ف (بان وكوسيكى) يعتبران التأطير كرسم للافتراضات، فالبشر يعالجون المعلومات المعقدة في حياتهم من خلال الأحكام المتعلقة بالإسناد السببي. والمقصود بالإسناد السببي هو الرابط المتصور بين السلوك المرصود والسبب المحتمل. ويمكن

أن تُعزى المسؤولية عن الإجراءات المرصودة إلى عوامل شخصية أو عوامل مجتمعية أو بيئية. تنعكس في تأطير الأخبار على ضوء المناهج الاجتماعية للتأطير. (Oliver et al, 2020, p. 52)

-نموذج شوفيلي: (Scheufele, 1999)

عمد الباحث في نمودجه البحثي على تنظيم المقاربات للتأطير في الاتصال السياسي وقام بدمجها في نموذج شامل مبني على أساس بعدين: نوع الإطار الذي تم فحصه (أطر الوسائط مقابل أطر الجماهير) والطريقة التي يتم بها تفعيل الإطارات (متغير مستقل أو متغير تابع). وذلك بتطوير نموذج عملي للتأطير، انطلاقاً من أربع مهام رئيسية تتم معالجتها في البحث وهي: بناء الإطار، وتحديد الإطار، وعمليات التأطير على المستوى الفردي، وحلقة رجع الصدى العكسي من الجماهير إلى الصحفيين.

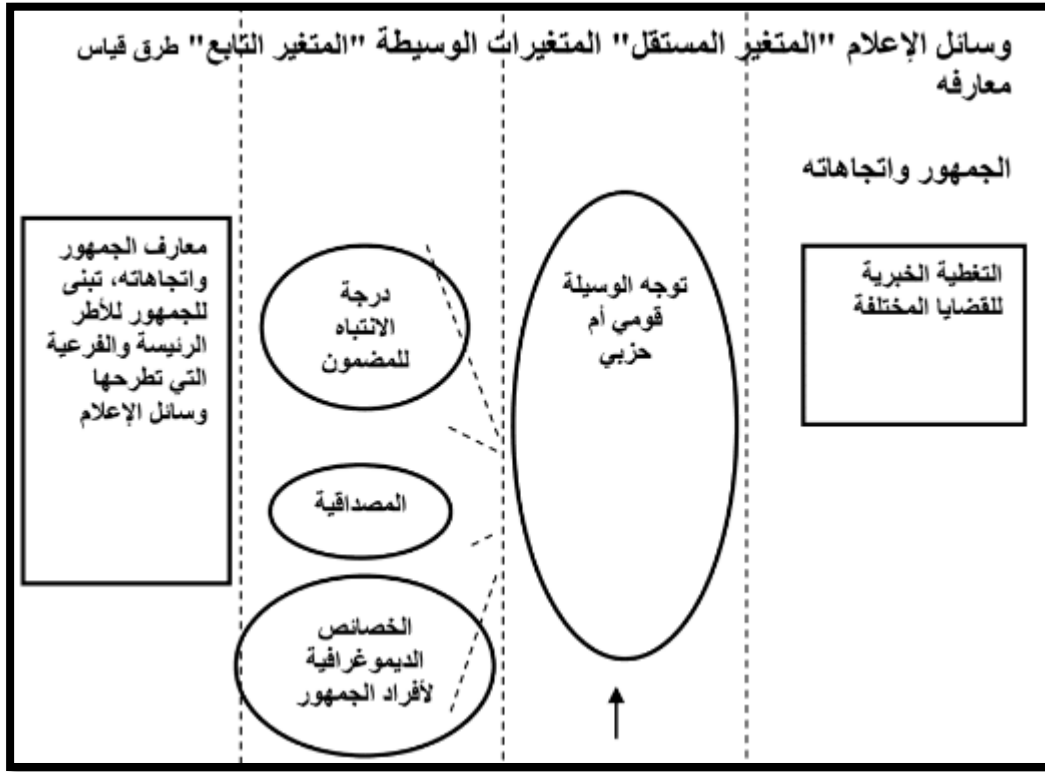
لذلك بحسب (شوفيلي) فالبحث الذي يوضح تأثيرات الأطر الخاصة يجب أن يتناول التأطير من جانب أكثر وضوح نظري. أي معرفة كيفية استخدام التأطير لتوسيع فهمنا لتأثيرات وسائل الإعلام، ويحاول نمودجه إيجاد الحلول البحثية من خلال ثلاث خطوات:

تبدأ بتضمين التأطير كمفهوم في سياق بحوث تأثيرات وسائل الإعلام، ثم تصنيف بحوث التأطير خارج إطار البحث في أبحاث تأثيرات الوسائط على بعدين: الوسائط مقابل أطر الجمهور، والأطر كمتغيرات مستقلة مقابل المتغيرات التابعة من ناحية أخرى. ويتفق هذا التصنيف مع فكرة (Entman) لتطوير مفهوم ثابت للتأطير، وبالتالي يجب أن تدمج نتائج الأبحاث القادمة مع الأبحاث السابقة في نموذج منظم وكامل للتأطير. ويؤكد (شوفيلي) أن التأطير يحتاج إلى تصور عام كنموذج للعمل، بدلاً من الاكتفاء بالمدخلات والنتائج فقط، ويجب أن تتناول الأبحاث المستقبلية العناصر الرئيسية الأربعة: بناء الإطار، وإعداد الإطار، وعمليات التأطير على المستوى الفردي، وردود الفعل من التأطير. (Vreese, 2004)

-نموذج خالد صلاح الدين:

وضعت غادة البطريق (2017)، نموذج عربي لعملية التأطير الاعلامي، وهذا بحسب ما أورده الباحث (خالد صلاح الدين)، والذي يتضمن مجموعة تضم أربع مكونات أساسية، (وذلك كما سيتم توضيحه في الشكل رقم 02).

شكل رقم (2): يوضح المكونات الرئيسية لعملية التأطير بحسب خالد صلاح الدين:



المصدر: (البطريق، 2017، 96)

3-3-5- تأثيرات النظرية والعوامل المؤثرة فيها

ترتكز تأثيرات أطر مضمون وسائل الاعلام لكل ما يقع ومن يؤثر فيها كالشخصيات على الجمهور، فهو يعد أساس مرتكزات النظرية التي صاغها العديد من الباحثين مثل (انتمان وجوفمان) وآخرون، حيث بات من المهم إدراك دور الجمهور في سيرورة نقل الرسائل وأنه ليس سلبي يقبل فقط كل ما يقدم له. (أحمد، 2009، ص. 253) كما تتأثر مسألة التأطير بالأحكام التي يصدرها الإعلامي بشأن موضوع ما، ثم انتقاء المعلومات التي يتم نشرها، بالإضافة إلى دور مصدر المعلومات في تحديد قالب تقدم وفقه هذه المعطيات، وهو ما يؤثر بدوره على كل من ينقل المعلومة للجمهور، فالصحفي له دور فيما يتم تقديمه أو حجبها عن الجمهور من معطيات حول الأحداث. (حسن، 2021، ص. 26)

ويضيف المنظر الأبرز لهذه النظرية (انتمان) أن تأثير الأطر الاعلامية على الرسالة لا يتم عبر تشكيل الإطار بشكل متعمد فقط، بل يتم أيضا عن طريق الحذف المقصود والتجاهل العمدي أو العفوي

من القائم بالاتصال أي أن عملية التأطير تؤثر في القائم بالاتصال- الرسالة - وجماهير المتلقين. (جابر، 2015، ص. 153)

كما يتضح أثر التأطير فيما أشار إليه (ألكسندر كافيدز Alexander Caviedes) من أن تكرار بروز الحدث في الوسيلة الاعلامية وربطها بمشكلة معينة يعزز من اعتبارها أزمة تستوجب رد فعل أو قرار يخصصها، ومن أبرز الأمثلة على أثر التأطير الإعلامي ما يعتقد معظم الجمهور الأمريكي أن الغزو على العراق كان من أجل أسلحة الدمار الشامل وأن صدام حسين المسؤول عن هجمات 11 سبتمبر. (حسن، 2021، ص. 26)

ويحتوي التأطير على العديد من العناصر عمليات الإقناع الأساسية، خاصة بعرض المحتوى الذي يمكن أن يؤثر على المواقف في اتجاه يمكن التنبؤ به. وقد دفع التأطير لقياس التأثير المعتدل لمصادقية المصدر كعامل مهم في بحوث الإقناع. ومن المؤكد أن بحوث تأثيرات التأطير والدراسات الأخرى لتأثيرات الرسائل تدين لدراسات الإقناع وحقبة الحرب العالمية الثانية. (Oliver et al, 2020, p. 54)

ومن العوامل المؤثرة في عملية بناء الأطر تبرز: الاتجاهات الفكرية والسياسية للمؤسسة الاعلامية، والعادات الثقافية والاجتماعية السائدة، بالإضافة لقيود العمل الروتيني، والضغط المؤسساتية والتنظيمية وأنماط الممارسة الاعلامية. (Brunk & Katrina, 2006, p. 11).

وهي العناصر التي من الممكن أن نضعها في 04 مستويات من العوامل المؤثرة في بناء الإطار وهي:

-المستوى الفردي: وتتمثل في مجموعة الآراء والقيم ومستويات الشخصية والخلفية المعرفية لها.

-المستوى المؤسسي: يتعلق بسياسة المؤسسة وتأثير الرؤساء فيها.

-المستوى المهني: يشمل المعايير والقيم المهنية ومواثيق الشرف وطبيعة الدور المهني.

-المستوى الاجتماعي: يشمل دور السلطة والقيود التشريعية والإيديولوجية والجمهور العام...

إلخ. (عفان وأجغيم، 2017، ص. 216)

والقائم بالاتصال يكون رهين مصادر الأخبار التي تقدم أخبارها بأطر تخدم مصالح أصحابها، وهناك عوامل عديدة تؤثر في عملية تشكيل الإطار الإعلامي، كالعوامل الأيديولوجية التي يتم إنتاج المحتوى

الإعلامي من خلالها، حيث يتفق الباحثون على أن الأطر الإعلامية تعبر عن التوجهات الإيديولوجية للنخب داخل المجتمع الذي تنتمي إليه، كما تعكس إيديولوجية الوسيلة الإعلامية نفسها. (بدروس، 2021، ص. 50)

ويتجلى دور عملية التأطير في حجم تغطية حدث معين واللغة المستخدمة في وصف العناصر الفاعلة فيه. ويساهم الإطار الذي يتم توظيفه في التغطية في تحديد مدى تعاطف الجمهور مع قضية أو فئة ما أو صراع يحدث في دولة أخرى بعيدة عنها، وعلى هذا النحو تعتبر وسائل الإعلام أداة فعالة في أيدي الدول والحكومات المختلفة لتقديم أطر معينة أثناء تغطيات بعينها في إطار جهودها لإضفاء منظور معين على الأحداث والقضايا. (Brewer et al, 2003, p. 493)

3-3-6- البناء التركيبي لنظرية الأطر الخبرية

يتم بناء الإطار عبر عدة عناصر كالصور والشعارات وغيرها، ولهذا فإن صياغة الأطر تتجاوز المطالب المحددة لوضع الأجندة، ويمكن القول بأنها أكثر تعقيدا منها، فالأجندة المتعلقة بوسائل الإعلام تضع القضية في أولويات الجمهور بينما الأطر توضح هذه القضية وتأثيرها وإدراك الجمهور لها كما حدث بعد أحداث 11 سبتمبر وكيف ربط العالم كله بين الإسلام والإرهاب أو بين الإرهاب والمسلمين. (أحمد، 2021، ص. 125)

ويرى (انتمان) كذلك إمكانية تناول الأطر الإعلامية من خلال مستويين أساسيين:

يتعلق المستوى الأول: بتحديد مرجعية تساعد في عملية حفظ المعلومات واسترجاعها من الذاكرة لاحقا مثل: استخدام إطار الحرب الباردة في أمريكا للتمييز بين الأصدقاء والأعداء في القضايا الدولية. ويتعلق المستوى الثاني: بوصف سمات تمثل مركز اهتمام في المحتوى الإعلامي، وبالتكرار والتدعيم يتم إبراز إطار معين يقدم تفسيرات محددة تقبل الإدراك والتذكر من قبل جمهور الوسيلة.

ويتضمن تحليل الإطار الإعلامي ثلاث مكونات أساسية هي: - البناء التركيبي الشكلي للقصة الإخبارية Syntactical Structure - الفكرة المحورية The Matic Structure - الاستنتاجات الضمنية Rhetorical Structure (السيد ومكاوي، 1999، ص. 349)

ويوجد عدة أنواع لبناء الأطر الخبرية (الدريس، 2020):

-**البناء التركيبي للقصة الخبرية:** ويتضمن عناصر القصة الخبرية، باستخدام بعض الطرق المتبعة وعبارات معينة مرتبة داخل النص.

-**البناء الفكري للقصة الخبرية:** يوضح الفكرة الأساسية للموضوع والاستدلال عليها من خلال الاستشهاد والاقتباس كإسناد للقصة الخبرية وكذلك خلفية المعلومات التي تتضمنها التغطية.

-**البناء الخطابي للقصة الخبرية:** يساعد على تدعيم الجوهر الأساسي للقصة، ويعتمد البناء الخطابي للقصة الخبرية على اختيارات الصحفي لإحداث الأثر المطلوب. (ص. 106-107)

ويلعب التأطير واللغة المستخدمة في وصف الأحداث والقضايا في مضامين وسائل الاتصال دورا مهما في تشكيل رؤى الجمهور، فتأطير المضمون هي عملية مقصودة ومخطط لها، لأحداث تأثير قوى، وتوجد نماذج مختلفة توضح الطريقة التي يتم بها تأطير المضمون في وسائل الاعلام، وكيف يخضع لمعايير خارجية تتعلق بالسياق الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والثقافي، ومعايير داخلية تتعلق بالأسس المهنية وأصول العمل. (ابراهيم، 2017، ص. 320)

وتتم عملية بناء الإطار الإعلامي للمضمون من خلال مجموعة من الخطوات: والتي تبدأ من إصدار القائمون بالاتصال لأحكام بطريقة متعمدة أو تلقائية على الرسالة من خلال البناءات المعرفية والإدراكية لهم، ثم تتشكل الرسالة في أطر مهنية مختلفة من ناحية الشكل أو المضمون، كوجود أو عدم وجود صور للحدث، ومساحة النشر، وكيفية الحصول على المعلومة...، كل هذا وغيره يؤثر في خطوات بناء الإطار. (جابر، 2017، ص. 153)

ولأطر التلفزيون تأثير كبير على رأي الجمهور، حسب تعريف الجهات المسؤولة عن خلق المشكل وحلها، فمن خلال الإطار الأحداثي يتم عرض الموضوع حسب حدث منفرد، وتصنف المواضيع الجماهيرية مع استعمال أمثلة معينة، هذه الأطر يكثر من استعمالها في أخبار التلفزيون. (كنعان، 2014، ص. 235)

وتقوم نظرية تحليل الأطر على أربع عمليات محددة كما يلي: الحمدي (2016)

-**بناء الإطار:** حيث أن وضع إطار معين يعني اختيار بعض جوانب الحدث دون غيرها وإبرازها والربط بينها، فالكلمات والصور التي يتكون منها الإطار يمكن تمييزها من بين بقية الخبر بقدرتها على إثارة مساندة أو معارضة الجمهور لأحد جانبي الصراع.

- وضع الإطار: يتم بشكل مماثل لوضع الأجندة وبالطريقة التي تبرز القضايا التي يتم استكشافها.
- تأثيرات الإطار: الذي يتضمن استكشاف كيفية تأثير الأطر الإعلامية على عواطف ومعارف الأفراد، وفاعلية الإطار سوف تعتمد بدورها على عوامل زمنية مؤقتة.
- بحث العلاقة بين كل من المتغيرات: إذ يشير الإعلاميون كما هو الحال بالنسبة للجمهور بضرورة بحث العلاقة بين كل من المتغيرات الديموغرافية والأطر. (ص. 22-23)
- ويحدد (انتمان) أربع وظائف لتحليل الإطار الإعلامي، وهي: الربيعي (2018)
 - تحديد المشكلة أو القضية بدقة، فقضية الإرهاب قد تعالج ضمن إطار الاهتمامات الأمنية.
 - تشخيص أسباب المشكلة، ويمكن تناولها كنتيجة لوجود جماعات إرهابية.
 - وضع أحكام أخلاقية بإرجاع الإرهاب إلى اعتناق تلك الجماعات لأيديولوجيات وأفكار مغلوطة.
 - اقتراح ومناقشة الحلول عبر المواجهات الأمنية وتحسين الواقع الاقتصادي والتوعية ضد الجريمة.
- وتهتم نظرية تحليل الأطر الإعلامية بتحليل دور وسائل الإعلام في بناء الواقع، فهي تنطلق من قدرة وسائل الإعلام على وضع إطار يبني الواقع وفق:
 - مساحة النشر والإذاعة، يسر الحصول على المعلومة والجزء الناتج عن العمل أو صعوبة ذلك، ما يؤثر في خطوات بناء الإطار. ويتوقع المرسل أطرا خاصة للمتلقي لترشده في عملية التأطير المتوقعة.
 - الرسالة المؤطرة تمثل المخزون المشترك لكل خطوات وضع الإطار. وتمثل لإطار الاجتماعي المشترك. (ص. 7)
- وحدد نموذج (شوفيلي) مجموعة من العوامل التي تؤثر في طريقة بناء الإطار: (Scheufele, 1999)
 - الأنماط والقيم الاجتماعية والثقافية الموجودة في المجتمع.
 - السياق السياسي الذي ينتج فيه هذا الإطار وعلاقته بالوسيلة الإعلامية.
 - السياق الاقتصادي وما يتعلق به من نمط الملكية والتمويل والإعلان وأصحاب المصالح.
 - روتين العمل الصحفي والتحيزات الفكرية للصحفيين.

-مصادر الأخبار قد تمارس تأثيرا خفيا على المضمون الخبري، كأن توظف معلومات بطريقة أبسط عن غيرها من المصادر. (بدروس، 2021، ص. 49)

3-3-7- خصائص الأطر الخبرية

تتمثل أهم خصائص الأطر الخبرية ما يلي:

- يضيف الإطار المعنى على الخبر ويعطي له دلالة وأهمية لدى الجمهور.
- تخلق الأطر في مدركات الجمهور رؤى خاصة حول الأحداث المقدمة، بحيث تتوافق مع البعد الذي تعرض الأحداث من خلاله، فالإطار هو بناء ينطوي على قدر من التحيز.
- تعد الأطر أحد أهم المكونات في القصة الإخبارية، فهي توجه الإعلامي في تجميع ورصد العناصر والاستشهاد بها (تقديم الأمثلة في القصة الإخبارية).
- يهتم الإطار بدراسة المحتوى الضمني للخبر ومن ثم يهتم بدلالات الألفاظ المستعملة في الرسالة.
- تقسم الأطر بالثبات النسبي حيث أنها تطرح ميولا واتجاهات لها. (مكاوي، 2017، ص. 317)
- بالنسبة إلى Entman، تتعلق خصائص التأطير (Balaban, 2008, P. 11):
- باختيار وضع بروز المعلومات، كعملية يتم تنفيذها على أبعاد مختلفة. بفضل تقديم بعض السمات من قبل وسائل الإعلام وتجاهل لأخرى تماما.
- العناصر المعرفية والعاطفية يمكن أن تعطي وزنا محددًا للموضوع. وبالتالي: التأطير هو تحديد بعض جوانب الواقع المُدرَك وجعلها أكثر بروزًا في النص المقدم.
- يحدد ما يفعله العامل المسبب للتكاليف والفوائد التي يتم قياسها عادة من ناحية القيم المشتركة.
- يشخص الأسباب ويحدد قوى الصراع، وي طرح قرارات معينة ويقدم أسباب الأحداث وآثارها، ويقترح حلول لها، ويبررها ويتنبأ بتأثيرات أخرى ممكنة.
- واهتم (ستيفن ريسا stephenrese) بخصائص الأطر الإخبارية حيث أشار إلى كونها:

-تنظيم المعلومات: ينقل الإطار لجزء من وقائع وتفاصيل القضية وربطها بالحدث القادم، مما يعطي معنى للحدث وفق الغرض الذي يرمي إليه القائم بالاتصال، ومن ثم يتم رسم المغزى من القضية في ذهن الجمهور المتلقي.

-يتم الترويج للإطار الإعلامي أثناء تناول القضية باعتباره منطلقاً فكرياً يتم توظيفه لشرح وتوضيح القضية.

-التعبير عن الإطار من خلال مجموعة من الأدوات أو الألفاظ الرمزية التي تحمل إبهامات معينة، وتضفي دلالة ما على المحتوى الإعلامي. فالأطر الإخبارية هي بناءات معرفية للقضية. (عايش، 2017، ص. 68)

وإذا تم استكشاف ماهية الأطر فقد تم بناء تحليل معمق لفهم سياق الموضوعات الاجتماعية، والثقافية... ويجعل من القائم على التأطير يرى عن بشكل أوضح سمات وخصائص الإطار. والخصوصية التي تولدها دراسة التأطير تساعد في النهاية بمعرفة ما هو وثيق الصلة بموضوع المحتوى، وتوضح الجوانب المميزة له. (D'Angelo & Kuypers, 2010, p. 20)

3-3-8-أنواع الأطر الإعلامية

تتنوع الأطر بحسب عدة تصنيفات تم تفسيرها من قبل الباحثين وخبراء الاتصال:

أول أنواع الأطر تتجسد في الأطر المحددة، والتي يقسمها (Simon و Iyengar) إلى نوعين من الأطر الإعلامية المحددة وهما:

-إطار محدد: يركز في عرض القضايا المثارة على نماذج ملموسة ومحددة ومشخصة، مثل: حوادث الاغتيال، والأعمال الإجرامية. ويؤدي بعض الباحثين انتقاداتهم لهذا النوع من الأطر لكونها ضعيفة وعرضة للتحيز أو عدم القدرة على معالجة الحدث ما قد يفقدها قيمتها الإخبارية. حيث يتم التركيز على قضية أو حدث جوانبه واضحة عند الجمهور لأنه حدث مرتبط بوقائع ملموسة (مثل وباء كورونا المستجد، فالحدث انتشار حالات الإصابة، نصائح وإجراءات سلوكية وطبية، مهام وقرارات من المسؤولين، قصص إخبارية عن أرقام الاصابات والمتضررين والبدائل...إلخ). (جابر، 2015، ص.

(151)

-إطار عام: يعالج القضايا في سياق مجرد وعام كإرجاع أسباب العمليات الإرهابية إلى الأوضاع السياسية والاقتصادية أو التغيرات الاجتماعية السائدة، وهناك نموذج حسب طبيعة السمات: فيكون هناك إطار السمات الموضوعية Substantive Attributes، وهي تلك التي تتعلق بالمعلومات المجردة للحدث وأطرافه وأسبابه وحلوله، أما إطار السمات العاطفية Affective Attributes اي كيفية تناول الأطراف الواردة في سياق الحدث ايجابي أو سلبي، وهو النموذج الذي طرحه مكومبس. (الحمدي، 2016، ص. 25)

وبخلاف الأطر المحددة هناك مجموعة من الأطر الأساسية التي تتنوع بحسب المعالجة الإخبارية وهي:

إطار الصراع: بتقديم الأحداث في إطار صراع حاد، تتجاهل فيه الرسائل الإعلامية عناصر مهمة، من أجل إبراز سياق ذلك الصراع والفساد وعدم الثقة في المسؤولين، وترى الأشخاص قبل أن ترى الأحداث، وترصد المصالح قبل أن ترصد الأهداف، وتقيس الرسالة غالبًا بمقياس الخاسر والرابح، والمنتصر والمهزوم. (عبرين، 2015)

وهو إطار من أطر الأطر التي تستخدم في معالجة الأزمات، إذ يعمل على إبراز أوجه الخلاف ويعزز الجدل بين عناصر القضية كالأفراد والمؤسسات والدول وما بينهم من تنافس ضمن القصة الخبرية لتفضيلها عن غيرها، وتقاس الرسالة غالبًا بمقياس الخاسر والرابح والمنتصر والمهزوم، وهي صيغة يفرط بعض الاعلاميون في جعلها إطارًا للأحداث. (لطي، 2018، ص. 143-144) وهناك تداخل بين المواضيع السياسية والمدنية مقابل الطريقة التي يتم من خلالها مناقشة الموضوعات في الأخبار، لتحديد التأثير المتباين للصراعات التي تبرز في الأخبار خاصة السياسية. فهناك من يرى أن للصراع السياسي تأثيرات مختلفة تنعكس على مستوى الثقة السياسية للجمهور، اعتمادًا على كيفية تأطير الأخبار لها. (Botan et al, 2016, p.126)

ووسائل الإعلام تعتمد على عدد قليل من الأطر الأساسية لنشر سلسلة من القضايا، وهذا الإطار المشحون يعد من أكثر الأطر استخدامًا في الأخبار الأمريكية، وقد تعرضت وسائل الإعلام للانتقاد بسبب تركيزها على استخدام أطر الصراع، لأنها تسبب حالة من التشاؤم العام وانعدام الثقة في القادة السياسيين. (الحمدي، 2016، ص. 25) حيث يعد الصراع بين السياسة والأخبار أمرًا لا بد منه، فغالبًا ما يعبر عن العلاقة بين الاعلام والسياسة بأنها معقدة ومضطربة، من منطلق يفترض الدور الذي ينبغي

أن يؤديه الاعلام داخل النظم المتحررة، إذ تنقسم الرؤى الاعلامية لطرفين أحدهما يجادل بأن غالبية الأخبار السياسية لها آثار سلبية، وآخر يرى بأن لها آثارا إيجابية كذلك. (Bartholomé, 2017, P. 10)

إطار المبادئ الأخلاقية: Ethical Principles Frame: بعرض الوقائع في السياق الأخلاقي للمجتمع، تتم من خلاله مخاطبة المعتقدات والمبادئ الراسخة عند المتلقي، والاستشهاد بالاعتباسات والأدلة الدينية التي تدعم سوقه للوقائع أو بالمصادر والجماعات المرجعية التي تؤكد هذا الإطار. (عبرين، 2015)

-**إطار الاهتمامات الإنسانية Human Interest Frame:** يركز على الأفراد المحتمل تأثرهم بقضية أو موضوع ما، حيث يستحضر هذا الإطار الجانب الإنساني أو الناحية العاطفية عند تقديم حدث أو قضية أو مشكلة، وقد وصفت (نيومان) ذلك بالتأثير الإنساني، وأشارت لهذا الإطار بكونه يأتي في المرتبة الثانية بعد إطار الصراع من حيث استخدامه في الأخبار. (الحمدي، 2016، ص. 25)

الإطار الاقتصادي Economic Consequences Frame:

بحسب الدكتور موفق جاسم (2018) في مقاله حول نظرية التأطير: عرض لكتاب نظرية التأطير، يضع هذا الإطار الوقائع في سياق النتائج الاقتصادية التي نتجت عن الأحداث، ويشير للتأثير المتوقع أو القائم على الأفراد والدول والمؤسسات القائمون بالاتصال يستخدمون الناتج المادي لجعل الرسالة الإعلامية أكثر فاعلية على الناس وأكثر ارتباطا بمصالحهم.

حيث يهتم بالنتائج والقضايا الاقتصادية كالربح والخسارة وانعكاساتها، وما تمثله من قيمة إخبارية تجعل القضية تستحق النشر، خاصة إذا كانت هذه الانعكاسات الاقتصادية لها علاقة مباشرة بالجمهور والجماعات والمؤسسات، بالتركيز على عرض الحدث ومدى الخسائر أو الأرباح من وراءه، لهذا يستخدم هذا الإطار بكثرة في المحتوى الإخباري، فهو واحد من بين الأطر الاعلامية الأساسية وتتفرع منه أطر ثانوية تحدها طبيعة الموضوع، كأطر التنمية وغيرها. (الزبون، 2015، ص. 48) ويهتم هذا الإطار إذن بالنتائج الاقتصادية أو الأثر الاقتصادي لقضية ما، قد تمثل مشكلة تتعلق عموما بالمتلقي (كغلاء الأسعار) أو على فئة معينة منهم (كزيادة رواتب عمال قطاع معين)، مما يجعل الجمهور على دراية بما قد يحدث في صلة مباشرة بينهم. (Abreu, 2015, PP. 433-434)

-إطار المسؤولية: **Responsibility Frame**: يتناول هذا الإطار الأحداث والقضايا بطريقة تعمل على ربط مسؤولية هذه الأحداث مع أي فرد أو جهة، وقد تكون المسؤولية تركز على أصل الأزمة، أو سبب ما، وتركز على من وماذا، أو تلك الجهة التي تعمل على اتخاذ قرارات للتخفيف من القضية، وتجيب عن التساؤل: من المسؤول عن؟ ومن ثم للأفراد أو المؤسسات أو الدولة مسؤولون عن معرفة هذا المسؤول ضمن القضية وتحديده في صورة فرد أو مؤسسة أو قانون أو سلوك... إلخ. (لطفي، 2018، ص. 144)

-إطار الاستراتيجية: **Strategy Frame**: يرى الأحداث في سياقها الاستراتيجي المؤثر على الأمن القومي ويتلاءم هذا الإطار مع الأحداث السياسية والعسكرية ويركز على قيم مثل الولاء والانتماء والفوز والخسارة والتقدم والتأخر والنهضة أو الانهيار، ولغة الحروب والصراعات والتنافس الوطني والدولي، ومبدأ النفوذ والقوة ومصادره وأشخاصه ومظاهره. (rksu, 2018)

ويرى هذا الإطار الأحداث في سياقها الاستراتيجي المرتبط باستقرار الدولة وأمنها القومي، ويرتبط هذا الإطار بالموضوعات السياسية والعسكرية والسياسية والعسكرية ويركز على قيم الفوز والخسارة والنمو أو الانهيار... إلخ. (الدليمي، 2017، ص. 205)

وأجمل إبراهيم علي بسيوني محمد (2020)، أنواع الأطر الخبرية البارزة حسبما وضعها كل من Sumiko و Valkenburg كالاتي:

-إطار الصراع **Confict Frame**: ويتنشر استخدام هذا الإطار في التغطيات الإخبارية، ويعكس عنصر الصراع بين طرفين متضادين، سواء كانا بين أفراد أم جماعات أو غيرها.

-إطار الاهتمامات الإنسانية **Human Interests Frame**: ويختص بالأبعاد الإنسانية للقضية المطروحة حيث يعكس البعد العاطفي والجانب الشخصي لموضوع التغطية.

-إطار النتائج الاقتصادية **Economic Consequences Frame**: ويركز هذا الإطار على الجانب الاقتصادي وتأثيراته المختلفة سواء المتعلقة بالفرد أو المجتمع ككل.

-إطار المسؤولية **Responsibility Frame**: ويربط هذا الإطار بين الأفراد أو الجماعات أو الحكومات للبحث عن حل للقضية المطروحة. (ص. 2164)

ويمكن أن تتنوع الأطر حسب الحيز المكاني للخبر كالتالي:

-**خبر خارجي External News**: يتناول الشؤون الدولية مرتبة حسب أهمية الموضوع وقربه.

-**خبر داخلي Internal News**: يتناول القضايا والموضوعات المحلية الخاصة بالدولة فقط.

وتتنوع الأطر أيضا وفقا لمدى بروز السمات: Attribute Salienc وذلك كما يلي:

-**السمات الموضوعية Objective Attributes**: والتي تعرض القضية بطرح أسبابها ونتائجها

والحلول المقترحة لمعالجتها.

-**السمات العاطفية Emotional Attributes**: والتي تعرض القضية من خلال إثارة تعاطف

الجمهور مع القضية المعروضة. (محمد، 2020، ص. 108)

3-3-9- آليات وضع الإطار الإعلامي

وظيفة الإطار الإعلامي هي التحكم في مسار تكوين تمثيلات الأحداث، وعملية بناء دلالاتها الأيديولوجية، بهدف التحكم في طبيعة الرؤى حولها، فوسائل الإعلام تقوم بإعادة تجديد سياق الحدث داخل نظام من التفكير سابق الوجود يوجه ذهن المتلقي إلى سياق موحد يمنح المعنى للحدث، ويوفر المحددات المعرفية المحفزة للموقف والرأي، وتفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام لا تكتفي بعملية إبراز الأحداث، بل تختار ما يجب أن ينشر أو لا ينشر من القصص الإخبارية فتصيغ القصة في أطر معينة وفق تصورات الجمهور حول الأحداث. (الربيعي، 2018، ص. 7)

وتبرز آليات عمل الإطار الاعلامي وفق أسلوبان:

-**الأول**: تعمل فيه الأطر على توجيه المحتوى الإخباري بتقديم تلميحات واستنتاجات إلى المتلقي،

كالأطر الإيجابية أو السلبية التي توضح الأفكار والقرارات في المواقف التي لا تبدو واضحة.

-**الثاني**: يعمل على ترتيب الأولويات والأهميات في ذهن الجمهور المتلقي، من خلال تنظيم

إدراك المتلقي أثناء تفسيره للأحداث والقضايا. (الزبون، 2015، ص. 47)

وتوجد مجموعة من الآليات الرئيسية التي يتم الاعتماد عليها عند وضع الأطر الإعلامية أهمها:

-الإبراز: يعكس الإبراز انتقاء وسائل الإعلام بعض الجوانب أو التركيز عليها، بهدف ترسيخها في ذهن المتلقي من خلال التكرار والربط بينها وبين بعض الرموز الثقافية.

-الاستبعاد: يقصد به إغفال معلومات تخص القضية المطروحة. (بيوسف، د.ت، ص. 10)

-الانتقاء: هي عملية انتقاء من خلال قواعد مختلفة قد تكون شخصية أو مهنية، تنظيمية أو ثقافية، وفق من يصوغ هذه المعايير. (الدريس، 2020، ص. 103)

-التكرار: يتحقق تأثيره من خلال العديد من المنطلقات (في نشرة أو برنامج) وفق 05 أنواع كما وضحها الريحاني (2015):

-تكرار لفظي: بإعادة الأخبار مرار (في العناوين، الخبر، عناوين النهاية، النشرة الموالية...).

-تكرار بصري: بالتركيز المقصود على صور بعينها تم اختيارها بعناية كبيرة.

-تكرار الموقف: من خلال تحليلات المحللين ونقاشاتهم ضمن النشرات.

-تكرار المضمون: بمحاولة تركية أو نقد مباشر لعمل بعض الأشخاص أو المؤسسات.

-تكرار المادة الإخبارية: عبر التركيز على مواقف محل صراع تتقبل التكرار وتحتمله.

وهذا التكرار وفق نوعان: أفقي: ضمن النشرة الواحدة بتكرار الموقف عدة مرات من الصحفي الى

المحرر... وعمودي: يكرر الموقف خلال عدة نشرات منفصلة في اليوم الواحد. (ص. 71)

ويتم وضع الإطار الإعلامي كذلك وفق مرحلتين (تمتد إلى ما أكثر):

-المرحلة الأولى: وهي التي تهتم بقياس المحتوى الغير واضح أو الضمني للرسائل الاعلامية

المقدمة. المرحلة الثانية: المؤثرة في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القضية موضع الدراسة، تركز فيها

وسائل الإعلام على جوانب معينة بأطر خبرية محددة تؤثر على تشكيل معايير الجمهور بشأن القضايا.

(عفان وأجعيم، 2017، ص. 215-216)

على الناحية الأخرى اهتمت العديد من الدراسات بتأثيرات الأطر في المرحلة الثالثة، بوجود

تأثيرات للأطر على المستوى الفردي، بينما قلت الدراسات التي تبحث في المرحلة الرابعة من تأثيرات

الأطر، إلا أن بعض الباحثين اهتموا بالعلاقة بين نظرية الأطر وبين وسائل الإعلام الجديدة. (عليان، 2019، ص. 30)

3-3-10- إيجابيات النظرية والانتقادات الموجهة لها

كغيرها من النظريات تم التأكيد على بعض من فروض نظرية الأطر الإعلامية والتنويه بأهميتها ضمن عمليات التأثير للمحتوى الإعلامي المقدم من قبل وسائل الاعلام المختلفة على الجمهور. كما واجهت فروضها النظرية بعض من الانتقادات التي ترى بأن هناك ثغرات، أو خلل في أليات عمل هذه الأطر أو حجم تأثيرها الفعلي على مدركات المتلقي.

-إيجابيات نظرية الأطر:

-أسهمت نظرية الأطر وبشكل عملي في طرح العديد من المفاهيم التي جعلت منها نظرية تتسجم وموضوعات بحثية مهمة.

-قوة منطلقات النظرية المستمدة من المنطق الذي قدمته دراسات علم النفس المعرفي بخصوص تمثيل المعرفة وإصدار الأحكام بناء على أطر ومفاهيم التعرض لها. (عليان، 2019، ص. 31)

وقدمت حليلة عايش (2017)، بعض الإيجابيات وفق ما يلي:

- تتناول النظرية لدور القائم بالاتصال في صياغة الرسائل الإعلامية.
- تقديمها لتحليل علمي للمعالجة الإعلامية المرتبطة بالأحداث والقضايا المختلفة وتأثيراتها.
- المرونة التي تتسم بها، وانسجام معطياتها مع النتائج المتوصل لها في علم النفس المعرفي.
- قابلية اختبارها منهجيا بعدة مناهج علمية وأساليب كمية وكيفية، وبعده أدوات بحثية مثل الملاحظة أو استمارة التحليل، وإمكانية دراسة أثر الأطر الخبرية على اتجاهات الجمهور بالتجربة والمسح الميداني. (عايش، 2017، ص. 73)

وبالتالي تمتاز نظرية الأطر بالمرونة الشديدة، ويمكن تطبيقها في عدة مجالات بفضل ثراء التطبيقات البحثية لها، فندرس الاتصال الجماهيري، والقائم بالاتصال، والرسالة الإعلامية، والجمهور، والسياقات، إضافة إلى صلاحيتها للتطبيق في فروع العلوم الإعلامية مثل التحرير، الإعلان، العلاقات

العامة، وكذلك يمكن تطبيقها في مختلف الدراسات التاريخية والآنية، ويمكن الاستعانة بأي كم أو نوع من المناهج والأساليب والأدوات، كما تقدم فوائد لدراسات الرأي العام والسلوك الانتخابي، والدراسات المعرفية والثقافية ودراسات علم الاجتماع. (عليان، 2019، ص. 30)

تعمل الأطر من خلال تسليط الضوء على أنواع معينة من المعلومات، تقوم بتتقيحها لفنا للأنظار وبارازا للمعنى أكثر. فتصبح الجماهير أكثر عرضة لإدراك وتذكر المعلومات بحسب الإطار المقدم لها. وتمثل الأطر مواقع إضافية من المناقشات العميقة ويعد الإطار في النص الاخباري سمة القوة، التي يتسابق الفاعلين في الاهتمام بها للهيمنة على المحتوى المراد تقديمه. (ليستر، 2012، ص. 116)

-الانتقادات الموجهة لنظرية الأطر:

هناك بعض الانتقادات التي وجهت للفروض النظرية المتعلقة بالأطر ومنها:

- لا تقدم أحيانا معالجة موضوعية لما يتم تناوله من أحداث، بل تحاول سرد الواقع بما ينسجم مع توجهات القائم بالاتصال الذي يعيد صياغة هذا الواقع بما يخدم مصالحه، وينسجم مع النسق الثقافي القائم، ما قد ينقص من الشكل البنائي للأخبار. (البطريق، 2017، ص. 99)
- صعوبة الخروج من إطار تفسير نجاح تعبئة جمهور معين من خلال استخدام إطار تأويلي ما.
- هناك ميل لتبني دراسات الأطر كما هي بعينها، عوضا عن دراسة عمليات التأطير التفاعلية.
- يسعى هذا المنظور إلى عرض عمليات التأطير من جهة، لكنه أهمل السياقات الأيديولوجية والسياسية المؤثرة من جهة من أخرى.

-والسلبية الأخرى، تتمحور حول الأطر المطروحة من قبل النخب على حساب تعددية الأطر التي يمكن أن تقدمها وسائل الإعلام. (ماثيو وآخرون، 2017، ص. 75)

-ولقد لقيت وجهة نظر التأطير كامتداد لوضع الأجندة انتقادات عديدة، فبالنسبة إلى (Kim و Scheufele و Shanahan)، فإن محاولات الجمع بين التأطير والتهيئة المعرفية ووضع الأجندة في نموذج واحد متقارب قد يزيد من تعقيد التمييز بين المفاهيم الفضفاضة لكل مدخل نظري (خاصة الأول والثاني). فالاختلافات في المصطلحات والدلالات هي التي تبني إطارًا معينًا، وليس بروز بعض السمات أو

غيرها. بمعنى آخر، يمكن وصف نفس السمة بطرق مختلفة وتقديمها إلى الجمهور، ويتجاوز التأطير تقديم الموقف من خلال إبراز بعض سماته. (Abreu, 2015, P. 426)

4-البث الفضائي والأخبار في مجال التلفزيون

4-1-نشأة وتطور البث الفضائي التلفزيوني

4-1-1-البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية

4-1-2-الأقمار الصناعية والإشكاليات التي تواجهها

4-1-3-أنواع الأقمار الصناعية ومداراتها

4-1-4-البث التلفزيوني المباشر

4-1-5-التحول في البث التلفزيوني (الأرضي والرقمي)

4-1-6-البث الفضائي العربي: مفاهيم وإشكاليات

4-2-الفضائيات الإخبارية الأجنبية والعربية

4-2-1-نشأة الفضائيات الإخبارية

4-2-2-الفضائيات الإخبارية الأجنبية

4-2-3-الفضائيات الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية

4-2-4-الفضائيات الإخبارية العربية

4-2-5-الأخبار والأجندة السياسية

4-البث الفضائي والأخبار في مجال التلفزيون

كلما ابتكر الانسان وسيلة للاتصال حاول الوصول لغيرها، بهدف نقل المعلومات والأفكار نحو الآخرين من أماكن مختلفة، وكما أكد التقرير السنوي لاتحاد اذاعات الدول العربية (2016) أن هذا التطور بدء من التليغراف إلى وسائل متعددة مثل الكابلات الأرضية والبحرية، والموجات القصيرة والحزم الكهرومغناطيسية، وهي عوامل ساهمت في بروز كل من الراديو والتلفزيون والتلكس، وزادت سرعة تدفق المعلومات وفعاليتها، وزاد التهافت لاستخدام هذه الوسائل، ومع هذا لم تستطع هذه التقنيات الحديثة أن تغطي كل حاجات الفرد الاتصالية المتكررة، فبرزت ثورة الأقمار الصناعية في عالم الاتصالات لتساهم في نقل الإشارات التلفزيونية إلى المنازل مباشرة، وقلصت من الحواجز الجغرافية وعززت من سرعة نقل المعلومات في العالم. وبفضلها بدأ سنة 1964م، أول إرسال تلفزيوني فضائي بدمج الأقمار الصناعية مع أجهزة الاستقبال وفك التشفير، وكان ذلك لتغطية فعاليات الألعاب الأولمبية بطوكيو، وقد وفر هذا البث تغطية أحداث العالم من خلال شبكة واسعة من القنوات والخدمات. فالتلفزيون الفضائي يدخل ضمن منظومة الاستفادة التجارية من الفضاء، بتوظيف الأدوات التي أطلقت في مدار حول الأرض نحو الفضاء الخارجي. (ص. 56-57) وسنوضح في هذا الجزء بداية البث التلفزيوني وتطوره وصولاً لغزو القنوات الفضائيات للساحة الإعلامية باختلاف تخصصاتها وسياساتها.

4-1-نشأة وتطور البث الفضائي التلفزيوني

عملية تطور البث الفضائي التلفزيوني تعكس سير تطور المجتمعات وبخاصة في مجال وسائل الاتصال والاعلام، حيث وفي كل مرة تستغل وسائل الاعلام التكنولوجية التي في عصرها، ثم تحاول تحديثها وتطويرها في كل مرة، وقد انتقل البث التلفزيوني من عدة أشكال لأخرى، من البث الأرضي إلى البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية، ومن البث التقليدي إلى التفاعلي ومن الإرسال التماثلي إلى الإرسال الرقمي. وكل هذه المعطيات وغيرها ساهمت في بروز العديد من القنوات الفضائية الاذاعية ثم التلفزيونية، التي سرعان ما تضاعفت أعدادها بشكل مهول، وهذا التضاعف الكبير ساهم في بروز قنوات تخاطب فئات وشرائح أقل ومتخصصة في مضامين بعينها، وقنوات ميسية وأخرى موجهة... إلخ. ولعبت الأقمار الصناعية في كل هذه التقلبات دورا بارزا في تطور البث التلفزيوني وخاصة المباشر.

4-1-1- البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية:

القمر الصناعي (Artificial Satellite) يتجسد في شكل مجسم مصنوع يدور حول جسم أكبر مثل الأرض أو القمر، فتحكم حركته تأثيرات ذلك الكوكب الفيزيائية كالحجم والجاذبية وغيرها كما توضحه قوانين نيوتن وآخرون للحركة. وتعتبر فترة منتصف القرن العشرين بداية عصر الفضاء بالنسبة للإنسان عندما أطلق في الفضاء أول قمر صناعي، التي وصل عددها اليوم لأكثر من 10 آلاف قمر صناعي تدور حول الأرض بغرض القيام بمهام متعددة. (الدليمي^ب، 2014، ص. 19)

وتقنياً يعتبر القمر الصناعي محطة تقوية توضع في الفضاء الخارجي، وهو أداة اتصال تربط بين نقطة ما وأخرى على الأرض، باستقبال الاشارات التلفزيونية وغيرها ثم إعادة إرسالها. واستخدام ثلاثة أقمار فقط يضمن تغطية عالمية للأرض، سخرت لخدمة العديد من الأغراض حسبما تريد كل جهة، كالاستخدام في الهاتف والتلكس والإذاعة والتلفزيون ووكالات الأنباء، وربط أجهزة المعلومات الكمبيوتر لتوفير الاتصال بين المراكز والقيادات العسكرية وخدمة الملاحة البحرية والجوية، أي في كافة الاحتياجات المدنية أو العسكرية. (شليبي، 1999، ص. 133)

وبدأت رغبة الانسان في غزو الفضاء منذ أن وفر لنفسه الحاجات الضرورية في الاتصال من اللغة والكتابة والاتصال بالهاتف وغيرها، فأقدم العالم البريطاني (أرتر كلارك) بشرح فكرته ورغبته بتغطية الأرض بالاتصالات اللاسلكية بإطلاق ثلاثة أقمار صناعية تسبح حول الأرض بمدار محاذ لمستوى خط الاستواء وبسرعة مساوية لسرعة الأرض، وبواسطة المحطات المتواجدة في مواقع مختلفة للكرة الأرضية يمكن إرسال واستقبال المعلومات بمختلف أشكالها. (عرجون، 1996، ص. 32)

وقد تحققت فكرته لاحقاً بفضل السوفيات الذين أطلقوا أول قمر صناعي (سبوتنيك 1) بتاريخ 4 أكتوبر 1957. وهي مركبة فضائية تصنع على الأرض وترسل نحو الفضاء لتدور في مدار محدد لفترة معينة حول الأرض، بغرض الاتصالات والرصد واستلام الشارات الصاعدة (برنامج تلفزيوني أو إذاعي، مكالمات هاتفية...) من المحطات الأرضية ثم تغيير تردداتها، ومن ثم تضخيمها وإرسالها مرة ثانية إلى المحطات الأرضية مثل هوائيات الاستقبال وأجهزة الدش في حالة البث المباشر، ولا تتأثر قوة هذه الشارات بمدى ارتفاع القمر الصناعي عن الأرض بسبب الجاذبية. (دليو، 2013، ص. 144)

وتكنولوجيا الأقمار الصناعية هي المحور الأساسي للانفتاح الإعلامي، حيث تستعين بمحطات استقبال وإرسال وتسجيل، إذ يلتقط البرامج الموجهة إليه ويعيد إرسالها في الوقت ذاته وبطريقة تلقائية. وطرح المفكر (Arthur Clarke) فكرته القائمة على استخدام الأقمار الصناعية للترحيل والبث الإذاعي، وحدد الخطوط العريضة للاتصال الفضائي، والوقت الذي يمكن أن يستغرقه دوران القمر الصناعي المثبت على بعد 900 كم من سطح الأرض يصل لـ 24 ساعة، ومن هذا الارتفاع يكفي وجود بضعت أقمار على أبعاد منتظمة لتغطية أي نقطة فوق سطح الأرض. (عبد الظاهر، 2020، ص. 32)

وتم الاعتماد على هذه الأقمار بوضع جرم صناعي في الفضاء، إذ من الصعب إقامة هذه المحطات في البحار والمحيطات، لحل مشكلة نقل الصور التلفزيونية إلى أماكن بعيدة، أي لأبعد من 80 كيلومتر كما كان يتم، باللجوء لإقامة محطات تقوية لأن الإشارة التلفزيونية لا تتحني مع كروية الأرض. فأمريكا مثلاً أطلقت أول قمر صناعي عام 1990، وهو عبارة عن بالون مطلي بطبقة من الألمونيوم، ومع الوقت تطور وأصبح أكثر فعالية في الإرسال والاستقبال، وتم معالجة نظام سرعة دورانه لتنسجم مع سرعة الأرض. (الضبيح، د.ت، ص. 7)

ويعتبر أول قمر صناعي تم الاستعانة به لنقل إشارات الصوت والصور الثابتة متمثل في بالون ضخيم مغطى برفائق معدنية أطلقته أمريكا عام 1960 بواسطة صاروخ على مدار عال في الفضاء وسمي بـ (إيكو 1) ثم أطلقوا القمر (ATS 6) الذي يعتبر كأول قمر صناعي تجريبي خاص بالبث الإذاعي المباشر، وقد تم تحقيق حلم بث البرامج التلفزيونية في العالم عام 1962، حين أطلقت وكالة ناسا الأمريكية (الإدارة الوطنية للطيران والفضاء) القمر تيلستار. (قنديل، 1985، ص. 43)

وبالعودة لسنة 1962 فقد تم إطلاق القمر الصناعي (تليستار) لنقل البث التلفزيوني بين أمريكا وأوروبا، بعدها أطلقت عدة أقمار لتأذيه وظائف مختلفة بوضعها في المدار الجغرافي للأرض لكي تدور بنفس سرعتها، وتدور الأقمار حول الأرض فوق خط الاستواء مباشرة على ارتفاع 36 ألف كيلومتر، ومن القواعد الأخرى للنظام العالمي للسواتل: إقامة محطة تحكم رئيسية ترافق القمر الصناعي خلال عمره الافتراضي، وتمكنها من صيانة الأقمار في حال وقوع خلل في عملها أو في حال موتها الافتراضي، وقد أنشأت أمريكا محطة ثابتة للصيانة. ومؤخراً باتت الأقمار الصناعية لها القدرة على إرسال البيانات

في الاتصالات الدولية مهما كان نوعها وحجمها ودقتها بفضل شبكات الاليف. (شمس الدين، 2008، ص. 105)

وتعتمد هذه العملية، على استقبال الاشارات من المحطات الأرضية أو من أقمار أخرى، وتكبر هذه الاشارات وتغير ترددها، وبعدها تعيد إرسالها إلى أماكن أبعد. وتستخدم في المحطات الأرضية هوائيات كبيرة الحجم، لكنها اتجهت نحو التصغير مع التطور التقني المستمر، (وصلت لأقل من المتر). وتقع ترددات الاتصالات عبر الأقمار الصناعية ضمن النطاق (C) وهذه الترددات هي (4/6) جيغاهيرتز، إذ يمثل التردد (6) جيغاهيرتز الوصلة الصاعدة (أرض- قمر) بينما يمثل التردد (4) جيغاهيرتز الوصلة النازلة (قمر- أرض). وهناك منظومات تستخدم ترددات أخرى. (الأتروشي، 2009، ص. 16)

وإذا لم تصل سرعة القمر الصناعي للحد المطلوب فسيسقط إلى الأرض بسبب الجاذبية، بينما تعادل سرعته الاتجاهية مع قوة الجاذبية يجعله يدور حول الأرض في مدار دائري، لذلك فالأقمار الصناعية ذات المدار العالي لا تحتاج إلى الدوران حول الأرض بسرعة عالية كما هي الحال في الأقمار الصناعية ذات المدار المنخفض. وعند ارتفاع 35680 كيلومترا فإن القمر الصناعي يحقق سرعة مدارية هي 1100 كم / الساعة، وبفضل هذه السرعة يبدو معلقا في السماء مثل المدار الثابت. (القرطاس، 2010، ص. 48)

وتستعين الأقمار الصناعية من أجل البث التلفزيوني على العديد من الأطباق الاقطة، فيعمل كل جزء فيها على استقبال الاشارات من الأرض ويعمل جزء آخر على اعادة إرسال تلك الاشارات، وأخر يتلقى أوامر السيطرة على القمر من خلال المحطة الأرضية. (شمس الدين، 2008، ص. 106)

وقد تأسست المنظمة الدولية للاتصالات الفضائية (إنتلسات/ Intelsat) في عام 1964، بمشاركة أحد عشر بلدا، وتضم اليوم أكثر من 100 دولة وتعتمد على نحو 20 ساتلا يوفر خدمة البث الدولي لأكثر من 149 دولة وإقليم. يتكون مجلس إدارة الانتلسات من 26 عضوا يتناسب تصويتهم مع نسب ملكيتهم، تبلغ حصة أمريكا من الملكية 22% بعدما كانت 60% عند التأسيس، حيث تساهم الدول الأعضاء ماليا حسب هذه النسبة وتكون الأرباح وفقها أيضا. وقد شاركت فيها 12 دولة عربية خلال السبعينيات وحصلت على مقعد مثلتها فيه الجزائر لمدة طويلة، وهي أول دولة عربية تستأجر من

الانتلسات لتغطية جنوب البلاد إذاعيا. (دليو، 2013، ص. 148) (والشكل رقم 01 يبين أحد هوائيات هذه المنظمة).

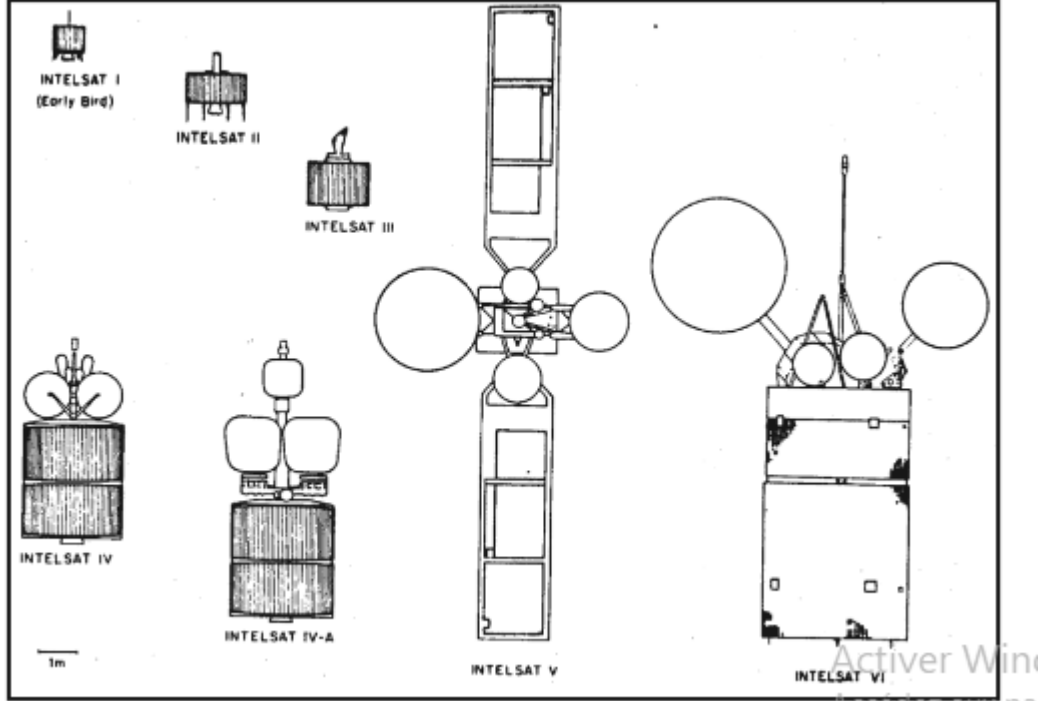
شكل رقم (1): يبين أحد هوائيات الاتصال بأقمار (الانتلسات) بقطر 30 متر:



المصدر: (القرطاس، 2010، ص. 48)

ومنذ لحظة إطلاق سبوتنيك (Sputnik) تجسدت أول ملامح حقبة عالمية جديدة في عالم الاتصالات تهدف للتغلب على الصعوبات المناخية والعوائق الطبيعية، ودعم التغطية الاتصالية في أغلب الأنحاء، ونقل الأحداث بالدقة والوضوح الأزمين. وقد تم نقل أول مشاهد تلفزيونية في نفس الوقت سنة 1962، بفضل (التيلستار)، الذي كان أول قمر يستقر في الفضاء، قبل أن يلحق به القمران المتزامنان (سينكوم 1 و2) سنة 1963، بعد جهد كبير من المهندسين في عملية إطلاقهما. (محمود، 2019، ص. 35) وكانت هذه حقبة أقمار انتلسات لبناء عهد اتصالات دولي جديد في مجال التلفزيون خاصة، ثم شملت نقل بيانات الحاسب الإلكتروني والاتصالات الهاتفية والراديو وغيرها، وقد بدأ الجيل الثاني منها في عام 1967، ثم الثالث بين عامي 1968 و1970، الذي سمح بالاتصال الدولي بكل الكرة الأرضية، ثم ظهر الجيل الرابع بين عامي 1971 و1973 وأضاف ميزات جديدة تمكن من القدرة على نقل المعلومات، وخلال الثمانينات تم إطلاق الجيل الخامس الأكثر تطورا من أقمار انتلسات. (الفلاحي، 2014، ص. 82). (والشكل رقم 02 يوضح أجيال الأقمار الصناعية لمنظومة الأنتلسات):

شكل رقم (2): يوضح أجيال الأقمار الصناعية لمنظومة الأنتلسات:



المصدر: (الأتروشي، 2009، ص. 22)

وعموما بفضل الأقمار الصناعية أضحي التلفزيون وسيلة دولية للاتصال، وأصبح من ميزات المجتمع الدولي الحديث، وتم بث الأخبار ونقل الأحداث بشكل مباشر من مكان وقوعها، ودون ترقب مواعيد بث محطات التلفزيون. ومن أهم مزايا استخدامها في مجال النقل التلفزيوني والبنث نجد:

-توفير استقبال عالي الجودة لخدمات التلفزيون.

-السرعة والوضوح في نقل الأحداث والمعلومات من مكان لآخر. (العززي، 2021، ص. 96-

(97

وفيما يتعلق بالجزائر، وبحسب الوكالة الفضائية الجزائرية (ASAL, 2020) فقد أطلقت قمرها الصناعي الأول المخصص للاتصالات والبنث الفضائي بتاريخ 10 ديسمبر 2017، والمسمى بـ Alcomsat-1. وقد وُضع بالموقع المداري 24.8 غربًا، بعمر افتراضي محدد بـ 15 عامًا. يوفر خدمات البث التلفزيوني والإذاعي والرقمي وغيرها. وقد خصص له محطتي تحكم لضمان تسيير العمل وصيانة

أي خلل. وأطلقت الجزائر على القمر مجموعة فضائيات التلفزيون الوطني العام بجودة HD أو خدمة SD، كقنوات: الجزائر الأولى، A3، TV4، TV5، مع بث 57 برنامجًا إذاعيًا لـ 48 قناة إذاعية محلية، وإذاعة دولية واحدة، و3 قنوات إذاعية وطنية (الأولى، الثانية، الثالثة)، وجيل أف إم، وقناتان موضوعيتان (إذاعة القرآن، الثقافة)، وإذاعة الساحل ورايو UFC، ثم أضاف قناة TV6 Généraliste، ثم قناة TV7 EL Maarifa بجودة HD (قناة تعليمية)، وقناة EDHAKIR TV8. وأخيرا إطلاق الباقة التلفزيونية للقنوات الجزائرية الخاصة.

ومع الغزو الرقمي أصبح المتابع الجزائري قادر على التقاط العديد من القنوات الفضائية عبر أكثر من قمر صناعي واحد، فبعض القنوات وسعت من شبكة إرسالها واستأجرت عدة قنوات قمرية، فمثلا قناة MBC تبث عبر عدة أقمار صناعية كقمرى نايلسات وعربسات وغيرهما، وكذلك نفس الشأن بالنسبة للقنوات التلفزيونية الأجنبية التي يمكن متابعة برامجها من الجزائر عبر عدة أقمار صناعية. (بوعلوي، 2003، ص. 71)

وبحسب موقع (KingOfSat, 2022) هناك ما يزيد عن 110 قمر صناعي، بعضها خاص بدول وبعضها خاص بمؤسسات أو اتحادات دولية معينة، وهنالك أكثر من 22 ألف قناة فضائية تبث من خلال هذه الأقمار على ما يزيد عن 17 ألف تردد، تمثل أكثر من 160 دولة (حسب تحديث 21 فيفري 2022).

4-1-2- الأقمار الصناعية والإشكاليات التي تواجهها

ورغم الصراع الدولي والسباق نحو التقدم، لم نشهد استهداف الدول المتصارعة للأقمار الصناعية لأن أي تفجير لأحدها من شأنه التسبب في عشرات الآلاف من شظايا الحطام، والتي تدور حول الأرض بسرعة فائقة، فأى قطعة من الحطام قد تولد ما يوازي انفجار قنبلة يدوية إذا ما اصطدمت بقمر آخر ما يعرض المتسبب نفسه للخسارة، كما أن إسقاط الأقمار الصناعية بالصواريخ هو فعل ترفض الدول القيام به، وتفضل أن تشوش على أنظمة عمل هذه الأقمار الصناعية من خلال وسائل تقنية خاصة. (منصور، 2019، ص. 139)

ويرى إيهاب خليفة (2021) أن طريقة الهجوم على الأقمار الصناعية، بالتشويش باتت طريقة شائعة، عن طريق أجهزة خاصة، حيث يمكن للتشويش أن يتداخل مع الإشارات التي تنتقل من الأقمار الصناعية إلى المحطات الأرضية أو تمنع وصولها حيث ذكر تقرير حديث صادر عن وكالة الاستخبارات الدفاعية الأمريكية DIA أن الصين تعمل الآن على تطوير أجهزة تشويش يمكن أن تستهدف مجموعة واسعة من الترددات، بما فيها ذات الاتصالات العسكرية، فيما اقتنت كوريا الشمالية أجهزة تشويش من روسيا، ومن المعروف أن التنظيمات المسلحة في العراق وأفغانستان تستخدمها أيضا. (ص. 97)

وأوردا بينسون وستاندينج (2009) بعض العيوب المتعلقة بالأقمار الصناعية ومنها:

- قد ينتج عن دائرة المسار الواحد تأخير يبلغ 0,25 من الثانية، وتأخير عن وصلة المسارين يقدر بـ 0,5 من الثانية، وهو أمر لا يتناسب مع الاتصال التليفوني.
 - إشكالية تأمين عمليات الإرسال، ومع أن التشفير encoding قد يحمي هذا الإرسال، لكنه يتطلب مزيد من التكاليف والمعدات على المرسل والمستقبل.
 - القيود المفروضة فالأقمار الصناعية لا تنقل أو تنتج أو تولد الكثير من القدرة الكهربائية.
 - تتأثر بعض الترددات المستخدمة بالتداخل مع بعضها كما قد تتضرر من الأحوال الجوية.
 - التكلفة الكبيرة في عملية إطلاق الأقمار وعملية البث من خلالها، سواء للمرسل أو المتلقي.
- (ص. 242)

4-1-3- أنواع الأقمار الصناعية ومداراتها

الأقمار الصناعية تختلف بحسب الهدف منها، كما وضعنا سابقا فنجد: أقمار مخصصة لأغراض عسكرية، أو أقمار الرصد الجوي وغيرها... تدور حول الأرض في المدارات المحددة لها لتزويد القائمين عليها بالمعلومات والبيانات.

- أقمار مخصصة للاتصالات، وذلك بين المواقع المختلفة بنقل الإشارة من الأرض عبر محطات أرضية مزودة بهوائي موجه إلى القمر، الذي ستقبل الإشارة في شكل ترددات وموجات، ثم يقوم القمر بتقوية هذه الترددات ليتمكن من إعادة بثها إلى الأرض كما تناولنا من قبل، لتستقبلها محطة أرضية

أخرى تقوم بتقوية الإشارات الواردة لها من القمر وتعيد بثها إلى الجهات المحطات التلفزيونية أو الإذاعية أو الهاتفية وغيرها.

وعمر الأقمار الصناعية يتراوح ما بين 7 و 10 سنوات، ويضم كل قمر عدة قنوات قمرية تبث بواسطتها الإشارات التلفزيونية أو الصوتية وغيرها. (يوسف، 2006، ص. 93-94)

وهناك من صنف الأقمار الصناعية لصنفين كما يلي: (الزبون، 2013)

-الصنف الأول: الأقمار الصناعية السالبة (Negative Satellites):

في شكل سطح من الألمنيوم فوق منطاد كبير، يمكن لها عكس الإشارات والترددات المرسله إليها من الأرض إلى أية بقعة كانت على الأرض.

-الصنف الثاني: الأقمار الصناعية الموجبة:

تتميز هذه الأقمار بقدرتها على التسجيل والإرسال والاستقبال، وتستعين بذلك بمجموعة من البطاريات الشمسية الموجودة على سطحها، وهناك نمطين لاستخدامها:

-النمط الأول: يقوم عن طريق أقمار التوصيل من نقطة إلى نقطة، فتبث الإشارة التلفزيونية من المحطة الأرضية إلى القمر الصناعي، فيقوم باستقبالها وإعادة بثها إلى محطة أرضية أخرى، فتقوم بتوزيعها عن طريق شبكة الاتصال المحلي.

-النمط الثاني: يقوم بتوزيع الإشارات التلفزيونية إلى مناطق واسعة، وبكلفة أقل، بواسطة محطات صغيرة متنقلة ومحطات أرضية في سيرورة بث واستقبال للإشارات. (ص. 57)

ومن هنا يمكن القول أن أنواع الأقمار الصناعية تختلف وتتنوع وذلك حسب الهدف الذي أطلقت من أجله، فهناك الأقمار التي تهدف إلى تتبع حالة الطقس والمناخ، وأخرى هدفها عسكري أو استراتيجي مثل التجسس وتصوير المواقع العسكرية، وأقمار لرسم الخرائط وتحديد الأماكن وأقمار تبحث عن الثروات الموجودة فوق سطح الأرض، والأقمار الأكثر شهرة هي أقمار الاتصالات وبث الإشارات الإذاعية والتلفزيونية، حيث تقوم الأقمار الصناعية باستقبال الإشارات الواردة إليها من المحطات الأرضية وفق موجات وترددات معينة، وتحدد منطقة التغطية للقمر وقوة البث، ونوعية الأجهزة المفروض استخدامها،

في محطة الاستقبال الأرضية، ومن الضروري أن تتوفر بعض التقنيات حتى يتمكن التلفزيون المنزلي من التواصل مع الأقمار الصناعية في الفضاء، إذ ينبغي توفر: الهوائي أو الدش، مجمع الإشارات أو بوق التغذية، وجهاز التكبير عالي الكفاءة، جهاز توجيه الهوائي، جهاز استقبال.

ومن المهم أن نتعرف على أشكال وأنواع مدارات الأقمار الصناعية:

فبحسب مرفت أمين الشبراوي (2017) تتخذ مدارات الأقمار الصناعية العديد من الأشكال. فبعضها مستدير والبعض الآخر بيضوي. كما تختلف المدارات أيضا من حيث العلو، فعلى سبيل المثال، توجد بعض المدارات الدائرية فوق الغلاف الجوي مباشرة، بينما توجد أخرى على علو يزيد على 32,200 كم فوق سطح الأرض. وكلما زاد العلو، كلما زادت مدة الزمن الذي يستغرقه القمر لإكمال دورة كاملة. ويبقى القمر الصناعي ثابتا في مداره بسبب سرعة القمر الصناعي، وقوة الجذب بين القمر الصناعي والأرض. فما لم تكن السرعة متوفرة فإن الجاذبية كانت ستعيد سحب القمر نحو الأرض. (ص. 46)

وبالتالي الأقمار الصناعية تدور في مدارات معينة، بحيث كل مدار مخصص لغرض معين يؤذيه القمر الصناعي ويمكن تصنيف المدارات حسب مهمة القمر الصناعي: (الدليمي^٣، 2014، ص. 34)

- مدارات أقمار الاستطلاع والتصوير.

- مدارات أقمار التجسس

- مدارات أقمار الأنواء الجوية والطقس.

- مدارات أقمار الهواة.

- مدارات أقمار الاتصالات والبث التلفزيوني

- مدارات أقمار لدراسة المجموعة الشمسية.

- مدارات أقمار لدراسة أعماق الكون.

- مدارات لأقمار أخرى.

وتميزت الأقمار الصناعية بمزايا متعددة، فهي تجتاز العوائق الطبيعية، وتحقق السرعة والوضوح الكافيين في نقل الأحداث والاشارات من مكان لآخر، وتوفر استقبال عالي الجودة، وبالرغم من تلك المزايا إلا أنه لا بد في جميع الحالات من استقبال الاشارات التلفزيونية بهوائيات ضخمة جدا من القمر الصناعي واعادة بثها من جديد بالشبكة الأرضية العادية، حتى ظهرت أقمار مزودة بقنوات غزيرة الاشعاع، والتي يمكن استقبالها بهوائيات صغيرة كما هو الحال الآن. ويتم التنسيق بين خدمات الأقمار الصناعية بواسطة الاتحاد الدولي للاتصالات ومقره جنيف بسويسرا. (عبد الظاهر، 2020، ص. 32-33)

4-1-4- البث التلفزيوني المباشر

البث عبر الأقمار الصناعية (التتابع) يعود لأربعينيات القرن العشرين، والبث التلفزيوني التقليدي يتجسد في نطاق دولة معينة وقوانينها، أما البث الفضائي فهو يستغل الأقمار الصناعية ليصل لأماكن مختلفة، ويقدم صورة معقدة Complex Picture من صور البث، بسبب الصعوبة التي تواجه قوانين الملكية الفكرية في استخدام هذه الأقمار، كفك تشفير القنوات الفضائية وانتهاك حقوق ملكيتها، ولهذا يرى مستخدمو القنوات الفضائية ضرورة وجود قوانين تحميها ضد من يخالفها، خاصة في ظل عدم وضوح البنود التي من السهل تجاوزها ومن الصعب معاقبة من يتجاوزها. (حسن، 2021، ص. 334)

وقد تطورت هذه الفكرة أكثر خلال فترة السبعينات، والتي مهدت لبداية الانطلاق في مشروع البث الفضائي التلفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية، وكان ذلك بأوروبا خلال سنة 1976، لتليها العديد من الجهود الفردية والتعاونية من عدة دول كبرى كفرنسا وألمانيا، ومهدت لميلاد القمران TDF و TV SAT سنة 1985، لتشهد فترة الثمانينات تطورا متسارعا رغم العديد من الصعوبات التقنية والمالية، حيث اقتصرت عمليات الاستقبال على أماكن معينة كدور السينما والقاعات أو المسارح الكبرى. (شطاح، 1997، ص. 243-244)

ولقد تجسدت عملية توصيل الترددات التلفزيونية إلى المنازل في وقت مبكر، لكنها لم تعرف الانتشار بسبب ضخامة التكاليف وصعوبة استقبال القنوات المحلية من خلالها، ومع بداية تراجع هذه التكاليف والمعوقات (بفضل مؤتمر الكونغرس الأمريكي 1999م الذي سمح باستقبال القنوات المحلية)

بدأت عمليات الاستقبال في التوسع حتى عربيا، من خلال ما عكسته صور أطباق الاستقبال على سطح
البنائيات حتى الفقيرة نسبيا منها بالوطن العربي. (محمد، 2008، ص. 152)

والبث التلفزيوني المباشر مرتبط بالاتصال الآني من محطة إرسال مباشرة إلى الأقمار الصناعية
ثم إلى الجهاز التلفزيوني الفردي المزود بالهوائي المقعر (Parabole)، ما قلص من الحدود الجغرافية
والقيود السياسية بين المجتمعات (حارس البوابة)، فالموجات المتنقلة محمية من التشويش أثناء الإرسال
الفضائي المباشر، الذي يتم استقبله من قبل المتلقي من أي مكان دون أي تدخل أي مسؤول طالما
يتواجد في نطاق التغطية، وقد تطورت تكنولوجيا الاتصال بالتوازي مع تطور الأقمار الصناعية والبث
المباشر، فظهر التلفزيون عالي الجودة High Detenition (H.D.T.V) وبدأ البث الأرضي المباشر يقل
لتوفير الطاقة والموارد المالية، لإنشاء شبكات نقل وتوزيع البرامج الجديدة وبثها. (الفياض، 2017،
ص. 79)

وهناك من يعرف البث التلفزيوني المباشر باختصار على أنه إمكانية الاتصال بين القطاع
الفضائي: الأقمار الصناعية، وأجهزة الاستقبال في البيوت (الهوائيات) دون المرور على المحطات
الأرضية التي تعمل عمل حراس البوابة.

ويظهر أقمار البث التلفزيوني المباشر تسابقت الدول المتقدمة على إطلاق الأقمار الصناعية
لاستغلالها في شتى المجالات لاسيما البث التلفزيوني المباشر، وذلك لبث القنوات الفضائية الوافدة،
وتنافست الدول الأوروبية واليابان وأمريكا على بحثا عن احتكار الفضاء وفرض سيطرتها عليه، ما أدى
لصراع بين مختلف الدول على التكنولوجيا الجديدة التي سقطت أمامها الحدود الجغرافية والحواجز
السياسية، وليتم التواصل بين الأقمار الصناعية وبين الشعوب من دون هذه القيود وبلا رقابة من
الحكومات والسلطات المحلية. (عبد الظاهر، 2020، ص. 34-35)

وبعد إطلاق أمريكا لقمريها التجريبي للبث المباشر (Ats-6) الخاص بوكالة (ناسا) الفضائية، تطور
الأمر في عام 1982 عندما أخذ البث المباشر التابع لشركة (كومسات) الأمريكية للأقمار الصناعية
ترخيصا من شركة التلفاز القمري، لتتم الموافقة بعدها على ثماني طلبات أخرى لتأمين خدمات البث
المباشر لهيئة الإذاعة الأمريكية (Rca) وسترن يونيون، وطلب آخر من كومسات التي اقترحت تطوير

قدرة الإرسال والبث، وقد أصبحت شركة كومسات في المقدمة حيث بدأت النقل التلفزيوني المباشر بالقدرة المتوسطة مع بداية عام 1983. (النمر، 2016، ص. 103)

وهذا النجاح الأمريكي في مجال البث الفضائي التلفزيوني المباشر، امتد بسرعة لمعظم دول العالم، فأطلقت المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية (Arab Sat) أول قمر صناعي لها في 8 فبراير عام 1985، باتفاق مع شركة (أبريان) الأوروبية، والقمر الصناعي الثاني من هذا الجيل في يونيو عام 1985 بواسطة المكوك الفضائي (ديسكفري)، وكذلك أطلقت فرنسا حينها قمر (Tdf1) فيما أطلقت الشركة الأوروبية (Sess) أول سلسلة أقمار (Astra) الأوروبية والتي مكنت الجمهور الأوروبي من مشاهدة 100 قناة عالمية، ليتبعه القمر الصناعي الأوروبي الأشهر (Hobtbird) والذي يتضمن حالياً مئات القنوات التلفزيونية المفتوحة والمشفرة، بمختلف مضامينها وتوجهاتها. (النمر، 2016، ص. 103)

ومن أفضل تجارب البث التلفزيوني الفضائي المباشر خلال الثمانينيات والتسعينيات، هو البث الفضائي المتوسطي بفضل إطلاق فرنسا للقمر الصناعي TDF ثم TDF2، بتوزيع قنواتها من خلال القمرين: حيث ضم الأول القناة الفرنسية الأولى (TF1) والثانية (F2) والسابعة (TV7). أما الثاني فضم القناة الخامسة (La5) وقناة (M6) وقناة (Canal+). وبداية من سنة 1994 ضمت كل القنوات الفرنسية في الاتصال الفضائي كالقناة الثانية (F2) والقناة المشتركة الألمانية (RTL) وقناة (Arte). كما أطلقت ألمانيا بثها التلفزيوني الفضائي المباشر حينها. وعرف الإعلام العربي عموماً الدخول في العالمية بعد ظهور العديد من القنوات الفضائية المميزة تبث من أمريكا وآسيا وأوروبا. (بوعلي، 2003، ص. 13-14)

واليوم يوجد الآلاف من الأقمار الصناعية لمختلف المهام، فغالب الدول المتقدمة وحتى النامية سعت إلى حجز مدارها في الفضاء بهدف البث التلفزيوني، ففي 1987م، بدأت اليابان أول بث تلفزيوني مباشر لها غطى جميع الجزر اليابانية، وبعدها استقبلت المنطقة العربية البث التلفزيوني من أربعة أقمار أوروبية، وهي القمر الفرنسي، والقمر الألماني، والقمر الأوروبي، والقمر البريطاني، إلى جانب الأقمار الأمريكية والآسيوية، وانعكس تطور أقمار البث المباشر على تطور المحطات الأرضية، وأجهزة البث الناقلة للإشارات، وأجهزة الاستقبال المنزلية باتت أقل حجماً وتكلفة. (عبد الظاهر، 2020، ص. 35)

وبالتالي فالبث المباشر يقصد به تأذية الأقمار الصناعية لدورها في التقاط البث التلفزيوني في بلد ما، ومن ثم بثه على المباشر إلى أماكن أخرى بعيدة من خلال الأقمار الصناعية. وفق ثلاث مرتكزات:

- القناة التلفزيونية المعنية.
- القمر الصناعي المسؤول عن التقاط البث، وإعادته مباشرة نحو المتلقي.
- المتلقي أو المُستقبل، وهو جهاز التلفزيون المرتبط بجهاز التقاط يستقبل البث المباشر من القمر الصناعي دون وسيط. (العمر، 1992، ص. 13)

وعموماً فالبث التلفزيوني المباشر يعد إنتاج تلفزيوني يتم بثه في الوقت الفعلي لوقوع الأحداث، وقد تعني اليوم بث التلفزيون عبر الإنترنت، ببرامج لا يتم تسجيلها مسبقاً بل يتم التدريب عليها وتحريرها قبل بثها مباشرة. ويشمل البث المباشر غالباً عروض يتم بثها مباشرة مثل النشرات الإخبارية، والحصص الصباحية، وبرامج الجوائز وبرامج الواقع، المقابلات الرياضية، وغيرها. (stringfixer, N.D)

وقد عرفت الجزائر البث التلفزيوني الفضائي المباشر رسمياً خلال الثمانينيات، بعد إطلاق فرنسا للقمر الصناعي (TDF1) الخاص بالبث المباشر، وامتد نطاق تغطيته للعديد من المناطق خارج فرنسا ودول المغرب العربي. كما تطور تطوراً متسارعاً متجاوزاً العقبات التقنية التكاليف الباهظة. وقد كانت عملية الاستقبال في الجزائر مقتصرة على أماكن معينة كدور السينما، وقد بلغت تكلفة الهوائي المقعر حينها حوالي 12 مليون سنتيم بالعملة الجزائرية، بالإضافة إلى تكاليف الجمركة والنقل. ما جعل البث مقتصرًا على المؤسسات العامة وبعض الفئات، كالبث من رياض الفتح (هوائي كبير)، وقد التقطت أربعة قنوات تلفزيونية وهي: راي الإيطالية، ميوزيك بوكس الألمانية الفرنسية، وقناة أوربا، وذلك لغاية انتشار الدش المنزلي بأثمان معقولة. (بوعلي، 2003، ص. 70)

4-1-5- التحول في البث التلفزيوني (الأرضي والرقمي):

تعد عملية بث البرامج من القنوات التلفزيونية نحو الجماهير عملية متطورة بشكل دائم، مستغلة كل ما تقدمه التكنولوجيا في عصرها من تقنيات جديدة وتجهيزات محسنة على صعيدي التصغير والسرعة أو لعوامل الصورة والصوت والدقة، ومن أهم التطورات التي عرفها البث الفضائي هو التنقل من البث الأرضي إلى البث الرقمي ومنه إلى البث الشبكي (الانترنت).

ويعتمد التلفزيون الأرضي الرقمي (Digital terrestrial television) بالإضافة للراديو الرقمي (Digital radio broadcasting) على البث مباشرة إلى المنزل عبر القمر الصناعي. وما يميز هذا النظام هو القدرة على استدعاء المعلومات التفاعلية، والأشكال الجديدة للتكنولوجيا الرقمية لها عدة مميزات أهمها:

- اختيار أحسن البرامج.

- التفاعل الكبير بين الجمهور والوسيلة والتغذية المرئية في البرامج.

- وصول المعلومات المناسبة.

- فيديو تحت الطلب.

- تلفزيون ذو مقدرة عالية (High Definition TV).

وبالعودة لفترة الأربعينيات حين اقترح Arthur C Clarke في مقالة نشرها بمجلة Wireless World نموذج يعتمد على استخدام مدارات ثابتة حول الأرض geostationary orbits لأقمار صناعية للاتصالات (لم يكن المخترع الحقيقي للقمر الصناعي الخاص بالاتصالات). وأوضح أن ثلاثة أقمار صناعية كافية لتغطية العالم، من خلال عمل كل قمر صناعي كمرحل relay على خط الرؤية للاتصالات، ويتعين أن تكون الوصلة هي خط الرؤية، نظرا لأن الأقمار الصناعية تستخدم الألياف الدقيقة microwaves. (بينسون، 2009، ص. 240)

لكن ترقيم الإشارات المرئية كالفديو يساهم في تقليص حجمها وعددها، ومن عملية نقل قدر كبير من المعلومات دون ضرورة التوسع في المجالات الفضائية للشبكات، وبالتالي فالتلفزيون الرقمي كان بمثابة حل فعال لتطوير البث الفضائي بلزوم التحول لأنظمة التلفزيون الرقمية، وقد تحولت سنة 2007 أجهزة التلفزيون المصنعة في أمريكا إلى النظام الرقمي مع مختلف أنظمة الإرسال، ما وفر أيضا إمكانية استقبال الفضائيات من خلال أجهزة الحاسوب مع انتشار الانترنت. وبالتالي كان التحول نحو الرقمنة ارسالا واستقبالا دون المساس بأنظمة الأقمار أو مداراتها، والنتيجة ساعات أطول للبث التلفزيوني ودقة أكبر في الجودة والعرض. (محمد، 2008، ص. 154)

وقد بات نظام البث الرقمي هو مستقبل البث الفضائي الإذاعي والتلفزيوني، ومع أن البث الفضائي مثل ظاهرة حقيقية في مجال التلفزيون، لكنه تسبب في عدة سلبيات، مثل القرصنة التلفزيونية، كتسجيل البث الفضائي وإعادة بثه من خلال قنوات كابلية مدفوعة، ولحل الأشكال تمت الاستعانة بشركات متخصصة قادرة على حماية حقوق ملكية البث وأنظمتها، بالانتقال من نظام البث التماثلي (ANALOG) إلى نظام البث الرقمي (DIGITAL) عن طريق التشفير، ما أمن عملية البث وحفظ الحقوق الاقتصادية بالحصول على مقابل من الخدمات، وسمح النظام بضغط القنوات القمرية وزيادة فرص الاتصال ومضاعفة الخطوط التليفونية وتقليل التكاليف، وتطوير صناعة أجهزة الاتصالات، وتم التشفير بمنع الاستقبال لغير المتصلين بالخدمة، أو تشفير القنوات من المصدر والسماح بها للمشتركين فقط. (فياض، 2019، ص. 223-224)

وفي محاولة لتحقيق أمن الأقمار الصناعية، بدأ الجيش الأمريكي في جعل أقماره الصناعية أكثر مناعة في مواجهة الهجمات السيبرانية وعمليات التشويش. فعلى سبيل المثال، من المقرر أن تطلق واشنطن عام 2022 قمرا صناعيا جديدا هو NTS-3، يعمل بهوائيات قابلة للبرمجة والتوجيه، ويمكن أن يبث إشارات بقوة أكبر لمواجهة التشويش، وتم تصميمه ليبقى دقيقا حتى لو فقد اتصاله بوحدة التحكم الأرضية، وتمت برمجته لكشف محاولات التشويش على إشاراته. (خليفة، 2021، ص. 97)

ومن إيجابيات البث الرقمي تطويره لجودة الصورة، ومع هذا استمرت مشكلة القرصنة لأن البث يعتمد على جهاز فك شفرات منزلي -ديكودار- يمكن المقرصن من تسجيل ما يشاء من البرامج، ما جعل العديد من الشركات المتخصصة تلجأ إلى القانون لحماية مصالحها. والجديد في نظام البث الرقمي، هو استخدام نظام إرسال عالمي متطور لقنوات التلفزيون يعرف باسم (Motion Picture Expert Group) بحيث يستخدم تكنولوجيا الإشارات المرئية الرقمية المضغوطة (Digital Video) لإذاعة قنوات الأقمار كالصناعية إلى المنزل مباشرة أو إلى شركات إذاعة برامج القنوات التلفزيونية المشفرة بنظام الدفع (Pay TV)، بضم عدد كبير من القنوات التي تبثها محطات الإرسال الفضائية. (فياض، 2019، ص. 223-224)

وتعتبر القنوات التلفزيونية الرقمية من الإضافات الهامة التي ساعدت على إيجاد حلول للكثير من المشكلات التقنية التي واجهت البث التلفزيوني، ومنها مشكلة ازدحام البث الفضائي، حيث ساعد على

توسيع الخدمة وبتوفير عدة قنوات عبر النظام الرقمي، وبالتالي مزيدا من القنوات المضغوطة التي تبث عبر الأقمار الصناعية الحديثة، بهدف بث خدمات تلفزيونية جديدة عن طريق الاشتراك المشفر، وقد برز من خلالها ما يعرف بالتلفزيون التفاعلي الذي يقدم خدمات مختلفة.

وباختصار يقصد بالبث الرقمي: التحول من نظام البث التقليدي الترددي التماثلي Analog إلى البث الرقمي الديجيتال Digital بواسطة التشفير لضمان أخذ مقابل من المشتركين في خدمة البث وحماية الحقوق الاقتصادية، وحقق السرعة في التطور والانتشار في مختلف أنحاء العالم، وما وفره من تضاعف لعدد القنوات المتخصصة التي تحظى باهتمام الكثير من المشاهدين، مثل القنوات الوثائقية والقنوات الرياضية، والقنوات الإخبارية، وغيرها، فقد بات البث الفضائي يمثل ميزة يتسم بها هذا العصر. (الزبون، 2013، ص. 60)

ونتيجة لهذا التطور التكنولوجي اضطرت المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري لإنشاء قناتين حكوميتين فضائيتين تابعتين لها، لجذب أكبر عدد من الجماهير وتحسين طرق ووسائل الإنتاج والعرض بما يتناسب مع متطلبات العصر والمهنية الإعلامية. (بوعلي، 2003، ص. 13-14)

4-1-6- البث الفضائي العربي: مفاهيم وإشكاليات

يعود تاريخ العرب مع شبكات الاتصال الفضائية الدولية لفترة مبكرة، فقد شاركت 12 دولة عربية في إنشاء منظمة الاتصالات الدولية انتلسات (INTELSAT)، وقبلها شاركت في الاتحاد المالي الدولي للاتصالات الفضائية International Telecommunications Satellite Consortiium، وكان لهذه الأقطار جميعا مقعد في اللجنة، مع حق المشاركة في التصويت، وكان لها 1,72% من إجمالي رأس المال. وهذه الأقطار هي: الجزائر والعراق والأردن والكويت ولبنان والمغرب والسعودية والسودان وسوريا وتونس والإمارات، وتعتبر الجزائر أول بلد استأجر قنوات للاستخدام الداخلي من الانتلسات. (الجمال، 2001، ص. 278-279)

(وسنعرض من خلال الجدول رقم 01 مدى حجم المساهمة المالية لكل قطر عربي في المؤسسة الدولية للاتصالات).

جدول رقم (1): مساهمة الأقطار العربية في رأس مال المؤسسة الدولية للاتصالات الفضائية، من رأس مال يقدر بـ

100 مليون دولار:

الدولة	قيمة المساهمة بالمليون دولار
العربية السعودية	26,2
الجمهورية العربية الليبية	18,5
جمهورية مصر العربية	10,4
دولة الكويت	08,3
دولة الإمارات العربية المتحدة	06,6
الجمهورية اللبنانية	06,3
دولة قطر	05,0
دولة البحرين	04,0
الأردنية الهاشمية	03,3
الجمهورية العراقية	02,6
جمهورية السودان الديمقراطية	02,1
الجمهورية العربية السورية	01,7
سلطنة عمان	01,0
الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية	00,9
الجمهورية العربية اليمنية	00,7
جمهورية اليمن الديمقراطية الشعبية	00,6
الجمهورية التونسية	00,6
المغرب	00,5
جمهورية الصومال الديمقراطية	00,3
الجمهورية الإسلامية الموريتانية	00,2
فلسطين	00,2
المجموع	100

المصدر: (الجمال، 2001، ص. 287)

وقد يدفع الحديث عن نشأة الفضائيات العربية بداية الإشارة إلى دخول البث التلفزيوني إلى الدول العربية، فالمنطقة لم تكن في معزل عما يدور حولها من تطور تقني عالمي، فمحطات التلفزيون بدأت في دول الخليج (باستثناء قطر)، عن طريق الشركات العربية والأفراد، بعضها قد بدأ البث منذ خمسينات القرن العشرين، والأخر تأخر إلى السبعينات، والكثير من المواد تذاغ باللغة الإنجليزية، مثل الأفلام الأمريكية وكان التوجه نحو الأجانب المقيمين في المنطقة خاصة الأمريكيين. (حسن أ، 2017، ص. 99)

وفي مؤلف للباحثة نجلاء محمد جابر (2015)، ذكرت بعض التعريفات التي أوردها بعض الباحثين للبث الفضائي العربي منها:

- بأنه حصيلة التقدم العلمي والتحديث الدائم للمجال الاتصالي لوسائل الاعلام العربية في بيئة شهدت تطوراً معرفياً تزامناً مع ديمقراطية الاتصال.

- هو نتاج زمن الاتصال عن بعد من خلال الفضائيات وتكنولوجيات الحاسبات الالكترونية.

- هي حقبة تكنولوجية الاتصال المرتبطة بالإرسال والاستقبال.

- هي حقبة المتابعة الاختيارية، تنوعاً وتعددًا. (ص 19)

كما يعرف البث الفضائي العربي بكونه مرحلة تمثل عصر الصورة المعبرة عن التنوع دون الاختلاف، والإعلام الفضائي العربي يمثل القنوات الفضائية التي تبث من داخله وخارجه، حيث تهدف للتأثير في مختلف الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها، وكانت مرحلة مغادرة المتلقي حقبة حتمية المشاهدة إلى حقبة حرية المشاهدة من المنزل دون أي عوائق تقنية. (عبد المنعم، 2015، ص. 60)

إذن فقد أدى التطور التقني المتتابع لظهور البث الفضائي العربي بسبب الحاجة له من طرف الجماهير العربية ومع تصاعد حدة العديد من الأزمات والأحداث في المنطقة العربية كذلك، فالوضع تطلب وجود إعلام محلي يضمن تغطية الأحداث، وبعد إطلاق القمر الصناعي عربسات كانت مصر المبادرة لإنشاء أول قناة فضائية عربية، بعدها تحررت الشبكة الفضائية العربية وسعت إلى كسب مكان

ضمن الاعلام الفضائي، فأسست الدول العربية بعدها أول قنواتها الفضائية لبث كل ما له خصوصية بالبلد ومكانته في الساحة العالمية. (عباس، 2018، ص. 63)

وقد تأسس القمر الصناعي عربسات بهدف تحقيق جملة من الأهداف الإخبارية والتعليمية، كتبادل البرامج الإخبارية وتحديث النظم الاتصالية، والبث التعليمي الهادف لرفع المستوى التعليمي في الأمم العربية والامام بطرقه الحديثة والقضاء على الأمية... لكن هذه البداية لم تحظى بالنجاح المتوقع وهو ما تعكسه نسبة الارسال التلفزيوني خلال سنتا 1990 و1991، حيث لم تتجاوز هذه المدة 220 دقيقة خلال اليوم لكل سنة. (شطاح، 1997، ص. 246-247)

ولغاية اليوم والفضائيات العربية تسعى في جانب التطور المستمر، ولو أن هذا التطور يتخلله أحيانا تخبط وضعف في التخطيط العلمي السليم، لكن الفضائيات خلال هذه الفترة تطورت على عدة أصعدة، كبروز الفضائيات الخاصة، التي كان هدفها الأول هو الربح التجاري ولو على حساب الرسالة الإعلامية الموجهة للجمهور العربي، وقد شهدت الفضائيات العربية الكثير من التطورات المتنوعة تدريجيا. (الأسد، 2012، ص. 35)

وينقسم الاعلام الفضائي العربي غالبا إلى إعلام حكومي وشخصي، ولو اختلفت مسمياته وطرقه، فتغطية الازمات العربية كالتي وقعت بالعراق، تؤكد أن وسائل الاعلام، تعمل بإطار محدد، وفق قاموس أنتج إعلام الغرب مفاهيمه، لا مفاهيم إعلامية من صناعة عربية تعكس الواقع العربي وسلوك أفراد مجتمعه، وبالتالي فحجم الابتكار محدود. (حافظ، 2016، ص. 192)

وتاريخيا دخل بث التلفزيون (غير الفضائي) الدول العربية حسب الخارطة التاريخية التالية: الجزائر والعراق في عام 1956م، لبنان في 1959م، مصر وسوريا في 1960م، الكويت والمغرب والسودان في 1962م، اليمن الديموقراطية 1964م، السعودية في 1965م، وتونس في 1966م، والأردن في 1968م، والإمارات العربية المتحدة (أبو ظبي) في 1969م، وقطر في 1970م، والبحرين في 1973م، وسلطنة عمان في 1974م، اليمن الشمالية سابقا في 1975م، وحتى عام 1982م لم يكن هناك بث تلفزيوني في كل من الصومال وجيبوتي، فيما كان البث التجريبي بموريتانيا. (الجمال، 2004، ص.

وكانت بداية التلفزيون الجزائري مع البث التلفزيوني في نهاية شهر ديسمبر عام 1956 خلال فترة الاحتلال الفرنسي، وقد أنشأ مركز صغير للبث والارسال يعمل تحت قواعد السيطرة الفرنسية، واقتصرت البث وقتها على المدن الكبرى في الجزائر، حيث أنشأت محطات إرسال محدودة تصل لـ 819 خطا على المدى القصير، تم توزيعها على ثلاثة مراكز أساسية في مدن: قسنطينة، الجزائر العاصمة، ووهران. (الدليمي، 2011، ص. 169)

فيما أتت تواريخ بداية البث الفضائي العربي على النحو التالي: القناة الفضائية المصرية في ديسمبر 1990م، وهي أول فضائية حكومية عربية، ثم قناتي الكويت ودبي في أكتوبر 1992م، وقناة أبوظبي في نوفمبر 1992م، ثم القناة الأردنية في جانفي 1993م، بلبنان تلفزيون المستقبل في سبتمبر 1993م، إضافة إلى قناتي السعودية الأولى والثانية والقناة المغربية والقناة الموريتانية، وقناة عمان وقناة التبادل الإخباري والبرامجي التابعة لاتحاد الإذاعات العربية، ثم الفضائيات السورية والسودانية واليمنية في الفترة ما بين جوان ونوفمبر 1995م، والشارقة في أكتوبر 1996م، ثم الليبية والتونسية في ديسمبر من نفس السنة، وعجمان في فيفري 1998م. كما برزت القنوات الفضائية الخاصة مثل MBC سنة 1991، ثم LBC سنة 1993، ثم أوربت 1994، وART سنة 1996، والجزيرة سنة 1996، وأغلب هذه القنوات تجارية انطلق بثها من عواصم أوروبية. (جالو، 2016، ص. 15-16)

وقد أورد الدكتور مصطفى يوسف كافي (2016) بعض من مميزات البث الفضائي العربي ومنها:

- ساهمت هذه الفضائيات في تطور العمل الإعلامي العربي وتنوعه.
- قللت من سطوة القنوات الأجنبية خاصة في مجال الأخبار، وقدمت للمشاهد العربي بديل يضمن تغطية الأحداث بمختلف التقنيات والمصادر.
- التخصص في المضامين، ما ساهم في تلبية أغلب أذواق المشاهدين، اخباريا وفنيا... إلخ.
- رفع مستوى الحريات لاسيما بانتشار الفضائيات الخاصة، ما مهد لإعلام جديد يعالج قضايا معاصرة بالنسبة للمشاهد العربي. وقد بدأ عصر التعددية الإعلامية وحرية انقاء ما يوده المشاهد.
- ساهم البث الفضائي العربي في تطوير البنى التحتية وانشاء مدن متطورة للإنتاج الاعلامي.

(ص. 155)

وفيما يتعلق بالسعي نحو البث العربي المشترك، فقد أدركت حكومات العرب قيمة هذا المجال مبكراً، وحاولت السيطرة عليه بشكل مشترك حتى لا تتفرد جهة أخرى باستخدامه ضدها، فبادرت مصر عام 1967 لإطلاق قمر صناعي تملكه الدول العربية مجتمعة ويقدم برامج مشتركة. وتم تدارس الفكرة حتى صدرت في اجتماع لمجلس وزراء الإعلام العرب بتونس توصية تفيد بأهمية الاستفادة من التقدم التكنولوجي في وسائل الإعلام، لكن التوصية ظلت طريقها للتحقيق ولم تنشأ مؤسسة عربية للاتصالات الفضائية إلا بعد مرور عقد من الزمن. (الغضبان، 2010، ص. 24 25)

ولا يوجد في الدول العربية نظم واضحة تدير مضمون البث الإعلامي إلا بعض اللوائح ضمن نطاق محلي، وغير ملزمة في مستوى أوسع فيما يتعلق بالبث الدولي سواء على مستوى البث التلفزيوني الفضائي أو الإلكتروني، ورغم مرور سنوات طويلة على إنشاء الأقمار الخاصة، ورغم تضاعف عدد الفضائيات العربية، إلا أن الدول العربية تبنت متأخرة في سنة 2008 الميثاق العربي للقنوات الفضائية العامل على تنظيم البث الفضائي والمرتكز على أنظمة البث المشتركة مع دول أخرى تعكس قيم المجتمع العربي وثقافته. (الخاطر، 2010، ص. 18)

وكما ورد في كتاب اعتماد مبادئ تنظيم البث والاستقبال الفضائي (2008) فقد عقد مجلس وزراء الإعلام للدول العربية اجتماعاً استثنائياً يوم 12 فيفري 2008، لمناقشة وثيقة (مبادئ تنظيم البث والاستقبال الفضائي الإذاعي والتلفازي في المنطقة العربية). التي أثارت تساؤلات حول موضوع توسيع الحرية أو تقييدها على الفضائيات العربية. وكلف المجلس اللجنة الدائمة للإعلام العربي باقتراح آلية تطبيق هذه المبادئ، وتشكيل فريق خبراء وعقد جلسات استماع مع ممثلي الفضائيات. (ص. 19)

4-2- الفضايات الإخبارية الأجنبية والعربية

ارتفعت حدة الصراع بين القنوات المتخصصة ضمن السباق نحو العولمة والتميط، ومثلت السلاح الأقوى في النظام العالمي الجديد بقيادة الولايات المتحدة الأمريكية، التي هدفت لترويج قيمها ونشر الثقافة الجماهيرية والاستهلاكية النمطية، وهذه النماذج بدأت البث من أمريكا أولاً ثم امتدت إلى البقية، وامتد معها التقليد أو التجديد بين أمريكا وبقية العالم. (بوججوف، 2018، ص. 66) ومن أبرز مظاهر التخصص في الإعلام التلفزيوني هو بروز القنوات الفضائية الإخبارية المتخصصة.

ويرى بعض المختصون أن توجيه المحتوى الشامل نحو الجمهور المتلقي لم يعد جذاباً، وبات من المهم مخاطبة شرائح أقل ومجموعات أصغر بهدف إشباع احتياجاتهم، نتيجة الحاجة إلى مزيد من التخصص لتنوع ظواهر الحياة وتشابك القضايا، وقد بدأ التخصص في الإعلام المكتوب بتخصيص بعض الصفحات للشأن السياسي وآخر للاقتصادي أو الرياضي، وأخبار الحوادث، ثم برزت المجالات المتخصصة، لتصل هذه الظاهرة بعد ذلك للإعلام التلفزيوني سواء كانت في القنوات الحكومية أو القنوات الخاصة. (عبد الظاهر، 2020، ص. 119)

4-2-1- نشأة الفضايات الإخبارية

تعد الفضايات الإخبارية من أهم وسائل ووسائط نقل الخبرات والمعارف حول مختلف القضايا والأزمات الدولية التي تقع في العديد من الأماكن، وفي بيئات مفيدة لتقدم خبرات مجردة وغير مباشرة عن طريق تغطية العديد من الأزمات في تناولها الإخباري. (الفقيه وعبد الرحمن، 2016، ص. 215)

وتقدم القنوات الفضائية الإخبارية مجموعة من المعطيات والآراء والأفكار التي تعمل على بناء رأي معين تجاه ما يقع، وتتباين القنوات الإخبارية فيما يتعلق بطريقة تقديم الحدث والتعليق عليه وتفسير أسبابه، وذلك حسب السياسة العامة والهوية الخاصة لكل قناة، كما يمكنها أن تؤثر على تصورات بعض الأفراد داخل بيئة معينة، من خلال طرح وجهات النظر والمعلومات المتعلقة بها، فالقنوات الفضائية الإخبارية لها دور فعال في معالجة مختلف القضايا لكونها أداة تسمح بمناقشة الآراء وتهيئة المناخ السياسي وتوسيع مبادئ الديمقراطية التشاركية. (السامرائي، 2019، ص. 9)

وخلال فترة الثمانينات بدأ عصر التنوع في القنوات التلفزيونية، خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية بميلاد إعلام يحاول مخاطبة جماعات مستهدفة بهدف التأثير فيها. وبفضل التطور التقني المتسارع نشأت القنوات المتخصصة لتتماشى مع تنوع حاجات وطلبات الجماهير، ليعرف المجال الإعلامي التلفزيوني، قنوات متخصصة في الأخبار والرياضة والأفلام، والصحة، والدين، والاقتصاد، والإعلان... إلخ. (بوسنان، 2014، ص. 121)

وبالتالي فأهم العوامل التي ساهمت في ظهور القنوات الإخبارية المتخصصة يمكن أن نحددها بهذا الشكل:

- التأثير الكبير لتكنولوجيات الإعلام والاتصال: أقمار صناعية وانترنت وغيرها، في صناعة المحتوى الإخباري على مستوى العالم، وتقديمه لمجموعة كبيرة من الجماهير والإعلاميين، داخل بنية اتصال تفاعلية تتسم بالمنافسة. وقد ساهم البث المباشر عبر أقمار الصناعية بإضافته لبعد إخباري جديد غير من مفهوم الخبر نفسه، من شيء حدث إلى شيء يحدث الآن، ففورية البث المباشر بنقل الخبر من موقع حدوثه للمتلقي، هو أهم عامل جذب للقنوات الإخبارية، خاصة بعد التطور الرقمي في الصورة التلفزيونية، وبالتالي جعلت المشاهد قريب ومندمج أكثر مع ما يقع. (بوججوف، 2018، ص. 68)

وتهدف الفضائيات الإخبارية لخدمة توقعات مَلَاكها من جهة وإشباع حاجات جمهور المتلقين والعملاء من جهة أخرى، بتقديم أفضل ما تملك سعياً منها لتحقيق أهدافها والتميز على المنافسين، خاصة أن بيئة العمل والأداء الإعلامي المعاصرة باتت تتسم بالسرعة والتجدد المستمر. (العززي، 2021، ص. 62)

فبفضل ما حققته التكنولوجيا من فائدة كبيرة للقنوات الفضائية الخاصة أو المتخصصة، فقد طرحت هذه الفضائيات لجماهيرها مختلف الموضوعات مع حيز مهم من الحرية، بطرح القضايا الجديدة ومناقشتها بنوع من الجرأة، كموضوع التربية الجنسية للمراهقين بهدف التوعية، ما طرح جدلاً حول ضرورة تناول هذا الملف بين مؤيد ومعارض، وما جعل الجمهور في حيرة البقاء مع أم ضد، في ظل ما تقدمه بعض الفضائيات العربية من مشاهد تمس الحياء ولا غاية منها إلا الكسب المادي. (نصار، 2017، ص. 119)

وتعتبر الفضائيات الإخبارية وسيلة إعلام مختلفة عن الإعلام الحكومي، قادت إلى عمليات التأطير والتغيير التي أرادها الجمهور (الربيع العربي) حيث تولى إعلاميون رفقة إطارات حقوقية تطالب بالحرية الديمقراطية عملية صياغة هذه الرسائل التغييرية، واستطاعت أن تسقط بعض الأنظمة وقياداتها، فبظهور الفضائيات الإخبارية الجديدة، انقسمت التغطية الإعلامية بين توظيف الصورة ضمن إعلام حر لا ينكر الحقائق في انحياز واضح لإرادة الشعب، مقابل إعلام عضوي يحرص على فرض وتبني وجهات النظر الرسمية عند نقله للأحداث. (الجولي، 2014، ص. 123)

وحول قيمة وموقع الفضائيات الإخبارية لدى جمهور أو بين مضامين الإعلام اليوم الجديدة، يقول (ماركوس برايور) أن هناك انقسام أعمق يصفه كالتالي:

انقسام أساسه المشاركة المدنية بين محبي الأخبار ومحبي المضامين الترفيهية. فمحبو الترفيه يهجرون النشرات الإخبارية، لأنهم تعودوا على تكريس أوقاتهم لمحتوى يضمن إشباع فوري أكبر، وبالتالي تعرض أقل للشأن السياسي وتقل مشاركاتهم السياسية نفسها، وهذا التفاوت هو نتاج توجه إعلامي إرادي. فالتأكد أن لدى الجميع خيار وفرصة متابعة الإعلام لن يحل المشكلة، فطالما كان لدى الفرد الاختيار بين الوصول للأخبار والمعلومات مقابل الترفيه، والأسهل اليوم الحصول على مزيد من الترفيه. (بيكيت، 2021، ص. 48)

4-2-2- الفضائيات الإخبارية الأجنبية

قد أولت الكثير من الفضائيات الأجنبية خاصة الأوروبية منها، كالفضائيات الإنجليزية أهمية كبيرة بالجانب الإخباري، إذ تشكل الأخبار مع البرامج الإخبارية مادة هامة لكثير من الفضائيات، كما تخصصت قنوات أخرى بالجانب الإخباري فقط أو بمنح الأولوية للجانب الإخباري بعرض البرامج الإخبارية غالب فترات اليوم، وتستعين هذه الفضائيات في استقاء أخبارها بشبكة واسعة من المكاتب والمراسلين المنتشرين في مختلف أنحاء العالم، وعلى وكالات الأنباء العالمية والشهود العيان وغيرها. (بوججوف، 2018، ص. 71)

ونشر (توني ماغليو) على موقع [thewrap](http://thewrap.com) (2021) مقال تحدث عن أكثر القنوات مشاهدة في وقت الذروة عبر الكابل خلال سنة 2021، (تم تصنيف جميع قنوات الكابل البالغ عددها 124 قناة حسب متوسط المشاهدة في عام 2021، توني ماغليو، 17 ديسمبر 2021، 11,30) ومن بين أكثر

خمس قنوات مشاهدة نرى أن أربعة منها هي قنوات إخبارية والخامسة قناة رياضية، وهي الأنواع التي تفضل المشاهدة الحية من البرث غالباً. فوفقاً لمجموعة بيانات Nielsen's Live + Same Day فقد عرفت قناة فوكس نيوز Fox News (عبر الكابل) انتصار آخر لمشاهديها، لكونها القناة الأكثر مشاهدة في عام 2021، بمتوسط 2.361 مليون مشاهد في فترات الذروة كل مساء، وانخفض هذا الرقم بنسبة 35% عن متوسط عام 2020، بينما قناة: MSNBC، احتلت المركز الثالث وتراجعت بنسبة 28% كما احتلت CNN المرتبة الرابعة بنسبة تراجع 39%. بينما قفزت قناة ESPN الرياضية في عام 2021 من قناة الكابل التي احتلت المركز الرابع عام 2020 في وقت الذروة إلى المرتبة الثانية (1.658 مليون، بزيادة 14%) هذه المرة.

كما أورد (مايكل شنايدر)، على موقع *variety* (2021)، مقال بعنوان: شبكات التلفزيون الأكثر مشاهدة: ترتيب الفائزين والخاسرين في 2021، مصنف كامل في تصنيفات البرث التلفزيوني عبر الكابل والتلفزيون المدفوع لعام 2021 في إجمالي المشاهدين والبالغين بسن 18-49. حيث يعتبر هذا المقال كدليل مهم يصنف القنوات الأكثر متابعة، (ويصنف الجدول التالي رقم 02 البرث التلفزيوني عبر الكابل والتلفزيون المدفوع لعام 2021 لدى المشاهدين البالغين ما بين سن: 18-49، بحسب نفس الموقع:

جدول رقم (02): يبين البرث التلفزيوني عبر الكابل والتلفزيون المدفوع لعام 2021 لدى المشاهدين البالغين ما بين سن: 18-49:

THE MOST-WATCHED NETWORKS OF 2021 (BY TOTAL VIEWERS)			
RANK	NETWORK	VIEWERS (000)	% CHANGE
1.	CBS	5,574	0%
2.	NBC	5,484	+9%
3.	ABC	4,077	-10%
4.	Fox	3,683	-12%
5.	Fox News Channel	2,394	-34%
6.	ESPN	1,618	+11%
7.	MSNBC	1,537	-28%
8.	Univision	1,432	-1%
9.	HGTV	1,243	-9%
10.	Hallmark Channel	1,115	-7%
11.	CNN	1,114	-38%
12.	TNT	1,087	+10%
13.	Ion	1,044	-13%
14.	Telemundo	1,034	+3%
15.	TBS	1,026	-4%

المصدر: موقع (Variety.com, 2021)

ومن خلال هذا الجدول نلاحظ تواجد العديد من القنوات الإخبارية في طليعة أكثر القنوات مشاهدة لسنة 2021 لدى تلك الشريحة من المشاهدين.

بينما وضع موقع Trendrr (2021) قناة (البي بي سي نيوز BBC News) كواحدة من القنوات التلفزيونية الأكثر شعبية في العالم بأسره، إذ تحتل المرتبة الأولى في قائمته للقنوات الأكثر متابعة خلال عام 2021. وهي اختصار لـ British Broadcasting Corporation والهدف الرئيسي للقناة التلفزيونية هو بث خدمات عامة محايدة في المملكة المتحدة، بأخبار أكثر أصالة تحظى بشعبية كبيرة في جميع أنحاء العالم. وتحتوي القناة على أقسام كثيرة من الأخبار المتنوعة والمرتبطة بدول مختلفة. وقد أصبحت من القنوات التلفزيونية الشهيرة اليوم والتي لا ينهي الكثير من المشاهدين يومهم دون متابعتها. وتم إنشاء هذه القنوات التلفزيونية منذ سنوات حتى الآن وتواصل تقديم خدمات عالية للمستقبل.

-وفيما يلي تعريف بأشهر القنوات الإخبارية الأجنبية:

-شبكة CNN: أنشأ (تيد تيرنر) سنة 1980 شبكة الأخبار السلكية (الكابلية) Cable News Network التي عرفت باسم CNN، وذلك لمواجهة المنافسة المتزايدة من جانب الشبكات التلفزيونية الأخرى، وقد تمثلت أهدافها في توسيع نطاق بث البرامج العالمية، وبفضلها تغيرت عملية جمع الأخبار وبدأ عهد جديد في العمل الإخباري. وتعد CNN شبكة رائدة عالميا في مجال الأخبار الدولية، ويعمل في الشبكة وما يرتبط بها نحو (3000) فردا حول العالم، ولها (30) مكتب بين محلي وعالمي. وقدمت الشبكة مزايا مثل عناوين الأخبار CNN Headline News والشبكة العالمية (CNNI) وأنشأت قسما للراديو CNN Radio يقدم الأخبار إلى نحو (500) محطة راديو، وفي عام 1988 أطلق هذا القسم خدمة Noticiero CNN التي تنتج الأخبار باللغة الإسبانية وتوزعها خاصة في الدول اللاتينية. وفي عام 1995 انطلقت CNN إلى الفضاء الافتراضي، وأصبحت موقعها يحظى بالتفاعلية. (المعماري والظاهر، 2013، ص. 52)

-شبكة بي بي سي نيوز BBC News: وفق تعريف لموقع شبكة الجزيرة (2016) فقد انبثقت القناة من هيئة الإذاعة البريطانية، التي تأسست سنة 1922، على يد (جون رايب)، انطلقت ببث الأخبار تحت شعار: الأمة ستتحدث عن السلام إلى الأمة، واعترف بدورها عدة قادة فوصفها (كوفي عنان) بأعظم هدية من بريطانيا في القرن العشرين. وتتوفر الهيئة على مجموعة قنوات ومؤسسات إنتاج، وتبث

بأكثر من ثلاثين لغة، ولها 44 مكتبا دوليا، وتضم قنوات متنوعة، منها (بي بي سي نيوز)، إضافة إلى (بي بي سي العربية) وعدة إذاعات موجهة، وموقع إلكتروني إخباري شامل. ويعمل في (بي بي سي) نحو 21 ألف شخص، ولها ميزانية سنوية بأكثر من 05 مليارات جنيه، ويتابعها أكثر من 233 مليون شخص، منهم أغلب القادة المؤثرة دوليا.

وقد بدأت الهيئة البث نحو افريقيا سنة 1992، بينما بدأت الخدمة الدولية باللغة العربية سنة 1994، عن طريق قناة (أوربت) بتخصيص 08 ساعات كل يوم للبث من خلالها وذلك قبل أن تتوقف. (كافي، 2016، ص. 75)

وقد تفرعت من الهيئة قناة BBC News عام 1954 بلندن، بهدف تقديم المضامين الإخبارية والإعلامية المرتبطة بقضايا الساحة العالمية، وضمان التغطية الإعلامية المتواصلة، وقد وظفت مجموعة من المراسلين والمكاتب في العديد من دول العالم، ولها 44 مكتبا للأخبار الأجنبية، ويتراوح عدد متابعيها ما بين 100 و150 مليون نسمة في العالم، ولها فريق عمل مكون من 3500 فردا منهم 2000 صحفي، وقد أسست لها موقع إلكتروني إخباري، وتحصلت القناة على جائزة (بيبودي) في سنوات: 1996، 1998، 1999، 2004. (e3arabi.Com, 2021)

-محطة يورونيوز EURO NEWS الأوروبية: هي أول محطة تلفزيونية إخبارية خاصة بالاتحاد الأوروبي المندمج، انطلقت في البث خلال جانفي 1993م ومقرها ليون، بعد اشتراك (15) محطة تلفزيونية بارزة، وتأسست المحطة كرد فعل على سطوة المحطات الأمريكية على الأخبار، وخاصة شبكة (CNN) التي انفردت بتغطية العديد من الوقائع، وابتدأت المحطة الأوروبية بثها بخمس لغات في آن واحد وهي: الفرنسية، الألمانية، الإنجليزية، الإسبانية، الإيطالية، بعدها أضافت اللغة العربية كلغة سادسة، وتبث المحطة تغطياتها الإخبارية على مدار الساعة نحو جميع دول أوروبا والوطن العربي، بواسطة ثلاثة أقمار صناعية هي: إكسبريس، يوتلسات، ونايل سات. (الفلاحي، 2014، ص. 117)

-شبكة فوكس نيوز Fox News: تأسست من خلال مؤسسة (نيوز كوربوريشن) وذلك على يد (مردوخ) سنة 1996 كرد فعل على هيمنة الليبرالية على الاعلام الأمريكي، وخاصة شبكة CNN، حيث اتخذت أجندة قومية محافظة ومعالجة منصفة ومتزنة، وقد انتشرت القناة بفضل سياستها الذكية الرشيدة في الإدارة (تقليص تكاليف حقوق البث عبر الكابل)، لتكون منافس حقيقي لشبكة CNN، إذ وصل بثها

لـ 9 مليون أمريكي سنة 2007 محتلة بذلك المركز الأول من حيث المشاهدة من بين كل القنوات الإخبارية لدى المواطن الأمريكي. (أوين وبيردي، 2018، ص. 164-165)

وحصلت قناة فوكس نيوز على تقييمات هائلة، كما قدمت وجهة نظر أيديولوجية متسقة. وكان لها تأثير على النظام السياسي الأمريكي، وفوكس نيوز أطلقت على نفسها -أقوى اسم في الأخبار- فيمكن أن يتسبب يوم واحد من التغطية الإيجابية للرئيس في زيادة نسبة تأييده، فتغطية Fox مسؤولة إلى حد ما عن التقلبات الجذرية في التأييد بين عدد كبير من المرشحين في الانتخابات التمهيدية الجمهورية لعام 2012.

ومن بين ممتلكات القناة: صحيفة نيويورك بوست، وشيكاغو صن تايمز، وتلفزيون البث المحلي وقنوات الكابل، وتمثل سنة 2002 السنة الفعلية لبروز هذه القناة الإخبارية في الواجهة. (الدليمي، 2019، ص. 120) وهي واحدة من بين امبراطورية مردوخ الإعلامية التي تصل لحوالي 110 مشاهد عبر العالم، مع أكثر من 160 صحيفة أخرى، وعدة شبكات تلفزيونية وإذاعية ومؤسسات سنيمائية، في أمريكا والهند وشرق آسيا وغرب أوربا، بمبيعات وصلت سنة 2002 لحوالي 15 مليار دولار، وأرباح بـ 02 مليار دولار. وتمثل فوكس نيوز أساس هذه الإمبراطورية التي تبني عليها بقية أعمالها ومؤسساتها. (شميط، 2004، ص. 85)

4-2-3- الفضائيات الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية

عرف محمد فايز حمدان (2020) الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية (الموجهة) على أنها: قنوات فضائية غير ربحية، عابرة للحدود، ناطقة بالعربية وموجهة لاستقطاب الجمهور العربي، تشرف عليها وتمولها دول وحكومات لها مصالح في المنطقة، ولها أهداف فكرية وسياسية تسعى لتحقيقها، كما أنها أداة دبلوماسية ودعائية تسعى لاستغلالها هذه الدول المالكة لها. (ص. 197)

وتعتبر القنوات الإخبارية الأجنبية الناطقة باللغة العربية شكل جديد للإعلام الإخباري في المنطقة العربية، ففي السنوات الأخيرة تضاعفت الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية والموجهة للجمهور العربي، بهدف نقل الأحداث في المنطقة العربية من منظور غربي، لملأ الفراغ الذي تخلفه الفضائيات العمومية التي تركز على كل ما هو إيجابي فقط. (بوججوف، 2016، ص. 10)

وتتابعت القنوات الناطقة بالعربية بالظهور للتواصل مع الجمهور فى 22 بلدا عربيا، فالولايات المتحدة أدركت فى ظل الإدارة السابقة أن حربها على العراق وانحيازها للكيان شوه صورتها لدى العرب، فعملت على تحسين صورتها بعيدا عن سياساتها، بتشكيل إدارة جديدة متخصصة بالعلاقات العامة، لتحسين صورتها تلك وتسويق مشروع (الشرق الأوسط الجديد). وكلف السفارة كارين هيوز، بإدارة عملية إطلاق قناة **الحرّة** الناطقة بالعربية واستبدال إذاعة صوت أمريكا ب إذاعة سوا. (swiss.info, N.D) 2009 وعملت هذه الفضائيات على تغيير إستراتيجيات التأثير بهدف التأقلم مع الأوضاع التى فرضتها تحولات المشهد الإعلامى على المستويات الإقليمية والدولية مؤخرا، ولاسيما الدور المتزايد لوسائل التواصل الاجتماعى فى تشكيل الرأى العام. ومع الصراعات التى تعصف بالمنطقة اليوم تلعب هذه الفضائيات دورا محوريا فى مساراتها فى سبيل تحقيق أهدافها وضمان هيمنتها فى المنطقة العربية وتأثيرها على الرأى العام هناك. (حسين، 2018، ص. 2)

ورغم أن الفضائيات الإخبارية العربية ضمت أعدادا كبيرة من متابعي الأخبار فى العالم العربى فإنه وفى ظل رغبة المواطن العربى فى المشاركة فى الإلقاء برأيه سواء فى القضايا السياسية والاجتماعية أو ما سواها، وحاجة القائمين على هذه الفضائيات لإيصال رسالتهم الإعلامية إلى جميع مناطق العالم خاصة تلك التى لا يصلها البث الفضائى، وباتت الحاجة إلى المواقع الإخبارية التابعة لتلك الفضائيات ضرورة تفرضها عادات تقديم الأخبار التى شغلت الإنترنت فيها حيزا مركزيا من اهتمامات الجمهور. (غازى، 2021، ص. 126)

ففى كثير من المرات قدمت الفضائيات الأجنبية الناطقة باللغة العربية، تفسيرا مختلفا لقضايا وصراعات المنطقة العربية والمشكلات التى تعيشها وأطرافها والحلول التى تتصورها، خاصة أن تأسيس مثل هذه الفضائيات كان بهدف التأثير فى الرأى العام العربى ولخدمة أهداف مغرضة. ما نجم عنه عدم الثقة فى هذه الفضائيات لدى المتابعين العرب، الذين باتوا أكثر تحكما بالأجندة الإعلامية وإدراكا لخطر الإعلام الموجة. (حسين، 2018، ص. 2)

وهناك حوالي 17 قناة أجنبية ناطقة بلغة الضاد، تثير الجدل حول دوافع عملها وحجم تأثيرها وجماهيريتها. وسبقت هذه الفضائيات المحطات الإذاعية الموجهة، كراديو لندن ومونتي كارلو وكذا صوت أمريكا وغيرها، بعد تراجع أدوارها بفعل ظهور مئات القنوات العربية، وأكد العديد من الخبراء أن

تلك الفضائيات التي ادعت الموضوعية قد كشفت عن وجهها بعد الثورات العربية، وتؤكد انحيازها إلى سياسات حكماها، فأنحسر تأثيرها وجماهيريتها، لكن تأثيرها على بعض النخب والشباب برز بشكل متفاوت. وسطوة هذه الفضائيات تزيد عند الأزمات وتزداد معدلات متابعتها. (raseef22, 2016)

ومن أبرز هذه القنوات: قناة **الحرّة** بالعراق الناطقة باسم الإدارة الأمريكية والموجهة إلى الشرق الأوسط عموماً، (وهي تلقى نظرة سلبية من طرف الجمهور المستهدف، ويدرك بأنها أطلقت لتلميع صورة الولايات المتحدة الأمريكية في المنطقة، وهي تحاول خلق أنماط ثقافية وإعلامية جديدة من أجل التأثير على ترتيب القضايا لدى المشاهد العربي).

لتتبعها فرنسا بإطلاق قناة **France 24** الإخبارية التي بدأت بثها يوم نهاية عام 2006 وهي قناة ممولة من قبل الحكومة الفرنسية، ثم انتشرت العديد من القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية، كالقناة الألمانية دويتش فيليه **DW** أي صوت ألمانيا ثم والقناة البريطانية **BBC** بالعربية، لتطلق روسيا قناة **روسيا اليوم** بالعربية، ثم الصين بفضائية ناطقة بالعربية، ليشهد العالم العربي فجأة العديد من القنوات العربية التابعة لدول أجنبية. (بوجفجوف، 2016، ص. 10)

وفي هذا الصدد أورد موقع الشبكة الإخبارية الجزيرة (2016) مداخلة إعلامي القناة الشهير (فيصل قاسم) طرح من خلالها الكثير من التساؤلات كقوله بالتصرف بأن: فضائية أمريكية ناطقة بالعربية، وأخرى ألمانية، أو فرنسية، أو بريطانية، وروسية... إلخ، لماذا هذا التدفق الإعلامي الغربي الهائل على المنطقة العربية دون غيرها؟ هل يوجد إعلام بريء؟ أليست موجة إعلامية استعمارية؟ أليس أغلبها ممولة من بلدان متورطة فيما تشهده الدول العربية؟ ولها مصالح هامة فيها؟ أليست طريقة لكسب العرب بعد أن فشلت السياسات الغربية السابقة ضدهم؟... إلخ.

وهو ما يدل على الخطر الكبير المرتقب من هذه القنوات، إن لم يكن خطرها قد أصاب المنطقة فعلاً، وغير البعض من الحقائق لدى نسبة من المشاهدين.

وفي مداخلات للمنتدى الاعلام العربي بشأن الاضافة التي حققتها القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية. تباينت الآراء ما بين مؤيد ومعارض، بحضور إعلاميين ورؤساء تحرير من قناة الحرّة، وفرنس 24، وBBC العربية، وروسيا اليوم، بالإضافة لشخصيات بارزة، منهم من شكك في أهداف هذه القنوات ومصداقيتها، ومنهم من أكد على الدور الحيوي الذي تلعبه بتوسيع الرؤى الإعلامية العربية كما ونوعاً.

فقد أبرز موقع البيان الاماراتي (2009) العديد من تلك المداخلات منها ما صرح به (خالد الدخيل) بقوله: إدراك شعوب الوطن العربي اليوم صعب من منهجية عمل القنوات الموجهة باللغة العربية، وأكد على دور هذه القنوات في التنشئة الاعلامية وتعميم بعض القضايا. وقد عارض الكويتي (السنعوسي) وهو وزير اعلام سابق تضخيم خطر الفضائيات الأجنبية وفكرة الغزو الثقافي، مشيدا بالدور الثقافي والاجتماعي الذي تقدمه، معتبرا خطرها مجرد وهم في العقول العربية فقط، فهذه القنوات بمحتواها الإعلامي والإخباري المتنوع تقدم للمشاهد حرية الاستفادة منها.

وكانت القنوات الإذاعية هي النوع الأول للإعلام الغربي الموجه للعرب، كهيئة الإذاعة البريطانية BBC وإذاعة مونتي كارلو الدولية... إذ برزت كمنابر بدعم مادي من طرف حكومات أجنبية للتعبير عن أفكارها وخدمة مصالحها في المنطقة، وكشف الصراع بين الدول الكبرى ولتعميق الشعور بالفوارق المعرفية بين الدول الغنية والعربية، ويقوم بعضها بالتركيز على الأخبار السلبية والصراعات الداخلية، بل بعضها يخدم المخابرات الأجنبية تحت غطاء العمل الإعلامي. (بوجفجوف، 2016، ص. 10)

وقد لخص محمد خليفة ادريس (2020) أهداف الدول المالكة لهذه القنوات في عدة نقاط أهمها:
 -الانسلال داخل البيئة العربية والتأثير على الرأي العام بكون سياساتها تهدف للبناء والاستقرار.
 -خلق إعلام معاصر يجعل المتلقي يتبنى قناعات إيجابية اتجاه ما يعرض عليه من سلع وأفكار، ومواد استهلاكية غريبة.

-السيطرة على فكر المشاهد العربي الذي يمثل هاجس مخيف لدى بعض الحكومات الغربية (الإرهاب أو الإسلاموفوبيا)، فتقدم مضامين كاذبة ومفاهيم مغلوطة مستغلة التأثير القوي للتلفزيون على المشاهد.

-ضمان التناحر مع الدول العربية ضمن صناعة الأحداث في المنطقة، بمحتوى يخدم المصالح الاقتصادية والأمنية لهذه الدول في المنطقة، ويعزز موقفها كقوة مهيمنة. (ص. 35-36)

4-2-4- الفضائيات الإخبارية العربية

عرفت المنطقة العربية البث الفضائي التلفزيوني مبكرا مقارنة بالكثير من دول العالم الثالث من خلال استغلال الإمكانيات التكنولوجية الغربية لعدم تمكن الدول العربية من تطوير أنظمتها الخاصة

بها، والاهتمام بالبحث الفضائي التلفزيوني بدأ في عام 1967 في المؤتمر الذي عقد بتونس والذي أوصى بضرورة التمكن من التكنولوجيا الحديثة وتطوير وسائل الإعلام العربية. وقام الإتحاد العربي للاتصالات السلكية واللاسلكية بتشكيل لجنة فنية أوصت سنة 1974 بتبني مشروع القمر الصناعي العربي. (النمر، 2016، ص. 104)

و شيئاً فشيئاً دخل الإعلام العربي الفضائي في التخصص، بما في ذلك التخصص في مجال الأخبار، أو إعطاءها قدر كبير من الأهمية ضمن الحيز البرامجي المحدد.

إن توجه الفضائيات الإخبارية العربية نحو التخصص، هي تجربة جديدة في مجال الإعلام الفضائي العربي، ساهمت في تغطية العديد من الأحداث التي سادت المنطقة مؤخراً، حيث تميزت بقدر معتبر من الحرية في معالجتها، وفتح المجال أمام المتلقي العربي للحصول على المعلومات ومناقشة القضايا، عكس الإعلام الفضائي العمومي، فخلال التسعينات ازدادت أهمية القنوات الفضائية في تقديم التغطيات الإخبارية وتشكيل الآراء، وازدادت المنافسة بينها وبين الإعلام الحكومي، وتتابع في البروز وضمت لها إطارات قيادية وإعلامية هامة. (العززي، 2021، ص. 62)

وسعت القنوات الإخبارية العربية المتخصصة على تضمين **أطر الصراع** أثناء معالجة الأزمات العربية، وحجم عكسها للمرجعيات السياسية والفكرية والثقافية العربية، حيث تعمل النخب من الجماهير في تقييم **الأطر** التي توظفها هذه القنوات، فكقادة رأي يحرصون على متابعة هذه القنوات الإخبارية المتخصصة وتفسير محتواها الإخباري، وتقويم الآراء حولها وحول الأحداث الجارية بحسب المادة الإعلامية المصورة. (صلاح الدين، 2004، ص. 45)

وتتطلب عملية إدارة الفضائيات العربية الإخبارية إستراتيجيات إعلامية خاصة، استقلالية كافية في تقديم وتنفيذ المواد الإخبارية، فما يُعقد عملية إرضاء رغبات المشاهدين هو حجم الضغوط التي تفرضها عليهم مؤسسات الدولة وأجهزة الرقابة وضغوط المالكين والرعاة الإعلانيين. والفضائيات العربية الحكومية تغلب عليها الرسمية والتركيز على سياسات الدولة كجزء من سياستها الإعلامية، أما الفضائيات الخاصة فرغم أنها مستقلة إعلامياً إلا أنها في تبعية متفاوتة للنظام ما تحظى به من دعم مادي ومهني من طرفه. (العززي، 2021، ص. 62-63)

وبحسب اتحاد اذاعات الدول العربية ABSU (2016) توظف القنوات الإخبارية في المشهد الاعلامي العربي عبر ربطها بأجندات تعكس واقع القطاع الإعلامي الذي يتأثر بمصدر التمويل والأجندات السياسية التي تعقبه، ومع كثرة الازمات في البيئة العربية، عظمت أهمية الصورة أكثر، ومن يسيطر عليها لمصلحته السياسية ولو على حساب المهنية والحرفية، فلكل قناة أجندة عمل محددة، لهذا تحول الأنظمة العربية قنواتها العمومية لمنابر دعاية لسياساتها أكثر من بث الأخبار. (ص. 10)

وهناك ثلاثة عوامل أساسية أدت إلى بروز وانتشار الفضائيات العربية وهي:

- حرب الخليج الثانية: إذ ساهمت في نقل الإعلام العربي لمرحلة عالمية.

- إطلاق جيل جديد من الأقمار الصناعية في الفضاء.

- بروز شريحة من المهنيين العرب ذوي كفاءة وتجربة في الإعلام الأجنبي، طالبت بإعلام جديد مع زيادة جمهور وسائل الإعلام.

فنهاية القرن العشرين تميزت بانتشار القنوات الفضائية العربية. بداية بمصر بإنشاء قناة فضائية حكومية، ثم مركز تلفزيون الشرق الأوسط من لندن بإنشاء قناة MBC سنة 1991 برعاية سعودية، لتتبعهما مختلف الدولة العربية بإطلاق قنواتها الفضائية تواليا ليصبح لكل دولة قناة فضائية أو أكثر خاصة بها (حكومية)، وانطلقت قنوات خاصة تابعة لمؤسسات عربية غير رسمية بالبث عن طريق أقمار غير عربية ومن دول أجنبية كقناة Orbit - Art. (نصار، 2017، ص. 122)

فمن أبرز معالم الاتصال الفضائي العربي هو تأسيس كل دولة عربية لقناة على الأقل خلال تواريخ منفصلة، وقد مثل التلفزيون حينها وسيلة تخدم أجندات الجهات المالكة لها بهدف الضبط الاجتماعي وفرض الاستقرار السياسي، مع إهمال أو تقليص دور الجمهور المشاهد الذي بقي مجرد هدف للاتصال والتعبئة يتم تأطيره في إطار فكري معين يقلل من مشاركته السياسية في اتخاذ القرار وغيرها، ما كان بمثابة انفصال بين الاعلام والرأي العام كمدعاة للتمهيش والحجب. (نصار، 2017، ص. 120-121)

ومن أشهر الفضائيات العربية الإخبارية نذكر:

-شبكة الجزيرة الإخبارية: بعد إغلاق قناة (BBC) العربية، تم التعاقد مع عدد من الصحفيين والمحررين العاملين بها، ثم صدر المرسوم الأميري ذي الرقم (1)، في 28/2/1996، القاضي بإنشاء المؤسسة العامة القطرية للقناة الفضائية والتي سميت بقناة (الجزيرة) في قطر، ولا يعني اسم قطر أن القناة حكومية مثل التلفزيون القطري، وأصل التسمية (الجزيرة)، يشير إلى شبه جزيرة قطر. (عبد المنعم، 2015، ص. 16)

وبدأت شبكة الجزيرة القطرية بثها سنة 1999م، وبمعدل ست ساعات يوميا، واتخذت العاصمة الدوحة مقرا لها، واعتمدت الجزيرة في بدايتها على كادر إعلامي مكون من 140 موظف عند افتتاحها، وبمجلس إدارة مكون من سبعة أعضاء، منهم خمسة قطريون، وكانت أول قناة عربية متخصصة في مجال الأخبار، وبشكل فوري نافست القنوات الإخبارية الأجنبية، مستغلة لكل الإمكانيات الممكنة حيث أن رأس مال إقامة القناة وصل إلى 138 مليون دولار في بداية بثها. (بقور، 2017، ص. 105)

وبحسب موقع القناة (2015) فقد بدأت القناة مشوارها بنشرة أخبار قدمها الصحفي (جمال ريان)، مستهلا أولى الخطوات التي مكنت العرب من خلق منافس حقيقي للقنوات العالمية كـ BBC و CNN. وقد عززت القناة مكانتها الإعلامية أكثر في العالم بعد تغطياتها الشاملة لحرب أمريكا على أفغانستان عام 2001، ثم العراق 2003، وكذا خوضها في مواضيع أو تابوهات لم تكن قابلة للنقاش لفترة طويلة في الإعلام العربي. لتبادر بإنشاء موقع الجزيرة نت مع تزايد أهمية شبكة الإنترنت وانتشارها.

وتضم شبكة الجزيرة الإخبارية العديد من القنوات الفرعية والمراكز مثل: (الجزيرة، 2020)

الجزيرة الإخبارية: وهي القناة الأولى الرئيسية التي غيرت المشهد الإعلامي في العالم العربي.

الجزيرة الإنجليزية: أول قناة إخبارية ناطقة باللغة الإنجليزية من العالم العربي إلى العالم.

الجزيرة الوثائقية: القناة الوثائقية العربية الأولى في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.

الجزيرة مباشر: القناة الأولى في الشرق الأوسط التي تبث الأحداث مباشرة على مدار الساعة.

الجزيرة بلقان: توفر للمشاهدين تغطية إعلامية موسعة للمنطقة.

الجزيرة تركيا: تسعى منصة الجزيرة تركيا الإلكترونية للاستفادة من تجربة الجزيرة في الميدان

الصحفي بما يتوافق مع تطلعات الجماهير الناطقة باللغة التركية.

الجزيرة أميركا: كبدل للجمهور الأمريكي الباحث عن مشهد إخباري جديد مختلف. (والشكل رقم 03 يوضح نمو شبكة الجزيرة وبروز عدة قنوات فرعية لها).

شكل رقم (03): باقة شبكة الجزيرة الاعلامية



المصدر: الموقع الرسمي لقناة الجزيرة الإخبارية

مركز الجزيرة للدراسات: يوفر مركز الجزيرة للدراسات لصناع القرار والأكاديميين والباحثين العديد من المعلومات والتحليلات، فيما مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير: فيسعى المركز الأكبر من نوعه في المنطقة لتطوير جيل من الإعلاميين المحترفين.

وبنمو مستوى الأداء والمتابعة الجماهيرية للقناة، تضاعف عدد مكاتبيها والعاملين بها، وتضم أكثر من 80 مراسلا وأكثر من 20 مديرا لمكتب، ومع بداية الحرب على أفغانستان انتقلت (الجزيرة) إلى العالمية ومع تصاعد حدة الصراع بعد الحرب الأميركية على العراق زاد الجدل لكيفية تعاطي الإعلام مع التغطيات الخاصة بالحروب والنزاعات، وأثيرت الأسئلة حول أخلاقيات العمل وصور والرهائن. (بقور، 2017، ص. 105)

-قناة MBC: وهي اختصار لمركز تلفزيون الشرق الأوسط Middle East Broadcasting Center، أو (MBC): وهي واحدة من أكبر شبكات التلفزيون العربية. يقع مقرها في دبي (في البداية بثت من لندن)، وتأسست من قبل الملياردير السعودي وليد الابراهيم. بدأت MBC البث في عام 1991

كأول قناة فضائية عربية خاصة، وفي عام 2002، أطلقت المجموعة شركة لإنتاج وشراء البرامج وهذا وفق ما عرفها موقع مراقبة ملكية الوسائط مصر (Media Ownership Monitor Egypt, (N.D).

ورغم أن القناة اليوم لا تعرف على أنها قناة إخبارية، بل كقناة متنوعة البرامج، إلى أننا وبالعودة لبداية القناة نجد أنها كانت منبر إخباري هام ساهم في ميلاد قنوات متخصصة في مجال الأخبار لاحقاً، فالفضائيات العربية تعد المصدر الأول للأخبار بالنسبة للجمهور العربي، وبحسب إحصائية مهمة فأكثر من 70 بالمائة من المتلقين العرب يعتمدون على أخبار الفضائيات كمصدر للحصول على المعلومات وهذه النسبة كبيرة جداً قياساً بمصادر الأخبار الأخرى. (الحمادني، 2016، ص. 10)

استهلت القناة بثها بداية لمدة 6 ساعات يومياً، وبرأس مال قدره 300 مليون دولار، وبميزانية سنوية قدرها 60 مليون دولار. وحققت المحطة نجاحاً سريعاً واحتلت المرتبة الأولى عربياً في مجال الأخبار، حتى أنها سمت نفسها حينها بـ (CNN) الشرق الأوسط. وهي لا تزال لليوم من أشهر القنوات العربية وأكثرها قيادية في مجال الإعلام، وقد شهدت تغييرات كثيرة كتنقل مقرها الرئيسي لمدينة دبي للإعلام عام 2002، لتصبح أكثر قرباً من المشاهد العربي في عصر صناعة الإعلام. (الأسد، 2012، ص. 20)

وهي أيضاً واحدة من منتجي الأفلام الوثائقية. أطلقت عام 2003 قناة MBC2 للأفلام وقناة العربية الإخبارية (أخبار لمدة 24 ساعة). وبحلول عام 2011، أطلق المجموعة عدة قنوات أخرى مثل MBC 4 وMBC Action، كما بدأت أول خدمة فيديو حسب الطلب shahid.net، وفي مايو 2012، أطلقت مجموعة MBC شركة Eventique، المتخصصة في إدارة الأحداث والتخطيط وفي سنة 2013، أطلقت ذراع المسؤولية الاجتماعية تحت اسم MBC Hope.

وعموماً وكما ورد في موقع القناة mbc.net (د.ت) مجموعة MBC قد حققت منذ إطلاقها الصدارة الإعلامية في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وتوجت كأهم المؤسسات الإعلامية العربية عالمياً عدة مرات، وقدمت مضامين إعلامية بمواصفات عالمية. كما وفرت تجربة متعددة المنصات بدءاً من البث التلفزيوني، فالبث الرقمي التدفقي، وصولاً لعالم الألعاب، فخدمات البث الإذاعي، والتطبيقات، وغيرها. وقد انبثقت من المجموعة إحدى أهم القنوات الإخبارية العربية وهي قناة العربية.

-قناة العربية: قناة متخصصة في المجال الإخباري والبرامج الحوارية والأفلام الوثائقية، انطلقت القناة تحت شعار -كافة الأخبار- قبل أن تغيره ليصبح -الأقرب إلى الحقيقة-، وتعد العربية قناة مستقلة بموازنة منفصلة من جروب MBC. والعربية مملوكة لمجموعة (أرا جروب Ara Group) السعودية ومجموعة من رجال الأعمال الكويتيين واللبنانيين، وتتص قواعدها على تخصصها في مجال الأخبار، البرامج السياسية والأفلام الوثائقية، مخصصة لها إمكانيات تقنية هائلة، وفرق عمل مميزة بخبرات واسعة في مجال الأخبار من مختلف البلدان العربية. (جونتر وآخرون، 2013، ص. 40)

وبالتالي فالعربية قناة إخبارية عربية بدأت البث لأول مرة بتاريخ 3 مارس 2009، من المدينة الإعلامية بمصر أولاً، ثم من مدينة دبي للإعلام، عالجت الأخبار السياسية والاقتصادية والرياضية... يقول عنها مالك مجموعة (NTBG) وليد الإبراهيم: أنها خيار بديل أكثر اعتدالاً من قناة الجزيرة، وبالتالي وضع العربية بالنسبة للجزيرة في نفس الموقع الذي تحتله CNN من FOX NEWS كمنفذ إعلامي متخصص بالتغطية الموضوعية. وقد حصد موقع العربية الإلكتروني لجائزة أفضل تخطيط إستراتيجي للمواقع العربية وحازت العربية على ثلاث جوائز في مهرجان العرب الرابع للإعلام في بيروت. (سامي فوزي، 2015، ص. 168)

فبالإضافة إلى قناة الجزيرة، تعتبر قناة العربية من أكثر القنوات الإخبارية متابعة في الوطن العربي، فهما واجهتان للإعلام الفضائي العربي، وتحتلان أعلى معدلات المشاهدة والنقضيات الجماهيرية، ففي استطلاع أجرته مؤسسة الزغبى إنترناشيونال وجامعة ميريلاند، أتت قناة العربية في المقام الثاني من حيث القنوات الإخبارية الأكثر متابعة عربياً بعد قناة الجزيرة، وما نسبته 39% من المبحوثين في الاستطلاع يؤكدون مشاهدتهم لقناة العربية بشكل يومي. (تامي، 2014، ص. 540 - 541)

-شبكة التلفزيون العربي: بحسب تعريف موقع فضاءات ميديا fadaatmedia (د.ت) وهو موقع المؤسسة القطرية الأم المالكة لشبكة التلفزيون العربي (بالإضافة لقناة العربي الجديد، والعربي 2 وغيرها)، تعد قناة التلفزيون العربي شبكة تلفزيونية عامة ناطقة باللغة العربية، تقدم للمشاهد العربي مضمون تلفزيوني يضم مجموعة من البرامج الإخبارية والسياسية والاجتماعية، أطلقت القناة عام 2015 من لندن ولها العديد من المكاتب التحريرية في العديد من العواصم، تهتم القناة بتسليط الضوء على شؤون المواطن

العربي وكمنصة لإبراز أفكاره، ولتحقيق إضافة نوعية بعرض مواد جديدة ومختلفة، وتتميز القناة بالمهنية الإعلامية المعمول بها عالمياً بحسبها، وتتحرى الدقة والتنوع في مضامينها، وتراعي القيم الأخلاقية والمعرفية المحايدة. كما تضم نخبة من الخبرات والمواهب الإعلامية العربية وهي تنتمي لمجموعة فضاءات ميديا.

وبعد مرور ست سنوات تجهز القناة للانتقال من لندن إلى الدوحة نهائياً، ويترافق هذا الانتقال مع مشاريع جديدة، كإطلاقها لقناة (العربي 2)، لسدّ الفراغ الموجود على الساحة التلفزيونية العربية (بحسبها)، بتقديم محتوى متنوع وهادف. وبالتالي مع انطلاق القناة الجديدة، تترسّخ هوية (التلفزيون العربي) كقناة إخبارية بحتة تبثّ 24 ساعة في اليوم، بعد عدة سنوات عرضت خلالها، إلى جانب النشرات والبرامج الإخبارية والسياسية، بعض البرامج الثقافية والفنية. (alaraby.co.uk, 2021)

وبالتالي فهي قناة إخبارية سياسية تهتم بمتابعة الحدث وتقديم الخبر وتداعياته بالتحليل والقراءة المعمقة، حيث تقدم نشرات إخبارية تفاعلية، وأخباراً متنوعة تواليها، محولة شاشتها لخط زمني يغطي الأحداث حال وقوعها. مع باقة منوعة من البرامج الحوارية والسياسية الساخرة، والوثائقيات والأفلام الاستقصائية. ولها عدة مكاتب منها مكتب بالجزائر، ولها شبكة واسعة من المراسلين تتجاوز الستين مراسلاً. (العربي، د.ت)

-قناة النهار TV الإخبارية الجزائرية: هي قناة جزائرية إخبارية مستقلة، تُخصّص مضامينها للاهتمام بالشأن الإخباري والسياسي في الجزائر في المقام الأول، مع مجموعة من البرامج المختلفة بين نشرات إخبارية ورياضية واقتصادية، وقد انطلقت قناة النهار كامتداد لجريدة النهار الورقية، وهي تابعة لمؤسسة الأثير الإعلامية، حيث بدأت البث التجريبي بتاريخ 06 مارس 2012، من العاصمة الأردنية عمان، مع اعتمادها لمكتب بالجزائر العاصمة، وبحسب تقرير اتحاد إذاعات الدول العربية الصادر عن جامعة الدول العربية لسنة 2016 تم اعتبار قناة النهار الفضائية من القنوات المتخصصة في المجال الإخباري. (مليزي وبن شاعة، 2015، ص. 818)

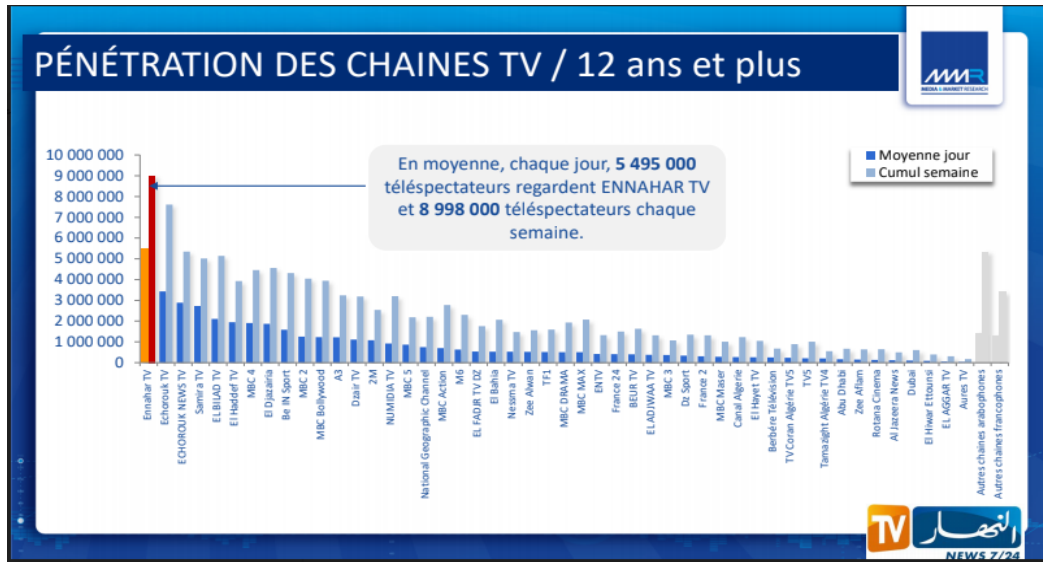
وتتمتع قناة النهار بجملة من الخصائص مثل: تدفق البث باستمرار ومسايرة الأحداث دون انقطاع زمني أو تقني، وكذا الشيع والانتشار، أي شيوعها عند جمهور المشاهدين أثناء تغطية الأحداث. وهي موجهة بالأساس للجمهور الجزائري في الداخل أو للجالية المقيمة في الخارج، وتمتلك شبكة من المراسلين

في معظم التراب الوطني، واستوديوهات تسجيل وبث وتعتبر النهار من القنوات الأكثر متابعة في الجزائر، إن لم تكن الأكثر على الإطلاق. (سعيد بن مهدي 2021، ص. 265)

وحول ترتيب القناة ومكانتها ضمن القنوات الفضائية الجزائرية لسنة 2020 فقد احتلت لفترات طويلة صدارة الفضائيات الأكثر مشاهدة من طرف الجمهور الجزائري. فقد تصدرت قناة النهار المشهد الإعلامي في الجزائر كذلك خلال شهر ماي (2021)، وواصلت تصدرها للقنوات التلفزيونية الجزائرية والعربية كأكثر قناة مشاهدة لدى الجزائريين بـ 5.7 مليون مشاهد في اليوم الواحد، بينما يتابع قناة النهار أكثر من 10 مليون مشاهد في الأسبوع. واعتمد معهد (MMR) المختص في أرقامه على استفتاء أجراه على عينة من الجزائريين الأكثر من 12 سنة، وقد شاهد أكثر من 5 مليون جزائري قناة النهار في اليوم الواحد خلال الفترة 25 و31 ماي 2021 (وذلك كما يوضحه الشكل رقم 04 وكذا الشكل رقم 05).

الشكل رقم (04): ترتيب قناة النهار في الاستفتاء الذي أجري على من تتجاوز أعمارهم 12 سنة خلال شهر

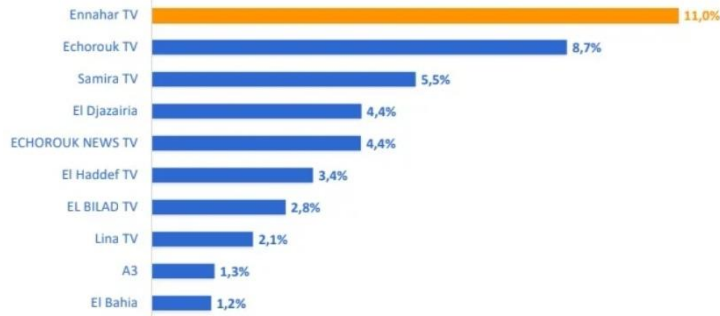
ماي 2021



المصدر: موقع قناة النهار (2021)

الشكل رقم (05): يبين القنوات الأكثر جماهيرية في الجزائر خلال شهر ماي 2021

Part d'audience du top 10 des chaînes algériennes



المصدر: موقع قناة النهار (2021)

-قناة الشروق نيوز الجزائرية: قناة إخبارية انبثقت من قناة الشروق العامة، التي تعد من بين القنوات الخاصة في الجزائر، حيث بدأت بثها التجريبي بتاريخ 01 نوفمبر 2011 المصادف لذكرى اندلاع الثورة الجزائرية، واتخذت مكتبا لها بالعاصمة الجزائرية، أما الانطلاق الرسمي لها فكان مع بداية عام 2012 أي بحوالي ثلاثة أشهر من البث التجريبي. (قادري وبوفتينزة، 2017، ص. 157)

وتعد قناة الشروق امتداد لجريدة الشروق اليومية الورقية، ولمالكها الإعلامي (عائلة فضيل) ضمن مجمع الشروق للإعلام والنشر، وتفرعت عنها مجموعة من القنوات الأخرى ومنها قناة الشروق نيوز بتاريخ 19 مارس 2014، لتقدم هذه القناة الأخيرة مجموعة من البرامج الإخبارية والسياسية والاجتماعية، وعملت على تتبع الأحداث والأخبار الرياضية والثقافية... كما ضمت مؤسسة الشروق قناة الشروق العامة الأساسية. (مليزي وبن شاعة، 2015، ص. 819) وتملك القناة موقع الشروق أونلاين المهتم بنقل الأخبار بأول وبشكل مستمر.

وعموما ميز الدكتور (سامي الشريف) بين خمسة أنواع لملكية القنوات ومصادر تمويلها:

-قنوات فضائية عربية حكومية، تعتمد على دعم الدولة.

-قنوات فضائية عربية خاصة، تعتمد على تمويل قطاع خاص مباشر وهي نوعان: قنوات تعتمد على تمويل رجال الأعمال بشكل فردي، وقنوات تعتمد على دعم رجال الأعمال إضافة لترحها للاكتتاب عبر أسهم تطرح غالبا في البورصات، أي كمشروعات استثمارية.

-قنوات فضائية عربية يمولها القطاع الخاص بنسبة ما، إضافة إلى الحكومات بتقديم رخص وأدوات لها لتسهيل عملها.

-قنوات فضائية برأس مال عربي خاص بالإضافة للجهات أجنبية.

-قنوات فضائية موجهة باللغة العربية، وتخضع للتمويل الأجنبي كقناة الحرة. (حسن، 2017، ص. 106-107)

فملكية وسائل الإعلام تعكس الأوضاع السائدة في المجتمع، فالأنظمة الشمولية تهدف للسيطرة على وسائل الإعلام، بينما الأنظمة الديمقراطية لها بعض نماذج التعددية، رغم أن الواقع الإعلامي يبدو أكثر تعقيدا فبعض الديمقراطيات احتكرت البث فيها حتى وقت قريب، إلا أن سمحت بريطانيا بالبث الإذاعي التجاري الخاص في الخمسينيات لتتبعها بعض الدولة الأوربية الكبيرة كألمانيا والدنمارك في الثمانينات. (العززي، 2021، ص. 63)

ولهذا اجالا، يمكن القول بأن غالب الفضائيات هدفت لتوجيه الرأي العام العربي، وفق ما يخدم أهدافها للتحكم بالشعوب دون الاهتمام بموضوعية الخبر أو المسؤولية نحوه إلا على استحياء، ورغم كل هذا النقد يبقى الإعلام التلفزيوني قوة تدفع المتلقي للمشاركة في صنع القرار وزيادة مكتسباته لكيلا تبقى حكرا على نخب منحازة تكرر التبعية. (حافظ، 2016، ص. 193)

4-2-5-الأخبار والأجندة السياسية

بفضل التدفق العالمي للأخبار من وكالات الأنباء وصولا للتلفزيون، يبرز تأثير وسائل الإعلام الإخبارية على السياسة الخارجية وعلى العلاقات الدولية، وقد حدد (هاريس) عددا من المجالات التي تؤثر فيها الأخبار على السياسة الخارجية، كإجراء المحادثات الدبلوماسية وخطف بعض الصور الهامة، وضمان علانية المحادثات الدبلوماسية، ما قد يتضمن كشفا لقضايا الفساد وغيرها من المخالفات

القانونية، وبالتالي أصبح من الصعب أن تبقى هذه الملابس بعيدة عن إدراك الجمهور لها. (الدهان والرمحين، 2019، ص. 153)

وتختلف التغطية الإخبارية للأحداث الدولية، بين إعلام الدول الصغيرة وإعلام الدول الكبرى في العالم خاصة إذا تعلق الأمر بالأزمات والصراع وما يخلفانه، كما تصنع أحيانا صور مشوهة وغير حقيقية عن الوقائع من أجل بثها وفق ما يخدم سياسة القناة أو سيادة الحكومة الخاضعة لها، كما تتجاهل بعض الوكالات كل ما يرتبط بالتنمية في الدول الصغيرة بينما تغطي أقل الأحداث في الدول المتطورة في تغطياتها. وصرح رئيس الوزراء الهندي الأسبق (أنديرا غاندي Indira Gandhi) قائلاً: نريد أن نسمع الأفارقة وهم يتحدثون عن الأحداث الجارية في إفريقيا، وقادرين على سماع تفسير هندي للأحداث الجارية في الهند. (سحاري، 2017، ص. 73)

وقد تهدد المصادر الإخبارية استقلالية الصحفي بحكم قوتها وقدرتها على فرض ما تراه مناسباً لخدمة مصالحها، فتسير الصحفي حسب توجهها المهني وسياستها الخاصة، فبعض المسؤولين يخصون مؤسساتهم لخدمة أحزاب ينتمون إليها بمعلومات مهمة ويتجاهلون الأخرى، وهناك ضغوط أخرى تتعلق بفرض المؤسسات الحكومية لقيود تشترط على الصحفيين عدم توجيه الانتقاد لعملهم مقابل تزويدهم ببعض المعلومات. كما يمارس النظام الحاكم ضغوطاً على القائمين بالاتصال بمنح بعض المؤسسات الحق في تغطية نشاطاتهم في دون سواهم. والمصادر التابعة للسلطة الحاكمة تعيق عمل الصحفيين أحيانا لخوفهم من أن تسلط الأضواء أكثر على مهامهم من قبل الوسائل الإعلامية. (الموسوي، 2019، ص. 122-123)

وتعد وكالات الأنباء، الوسيلة غير المباشرة لبث الأخبار للجمهور عن طريق، الإعلام الجماهيري، إذ تقوم بجمع المواد الخبرية، وتوزيعها على تلك الوسائل المشتركة معها، بهدف الربح المادي أو السياسي الفكري، خاصة أنها مصدر معظم أخبار العالم الثالث قبل ظهور المواقع الاجتماعية، فهي كيانات قائمة بذاتها، تحتكر المعلومات وتتقيد بسياسات الدول الكبرى ما يجعلها سلاح غير مباشر في يد ملاكها. (سحاري، 2017، ص. 74)

وتتهم الدول النامية وكالات الأنباء بعدة تهم من بينها: المسلمي (1992):

-تجاهل الكثير من الأحداث التي تقع في دول العالم الثالث.

-تكريس العولمة الثقافية لفائدة القوى الكبرى المسيطرة.

-بث إعلام مشوه يراع مصالح دول كبرى على حساب دول أقل. (ص. 13)

وتتعدد ضغوط الممارسة الإعلامية للمؤسسات، وتتجسد في عوامل خارجية كموقع الوسيلة من النظام الاجتماعي السائد، ومدى ارتباطها بمصالح معينة لشخصيات أو هيئات معينة، وكذا عوامل داخلية تتمثل في نمط الملكية وأساليب السيطرة والنظم الإدارية وضغوط العمل، وتركيب المؤسسة الإعلامية من حيث الكادر البشري وامكانياته وعلاقاته، فالاتجاه السياسي، وأسلوب تنظيم المؤسسة، والعلاقات التي تحكم أفرادها ونوعية القيادة عوامل مهمة تؤثر في فعالية المؤسسة الإعلامية. (مكاوي والسيد، 2004، ص. 80)

ومن الآثار التي تتركها أخبار التلفزيون على الساحة السياسية وتؤثر في أجدتها مختلفة ومنها ما طرحه محمد الفياض (2017) على الشكل التالي:

-إبراز قضايا على حساب أخرى.

-الهيمنة في توجيه الرأي العام.

-تفسير الظواهر العالمية حسب رؤية المسيطرين عليه والتحكم في ردود الأفعال. وطمس العديد

من القضايا التي تهم الجهة المسيطرة. (ص. 14)

ولقد أصبح التعرض إلى الأخبار مادة أساسية لدى جمهور المشاهدين والمستمعين ترتفع درجة الإقبال عليها عند بروز أزمات سياسية حادة، كما تتصاعد أهمية النشرة الإخبارية أثناء الحروب. (الحسن، 2011، ص. 36)

ومع الأهمية التي وفرتها سرعة البث الفضائي وعرض الأخبار لتلبية الحاجات المعرفية للمتلقي، غير أنها خلقت ما يسمى -ديكتاتورية الخبر السريع- بنشر الصحفي للخبر قبل التأكد من صحته أو صحة جزء منه، وقد أجبرت السرعة قارئ النشرة على الاكتفاء بتعليق فوري دون إضافة تحليل معمق للحدث، فالبث المباشر يفرض -التحليل الساخن- ولو على حساب الرأي الصواب، وقد عملت شبكة CNN الأمريكية خلال الثمانينيات على نقل الخبر المباشر بالبث المتواصل، ما جعلها عرضة للنقد بكونها تضر بالمهنية الإخبارية وبتفاصيل وقوع الحدث. ومع هذا أعطى البث السريع الأهمية للأخبار

المصورة، ومنحها أولوية البث في النشرات الإخبارية أو الموجزات على حساب أخبار أخرى. (سليمان، 2020، ص، 75)

وعلى صعيد أجندة الملاك فقد اختلف رجال الاعلام في تقديم وشرح أدوار الاعلام الرسمي ويختلفون في أحكامهم، فمنهم من يعتبر الاعلام الرسمي قد أخذ توجيهها مبالغا فيه في الانفلات، وبعضهم يرى حاجته للتجديد والتنويع في مضامينه، والبعض الآخر يعتبر التوجه للتنويع هو تنازل عن الموروث الحضاري واستسلاما للغزو الفكري الأجنبي. (سحاب، 1985، ص. 9-10)

5- صناعة وبناء الأخبار التلفزيونية

5-1- صناعة الأخبار التلفزيونية

5-2- بناء النشرات الإخبارية

5-3- الأنواع الخبرية في النشرات التلفزيونية

5- صناعة وبناء الأخبار التلفزيونية

التنافس بين وسائل الاعلام الإخبارية لعرض أفضل المضامين لجمهورها ساهم في رفع مستوى ابتداع الأساليب العصرية لجذب اهتمام المشاهد، فلطالما كانت عملية التحرير هي المجال الذي تركز عليه عملية التنافس، فكل شبكة إخبارية (أو وسيلة أخرى) تنتهج أسلوبا خاصا في صياغة أخبارها وخلق لغة إخبارية لها ميزات التي تتطلب من المحرر مهارات لغوية عالية في اختيار المصطلحات والعبارات التي تتناسب مع المقصود. (مجموعة من الباحثين، 2019، ص. 19)، وهذه العملية لا تتوقف فقط على عملية التحرير وما يتعلق بها من ترتيب الأفكار والمعاني، بل صناعة وبناء الأخبار كمصطلح يعبر عن ثقافة الأخبار اليوم بات يعتمد على سيرورة متكاملة من الأدوار بداية من اختيار المصادر وصولا لاختيار طريقة العرض ووقتها.

5-1- صناعة الأخبار التلفزيونية

هناك العديد من العوامل التي تبرز أثناء قيام الصحفيين بعملهم اليومي، فيجب أن تتناسب القصص الإخبارية المقدمة مع بعض المعايير كقيم الأخبار وهيكلها وأسلوب عرضها... كما تلعب المناقشات المهنية حول الموضوعية، والسلطة الرابعة، والاستقلالية دورا مؤثرا، كالمطوحات الشخصية، والتفضيلات، والأيديولوجيات، والعلاقات. وبصورة عامة، ثم تحديد كيفية مباشرة الصحفي لعمله في الوقت والمساحة، فلا بد من تصميم النشرة وفق زمن معين منتظم. (ليستر، 2012، ص. 105) وكذلك وفق نوع صحفي مختار بعناية تحقق له الانسجام مع خصوصية الخبر المراد تقديمه للجمهور، وكذا التناسق مع الغاية من تمرير الخبر نفسه إلى هؤلاء، لهذا أصبح الخبر بمثابة صناعة وليس مجرد بث.

5-1-1- أنواع الأخبار التلفزيونية

بسبب تعدد المنظومة الإخبارية واختلاف الباحثين في الاتفاق على مفهوم محدد للخبر في ضوء التغيرات الحاصلة على الساحة الإعلامية وما أفرزته صناعة الأخبار، فقد تدارس الباحثون الإعلاميون وخاصة المتخصصين في الأخبار واقع الخبر في ظل التنافس الإعلامي والتغيرات الاقتصادية والسياسية والفكرية التي يعرفها عالم اليوم، كما عقدت العديد من الجلسات العلمية في الولايات المتحدة وأوروبا وبعض دول العالم الثالث سلطت فيها الأضواء على مفهوم الخبر وصناعته. (نور، 2017، ص. 87)

تختلف أنواع الأخبار حسب طبيعتها وأهميتها ومعايير تصنيفها، وقد نجد الخبر الواحد يتداخل في عدة تصنيفات للأخبار بحسب محتواه وطريقة صياغته وأهدافه... إلخ.

وهناك تقسيم للأخبار حسب أهميتها على النحو الآتي:

صنفت ديبرا بوتر (2006) الأخبار حسب أهميتها إلى أخبار أساسية وغير أساسية: والأخبار الأساسية هي في الأساس الأخبار الآنية، والتي تبرز في الصفحة الأولى، أو التي يستهل بها تقرير إخباري إذاعي أو التلفزيوني. مثل أخبار الحروب وأخبار السياسة مع تميز الخبر بمواصفات الأهمية والحدثة وإثارة الجدل وقرب الحدث من مكان وجود القراء أو المستمعين، كما يحتاج الناس إلى المعلومات حوله بشكل مستمر إذا كان مؤثر على حياتهم اليومية. أما الأخبار الغير أساسية (أو الخفيفة): مثل خبر متعلق ببطل رياضي له شهرة واسعة بادر لزيارة ملجأ للأطفال اليتيم، فهو خبر يمكن تصنيفه ضمن الأخبار الخفيفة وهو خبر يتعلق بتصرف مرموق، لكنه ليس خبر غير عادي، ومن المرجح أن يتحدث عنه الناس كثيرا، ولا يوجد سبب ملح لنشره أو بثه فوراً. (ص. 6)

وهناك ما يعرف بالأخبار الطارئة: وتسمى أخبار الأزمات وهي نموذج هاما لأنواع الأخبار الرئيسية، وتعرف الأزمة (كالحدث الطبيعي) الذي يريده الإنسان والذي يشكل تهديدا على أرواح وممتلكات الناس. ويمكن أن تسلط أخبار التلفزيون الضوء على الاغتيالات أو كوارث الفضاء، مراسم دفن الأمراء (ديانا 1997)، كأمثلة عن الأخبار الطارئة. (الدهان والرمحين، 2019، ص. 144)

من حيث الموقع الجغرافي: أي وفق مكان وقوعها والمنطقة التي يغطيها الخبر فمن الممكن أن يكون خبرا محليا داخليا يتناول شؤون الوطن والمجتمع المدني الذي تبث فيه الوسيلة، أو خبرا خارجيا يتعلق بدولة أخرى غير التي تنتمي إليها الوسيلة، وفي هذا تصنيفات أخرى حسب الموقع، مثل الخبر الإقليمي، العربي، الإفريقي، أو الخبر الدولي. (كنعان، 2014، ص. 119)

من حيث الموضوع: أي حسب الموضوع الذي يوطر الخبر وفقه، وهناك العديد من المواضيع التي يحرر الخبر وفقها هنا، فقد يكون الخبر يقدم موضوعا سياسيا، اجتماعيا، اقتصاديا، أمنيا، ثقافيا، فنيا، رياضيا... إلخ. (توفيق والأنصاري، 2020، ص. 337)

من حيث الحيز الزمني: أو التوقع وعدم التوقع، ويرتبط هذا التصنيف بما إذا كان الحدث معلوما حدوثه مسبقا مثل الأخبار التي تكون أحداثها معروفة ويذهب الصحفي لتغطيتها، كمشاريع التدشين

والندوات الصحفية والمباريات... إلخ. (صالح، 2020، ص. 334) فالخبر المتوقع: هو الذي يتوقعه المحرر الصحفي لعلمه به، والخبر الغير متوقع أو الطارئ هو الذي يحدث فجأة فتتم تغطيته آنيا. (غازي، 2021، ص. 138)

ونرى أن التصنيفين حصرا للأخبار في شكلين فقط: الأول يتضمن أخبار لمواضيع تحرر وتقدم من طرف مقدم النشرة، والشكل الثاني يمثل الأخبار الناتجة عن التصريحات والندوات الصحفية أو الزيارات والخطابات المختلفة للرؤساء وغيرهم. (زهرة بوججوف، 2018، ص. 84)

وقد أكد: الدهان والرمحين (2019) أن (جيمسون وكامبيل)، اورادا أن الحدث الذي يستحق العرض في وسائل الإعلام الجماهيرية يتمتع بخمس علامات رئيسية هي: (ص. 142-143)

-المستجد، أي حدث آني وواقعي.

-الدراماتيكي الذي يحتوي نزاعا وجدلا أو حتى عنفا.

-حيوي وملمس، وليس نظري أو مجرد.

-غريب أو شاذ عن المؤلف.

-متعلق بمواضيع الاهتمام الدائم لوسائل الإعلام الإخبارية.

وهناك العديد من تصنيفات الخبر التي تحدث عنها أساتذة الإعلام والباحثين في كتابات كثيرة منها:

الخبر الجاهز والخبر المبدع، وأيضا الخبر السلبي والخبر الإيجابي، وكذلك الخبر الجاد والخبر الخفيف والخبر المجرد والخبر المفسر الخبر الملون بلون الصحيفة. (صالح، 2020، ص. 333)

5-1-2- مصادر الأخبار التلفزيونية

مصادر الاخبار تتطور وتنمو يوما بعد يوم، كلما تقدمت الحياة وتنوعت مجالاتها ونشاطاتها، وكلما أوجدت مصادر جديدة للأخبار، ومع التطور التقني في مجال العمل الإعلامي توفرت إمكانية خلق واكتشاف مصادر جديدة للأخبار، والتي تمثل عماد خدماتها الإخبارية، فمصادر الأخبار هي التي تعتمد عليها وسائل الإعلام لجمع أنباء الاحداث والوقائع والمعلومات المتعلقة بمجرياتها أولا بأول. (عبد الحميد، 2014، ص. 32-33)

-وكالات الأنباء العالمية والعربية:

اكتسبت هذه الوكالات صفة العالمية لأنها تجمع وتعالج وتخزن وترسل الأخبار من العالم كله إلى العالم كله، حيث ساعد ظهور هذه الوكالات على تطور الصحافة، وتقدم هذه الوكالات خدمات متعددة ومتنوعة، وتغطي غالب الأحداث الكبيرة إن لم نقل كلها، سواء كانت علمية أو رياضية أو وطنية أو مالية، كما تعد من أهم المصادر الخبرية من حيث جمع الأخبار، ونشرها فور ورودها. (سحاري، 2017، ص. 78)

الوكالة: مشتقة من التوكيل أي الاعتماد والتفويض. (الشيخ، 2007، ص. 438) وتعرف وكالة الأنباء على أنها مؤسسات إعلامية خدمتية ومركز التجميع الاخباري، تعمل على تزويد وسائل الاعلام الجماهيرية المختلفة بالأخبار والصور مقابل دفع هذه الجهات لحقوق الاشتراك، وهي أهم مصادر الأخبار الدولية التي تلجأ وسائل الاعلام إلى الاشتراك معها في خدمة التبادل الاخباري مع الوكالة، ولهذا تؤثر الوكالات على الطريقة التي يفكر بها الناس. (الشجيري، 2014، ص. 14-15)

فوكالة الأنباء هي المؤسسة التي تمتلك امكانيات هائلة تمكنها من استقبال الأخبار ونقلها عبر شبكة من المراسلين والمحريين في عدد كبير من دول العالم بأسرع وقت، من خلال مكاتب الوكالة للتوزيع نحو الصحف والمحطات أو نحو وكالات الأنباء المتعاقدة، وهي مصدر هام تعتمد عليه وسائل الاعلام وتقتبس منه الأخبار، والممول الرئيسي بالمادة الاخبارية على اختلاف انواعها واشكالها، فوكالات الأنباء هي مصنع الأخبار في العالم. (وتوت، 2004، ص. 322-323)

وترجع قوة هذه الوكالات إلى كبر حجمها وقوة وسائلها الإعلامية، وتعدد مكاتبها وموظفيها ومراسليها التي تستعين بهم في الحصول على الأخبار وتوزيعها في عشرات أو مئات الدول بمختلف اللغات، ثم توزع آلاف الكلمات على النطاقين المحلي والدولي طوال اليوم في عمل منتظم تغدي به الوكالات المحلية الأخرى بلغات مختلفة، وقد قامت بتقليدها عدة دول بإنشاء وكالات أنباء محلية لتقديم وتبادل الأنباء وتفاوتت نسبة نجاحها ونموها بحسب ما تملك من قدرات وعلاقات. (المسلمي، 1992، ص. 12)

ويتبين من المعطيات السابقة مدى أهمية وكالات الأنباء، وأن مسألة سيطرة جهات محددة قوية على سيرورة تدفق الأخبار والمعلومات هي نتاج سنوات من الاحتكار، بدأت منذ الفترة التي زاد فيها

نفوذ الدول الغربية، فقد كانت المعلومات تتدفق من طرفها إلى بقية دول العالم بما في ذلك الولايات المتحدة، إذ قسم العالم إلى مناطق نفوذ وزعت بين وكالات الأنباء الثلاث (رويترز، هافاس، وولف)، وقد عرف هذا باسم (الكارتل الإخباري). (عبد التواب، 2020، ص. 95-96)

ولليوم ينفرد بالسيطرة على حركة نقل الأخبار الدولية، رباعي وكالات الأنباء: الأسوشيتدبرس الأمريكية (AP) 1848- اليوناييتدبرس إنترناشيونال (UPI) 1908- رويترز لبريطانية (R) 1851- وكالة الأنباء الفرنسية (AFP). (المسلمي، 1992، ص. 11-12)

وتتنوع وكالات الأنباء بحسب عدة معايير، وقد قسمتها منظمة اليونيسكو إلى أربع أنواع: وكالات أنباء حكومية رسمية تعود ملكيتها لمختلف حكومات الدول وهي الوكالات الأكثر انتشاراً، وكالات مستقلة ذاتياً مثل: وكالة الأنباء الفرنسية (AFP)، وكالات أنباء تعاونية مثل وكالة الأسوشيتدبرس (AP) ورويترز البريطانية (R)، وكالات أنباء تجارية مثل: اليوناييتدبرس إنترناشيونال الأمريكية (UPI)، وهناك من قسمها إلى قسمين: وكالات عالمية لتزويد العالم بالأخبار ووكالات قومية هدفها تغطية أخبار الدولة فقط. وهناك عدة تقسيمات أخرى مختلفة كوكالات الأنباء الفيلمية ووكالات دولية وشبه دولية. (الشجيري، 2014، ص. 21)

-وكالة الأنباء الفرنسية:

أول ظهور لوكالة أنباء كتسمية فعلية، كان في النصف الأول من القرن التاسع عشر (1840م- 1850م)، في فرنسا، والتي عرفت سنة 1932 بوكالة هافاس التي تأسست على يد (شارل لوي هافاس)، وكانت في البداية كمكتب بسيط لترجمة الصحف، ثم وسعت عملها وضاعفت مراسليها، وبعد الأزمة المالية لعام 1930 تكفلت الحكومة الفرنسية بميزانية الوكالة وأممتها لصالحها لتتحول لوكالة الأنباء الفرنسية. (العمر، 2020، ص. 111) لتعوض هذه الوكالة سنة 1944 عمل وكالة هافاس القديمة، من باريس، ومختلف المدن الفرنسية بمئات من المراسلين وظفوا لاستقاء الأخبار وإرسالها إلى المقر العام مباشرة أو عن طريق المكاتب الإقليمية التابعة، بما في ذلك المكاتب الثلاثة الموجودة في إفريقيا. وللوكالة حوالي 60 مكتبا ومراسلا في الخارج. كما أبرمت الوكالة مع أكثر الوكالات الأوروبية اتفاقات تنص على تبادل الأنباء الداخلية التي تحدث في البلد الأجنبي مقابل الأخبار العالمية التي تذييعها، وذلك لقاء أجر غير محدود تتقاضاه الوكالة الفرنسية. (دينوايه، 2019، ص. 59-60)

-وكالة رويترز:

بعد أن عمل في وكالة هافاس الفرنسية صحفيين من الألمان هما (وبرنهارت وولف) و(بول جولوس رويتر)، لم يمكثا طويلا في باريس، حيث عاد وولف إلى ألمانيا عام 1849 ليؤسس وكالة أنباء جديدة، ولتكون ثاني وكالة أنباء أوروبية بعد هافاس الفرنسية. أما (رويتز) فقد نجح من انشاء وكالة أنباء في لندن عام 1851 بعد أخذه الجنسية البريطانية. واستطاعت وكالة رويتر Reuters أن تعقد اتفاقية تبادل مع الوكالتين الفرنسية والألمانية تنص على تقسيم العالم إلى ثلاث مناطق، أخضعت خلالها رويتر الإمبراطورية البريطانية والشرق الأقصى، (كان نفوذ هافاس يشمل الإمبراطورية الفرنسية ودول أمريكا اللاتينية والبحر المتوسط)، ثم بدأ صراع جديد مع وكالة اسوشيتيدبرس الأمريكية حول النفوذ الاخباري. (الدليمي، 2019، ص. 98-99)

لتصبح الوكالة ضمن ثالث أكبر الاحتكارات الإعلامية في العالم، وقد أعيد في عام 1926 تشكيلها بنظام تعاوني حيث امتلكت الوكالة جمعيات لناشري الصحف هي رابطة ملاك الصحف البريطانية ورابطة الصحافة الإقليمية البريطانية، وربطتي ملاك الصحف في أستراليا ونيوزلندا. وقد استطاعت أن توظف عدد كبير من المرسلين يصل عددهم إلى 968 مراسلا يقومون بتغطية الأحداث في 77 دولة، ويشارك في خدماتها أكثر من 30 ألف مشترك حول العالم. (صالح، 2003، ص. 107)

وتشكل الوكالة احتكار في مجال الخدمات المالية والاقتصادية كما أنها سريعة التطور، وتشكل احتكارا لأخبار التلفزيون حيث اشتركت مع الـ BBC وNBL واشترت سنة 1922 أسهم وكالة Nic News وأصبحت من أكبر الخدمات العالمية التلفزيونية وأكثرها تأثيرا، وفي التسعينات دخلت رويترز في تحالفات عالمية لتحقيق المزيد من السيطرة كتحالفتها مع شركة نيوز كوربوريشن (مردوخ) وهذا ما يجعلها تقلل المنافسة من حولها وتزيد من الاحتكار الاخباري. (خلف، 2016، ص. 63-64)

-وكالة الأسوشيتد برس أ.ب - Assogiated Press A.P

يعود تاريخ نشأة هذه الوكالة إلى ماي 1848م عندما اجتمع مسؤولو ستة صحف أمريكية في مقر صحيفة نيويورك صن New York Sun لمناقشة قضية التكاليف المرتفعة لجمع الأخبار من أوروبا بواسطة التلغراف، وطرح الصحفي (ديفيد هال David hull) من صحيفة Journal or commerce حلا

يقضي بإنشاء مؤسسة لجمع الأخبار، أسوشيتد برس Associated Press. (سحاري، 2017، ص. 79) حيث كونت ست صحف أمريكية بنيويورك اتحادا صحفيا اسمه (اتحاد أخبار الميناء) لتوزع فيها بالتساوي نفقات تلقي الأخبار من السفن القادمة من أوروبا وفي نفس الوقت تزود القراء بأكثر عدد من الأخبار، وفي سنة 1857 أضيف لها صحيفة سابعة لتغطي كل صحف نيويورك. (عزت، 1983، ص. 11-12)

أما اليوم فهي تعد أكبر وكالة أنباء في العالم فلها أكثر من 15 ألف مشترك في أكثر من 100 دولة حول العالم، إذ تستخدم خمس لغات في نقل الأخبار. استطاعت أن تواجه تحدي الانترنت واستمرت في تقديم الخدمات الإخبارية كما تقدم أخبار اليوم السابق على الانترنت مجانا. (خلف، 2016، ص. 64)

وتقدم الوكالة للصحف الأمريكية الكبرى أخبارا مكونة من حوالي 250,000 كلمة في اليوم الواحد، يتكون ربعها من الأخبار الدولية التي يبعث بها ما يقرب من مائتي مراسل في خارج أمريكا. وتمتد هذه الوكالة حوالي ثلاثة أرباع الصحف ومحطات الإذاعة في أمريكا بالأخبار المختلفة. (دينواييه، 2019، ص. 67-68)

-وكالة اليوناييتد برس إنترناشيونال:

ولدت وكالة يوناييتد برس عام 1959 بعدما تم دمج وكالة (يوناييتد برس أسوسايشن) التي أنشأت عام 1897، ووكالة (إنترناشيونال نيوز سيرفيس) التي أنشأت عام 1909، وجاء هذا الدمج كرد فعل على الاحتكار الذي كانت تمارسه أسوشايتد برس حيال المؤسسات الإعلامية المختلفة في أمريكا، وقد دعمت الصحافة المكتوبة بالمادة الاخبارية والإعلانية فزادت من فعاليتها وجمهورها ودورها في المجتمع. (عبد التواب، 2020، ص. 98)

-وكالة تاس الروسية

خرجت وكالة (تاس) السوفياتية من موقعها ضمن أكبر الوكالات العالمية الكبرى لفترة، وذلك بسبب تفتت الاتحاد السوفياتي وانقسامه إلى عدة جمهوريات مستقلة، فقد كانت وكالة تاس (TASS) قد أنشأت سنة 1922، وبعد الانقسام تحول اسمها لوكالة (يتارتاس) ومقرها يقع بالعاصمة روسيا موسكو. (المسلمي، 1992، ص. 11) وبحسب موقع روسيا اليوم (2016) احتفلت مؤخرا بالعيد

110 على تأسيسها، وأعلنت عودتها إلى استخدام تسميتها التاريخية تاس، تمتلك أكبر شبكة إعلامية بين وكالات الأنباء الروسية ولديها 70 مركزا ومكتبا في المناطق الروسية و68 مكتبا تمثليا في 63 بلدا، وجدير بالذكر أن العالم يحصل على أكثر من 80% من أخباره من لندن وباريس ونيويورك وموسكو، وهي مقرات الوكالات الخمس الكبرى، مما زاد من إشكالية الفجوة الإعلامية التي تزيد الهوة بين بلاد الشمال الغني والجنوب الفقير، ما يولد آثارا اقتصادية واجتماعية وسياسية ضارة تتبعها.

-وكالة أنباء شنجوا xinhua الصينية:

وهي وكالة شبه دولية تأسست عام 1931، وأصبحت الوكالة الوحيدة بعد تأسيس جمهورية الصين الشعبية عام 1949. (المصري، 2005، ص. 39)

وبحسب موقع وكالة فرانس برس (د.ت) تعد هذه الوكالة هي وكالة الأنباء الصينية الرسمية والأكبر في الصين، حيث تتمتع بشبكة من عشرة آلاف صحفي موزعين على 144 مكتبا عبر العالم، من بينها 33 مكتبا في الصين لتغطية كل مقاطعة في البلاد. وتوفر الوكالة تغطية يومية للأخبار السياسية والاقتصادية والرياضية والثقافية في الصين فضلا عن كثير من المواضيع المتفرقة.

-الوكالات شبه العالمية:

توصف أحيانا بالوكالات الأبرز في العالم بعد الوكالات الأربعة أو الخمسة الكبرى، نذكر منها، كل من وكالة الأنباء الإيطالية (ANSA)، والألمانية (P.P.A)، والإسبانية (AFE)، وكندا برس (CP)، وكيودو (Kyodo) وجيجي برس (Giji press) اليابانيتين، ووكالة نوفوستي الروسية، فضلا عن عدد من الوكالات الإقليمية، ومنها وكالة أنباء الكاريبي (Colla)، ووكالة أنباء الدول الإفريقية، ومجمع وكالات الأنباء الوطنية لدول عدم الانحياز، والاتحادات الإذاعية مثل: اليوروفزيون والأنتيرفيزيون وغيرها. (راضي، 2013، ص. 98)

-الوكالات الفيلمية:

تشير المراجع إلى أن (يونيتد برس موفيتون تليفزيون) هي أول وكالة فيلمية من نوعها. وقد أنشئت بناء على اتفاق بين مؤسسة (موغيتون ووكالة يونيتدبرس)، يقضي بأن تقوم الأولى بإعداد الأفلام الإخبارية، على أن تقوم الثانية بتوزيعها في جميع أنحاء العالم. وقد استمرت هذه الشركة لعشر سنوات

حتى سنة 1993، عندما قررت الوكالة أن تستقل بهذا العمل، فأنشأت شركة يونايتد برس نيوز فيلم إنكوربوريشن. (عزت، 1983، ص. 75)

ولقد أصبحت الوكالات المصورة الشريك الكامل في عملية التبادل الإخباري المستمر، بكونها المصدر الأهم للأخبار المصورة التي تضيف للمادة الإخبارية في نشرات الأخبار التلفزيون، وتعد وكالة WTN أول وكالة مصورة، تعود ملكيتها إلى محطة التلفزيون ITN بلندن وشبكة abc بلندن والقناة التاسعة الأسترالية، تقدم تغطية إخبارية صوت وصورة لمختلف الأحداث الهامة على مدار اليوم، بأحدث التقنيات الاتصالية، وهي تخدم ما يزيد عن 1000 هيئة تلفزيونية عالمية ومحلية. يضاف لها وكالتين بارزتين هما: الوكالة البريطانية للأخبار ووكالة cbs الأمريكية. (راضي، 2013، ص. 99) وظهرت هذه الوكالة عام 1952 وكانت تعرف باسم (انترناشيونال برس) لأخبار التلفزيون UPITN وكانت تمثلها وكالة يونايتد برس ووكالة Movito News المعنية بالجريدة الرسمية الناطقة. وترسل الوكالة حقائق إخبارية يومية إلى جميع أنحاء العالم الغربي والعربي. وهناك وكالة CBS الأمريكية التي المركز الثالث في تغطية الأخبار التلفزيونية. (دينوايه، 1997، ص. 85)

-وكالات الأنباء العربية:

ومن أهم هذه الوكالات:

-وكالة أنباء الشرق الأوسط:

تأسست وكالة أنباء الشرق الأوسط سنة 1956 وهي شركة مساهمة رأس مالها عشرون ألف جنيه، ساهمت صحف الأهرام ودار أخبار اليوم ودار الهلال ودار التحرير في إنشائها، عرفت الوكالة نجاحا ما بين 1964-1966 بتغطية معظم الأخبار العربية والأفريقية وقتها، قبل أن تتأثر بعدوان 1967 ويتم انشاء وكالة جديدة -الصحافة العربية المتحدة- سرعان ما عادت الدولة لتصفيتها وإعادة تنظيمها. وتسعى الوكالة للحصول على الأخبار الداخلية والخارجية والعالمية وتحليل المعلومات واعداد الدراسات بما يهم الرأي العام واستخلاص اتجاهات هذا الرأي. (بوجفجوف، 2018، ص. 104-105)

وفي مطلع الستينيات ومع التطور التقني والإعلامي بدأت الدول الصغيرة تشعر بالخطر وبأهمية أن يكون لها وكالة أنباء خاصة تنشر أخبارها وتعرض وجهات نظرها للعالم، ففي أوروبا مثلا أنشأت 24

وكالة، وفي آسيا أنشئت حوالي 23 وكالة أنباء محلية، عملت على عرض السياسة العامة للدولة وتغطية أخبارها بشكل شامل قد لا يمكن أن تغطيها حتى الوكالات العالمية. (العمر، 2020، ص. 110)

وتقدم وكالة أنباء الشرق الأوسط ست خدمات إخبارية في وقت واحد تبث كل منها خدماتها طوال 12 ساعة يوميا على الأقل، حيث تبدأ الوكالة إرسالها كل يوم من الساعة السابعة صباحا وحتى بعد منتصف الليل، ويستمر الإرسال دون توقف في حالة وقوع أحداث هامة، وتشمل الخدمات الإخبارية التي تقدمها الوكالة: النشرة العربية المحلية، النشرة العربية الخارجية، النشرتان الإنجليزية والفرنسية، النشرة الدولية الخاصة، النشرة الاقتصادية. (عبد التواب، 2020، ص. 31)

-المندوبون أو المراسلون:

المندوبون وهم أساس العمل في اقسام الاخبار والمسؤولون في المقام الأول عن جمع الأخبار وتغطيتها حيث لا يعرفون على وجه الدقة ما عسى أن يقع بعد لحظات سواء في السلم او الحرب ولهذا يعملون طوال 24 ساعة لاقتناص الأخبار، وهم مستعدون لمواجهة المجهول في اي لحظه ولتغطية الأخبار بأسرع ما يمكن، ولكل مندوب مصادره الخاصة التي يستقي منها المعلومات. (معوض، 1994، ص. 15)

ونظرا لكبر حجم التغطية ومجال ترصد الأخبار لجئت العديد من المؤسسات الاعلامية لتعيين مندوب أو مراسل خاص بها لدى العديد من الهيئات والمنظمات أو الوزارات... للاستقاء الأخبار والمستجدات التي تنتج من تلك الهيئات، حيث يوظف خبراته وعلاقاته لينجح في دوره هذا، فالصحفي يمثل للمؤسسة التي ينتمي لها مجموعة من المصادر. (مذكور، 2002، ص. 59)

ويؤدي المراسل التلفزيوني دورا بارزا في نقل الأخبار وتحقيق فورية النقل وسرعته، ويعد المراسل التلفزيوني المصدر الأساسي لأخبار التلفزيون، شأنه في ذلك شأن بقية وسائل الاعلام. فقدره وسيلة الإعلام على تغطية أخبار أي مجتمع ترتبط أساسا بقدرتها على تغطية وقائع وأحداث هذا المجتمع من خلال مشاركة مندوبيها. لذلك نلاحظ وجود مندوبين متخصصين في الصحافة المتقدمة يغطون أخبار البلد وبقية بلدان العالم. (المهداوي، 2009، ص. 44)

ومن الأمور التي قد تعوق عمل المراسل هو انتمائه لدولة أجنبية بحيث كثيرا ما يتأثر موقفه بموقف الدولة التي يوجد فيها، حيث يقول في هذا الصدد مراسل أمريكي بأن المراسل الأمريكي في الشرق الأوسط يقابل دائما بالارتياح لأن العرب يعرفون أن الصحافة الأمريكية تقف ضدهم، لذلك يتردون في تقديم المعلومات لهم، وهو نفس ما عانوه المراسلون الأمريكيون في إيران خلال أزمة البترول. (معهد الصحافة الدولي بزيورخ، 1961، ص. 55-56)

ويمكن القول إن المندوب هو المراسل الداخلي المستقر داخل الوطن، وهو مصدر أساسي من المصادر الداخلية للأخبار التلفزيونية، فهناك من يعتبر المراسل مندوب يعمل خارج الدولة التي تبث منها القناة، ومنه فكل مراسل مندوب وليس العكس، ويعتمد دوره على تقديم الحقائق حول مختلف جوانب الحدث، وإيجاد معلومات إضافية من عدة مصادر مؤكدة، ثم يبدأ عملية كتابة القصة الإخبارية، ويستعين المراسل بكل الوسائل المتاحة لجذب انتباه الجمهور نحو الأخبار. (العززي، 2021، ص. 113)

يمكن القول إن قيمة المندوب أو المراسل تكمن في كونه يمثل المادة الإخبارية الخام بالنسبة للقناة حيث يتحصل المندوب الصحفي على الأخبار بمجهود شخصي من طرفه من جهة، وكذا لأنه يخلق التميز بأخباره عما تقدمه قنوات أخرى أو وسائل إعلامية مختلفة وقد يصبح مجهوده الشخصي هذا مصدر لغيرة من الصحفيين ويساهم في جلب أكبر قدر ممكن من الجماهير والتأثير فيهم.

-الإذاعات والفضائيات المحلية والأجنبية:

تعتبر الإذاعات أو الفضائيات المحلية والأجنبية مصدرا هاما من مصادر الأنباء وخاصة في تلك الدول التي تخضع فيها وسائل الاعلام الجماهيرية لإشراف الحكومة وسيطرتها، حيث تعبر الإذاعة أو القناة التلفزيونية عن الاتجاهات الرسمية للدولة. وخاصة الشبكات الأجنبية التي تعد مصدر هام للأخبار دفعت العديد من الوكالات والصحف الكبرى لإنشاء قسم للاستماع يضم أجهزة استقبال اذاعية واجهزة تسجيل دقيقة جدا وعن طريقها يتم استقبال وتسجيل ما تديعه جميع محطات الإذاعة والتلفزيون في العالم. (وتوت، 2004، ص. 356) ويتم الاعتماد على هذا المصدر الخبري بالتتويه إلى الجهة التي أصدرت الخبر وذكر اسمها بصريح العبارة وذلك من أجل التحلي الأمانة العلمية والقانونية وكذا لتقادي مشكلة زيف الخبر إن تأكدت عدم صحته، فيكون المصدر الأصلي هو المسؤول وليس الناقل منه.

-الصحف والمجلات العالمية والمحلية:

كثيرا ما تلجأ أخبار التلفزيون إلى الصحف والمجلات سواء المحلية أو العالمية الشهيرة لاستكمال المعلومات الخاصة بالتغطية المصورة للأحداث، خاصة إذا كانت هذه الصحف لها ثقلها الإعلامي فتتفرد بنشر بعض الأخبار الهامة، قد تسبق بها حتى وكالات الأنباء العالمية أحيانا، حيث تحظى بما يدلي به بعض الشخصيات الهامة من تصريحات صحفية إليها، على غرار: الواشنطن بوست، والنيويورك تايم الامريكيتين والديلي تيليجراف والغارديان والتايمز في بريطانيا ولوموند في فرنسا... الخ. (اسماعيل، 1997، ص. 80)

ملاحظة: محليا فلا تزال الصحف الجزائرية بعيدة عن التفوق في مجال اصطياد الأخبار إلا فيما نذر ولهذا قليلا ما تعتمد النشرات الإخبارية في الفضائيات الجزائرية كمصدر لأخبارها.

جدير بالذكر أن النشرات الإخبارية حين تنقل خبر مصدره صحيفة محلية أو أجنبية (أو إذاعة كما تم ذكره في العنصر السابق) فإنها تنقله على لسان هذه الصحيفة، وذلك من أجل تفادي أي مشكلة إخبارية إذا ما تم التأكد من عدم صدق الخبر أو جزء منه من جهة، وكذا لأن الأدبيات الإعلامية تنص أخلاقيا على التنويه بمصدر الخبر الأصلي.

-الندوات والمؤتمرات الصحفية:

واحدة من المصادر الهامة لاستقاء الأخبار، فالعديد من الهيئات والمنظمات والمؤسسات تعقد ندوات ومؤتمرات صحفية، تجتمع فيها العديد من وسائل الاعلام بهدف شرح وجهة نظر ما، أو التعريف بمنتج أو خدمة أو قرار جديد أو التعقيب على قرار صدر مسبقا... وهي فرصة للصحفيين لصيد هذه الأخبار من جهة، والالتقاء ببعض الشخصيات الإعلامية أو السياسية أو المشاهير... للحصول على بعض المقابلات الصحفية والتصريحات والمداخلات وغيرها. (مذكور، 2002، ص. 88)

وجدير بالذكر أن الندوات الصحفية هي إحدى أهم مهام العلاقات العامة لمختلف المؤسسات، حيث يعد هدفها إيصال أكبر قدر ممكن من المعلومات والأفكار إلى وسائل الاعلام ومنه إلى الجمهور العريض. وتبرز الحاجة لعقد هذه المؤتمرات أكثر خلال فترة الأزمات أو المشكلات أو خلال برامج روتينية لتقديم مجموعة من المعطيات والاجابة عن بعض تساؤلات الاعلام وغيرها. (أبو السعد، 2020، ص. 224)

فخلال العديد من الأزمات على سبيل المثال تعمل الهيئات على التعامل مع الأزمة مع جمهورها من خلال عقد الندوات الصحفية ونشر البيانات الصحفية وغيرها من المهام التي ينتهجها المكلف بالاتصال في هذه المؤسسات. (بو دهان، 2019، ص. 83) ولهذا تعد الندوات أو المؤتمرات مصدر مهم لاستقاء أخبار لا يشك في صحتها طالما هي من المصدر المباشر لها. وعلى الصحفي أن تكون له القدرة على ارقام نفسه في هذه المؤتمرات أو الندوات والمناقشات لاستقاء الأخبار وتوجيه الآراء نحو بعض الموضوعات المطروحة. (نصر، 2020، ص. 87)

-البيان الصحفي:

يتضمن البيان الصحفي غالبا خبرا على الأقل أو بعض البيانات والمعلومات التي تخص قضية معينة تهم شريحة من أفراد المجتمع، وهي صيغة تعتمد على الهيئات الحكومية والغير حكومية لتوضح فيها بعض الجوانب بشكل موضوعي ومختصر ومحرر بصياغة دقيقة وجذابة. (حسني، 2017، ص. 86-87)

كما للبيان بعض الشروط المتعلقة بالشكل والمضمون كأن يحمل تاريخ النشر بدقة من أجل تتبع سير أحداث ومهام هيئة ما في تسلسل زمني منظم، وأن يتضمن كذلك معلومات دقيقة تساعد على نشره بسرعة، مع ضرورة شمله لمعلومات تهم الجمهور كمعلومات الاتصال كهاتف أو بريد الكتروني... (معوض، 2020، ص. 212) وبالتالي يعد البيان الصحفي أحد التقنيات الأساسية بالنسبة للمؤسسات والهيئات من أجل إيصال مهامها ومستجداتها لوسائل الاعلام، فتمثل لهذه الاخيرة مصدرا مهما للأخبار التي يرغب الصحفيون والمحررون في معرفتها، حيث يصل للمحررين عشرات ومئات البيانات الصحفية أسبوعيا بعضها ينشر وبعضها الآخر يحفظ كمكلف، لهذا تراعي الهيئات تصميم بيانها وفق الشروط التي سبق وتم ذكرها لضمان سرعة نشره. (الصقر وأبو عبد، 2017، ص. 134) فيمكن للبيانات الصحفية أن تقدم حلولاً اخبارية للقنوات، حيث تصل إلى مكاتب الأخبار عشرات البيانات الصحفية كل يوم عن طريق البريد أو الفاكس، كما أن المنظمات الكبيرة الأخرى كالشركات الخاصة والمؤسسات غير الربحية تصدر هي أيضا بيانات صحفية لاطلاع وسائل الإعلام على أنشطتها وأعمالها. (أبو رستم، 2017، ص. 99) والعامل المهم في البيان اجمالا هو طباع الرسمية فيه.

-الانترنت والمواقع الاجتماعية:

في ظل هذا النمو الرقمي المتسارع، وارتباط هذا النمو بتطور الإعلام والخبر، أصبح عالم الأخبار الرقمي هو الأول من نوعه، والبقية تسعى لمواكبة هذه الطفرة في عالم الإعلام والأخبار. فنسبة من يتابع الأخبار من منصات التواصل الاجتماعي-حسب إحصاءات قام بها موقع (رايتر أكسيس Writeraces) قاربت الـ50%. وفي ظل انتشار الأجهزة الإلكترونية وتطورها المتسارع، فإن 75% يستخدمون الأجهزة الذكية والمحمولة للحصول على الأخبار، والمتابع للخدمات الجديدة التي يقدمها موقعا فيسبوك وتويتر يدرك يقينا أنهما الأكثر نجاحا في صناعة الخبر. (الرشيد، 2016، ص. 34)

ولهذا يعتمد العديد من الصحفيين في انتقاء الأخبار من أجل نشرها على الوسائل الإعلامية التي يعملون بها على الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي. ولو أن الإنترنت لا تعد مرجعا رسميا، لكن نقل الخبر من خلالها يتزامن مع تطور مهنة الإعلام، فأى شخص يملك هاتفاً نقالاً وشبكة إنترنت، يمكن أن يكسر مسألة السرعة في نشر الأخبار.

وكما ذكر (فراس العلي) في مقال منشور له على موقع معهد الجزيرة للإعلام (2018)، على ضرورة تركيز المحررين على ما يميزهم، لتحقيق إضافة مهنية للخبر، فالصحفي يتحصل على راتب، وهو لن يحصل عليه إذا لم يحقق إضافة نوعية للمؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها.

ورغم هذا أخبار التلفزيون تبقى لها قيمتها في تغطية القضايا الكبرى كما يشير له (أسامة الرشدي) أن التلفزيون -كوسيط إخباري- ما يزال أكثر أهمية وتأثيراً، خاصة خلال الأحداث الكبرى، رغم تطور التكنولوجيا الحديثة، فأهميته الخبرية لا يستطيع أي فرد أن ينفيها. (الرشدي، 2019، ص. 5)

لكن يمكن أن نقول اليوم بأن المواقع الاجتماعية أصبحت مصدر اخباري مهم للعديد من القنوات الإخبارية أو لصحافة الأخبار، خاصة أن ما يميز المواقع الاجتماعية الرائدة هي وجود صفحات وحسابات فيها تمثل جهات رسمية ومسؤولة ومشاركة في القصة الخبرية، ومع هذا يجب دوما الحذر أثناء التعامل مع المنصات الإلكترونية لأنها أحيانا تنشر الاشاعات أو تتعرض للاختراق من طرف الهاكرز.

-الشهود العيان:

إذا لم يكن المراسل حاضرا وقت وقوع الحدث فيمكن له الاستعانة بالشهود العيان كمصدر مباشر لأخذ الأخبار الحية والمعلومات من طرفهم، بنقل تفاعلاتهم للمشاهدين وكذا لوصف الحدث كما رأوه وذلك ضمن سياق الموضوع أو النتائج المترتبة من الحدث، ثم يمكن للمراسل أو قارئ النشرة التعقيب عليها. (فرجاني، 2016، ص. 201)

في السابق كان دور شهود العيان ثانويا لكن مع الأحداث المتسارعة وجدنا أنفسنا على مقربة منهم ونشاهدهم على شاشات التلفزيون ينقلون الأخبار من موقع الحدث، ورغم أهميتهم لا يزال البعض منهم يخشون الادلء بشهادتهم. وازداد دور شهود العيان في رصد وتوثيق الحقائق التي يعاينونها بأنفسهم، نتيجة لوجودهم على مقربة من الأحداث التي تحصل في الشارع، ويبادرون نقل المعلومة والتصريح بتلك الشهادات حتى أصبحوا يوصفون بقطب جديد من أقطاب صناعة الإعلام.

ويعتبر الدكتور (إبراهيم الشمسي) بحسب مقال نشر بموقع الخليج الاماراتي (2011)، وهو أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات، أن شاهد العيان يعد مراسل موثوق، يعمل ضمن مجال الوقائع وله القدرة على تقديم تفاصيل هامة حولها، يحاول بعدها الصحفي تأكيدها أو نفيها لاحقا بعدما تتوضح له الرؤى والمعلومات، فالشاهد العيان يعد مصدر بديل يقدم فائدة سريعة.

وتأتي الاقتراحات المتعلقة بالأخبار أحيانا من غرباء، يزورون مكاتب المؤسسات الاعلامية أو يتصلون بها هاتفيا أو عبر الإنترنت للشكوى والتعبير عن قلقهم أو اهتماماتهم، لهذا توفر بعض المؤسسات الصحفية التلفزيونية خلية اتصال مباشرة لها مع عامة الناس حرصا منها على توفير خط تفاعل مباشر لها معهم، كوضع رقم تلفون أو عنوان إلكتروني لتقديم الاقتراحات. (أبو رستم، 2017، ص. 100)

-مصادر متنوعة:

لا يمكن حصر مصادر الأخبار في نماذج أو أشكال بعينها رغم أن المصادر التي سبق ورودها تمثل أغلبها في استقاء الأخبار، لكن قد تبرز العديد من أشكال المصادر الأخرى، فهناك مصادر رسمية وغير رسمية، ومصادر موثوقة وغير موثوقة، بل هناك خبر صحيح وإشاعة لا وجود لها... وغيرها من المعطيات. والمؤسسة الإعلامية الناجحة هي التي تمتلك أكبر قدر ممكن من المصادر الإخبارية خاصة

الموثوقة، وشبكات من العلاقات المهنية وبرامج التبادل الاخباري، مع تحريها لصدق الخبر قبل بثه وليس البحث فقط عن السبق ولو على حساب الصدق، لأن هذا قد يؤثر سلبا على علاقتها بجمهورها. وكما يقول أبو رستم (2017) أن مصادر الأخبار في كثير من مكاتب الأخبار تبرز في الأجنحة اليومية للأحداث في عين المكان الذي يتضمن اجتماعات الحكومة وافتتاح الأماكن التجارية ونشاطات المجتمع المحلي. وفي حين أن قائمة النشاطات هذه التي تدعى في الكثير من الأحيان (الكتاب اليومي) ليست أنباء جديرة بالنشر دائما، إلا أنها توفر نقطة بداية جيدة ينطلق منها الصحفيون والمراسلين الباحثون عن الأخبار. (ص. 99)

5-1-3- خصائص وسمات الأخبار التلفزيونية

تتصف الكتابة الاخبارية القصصية الجيدة بالإيجاز والوضوح والدقة وهو في الحقيقة أمر صعب جدا أن يطبق، ويحتاج إلى امتلاك القدرة على طرح الافكار بكل جرأة وتضمين القصص الاخبارية بمختلف العناصر، ويمكن القول أن قصص أخبار التلفزيون تشتمل على جمل وفقرات أقصر من معظم أنواع الكتابة الأخرى وتشتمل كل فقرة على فكرة رئيسية واحدة وتبدأ الفقرة الجديدة عند تقديم فكرة او شخصية أو وضع جديد، لذا فهي صناعة تحتاج الى كفاءات عالية للارتقاء بالخطاب القصصي الاخباري، وللقصص الاخبارية بنية أو هيكلية أساسية تركز عليها وبدون هذه الهيكلية تبقى القصة الاخبارية خليطا من الحقائق والوقائع غير المتماسكة. (عبد الحميد، 2013، ص. 222)

لا بد من توفر مجموعة من الصفات في الخبر الصحفي التلفزيوني لعل أبرزها:

-**الدقة:** وهي نقل الخبر بأمانة مع ذكر تفاصيله الدقيقة دون حذف يخل بسياق الحدث، ودون مبالغة تؤدي إلى فهم مغاير للحقيقة.

-**الصدق أو الصحة:** بمعنى قيام الخبر على وقائع صحيحة غير مصطنعة، كما وقعت بالفعل.

-**الموضوعية:** دون ذاتية الصحفي أو الجهاز الإعلامي عند صياغة الخبر أو اختيار الصور والمادة الفيلمية التي سيتم بثها. وعدم التركيز على تفاصيل دون أخرى قد تؤدي إلى فهم خاطئ لحقيقة الحدث.

-التوازن الخبري: بالكتابة عن وجهات النظر المختلفة دون الانحياز إلى وجهة نظر واحدة دون أخرى أو التعقيم عن موقف، ولو أنه من الصعب أن تتحقق مثل هذه الصفات بشكل مطلق؛ فلكل قناة تلفزيونية خطها السياسي ومواقفها وذلك بدوره يؤثر على قرار بث الخبر من عدمه، وعلى تفاصيل تناوله. (ابراهيم، 2017، ص. 82)

كما تتسم الأخبار أيضا بخصائص ومميزات مختلفة مثل:

- أن تتسم المفردات المستخدمة في كتابة الأخبار التلفزيونية بقوة المعنى من قبل مقدم النشرة.
- أن يدخل في صلب القصة الخبرية بشكل سريع عن طريق صياغة الأخبار بتركيز المعنى في جمل قصيرة متلاحقة.
- مراعاة ثلاثية الشكل والمضمون والأداء أو التقديم والإخراج فيما يقدم من قصص خبرية.
- وتتسم القصص الخبرية بالاستخدام الواسع للمادة الصوتية والصورية والأنواع الصحفية المختلفة كالتقارير والمقابلات والتحقيقات والأحاديث... بهدف شرح الأخبار بشكل مفصل للجماهير من أجل التأثير فيه. (جاسم، 2010، ص. 142-144)
- الخبر بين صيغته واستخداماته له علاقة مميزة لها سماها الخاصة، تفاعلت معها عوامل اجتماعية وتكنولوجية، جعلت منه متجدد في الشكل والمضمون دائما، مع هذا الخبر بصفاته العامة يشكل حدثا معينا يركز في محورين:
- الأول: أن يكون حدث عادي يقدر دائما في كل مكان، لكن لا أحد يهتم به أو يتداوله مع الآخرين، دون أن يجد طريقة إلى النشر الإعلامي.
- الثاني: أن يصبح خبرا يأخذ حيزا له ضمن التداول الإنساني عبر الأفواه والرموز والرسائل الوسيطة، أو النقل الصوري عبر الإنترنت أو الهاتف. (غازي، 2021، ص. 128)
- ومن المميزات الأخرى ما ذكرها (جوزيف هاموند J. Hammond) حول تحادثية الأخبار التلفزيونية، ما يتطلب من كاتبها أن يخاطب جمهوره بصيغة المتكلم لا من يكتب، لأن أخبار التلفزيون تتميز بكونها تحادثية Conversational. (المصري، 2005، ص. 64)

5-1-4- أهمية الأخبار التلفزيونية

رغم الانتشار الكبير لوسائل الإعلام اليوم إلا أن أخبار التلفزيون تتزايد أهميتها من يوم لآخر، كنتيجة مباشرة لما تحقق من تقدم تقني لم يسبق له مثيل، ولقد أصبح في متناول الجميع إمكانية الاستفادة من تكنولوجيا الفضاء في بث الأخبار واستقبالها.

وتحظى أخبار التلفزيون بمكانة خاصة فهي بمثابة النافذة التي يطل من خلالها الجمهور على كل ما يقع في العالم من أحداث وتغيرات، لهذا يحرص العديد من المشاهدين على ترقب ما تقدمه نشرات الأخبار بشكل دائم.

والتلفزيون من أقوى الوسائل في نقل الأخبار وتقديم المادة الخبرية بشكل لا مثيل لها، وإذا اقترن الخبر برؤيته على الشاشة فإن ذلك أدعى إلى تصديقه، وأفضل قيم الاخبار قائمة على كونها مرئية، وتزداد أهمية أخبار التلفزيون إذا علمنا أن الانسان العادي يحصل على 98 بالمائة من معارفه عن طريق حاستي السمع والبصر، وإذا أضفنا لذلك أن أخبار التلفزيون تصل إلى ملايين المشاهدين في العالم في آن واحد لاستطعنا أن ندرك أهمية أخبار التلفزيون. (الفياض، 2017، ص. 13)

وصلت نشرة الأخبار إلى قمة الأثارة حين تابع العالم عبر البث المباشر مختلف الأحداث، وكان التسويق أكبر مع متابعة أحداث 11 سبتمبر 2001، في تغطية تشمل كل عوامل التشويق والأثارة والابهار لدرجة أن البعض لم يصدق تلك الأحداث، ومنذ تلك اللحظة خرجت نشرة الأخبار من كونها برنامج للمهتم بالشأن السياسي للتحويل إلى برنامج جماهيري واسع الانتشار يتربص منه الجمهور كل جديد. (محمد، 2005، ص. 38)

والأخبار هي بعض أوجه النشاط الإنساني التي تهم الرأي العام وتوجهه وترشده وتسليه وتعلمه، ومضمون الخبر يهم أكبر عدد من الناس يرون في مادته إما فائدة ذاتية أو توجيهها هاما لأداء عمل أساسي، أو تكليفا بواجب معين، إلى آخر ما يراه الناس واجبا يتحتم على الصحافة كأداة من أدوات الإعلام أن تؤديه نحوهم، فمن خلال الخبر نستطيع أن نهئى الجو المؤثر عليهم خاصة إذا كان الخبر جديدا وواضحا ومثيرا. (الحسن، 2011، ص. 35-36)

والمتلقي وأثناء حصوله على رسالة إخبارية من وسيلة إعلامية غير التلفزيون تفيد بوقوع أحداث هامة، لأنه يسارع إلى القنوات التلفزيونية ليتأكد من الخبر ويتابعه حيثياته بالصوت والصورة وهو ما يدل على أن أخبار التلفزيون لها مكانة خاصة لدى الجمهور.

وقد أورد الباحث الأكاديمي والإعلامي علاء إبراهيم (2015) لجريدة أخبار الخليج وهي الجريدة اليومية الأولى في البحرين وذلك في المقال الذي تمت إعادة نشره على موقع الجريدة، أن التلفزيون الوسيلة الإعلامية الأكثر صدقاً في المجال الأخبار، وقد أكدت دراسة بعنوان: العوامل المؤثرة في صناعة الأخبار: دراسة مقارنة بين نشرات الاخبار في قناة البحرين وقناة الجزيرة. أن مهمة أخبار التلفزيون هي تنوير الرأي العام وإبلاغ المواطنين بجميع الأحداث المهمة والقضايا المثيرة للاهتمام سواء الداخلية أو الخارجية الدولية. وتقوم بنشر مختلف الأحداث السياسية والتطورات التي تحدث في المجتمع، لكي يتمكن الجمهور المتابع من تكوين الرأي الخاص بهم، حول مل يقع من الشؤون العامة.

عموماً في الأحوال العادية تكون للمتلقي حرية اختيار ما يريده من مضامين وما يتسق مع اهتماماته ورغباته، لكن مع أخبار التلفزيون في الكثير من المرات تصبح هذه العملية أحادية الجانب، خاصة في الأخبار الساخنة التي تجعل المتلقي غير مخير بل تتحول هذه المشاهدة أداة أساسية للمعرفة وتشكيل الآراء لدى الكثير، فالمشاهدة التلفزيونية لها دور في تشكيل آراء الكثيرين وتحديد خياراتهم حتى فيما يتعلق باللباس وأسلوب الحياة. (أبو إصبع، 2008، ص. 221)

ويرى Barie Genter and Roger Dickinson (2013) أن المضامين الإخبارية مهمة جداً بالنسبة للجمهور في الوطن العربي، لأن مسألة الأخبار تشكل اليوم قيمة في حياة هؤلاء، فقد أصبحت الجماهير والقنوات أكثر انفتاحاً مع وجود وإتاحة خبرات أوسع في تغطية الأخبار. وقد بدأ العرض التلفزيوني العربي لأول مرة في فترة الخمسينيات بتأسيس العديد من القنوات الحكومية في دول المغرب العربي والشام والعراق والخليج... ليصل لكل البلدان العربية مع مرور الوقت، بينما البث الفضائي فقد بدأ في فترة التسعينات. (pp. 1-3)

ولأخبار التلفزيون قدرات ومميزات تنفرد بها عن أخبار وسائل الإعلام الأخرى، فهي تعكس صورة المجتمع ذاته بشكل أكثر موضوعية وصدق عن غيرها من الوسائل. كما أن النجاح في الأخبار يكسب المحطة سمعة جيدة لدى الجمهور المتابع، ويحسن من صورتها ومكانتها عندهم.

5-1-5- وظائف النشرات الإخبارية التلفزيونية

للنشرات الإخبارية التلفزيونية العديد من الوظائف التي تلعبها في المجتمع، سواء كانت هذه الوظائف مؤطرة من طرف القناة أو في سياق العمل الإعلامي المتعارف عليه الذي يؤدي وظائف معروفة ومسطرة، وسنحاول عرض أهم وظائف النشرات الإخبارية التلفزيونية في النقاط التالية:

- اشباع حاجات الجماهير: نظرا لاقتران الخبر التلفزيوني بالصورة فإن أخبار التلفزيون تساعد على التفرقة بين الحقائق والاشاعات، وبالتالي اشباع حاجيات الجماهير في المعرفة والاعلام من خلال امدادهم بالمعلومات، وهناك من يرى أن المعلومات هي مرادف للأخبار ومنهم (هور ينهاي) الذي يرى أن المعلومات هي إعطاء المعرفة أو الأخبار، مع ضرورة تفسير وتحليل الأخبار ليسهل استيعابها من قبل الجمهور. (اسماعيل، 1997، ص. 104)

- التوعية والتوجيه: خاصة خلال الأزمات وكمثال جهود التوعية أثناء جائحة وباء كورونا المستجد بداية عام 2020، وان كانت بعض نشرات الأخبار تعمل على التهويل أو نقد عمل الدولة، غير أن أخبار التلفزيون بصفة عامة تؤدي وظيفة مساندة جهود الدولة فيما يتعلق بالتنمية في شتى المجالات.

- التحذير من المخاطر: وإذا انطلقنا من نفس مثال وباء كورونا فسنجد أن من وظائف أخبار التلفزيون هي التحذير من الأخطار التي قد تصيب أفراد المجتمع، والمتمثلين في جمهور النشرات الإخبارية وحثهم على أخذ تدابير الحيطة كما هو الحال مع حوادث السيارات أو الهجرة غير الشرعية أو التقلبات الجوية وغيرها من الأخطار، فهي بمثابة صفرات الإنذار بالنسبة للجمهور الملتي أكثر من كونها عرض ترفيهي.

- تكوين الرأي العام: كما تؤدي أخبار التلفزيون وظيفة تكوين الرأي العام وتوجيهه وذلك من خلال التركيز على شخصية أو مؤسسة ما بشكل متكرر وخاصة أثناء الحملات الانتخابية، أين تزداد الحاجة لدور الأخبار في العمل على خلق أو تعديل آراء الناخبين اتجاه الشخص أو الحزب الذي يؤيدونه، وتتم عملية تكوين الرأي العام بالاستعانة بأصحاب الرأي المهم في المجتمع، بتعبير آخر قادة الرأي. (السعيد، 2008، ص. 63)

-تشكيل اتجاهات الجماهير: ويشير بعض من الباحثين أن وسائل الاعلام تلعب دورا مهما في تشكيل اتجاهات الجماهير، وذلك باستغلال الادراك المحدود للجماهير حول ما يحدث وقلّة خبراتهم بالقضايا المثارة، بحيث تحاول خلق صورة ذهنية تخدم مصالح القائمين بالاتصال، وبهذا الصدد تشير دراسة بحثية أن 99% من المنازل في الولايات المتحدة الأمريكية تحتوي على جهاز تلفزيون واحد، ويحصلون على الأخبار بنسبة 66% من نشرات التلفزيون. (على، 2016، ص.81)

-وهناك العديد من الوظائف الأخرى المختلفة التي تسعى إليها نشرات الأخبار التلفزيونية وذلك بحسب سياستها واتجاهاتها وأهدافها، مع التأكيد على كونها من البرامج الجادة التي تساهم في منح القناة الباثة لها بنسبة معتبرة من المتابعة والأهمية.

5-1-6- جمهور الأخبار التلفزيونية

من المهم أن يكون لدينا فهم لطريقه تعامل الأفراد مع ما تقدمه الفضائيات التلفزيونية من أخبار، بالتنسيق مع بعضها البعض طالما بدأنا في الطريقة التي تؤثر بها الأخبار على عدد كبير من القضايا، ويجدر القول بأن الحقيقية الجلية هي أن معظم افراد الجمهور يعتمدون على العديد من المؤسسات الإخبارية للإلمام بكل المستجدات في الشؤون العامة على المستوى الدولي والوطني والاقليمي والمحلي، وضروري أن نفهم هذه العلاقات بين مختلف أنماط المتابعة للوسائل الإعلامية. (ماكومبز وآخرون، 2012، ص. 74-75)

ويهتم التلفزيون أساسا بإرضاء احتياجات الجمهور، ويمدى تأثيره على احتياجاتهم عند عملية اختيار الأخبار التي تقدم لهم. إن الدراسات التي تمت في هذا الصدد تجمع على أن تدخل الجمهور في عملية انتقاء الأخبار ولو بدرجة ثانوية. ومن أجل تلبية احتياجات الجمهور اعتمدت وسائل الاعلام بما فيها التلفزيون أساليب مختلفة خاصة وأن الجمهور التلفزيوني متنوع يجمع بين الأمي والمتقف، فهناك من الأخبار العلمية ما لا يفهمها الجمهور ولا جدوى من تقديمها له، لذا على الصحفي أن يهتم ويأخذ بعين الاعتبار قدرة استيعاب الجمهور للمحتوى المنشور. (فرجاني، 2016، ص. 111)

ويؤثر الجمهور على القائم بالاتصال مثلما يؤثر الأخير على الجمهور، فمحتوى الرسالة الإعلامية يعرض بهدف التأثير في الجمهور تحديدا، ولا بد لهذا المحتوى أن ينسجم مع متطلبات هؤلاء المستقبلين للرسالة وكذلك له، فيحاول أن يعطي جمهوره مضمونا أفضل من الذي يريده ذلك الجمهور، وتحديد ما

يريد الجمهور صعب نوعاً ما، فاهتمامات الجمهور تتغير ولا تبقى على حالها، أما إذا استقبل مادة لا تتفق وقيمه، فإنها تواجه بمقاومة شديدة أو رفض كلي أو يهاجم مصدرها، ومنه فهي لن تحقق الهدف المطلوب فيها لأن تأثيرها في الجمهور أتى بشكل سلبي. (الموسوي، 2019، ص. 124)

ويمكن القول في تأثير الأطر على الجمهور أن وسائل الإعلام هي النافذة الذي يطل من خلاله الجمهور على أحداث العالم، لكن نافذة الإعلام لا تُبرز كل شيء على طبيعته، بل هي توظف الأحداث كما تريد، فيبرز العالم من خلال إطار هذه النافذة فقط، فعملية وضع الأطر هي إعادة صياغة للواقع أكثر من كونها انعكاس له، وهذا التحيز في العرض يقود المتلقي نحو جوانب بعينها في المحتوى، فيؤثر تعرضهم المستمر لها على آرائهم لتتوافق مع البعد الذي تعرض من خلاله، وبالتالي وجود علاقة تبادلية بين الأطر في المحتوى وأطر الجمهور، حيث تسعى وسائل الإعلام للاستحواذ على تفضيلات الجمهور، لتؤثر تفضيلاتهم على صياغة الأخبار وعلى أعمال النخب السياسية الذين يؤثرون غالباً في وضع أطر الأخبار. (محمد، 2020، ص. 111)

5-2- بناء النشرات الإخبارية

بناء نشرة الأخبار معناه أن تقوم على أساس خطة مجهزة مسبقا قبل أن تثبت على الهواء مباشرة، مع تصميم كلي للبناء الإخباري، فلا بد من إيجاد علاقة وتناسب بين مختلف الأخبار، فنجاح النشرة الإخبارية يعتمد إلى حد كبير على بناء النشرة، الذي ينبغي أن يكون محكما في ترتيب الأخبار وتنويعها والربط بينها، مع مراعاة ما تتسم به من قيم خبرية وأهمية للمؤسسة الإعلامية وجمهورها دون إهمال دور مقدم النشرة فيها والصورة الخبرية المرافقة للمحتوى.

من المهم جدا أن يراع بناء النشرة الالتزام بخطة موضوعية معينة، لا تقديم مجموعة من الأخبار المتداخلة فقط، إذ يلزمها التكامل العضوي والكيان الذاتي بالتخطيط الواضح منذ البداية، حسبما هو متوقع حدوثه، ثم العمل على بناء النشرة شيئا فشيئا، وإذا ما ورد خبر هام، فيمكن التنويه له في آخر النشرة ويتم عرضه لاحقا في النشرة الموالية ومن المفروض أن يكون أول أخبار النشرة هو أهم ما ورد فيها من أنباء. (الضبع، 2011، ص. 157)

ويبدأ إعداد النشرة مبكرا خصوصا في النشرات الرئيسية، ويجتمع الطاقم الإخباري من المقدم والمخرج والمحرر المسؤول عن النشرة، الذي يحدد ترتيب الأخبار وطبيعة المادة المصورة التي سيتم استخدامها في النشرة. (الحسن، 2010، ص. 66)

ولهذا تبنى النشرات الإخبارية من خلال مجموعة من الخطوات المنطقية والمتسلسلة بل والمتداخلة في بعض الأحيان مع بعضها البعض، وذلك كما سنوضحه في الخطوات التالية:

5-2-1- إختيار الأخبار وترتيبها

إن الأحداث التي تقدم في النشرات الإخبارية يجب أن ترتب بطريقة منطقية معينة وذلك لكي تقدم للمشاهدين قصة منطقية معقولة، ومن ثم فإن عملية التقديم سوف تعكس التفسيرات والتأويلات التي تبدو مقبولة أو معقولة أو مناسبة أكثر من غيرها لدى فريق التحرير. (ألان، 2008، ص. 188)

وتعد عملية انتقاء الخبر المفتاح الأساسي الذي يميز قناة عن أخرى، ويشاع في الصحافة مقولة تفيد أن الخط الافتتاحي يميز بالنظر إلى سلة المهمات أكثر مما يميز من النظر إلى الصفحة الأولى.

أما المعايير والأسس الثابتة في عملية انتقاء الخبر فهي القوة الذاتية للخبر (أهميته وتأثيره)، ومدى اهتمام الجمهور به ومتابعته له. (مطرب، 2010، ص. 11)

لاحظ عالم الاجتماع (هربرت جانز) أن الصحفيين يقررون عبر الاختيار أو الانتقاء ما يصلح أن يكون خبر وعبر الاستبعاد ما هو ليس بخبر وفقا للعديد من الاعتبارات والمعايير، كالاختبارات العالمية والسياسات الخارجية وتنوع القصص الإخبارية والموضوعية... التي تساهم في عملية صنع هذا القرار. (لانجتون، 2017، ص. 17) كما أن الأخبار ترتب بعد جمعها وفرزها وتأطيرها زمنيا وفنيا وفق عدة معايير، كالمعيار السياسي، الذي يأخذ بعين الاعتبار عمل الحكومات والشخصيات السياسية وقد يتضح هذا المعيار من بداية النشرة. وكذا المعيار -الزمكاني- الذي يمنح الأولوية للأخبار الآتية والأخبار المحلية القريبة من الجمهور، وأخيرا المعيار الاجتماعي، وذلك بمراعاة الجانب النفسي للمشاهد وما يرغب به وما يشد انتباهه من أجل جذبته لإكمال متابعة النشرة. (بومشطة، 2019، ص. 231)

ويرى كل من (جومبرت وكوهين) أن عملية اختيار الأخبار وما تتضمنه من معلومات تخضع لعوامل ثقافية تميل إلى تصنيف الجماعات على أساس هذه أفضل وتلك أسوء...، وعلى أساس هذا التصنيف يتم تغطية الأحداث وهذا يفسر لنا لماذا لم تهتم وسائل الاعلام بتغطية كوارث إنسانية مثل تلك التي وقعت في افريقيا... (صالح، 2005، ص. 187)

وقد تجد محررا يؤدي عمله الصحفي بشكل جيد ثم تجد مسؤول الأخبار أو القناة غير مهتم بتلك القصة الخيرية ويرفض السماح لها بأن تقدم للجمهور خلال النشرات الإخبارية، وبالتالي فكل قصة خيرية عليها بأن تمر بالعديد من المراحل قبل الموافقة على نشرها أم لا، بل وحتى للموافقة على توقيت ومدة نشرها.

ولهذا نجد (جون كورنل) يؤكد أن الأخبار هي عملية يتم من خلالها انتقاء وتحرير عدد من الأحداث المهمة اليومية وعرضها من خلال وسائل الاعلام. (النوفلي، 2006، ص. 26)

ويرتبط اختيار الأخبار وترتيبها في النشرة الإخبارية بعوامل شتى تؤثر في اتجاهات القائمين بالعمل الإخباري في أي مؤسسة إخبارية، فيقول الباحث الأمريكي (Walter Gieber) أن الصحفي هو ما يجعل الأخبار أخبارا فعلا، فالخبر يمر بمراحل انتقائية عديدة في غرف الأخبار قبيل أن يصل إلى الجمهور -حراس بوابة- بحيث تحركهم عوامل عديدة تؤثر في اختيارهم لهذه الأخبار مثل: قيم وتقاليدهم

المجتمع، الأهداف المجتمعية، السياسية الإعلامية والقيم المهنية، مصادر أخبار المؤسسات العالمية الكبرى، أجندة الدولة... الخ. (محمد، 2005، ص. 51-52)

وتتجسد القيم الإخبارية فيما يتعلق ببناء النشرات الإخبارية بالبداية بخبر له قيمة خبرية عالية، وأن يكون فيه عنصر الجودة والأنية بالإضافة للشهرة والتأثير... (كما سنوضح في عنصر القيم الخبرية لاحقاً)، وهذا ما تعتمده أغلب القنوات الفضائية، إلا أنه لا يمكن للقيمة الإخبارية تحديد بداية النشرات الإخبارية وتسلسلها لدى كل القنوات، بسبب اختلاف الرؤى السياسية والإعلامية لكل قناة بالنسبة للأحداث وتناولها في نشراتها، وتختتم النشرة بأقل قيمة خبرية أو كل ما يطلق عليه الخبر الخفيف close story، فيما بقية الأخبار تكون وفق ترتيب خاص. (الغانمي، 2018، ص. 130)

وترجع المدرسة الأمريكية السبب الأساسي لانتقاء خبر أو آخر إلى القيم الشخصية للقائمين بهذا العمل، لهذا يراعي المحرر أن يختار العمل لمؤسسة إعلامية تتفق سياستها الإعلامية مع قيمه الشخصية. (فرجاني، 2016، ص. 110)

وقد أورد عبد الجواد أن (ولبر شرام Wilbar Schraam) أحد رواد بحوث الإعلام طرق اختيار الأخبار، فقدم افتراض مبني على الاختبار، يرى فيه أن من يختار نبأ ما فهو يريد منه ثواباً ما أو بما يدعوه (فرويد) مبدأ اللذة، ومبدأ الحقيقة. وبمسميات أفضل نعبر عن الصنفين، بالثواب الفوري mediate reward والثواب المؤجل delayed reward. بحيث تتمثل الأنباء التي يتوقع منها الثواب الفوري، في أنباء الجريمة والفساد والحوادث والكوارث والتسلية والأحداث الاجتماعية والإنسانية. أما الثواب المؤجل فقد يتجسد في أنباء الشؤون العامة، الاقتصادية والصحية والثقافية والاجتماعية. (عبد الجواد، 2001، ص. 55)

وتبدأ نشرات الأخبار عادة بما يعتقد أنه النبأ الرئيسي لذلك اليوم. وهذا لا يعني أن كل قصة إخبارية بعد النبأ الأول تعتبر أقل أهمية من الخبر الذي سبقها. ويوضع في ترتيب نشرة الأخبار في كثير من الأحيان قصة إخبارية هامة في مكان متأخر مع وضع عبارات التشويق والفضول لها كوسيلة للاحتفاظ باهتمام الجمهور ودفعه لمعرفة تفاصيل ما سيأتي، وتكون هناك لائحة بالأخبار التي ستضمونها النشرة، يدرج فيها جميع القصص الإخبارية حسب الترتيب الذي ستبث فيه. ومعرفة طول كل قصة إخبارية بدقة لأن نشرة الأخبار يجب أن تبدأ وتنتهي في وقت محدد. (بوتر، 2006، ص. 43)

ويفضل أن يكون الخبر الأول في النشرة هو ذلك الخبر الأبرز والأكثر شمولاً، وهي غالباً الأخبار الأكثر طولاً، التي من الممكن اعدادها في شكل موجز سريع، ومن ثم معالجة تفاصيلها في نشرة لاحقة. وتكون أسبقية الخبر على ما عداه حسب أهميته، وإذا تساوى خبران في الأهمية فالأسبقية للخبر الداخلي، وإذا ما وقع في اللحظات الأخيرة حدث مهم يشار إليه في نهاية النشرة، أي بناء النشرة على الذوق الهندسي في الإخراج، ففي حالة الأخبار المذاعة فإن إبرازها يعتمد على ترتيب ورودها في النشرة وعلى طريقة الإلقاء والتقديم. (الحسن، 2011، ص. 37-38)

وتعمل المؤسسات الإعلامية من خلال إجراءات التخطيط المسبق من جمع الأخبار والبت المنتظم والكافي للمواد الإخبارية. وتضمن وكالات الأنباء تدفق الأخبار مقابل اشتراكات تتناسب مع حجم كل مؤسسة، أو مقابل اتفاقيات التبادل الإخباري. لتفرز كما هائلاً من المواد الإخبارية التي توفر فائض من الأخبار. ثم تتدخل عوامل مختلفة في عملية غربلة هذه المواد، وانتقاء ما يصلح منها للبت بحسب الواقع المعاش، ومقارنته بما يقع من أحداث فعلاً لا يمكن بث سوى جزء واحد بالمائة من مجموع هذه الأحداث أو أقل. حيث يتم تأطيره وفقاً لاعتبارات مهنية واجتماعية وسياسية وشخصية وجماهيرية... وغيرها. (السيد والشريف، 2005، ص. 37)

وعملية اختيار وانتقاء الأخبار عموماً تتكون من ثلاث خطوات فرعية وفق ما يلي:

- العرض: أي عرض الصحفي لفكرته أو موضوعه.

- المناقشة: أي تناول الفكرة من قبل المحررين والرؤساء بشكل فردي أو في إطار الاجتماعات المستمرة.

- البت: أي ووضوح الموقف اتجاه المادة الإخبارية والحكم على صلاحيتها وجدارتها بالبت من عدمها، وهناك 14 قيمة إخبارية أو عنصر يتم من انتقاء واختيار الخبر الصالح للنشر وفقها وهي: الجودة، والفائدة، والتوقيت، والضخامة، والتشويق، والصراع، والمنافسة والتوقع، والغرابة، والشهرة، والاهتمامات الإنسانية، والأهمية، والإثارة. وسيتم توضيح أهم القيم وأخرى في عنصر لاحق خاص بها. (ياسين، 2019، ص. 97)

5-2-2- تنوع الأخبار

ينبغي التنوع في الأخبار المعروضة بين نشرتين متتاليتين، لأن المشاهد لا يفصل غالبا بالضرورة أن يتابع نفس الأخبار التي تابعها سابقا، وفي حال عدم وجود أخبار جديدة تلجأ القنوات الفضائية إلى إهمال بعض الأخبار ذات القيمة المتوسطة أو القيام بإعادة ترتيب الأخبار، وإضافة بعض التعليقات أو التقارير الإخبارية أو الاتصالات الهاتفية أو استقبال ضيوف لتحليل الخبر، وبذلك يتحقق التنوع في النشرة والتي في حال ما فقدت اللون والتنوع تصبح عبارة عن روتين ممل مخصص لأخبار مكررة تم استهلاكها. (الغانمي، 2018، ص. 130)

وتنوع الأخبار عامل حاسم في جعل الجمهور أكثر إقبالا على الأخبار دون ملل في متابعتها أو تركها قبل الانقضاء، من خلال تلوينها بمختلف المواضيع الإخبارية، المحلية والدولية، الطويلة أو القصيرة، الجادة والخفيفة، مع خلق التوازن في الطرح، حتى لا تخصص كل النشرة لخبر أو اثنين، لأن التنوع في أخبار النشرة مهم جدا، دون الإفراط في التنوع أيضا حتى لا يتشتت ذهن المتابع، ويراعي في التنوع طرح أخبار الأحداث التي وقعت، قبل الأخبار الجارية أو التي تقع، ومنح الأولوية للأخبار التي لم تطرح سابقا إلا إذا كان من المهم إعادتها وهنا يتعين إعادة تحرير الخبر بأسلوب مغاير حتى يصبح أكثر جدة في مضمونه وفي طريقة طرحه. (الحسن، 2011، ص. 39)

ويؤكد (Andrew Goodwin) في كتابه *Tv News : striking the right balance* أن الجمهور أصبح يثق أكثر في أخبار التلفزيون أكثر من غيرها من المصادر الإخبارية بسبب تأثير تنوع المادة المصورة المصاحبة للأخبار. (محمد، 2005، ص. 38)

فبالنسبة للخبر الذي يقرر اذاعته في إحدى النشرات ويكون قد سبق اذاعته ضمن نشرة سابقة. ينبغي أن تتم إعادة صياغته بطريقة مختلفة والحفاظ على مضمونه مع وضع المستجدات في صدر الخبر، كما ينبغي أن يتضمن موجز الأنباء الأخير كل الأحداث التي وقعت خلال اليوم. (فرجاني، 2016، ص. 294)

حيث أن المحرر يخاطب المتلقي مباشرة أو ضمنا باستعمال ضمير المخاطب أنت.. لو أنك... لو أنك... أما بالنسبة للموجز فيمكن أن يتضمن كل الأخبار التي أذيعت في النشرات السابقة على شكل

برقيات مقتطفة وسريعة وهذا لا يشكل الموجز الخاص بمقدمة النشرة والذي يجب ألا يتجاوز دقيقة، مشيراً إلى الأخبار التي تحتويها النشرة. (الحسن، 2011، ص. 39-40)

عندما يتابع أفراد الجمهور نشرتين متتاليتين في نفس المحطة فإنهم لا يريدون التعرض لنفس الأخبار التي عرضت في المرة السابقة ولذلك من الضروري عرض مواضيع أخرى وإن لم تكن هناك أخبار جديدة، يفضل التنوع في طرق التقديم وفي مفردات النص الخبري أو إهمال الأخبار ذات القيم الأقل، لكن في الغالب ما يحدث هو إعادة ترتيب الأخبار حتى يشعر المشاهد بأن هناك تجديد واختلاف عما عرض سابقاً، كما يجب أيضاً إهمال القصص الخبرية التي عرضت أكثر من مرة إلا إذا كان الخبر غير عادي، والتنوع هنا قد يكون في زوايا الخبر أو تبعاته... الخ. (السيد والشريف، 2005، ص. 134)

5-2-3- الربط بين الوحدات

نشرة أخبار ليست مجرد خليط من الأخبار لا يربط بينهما رابط، وإنما هي بناء عضوي له كيان مكتمل ويجب أن يوزع الأخبار الهامة بين فقرات النشرة المختلفة، لهدف شد انتباه الجمهور لمتابعتهم للنشرة، ولا بد أن تكون هناك فترات راحة بين الأخبار الجادة التي تتطلب درجة كبيرة من التركيز حتى لا يرهق ذهن المشاهد، لهذا يجب أن تتخللها أخبار خفيفة والانتقال من خبر إلى آخر، يعتمد في المحل الأول على النطق، ثم تأتي المسألة الجغرافية بعد ذلك في الاعتبار. (نور، 2017، ص. 112)

وقد باتت النشرات الإخبارية اليوم كذلك تمنح فاصل اشهاري خلال فترة بث النشرة، ولو أن الهدف من الإعلانات واضح كالربح المادي، لكنها فاصلة تقسم النشرة إلى جزء أو أكثر بشكل بارز، وليست كل الفواصل إعلانية بهدف الربح فقد يتم تقسيم النشرة عن طريق الفاصل القصير (جينغل).

5-2-4- القيم الخبرية

يعد الخبر أساس بناء نشرات الأخبار وعنصرها الأول، إذ يرى الخبراء والباحثون ضرورة توفره على عناصر وقيم معينة تجعله جديراً بالبث ضمنها إذ يتوجب أن يحتوي كل خبر على قيمة أو أكثر. (معوض وعبد العزيز، 2000، ص. 70-71)

والقيم الإخبارية عموما هي مجموعة من المعايير المادية والذهنية التي يتم على أساسها تحويل حدث معين إلى خبر صحفي أو إذاعي أو تلفزيوني، أو هي العناصر التي تجعل حدثا ما جديرا بالاهتمام والنشر. (الدليمي، 2012، ص. 35-36)

ويجد (جيرمي تونستول Jeremy Tunstall) أن القيم الإخبارية ذات تسلسل هرمي، تخضع للأولويات ولهذا في اختيار مضامين الأخبار نرى قيم إخبارية News Values تفاضل في زيادة أهمية الخبر وجدارته، وقيم ثقافية Culture Values تركز على شمولية العرض. (المصري، 2005، ص. 19)

وقد قدمت عدة تعريفات للقيم الإخبارية منها:

-هي معايير بموجبها يمارس الصحفيون أحكامهم التقويمية وتفضيلاتهم لشيء على حساب آخر، أثناء عملية جمع الأخبار وانتقاءها ومن ثم بثها.

-هي الإطار الإدراكي والدلالي العملي أو الضمني الذي يسمح للقائم بالاتصال بإدراك وانتقاء الخبر من بين عدد كبير من الوقائع بحسب الأهمية، وهي المكونات الجوهرية التي تشكل الأخبار.

-هي مجموعة المعايير المادية والذهنية يتم وفقها تحويل ما يقع لخبر صحفي، وهي الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث وبين الجمهور. (الضبع، 2011، ص. 115)

وعموما تبدأ النشرة الإخبارية بخبر له قيمة مرتفعة تتصف بالجدة والقرب المكاني الذي غالبا ما يكون محليا، وتختتم بخبر له قيمة إخبارية أقل، غالبا ما يكون خبر خفيف (رياضي، إنساني...). (السيد ومكاوي، 1999، ص. 254)

تتم الاستعانة بالقيم الخبرية من طرف العاملين في مجال الأخبار في تحديد واختيار الأحداث التي تصلح أن تكون أخبارا صحفية والأخرى لا تصلح للنشر، بفرض نوع من التنظيم أو الترابط على أحداث العالم ولهذا يجب النظر إلى العالم باعتباره مصدرا يمكن أن نستقي منه الأخبار الصحفية. (ألان، 2008، ص. 122)

وقد نجد عدة مسميات أخرى لمصطلح القيم، لكن ورغم اختلاف المصطلحات حولها فإنها تعني: مجموعة من الخصائص أمكن حصرها تاريخياً من خلال ملاحظة الأخبار التي تنشرها الصحف والأخبار التي تديعها محطات الراديو والتلفزيون. (أبو زيد، 1998، ص. 61)

لهذا من المهم أولاً أن نميز عند تناولنا للقيم الخبرية بين بعض المفاهيم المتداخلة، مثل معايير نشر الخبر، والصفات الواجب توفرها فيه، بحيث أن القيم الإخبارية هي العناصر تتوفر كلها أو بعضها في الخبر حتى يحظى بجدارة النشر، وهي ليست الأساس الوحيد لاختيار الأخبار، ولا هي الهدف في حد ذاتها بقدر ما هي أحد المعايير المهمة في نشر الأخبار. فمعايير النشر هي أسس يعتمدها الصحفيون لاختيارهم للخبر المراد نشره، وإذا ما توهله القيمة من الوصول إلى الجمهور. وهذه القيم غير مكتوبة ومطبقة ومتعارف عليها. بشكل نسبي بين الصحف ووسائل الإعلام المختلفة وتختلف من مجتمع لآخر. (صالح، 2020، ص. 325)

ونظراً للاختلاف مع مفهوم قيم الأخبار، استخدم كل من (ماكسويل Maxwell وجولز بويكوف Gules Boykoff) مصطلح الأعراف الصحفية بتحليل التغطية الإعلامية الأمريكية لقضية التغير المناخي من عام 1988 حتى عام 2004، بما يوضح أن القضية الحرجة والمهمة هي قضية التغير المناخي. (ليستر، 2012، ص. 111).

وإن عملية انتقاء واختيار الأخبار تتم بناء على معايير وضعتها الاحتكارات الغربية... تحت مسمى القيم الإخبارية، وبناء على هذه القيم يتم الحكم على صلاحية الخبر وأهميته النسبية... ويتم وفقاً لهذه القيم نشر كل الأحداث العالمية، وتم تبرير هذه المعايير بناء على الصيغة التجارية فيتم إعطاء الجمهور ما يريده من أجل زيادة توزيع الصحف أو زيادة مشاهدة التلفزيون، كما يتم تشكيل المعايير لاستهداف مصالح سياسية وثقافية وايدولوجية، ولذا فإن هذه القيم هي من أشكال التبعية الخطيرة. (م. الدليمي، 2019، ص. 65)

ويمكن أن نصنف أهم القيم الخبرية التلفزيونية على النحو التالي:

-الصراع:

الصحافة المتوازنة تقتضي أن يكون في كل قصة طرفين وعندما يكون هذان الطرفان في حالة صراع يكون هناك إحساس بفقورية الأحداث وسرعتها، كما يتم أيضاً التركيز على مصالح معينة من

خلال تقديم الأحداث في صورة درامية. (ستيورات، 2008، ص. 123) حيث يمثل الصراع المادة التي تصنع من خلالها الأخبار، بالتركيز على مواطن الاختلاف أكثر من بروز الاجماع في بعض المواقف (جرابر وآخرون، 2004، ص. 147)

فكلما كان الحدث يتعلق بصراع بين فئتين أو أكثر زادت احتمالات بثه ونشره في وسائل الاعلام. وقد اعتمدت وسائل الاعلام الغربية في تبريرها لهذه القيمة الخبرية على أن الصراع غريزة بشرية، وأن الانسان أكثر اهتماما بمعرفة نتائج هذا الصراع، مثل الحروب والثورات ومباريات كرة القدم وغيرها... بهدف إبعاد المواطنين عن التفكير في مشاكلهم الشخصية أو المشاركة في تغيير الأوضاع... وقد تهدف إلى تحقيق مصالح سياسية واقتصادية وثقافية لدول الشمال للسيطرة على النظام الإعلامي الدولي. (صالح، 2003، ص. 182-183)

فغالبا ما يولد الصراع حالة التغيير وقد يعبر الانسان عن هذه النزعة من خلال أوجه متعددة: الثورة، التمرد، وحتى الرياضة في أغلب مجالاتها أطلق عليها الباحثان (Daniel و William Ruvers و Garvey) اسم الصراع الاحتفالي أو الطقوس الشعائري Conflit Ritualisé. (شطاح، 2007، ص. 53)

- الجدة والفورية:

باتت وسائل الإعلام تركز على نوعية خاصة من الأخبار، وهي الأخبار الحديثة Spot News وتعني تلك الأخبار التي تلتزم بعنصر الجدة أو ما أصطلح على تسميته بالسبق الصحفي. (التميمي، 2008، ص 63)

الطلب على هذه القيمة أولوية كبيرة، خاصة مع الانتشار الواسع لوسائل الاعلام والتنافس الحاد بينها لتحقيق سبق الصحفي، وتعني هذه القيمة نقل الأحداث ساعة وقوعها ولذلك تحرص الصحف والقنوات الاذاعية والتلفزيونية على تقديم الوقائع فور حدوثها انطلاقا من المثل الأمريكي القائل: ليس أقدم من جريدة البارحة، أو على حد تعريف الروائيين الفرنسيين للصحافة من خلال أهمية الوقت، بأن الصحافة غدا ستصبح أقدم ما يمكن ولن تكون لها أهمية. (شطاح، 2007، ص. 50)

حيث يتم توجيه الصحفيين إلى البحث عن المعلومات الحديثة، وحادثة المعلومات تختلف باختلاف الوسيلة الإعلامية فبالنسبة للمجلة الأسبوعية تعتبر القصص التي حدثت خلال أسبوع حديثة، وفي

الجريدة اليومية تعتبر تلك القصص التي حدثت خلال اليوم الماضي حديثة. أما بالنسبة للمحطة التلفزيونية فالأخبار الحديثة بالنسبة لها هي تلك التي تحدث الآن، أو منذ ساعات قليلة سابقة. فكلما كانت القصة الخبرية حديثة كلما زادت أهميتها، بينما تقل الأهمية كلما مر زمن على حدوثها the more recent, the more newsworthy، ولقد ساهمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة في زيادة السرعة في وسائل الاعلام... ما أدى لصعوبة التأكد من صحة المعلومات وبات الجمهور أكثر شك فيما يقدم له. (صالح، 2003، ص. 149)

كما يشار لقيمة الجدة بمصطلح التوقيت كذلك، وقد أدى البحث عن المعلومة الجديدة الآنية إلى تراجع بعض النتائج على صعيد الممارسة منها: (الدليمي، 2019)

-تراجع القدرة على التأكد من صحة المعلومة ووقتها.

-تراجع جودة المضمون.

-تراجع معرفة الجمهور حول لأحداث.

-تراجع مشاركة الفرد في شؤون الحياة. (ص. 65)

-الشهرة:

كما أن أهمية خبر عن رئيس دولة أو ملك، تختلف عن أهمية خبر عن وزير أو نائب في البرلمان، أو أخبار تخص عامة الناس، فكلما زادت شهرة الشخص زادت أهمية الخبر حوله وازدادت فرصته لأن يحتل مكانا بارزا على الخريطة البرمجية، وقيمة الشهرة لا تقتصر على أخبار الناس فقط وإنما أخبار الأماكن التي قد يكون لها القيمة الكبيرة، مثل تدمير تمثال أبو جعفر المنصور في بغداد على يد الأمريكان أو تدمير التماثيل البوذية في أفغانستان. (صالح، 2020، ص. 325)

-الغرابية أو الطرافة:

قيمة يهتم بها الإعلام الشعبي على وجه الخصوص لجذب الجماهير، وغالبا ما توجد الطرافة والغرابية في كل خبر يتناول أحداث غير مألوفة أو متوقعة، بهدف جذب الناس لها، بوصف الأحداث والظواهر بشكل طريف، وتهتم الكثير من الجماهير بمعرفة الأحداث الغريبة لأن عنصر الغرابية في الحدث هو أساس تحويل النبأ العادي إلى خبر قابل للنشر، وهي لا تكمن في مضمون الخبر فقط بل

توجد كذلك في المكان، مثل ميلاد طفل خلال رحلة طيران، ويمكن للغرابة أن توظف في كيفية وقوع الحدث لا في مكان وقوعه ومضمونه، فالجماهير يثيرها كل ما هو غريب ويستحوذ على انتباهها كل ما هو طريف. (عبد التواب، 2020، ص. 185)

ملاحظة: هناك الكثير من الباحثين أو الدارسين في حقل الإعلام يخلطون أو يُساوون بين قيمتي الغرابة والطرافة، لكن في الحقيقة ليس كل خبر غريب طريف، فقد يقع حادث مأساوي بشكل غريب ويخلف عدة ضحايا وبالتالي فهو لن يكون بالخبر الطريف، ولكن الكثير من الأخبار تجمع القيمتين والصفتين معا، كميلاد أفعى بأربعة رؤوس أو أم تنجب عدة أطفال توأم في نفس الوقت... إلخ. وهي أخبار تعرض عادة في نشرات الأخبار لخلق نوع من التغيير والخروج من أخبار الصراع والحروب وغيرها من الأخبار الروتينية، ويتم تضمينها غالبا في آخر النشرة.

-سياسة الوسيلة الإعلامية:

قيمة يلاحظ وجودها ضمنا وهي بمعنى، أن يتوافق الخبر المنشور مع السياسة العامة التي تتبعها الوسيلة أو القناة، فالسياسات الإعلامية هي التي تتحكم في اختيار الأخبار، هذا بالإضافة إلى قوانين النشر والمطبوعات وغيرها من الضوابط القانونية التي تحكم الممارسة الإعلامية.

-التشويق:

يعد من سمات الخبر الصحفي الجيد، تركز هذه القيمة على الابتعاد عن الموضوعات الجافة المجردة، وتقديمها بأسلوب ممتع ومثير يدفع الجمهور لمتابعته والوقوف على كل تفاصيله وتطورات.. (غازي، 2021، ص. 141)

-الأهمية:

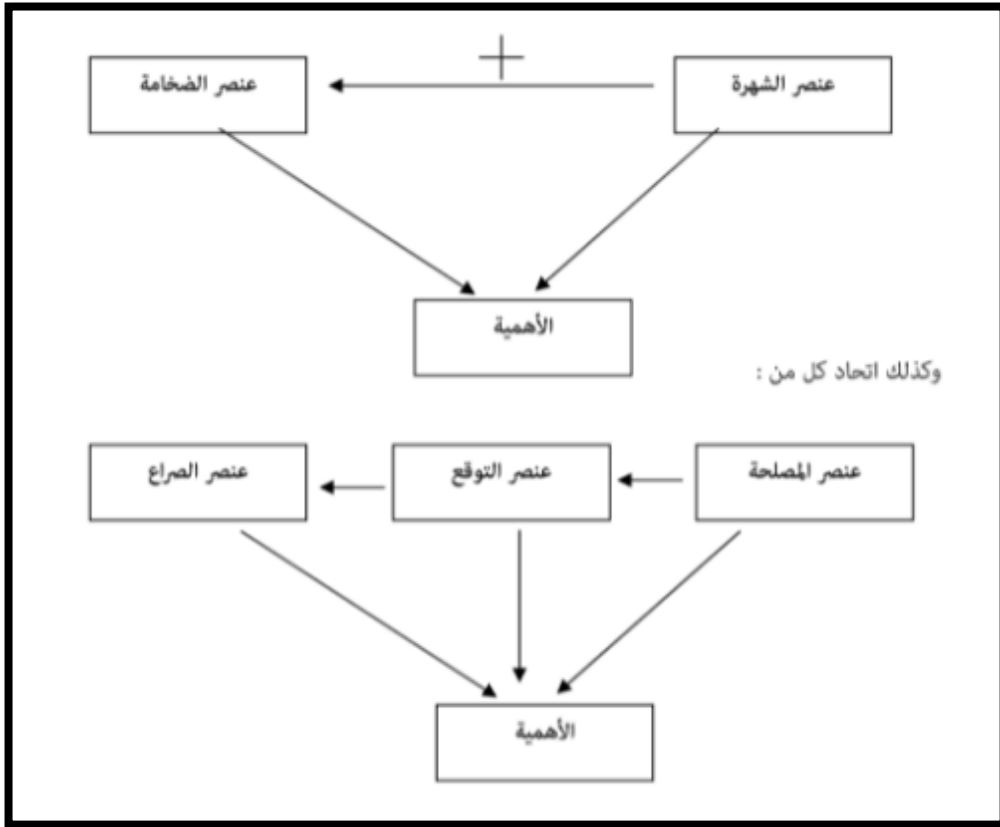
واحدة من أهم القيم الإخبارية، التي يسعى الإعلامي من خلالها لتقديم الوقائع التي يرى بأنها أكثر أهمية داخل القضية دون غيرها من الوقائع والتي من المرشح أنها الأكثر أهمية لدى الجمهور، فكلما كانت أهمية الخبر كبيرة واتسع نطاق تأثيرها، كلما كانت قيمته الإخبارية أكبر، خاصة إذا مست مصالح المتلقي في حياته اليومية العادية أو المستقبلية، كارتفاع الأسعار أو فرض رسوم وضرائب جديدة، فهو خبر يهم قطاع أكبر من خبر متعلق باختبار بكالوريا مثلا. (محمد، 2021، ص. 33)

إن قيمة الأهمية تمس المصالح المختلفة لشريحة كبيرة من الجماهير، وهذه الأهمية قد تكون في جانبين هما:

-أهمية عامة: تتعلق بكافة الجماهير داخل المجتمع مهما اختلفت في بعض خصائصها.

-أهمية خاصة: تهتم فئة معينة من الجماهير، فخير عن رفع سعر الخبز، له قيمة وأهمية لكافة الناس، بخلاف خبر عن زيادة مرتبات الأساتذة فقط، الذي سيمس شريحة معينة فقط. وأهمية الخبر تأتي من اهتمام أكبر عدد من الجماهير به، وعنصر الأهمية في الخبر ناتج عن اتحاد مجموعة من القيم الأخرى، (ويوضح الشكل رقم 01 اتحاد مجموعة من القيم الأخرى وتداخلها مع قيمة الأهمية).

شكل رقم (01): يوضح اتحاد مجموعة من القيم الأخرى مع قيمة الأهمية



المصدر: (الضبع، 2011، ص. 118-119)

وبالتالي فقيمة الأهمية من أهم القيم التي تجعل الخبر صالحا للنشر، وهي من الصفات الأساسية في أي خبر تلفزيوني.

-التأثير:

يحاول التأثير الإجابة عن التساؤل: هل يتأثر عدد كبير من الناس أم قلة منهم فقط بالحدث؟ فنبأ عن مقتل عشرة أطفال نتيجة شرب ماء ملوث في مدينة بعيدة، قد يحدث تأثير وتجاوب عاطفي لدى الجمهور معه، بينما خبر قطع أحد العمال الكهرباء مثلا في مكان قريب لا يعد خبرا مهما، ما لم يستمر ذلك الانقطاع الكهربائي لعدة ساعات في كل المدينة. (بوتر، 2006، ص. 5)

كلما اهتم الخبر بقطاعات واسعة من الجماهير زادت قابلية بثه، كخبر عن زيادة أسعار المواد والسلع، سيهم حتما عددا كبيرا من الناس قياسا بخبر حول فرض الضرائب على أصحاب الدخل الكبير، والخبر عن البلاد كلها أكثر تأثير من خبر عن مدينة واحدة، فالتأثير متعلق بأهمية معرفة الجمهور للخبر المقدم. وأحيانا تكون النتائج المترتبة عن خبر ما لا تبرز بشكل مباشر، ولا يدرك الفرد مدى خطورتها، ولهذا فمن الواجب على محرر النشرة أن يقوم بتفسير الخبر والتأكيد على هذه الخطورة والتأثير خاصة في الاخبار الخارجية، لأن بعض الدراسات نوهت لهذه المسألة.

فمثلا ارتفاع سعر الدولار، يعني مزيدا من الأعباء على الدولة، وقد تتعلق بزيادة الضرائب أو ارتفاعا في أسعار السلع الغذائية. فمن خلال التأكيد على تأثير الحدث، يصبح للأخبار معنى حقيقي للمشاهدين. (السيد والشريف، 2005، ص. 19-20)

-الضخامة:

ترتبط بالأحداث الكبيرة، وتستمد قيمتها بمدى اهتمام الناس بها، بصرف النظر عن مكان وقوعها، وكلما زاد حجم الشخصيات وحجم الأرقام اكتسب الخبر قيمة إخبارية أكبر، كعدد الجرحى والقتلى وقيمة الخسائر وعدد الأهداف في المباراة وقيمة الأرباح، فحجم الضخامة من المعايير الأساسية التي تتحكم في بث أو عدم بث الخبر. (جبار وبوعمامة، 2018، ص. 708)

وتسمى كذلك قيمة التركيز أو العدد أو الحجم... باستهداف وسائل الإعلام لأخبار تهم عدد كبير من الناس وتمسهم لجذب انتباههم أكثر، ويمكن أن نميز بين نوعين من الضخامة:

-من حيث العدد: أي ارتباط الحدث بعدد كبير من الناس يجعله جديرا بالبث، مثل الألعاب الاولمبية، فالضخامة يعكسها العدد الكبير للبلدان المشاركة والرياضيين وتنوع الرياضات والجماهير.

-**ضخامة الحدث:** وإن كان عدد الأطراف المشاركة فيه قليل كتوقيع اتفاقية حول النزاعات وأطراف الحوار... فالضخامة تتمثل في البلدان الموقعة، فبعض الأخبار ضخامتها تفرض بثها. (بن عواد، 2018، ص. 104)

والمقصود أيضا بـضخامة الحدث كم الآثار الناجمة عنه، مثل حادث نقل يخلف العديد من القتلى والمصابين، الذي سيختلف في ضخامته عن حادث آخر لم يخلف سوي عدد قليل من القتلى والمصابين- (محمد، 2021، ص. 34)

-الإثارة:

تعني الأخبار التي تترك أثر في مشاعر المشاهد سواء بالسلب أو الإيجاب، فيعمد على متابعتها باهتمام وقد تترك بداخله العديد من التساؤلات، كأخبار الجريمة، والقبض على المافيا أو قادة خلايا إرهابية، أو اختراع سلاح جديد، أو عملية جراحية تجري لأول مرة أو تجري لشخصية بارزة. (محمد، 2021، ص. 36)

لهذه القيمة دور في جذب الانتباه عن طريق تضخيم الحدث وطرحه بشكل مليء بالدراما لتحقيق لإثارة مشاعر الأفراد، وقد تركز على أخبار الجرائم وأخبار الفضائح، وتوظف عبارات ومصطلحات لإثارة مضمون الخبر أكثر مما يستحقه، خصوصا في المجتمعات الغربية لأن وسائل الإعلام تدرك أن الجمهور يفضل مثل هذه الأخبار، أما في المجتمعات العربية فقد أكدت الدراسات أن الناس يحبون الأحداث الحية والترفيه ونشرات الأخبار المليئة بالدراما والفضائح والجريمة والمأساة. (جبار وبوعمامة، 2018، ص. 710)

ومن خلال دراستنا نرى أن الفرق بين التأثير والاثارة ليس كبير، لكنه واضح، فالتأثير ينجم من أحداث الخبر نفسها، أما الاثارة فقد تكون من خلال تأطير الخبر ضمن قالب يستهدف خلق ردود فعل نفسية معينة على الأحداث، وذلك من خلال مجموعة من المصطلحات والزوايا المعينة في المعالجة كما شرحنا سلفا.

-التداول والانتشار:

بحيث يتحول الحادث أو الخبر موضوع حديث يتناقله الناس فيما بينهم، فقد لا يثير اجتماع للحكومة حول موضوع النقل اهتماما كبيرا، ما لم يتعلق ذلك الاجتماع بحادث سير مروع، وقد يتم بث أخبار حول مباراة في كرة القدم لعدة نشرات إخبارية أو أيام لأنه الموضوع الرئيسي الذي تدور حوله نقاشات الناس (بوتر، 2006، ص. 5)

-التكامل:

قيمة فرعية وتعني أن يجب الخبر على التساؤلات الأساسية والتي تمثل عناصر الخبر، ماذا حدث؟ متى (في أي وقت؟)، أين؟ (المكان)، من؟ (الأشخاص المرتبطين بالحدث)، لماذا؟ (أسباب الحدث)، كيف؟ (كيفية وقوع الحدث)، فبالإجابة عنها فهي تلبي حاجة المتلقي المعرفية، وكلما أجابت الأخبار على أكبر قدر ممكن من هذه الأسئلة كلما كانت أكثر جدارة للنشر، ولو في ظل وجود بعض الأخبار الهامة الأخرى. (محمد، 2021، ص. 36)

-قيمة السلبية:

لها عدة قيمة مسميات كالأخبار السيئة، الساخنة، العدوانية، تحظى بالاهتمام منذ القدم وقدم (ستانلي ولتر Stanly Walter) عام 1930 تعريفا للأخبار وربطها بالنساء والنقود والأفعال السيئة، وقيمة السلبية قريبة نوعا ما من قيمة الصراع، فيما يتعلق بأخبار وسائل الإعلام بسبب ما تخلفه من ردود أفعال، وعدم توقعها. وتختلف قيمة السلبية من مجتمع لآخر، فتركز المجتمعات الغربية عليها أكثر بانتقاد الأفراد والجماعات. وفي المجتمعات الشيوعية تمنع وسائل الإعلام تناول تفاصيل حياة القادة أو الإشارة إليهم بسلبية، ولا تمنع ذلك مع صغار المسؤولين خدمة لمصالح الدولة. (بن عواد، 2018، ص. 102)

وتعد الوقائع السلبية بالنسبة لوسائل الإعلام مادة جديرة بالاهتمام والمتابعة أكثر من الوقائع الإيجابية، وذلك من حيث المعالجة أو المدة المخصصة لها، فهي إعلاميا أخبار جيدة تلقى القبول رغم قساوتها، كأخبار الجريمة والصراعات والكوارث الطبيعية والحروب (مثل قيمة الإثارة)، فتساعد على زيادة نسب المتابعة، والحصول على المعلنين والرعاة، حيث تهتم القنوات الفضائية بكل حدث وتلونه بالإثارة وتؤطره بوجهات النظر التي ترغب فيها. (جبار وبوعمامة، 2018، ص. 711)

وبالتالي السلبية لها علاقة بما يثير عاطفة الإنسان، وتضفي على الخبر بُعداً عاطفياً، وهناك تداخل بين هذه القيمة وقيمة التأثير، فالأخبار والأحداث والوقائع تترك أثراً في الفرد وتؤثر على عاطفته، وقد يفرح أو يبكي بمجرد مشاهدة واقعة أو حادث حزين، فالفرد في مجتمعه فاعل ومتفاعل، لهذا يقول (والتر ليبمان): لا بد أن يشارك الجمهور في الأخبار مثلما يشارك الممثل في المسرحية. (بن عواد، 2018، ص. 103)

-القيم المهنية:

هي معايير يتفق عليها المجتمع الصحفي، وتشمل أخلاقيات العمل كمواثيق شرف مدونة أو غير مدونة، كالموضوعية مثلاً أو سرية المصدر، حيث تكتسب من خلال التكوين في المجال أو الممارسات داخل غرف الإعلام، وهي ليست قيمة مطلقة، فقد تتأثر بتوجهات الصحفيون، وترتبط القيم المهنية إلى حد كبير بالأيديولوجية السائدة داخل كل مجتمع، وما يؤكد التأثير المتوقع للقيم المهنية على عمل الإعلامي هو التماسك الكبير الذي يتميز به المجتمع الصحفي نسبياً، ما يعكسه الصراع الطويل الذي خاضته الصحافة للحفاظ على مكاسبها. (السنوسي، 2011، ص. 48)

ويجب أن نفرق أثناء دراسات القيم، بين القيم الإخبارية والقيم المهنية للتغطية الخبرية، فالقيم الإخبارية هي قيم متغيرة بحسب العوامل الفكرية، وتتضمن: الجدة، والتوقيت، والضخامة والصراع، والغرابة، والشهرة... إلخ، أما القيم المهنية للتغطية الخبرية فيمكن أن تسمى بصفات الخبر كالصدق والدقة والموضوعية والشمول، والتي تعد كمسئوليات من المفترض على الصحفي أو المحرر أن يلتزم بها، (خليل، 2015، ص. 327) والتي يمكن أن نعرفها كما يلي:

-**الصدق:** واحد من أهم المعايير والقيم المهنية، إذ لا يقتصر على صدق الصحفي مع الآخرين (المصادر - الجمهور) بل يمتد ليشمل صدقه مع ذاته، وهو ثلاث مستويات (صدق الأفعال، وصدق الأقوال، والصدق الغايات).

-**الدقة:** تتعلق بجميع المفردات وعبارات المتضمنة في القصة الخبرية، ويمكن التعامل معها من قبل الصحفي بالعودة كل مرة للمصادر والمراجع والقواميس ودوائر المعارف والأسباب التي تؤدي إلى عدم الدقة هي: ضغوط التوقيت، وعدم وجود المعرفة الكافية بخلفية الخبر، أو عدم مبالاتهم بصحة المعلومات.

-**الموضوعية:** تتعلق بعدم حكم المحرر على ما يري، وعدم التأثر بالأحكام والآراء الشخصية المعلبة أو تحيزاته القبلية، وعليه أن يحرص دائما على معرفة أن هناك جانب آخر للتغطية الخبرية، فالأخبار تمثل تقريرا حقيقيا عن الأحداث كما وقعت حقا. (ابراهيم، 2020، ص. 99-101)

-**الشمول:** ويعني أن يلم الصحفي بكل خليفات الخبر، ويجيد التعبير عنه، بتقديم الحقائق التي تساهم في التأكيد على أهمية الحدث مع تفسير كل معطياته التي أدت لوقوعه، وشرحها بدقة. (حسنين، 2014، ص. 49)

وعموما هناك من يقدم معايير وقيم مهنية أخرى إضافة لما تم تضمينه في دراستنا، وفي نفس السياق أكد (بريسلين) في دراسة له، أن هناك تحديث لترتيب القيم المهنية عند الصحفيين في إطار العولمة وتكنولوجيا الاتصال والمعلومات. وتوصلت نتائجها لوجود قيمتين أساسيتين لا تتأثران بالنظام الصحفي الوطني هما: البحث عن الحقيقة، والاستقلالية، لكونهما بمثابة قيم عالمية. بينما قيم الدقة والكمال جاءتا بترتيب مقارب مع قيم الإخلاص والشفقة والموضوعية. (عامر، 2019، ص. 44)

وحدد Jerry palmer القيم الخبرية على هذا النحو:

التردد: يجب أن يكون الحدث كاملا خلال دورة النشر، والعتبة: بأن يجتاز الحدث حدا معيناً ليكون جديراً بالنشر، والوضوح: يكون الحدث واضحاً نسبياً، القرب الثقافي: أي له معنى، والتوافق: بأن يكون الحدث متوافقاً مع إطار فهم الجمهور، وعدم التوقع: يجب أن يكون الحدث نادراً، والاستمرارية: بأن يبقى هناك، وأعمال النخبة. كمفهوم قريب من الشهرة، والتجسيد: عكس التجريد، والسلبية: أخبار الأحداث السيئة. حيث تتزايد ميزات هذه الأحداث منفردة أو مجتمعة، من فرصة اعتبار الحدث جديراً بالنشر. (Palmer, 2000, PP. 26-27)

ويحدد (ميلفن مينتشر) عناصر القيم الاخبارية بالآتي: الموسوي (2019)

- التأثير، الجدة والانوية، البروز والشهرة، القرب، الغريب والشاذ، التداول والانتشار. (ص. 118)

ويذكر جاك لوي قائمة بالقيم الإخبارية الحالية السائدة في البلدان النامية وهي: التمييم (2008)

-التمنية، المسؤولية الاجتماعية، التكامل الوطني، التثقيف، قيم إخبارية أخرى: توجد بعض القيم الإخبارية التي تلعب دورا ثانويا في دول العالم الثالث على الرغم من أنها تتشابه تماما مع القيم الإخبارية الموجودة في العالم الأول. (ص. 100)

ويرى بعض الباحثين أن القيم الإخبارية هي (أطر) للأخبار يستدل من خلالها الإعلاميين على كل ما هو آني، ما يجعل هذه الأطر تؤثر على انتقاء المواد الإخبارية وطريقة تقديمها بعد تلويها بمعنى أو مغزى... فالإطار يجهز لإنشاء وانتقاء الأخبار بمواعيدها المحددة. وهذا التعريف يضيف مفهوم أيديولوجي على القيم الخبرية، خاصة في تركيزه على كيفية عرض الأخبار، ويرى (جون هارتلي) القيم أنها قدرة المشاهد على استيعاب المعايير والرموز ضمن المواد الخبرية وإدراك الأحداث بشكل جلي. (التميمي، 2008، ص. 61)

5-2-5- الأطر الخبرية:

يساهم التلفزيون كغيره من وسائل الاعلام في أداء وظيفة هامة تركز على بناء اتجاهات الملتقي إزاء ما يقع من أحداث بتغطيتها ومعالجتها وتفسيرها وفق أطر معينة تركز أكثر على الموضوعات الحديثة التي يرغب الجمهور بشدة في كشفها وتكوين اتجاهات حولها. (مجاشع، 2016، ص. 83)

فمن المهم جدا الإشارة لمفهوم يجب أخذه بعين الاعتبار وهو -الأطر- التي تساعد على توضيح عمل منتج الأخبار أكثر من تحليل القيم أو الأعراف وحدها. فبحسب Todd Gitlin. فأطر الإعلام تمثل أنماط دائمة من الإدراك، والتفسير، والطرح والاستثناء، ويمكن بواسطتها القيام بتنظيم النقاش، سواء كان مقروء أو مرئي. وتمكن الأطر الإعلاميين من استغلال كم كبير من المعلومات بسرعة وبشكل منظم، رغم أنه غالبا ما لا تذكر أو يعترف بها... (ليستر، 2012، ص. 115)

إن أحد الخطوط الفاصلة الرئيسية في تأطير الأخبار هو ما إذا كان التركيز على أطر تتعلق بأسئلة معينة مثل: ما هو، وماذا، وكيف. والاهتمام بشكل خاص بطريقة تنظيم القضايا بشكل يوجه السياسات والآراء. من منظور أكثر محور حول بناء الإطار، وتشريح محتواه، وتحديد شبكة المفاهيم التي تجعله يعمل وفقها. أي تحديد أدوات التأطير كهيكل محددة، مثل الاستعارات والأيقونات المرئية والعبارات التي تشكل أطر معينة. بينما، يقودنا سؤال -ماذا- إلى كيفية الصياغة (التحليل) فالباحث

يحاول فحص الجوانب الكامنة في النص، وتعريف المشكلة وتقييمها، وفهم الكلمات الرئيسية التي تشكل المفاهيم الأساسية للأطر. (D'Angelo & Kuypers, 2010, p. 19-20)

وقدم العلماء والباحثين مجموعة من الأطر الإعلامية في تطبيقاتها على أحداث ومواضيع مختلفة، وغالبا هم يتفقون على القيم التالية التي أوردها عبد الله بن ناصر المحمود وعلاء الشامي، وعبد اللطيف بن صفية (2016):

-الإطار المحدد بقضية: يتم التركيز فيه على جوانب واضحة عند الجمهور من القضايا والأحداث المرتبطة بوقائع ملموسة، فهو يركز على المدخل الشخصي وتقديم عناصر الحدث وتداعيات.

-الإطار العام: يرى الأحداث والوقائع في سياق عام مجرد، ويضع الشروحات العامة عنها، ويربطها بالمعايير الثقافية والسياسية، تتميز بكونها هامة لفهم المشكلات وتقديم الحلول والاقناع على المدى البعيد. ولو كانت ثقيلة على نفسية المتلقي من الناحية المهنية.

-إطار الإستراتيجية: يرى الأحداث في سياقها الإستراتيجي المؤثر على استقرار الدولة القومي، يتلاءم هذا الإطار مع الأحداث السياسية والعسكرية.

-إطار الاهتمامات الإنسانية: يرى الأحداث في سياق تأثيراتها الإنسانية والعاطفية بشكل عام، حيث تصاغ فيه الرسائل في قوالب وقصص درامية وعاطفية مؤثرة على حالة المتلقي.

-إطار النتائج الاقتصادية: يضع هذا الإطار الوقائع في سياق النتائج الاقتصادية التي نتجت عن الحدث أو القضية، ويناقش الانعكاسات الحاصلة أو المتوقعة على الأفراد والدول والمؤسسات، ويستخدم القارئون بالاتصال الناتج المادي لجعل الرسالة الإعلامية أكثر فاعلية على المتلقين وأكثر ارتباطا بمصالحهم.

-إطار المسؤولية: يهدف للإجابة على: من المسئول عن؟ الأفراد والمؤسسات والدول معنيون بمعرفة المسئول عن الحدث وتحديده.

-إطار الصراع: يقدم الأحداث في إطار تنافسي حاد، ويرى الأشخاص قبل أن يرى الأحداث وغالبا ما يقيس الرسالة بمقياس الخاسر والرابح وهو بُعد قد يبالغ الصحفيون كثيرا في جعله إطارا للأحداث.

-إطار المبادئ الأخلاقية: يعرض الوقائع في السياق الأخلاقي والقيمي للمجتمع، ويركز على المعتقدات والمبادئ الراسخة عند المتلقي، قد يستشهد بالأدلة الدينية أو الجماعات المرجعية التي تدعم موقفه وتؤكد هذا الإطار. (المحمود وآخرون، 2016، ص. 11-12)

ولعل دراستنا هذه في التأطير الإخباري تقدم دليلاً علمياً لكيفية توظيف الأطر الإعلامية على صعيد النشرات الإخبارية. وقد أظهرت نتائج دراسة De Vreese (2004) أن الأطر في الأخبار التلفزيونية لها القدرة على توجيه أفكار المشاهدين، خاصة في قضية سياسية حالية، فالمتعرضون لقصة إخبارية مؤطرة بأطر الصراع أو إطار النتائج الاقتصادية يفكرون بطريقة تعكس الكيفية التي أطرت بها هذه القصة في الأخبار. وتتعلق التأثيرات بسياقات مختلفة لأخبار التلفزيون منها بالقضايا الشخصية (مثل زيادة رسوم الجامعة)، ومنها بالقضية الاقتصادية السياسية الأقل تأثير شخصي كقضية توسع الاتحاد الأوروبي. (PP. 45-46)

كما يجب أن نوضح بعض الأطر الإضافية التي وردت في بحوث علماء الاتصال، مثل الأطر المرجعية وأطر القيمة:

-الأطر المرجعية:

حيث يعتمد الأفراد على مخططات تفسيرية أوسع تسمى: الأطر المرجعية أو الأولية. وغالباً ما توصف هذه الأطر بأنها أنظمة اجتماعية مشتركة ومستقرة نسبياً، يستخدمها الفرد لتصنيف المعلومات الجديدة. وأهمية الأطر المرجعية في كونها أنظمة اجتماعية مبنية للعمل كأدوات تستهدف معالجة وتفسير المعلومات. ثانياً، غالباً ما يتم تكييف الخطاب الإعلامي نحو أطر أولية محددة من أجل التأثير على تفسيرات الجمهور. حيث تمثل مشهد من الحقائق المحتملة التي يمكن استرجاعها بسهولة عن طريق طريقة تأطير الملاحظات وتصنيفها، فجميع الأحكام والتصورات الفردية تحدث في داخل أطر مرجعية معينة. (Oliver et al, 2020, p. 52)

-إطار القيمة:

ولفهم تأثيرات إطار القيمة على كيفية تفكير الناس في القضايا المثارة، يجب معرفة أن الإطار يعد فكرة تنظيمية مركزية أو خط قصصي يبرز المعنى ويقترح ما يدور حوله الجدل، أي جوهر القضية. وإطار القيمة بدوره، هو نوع معين من الأطر التي تخلق ارتباطاً بين القيمة والمسألة المثارة، فهو يقدم

موقفًا واحدًا بشأن قضية ما على أنها صحيحة (والبعض الآخر خطأ) من خلال ربط هذا الموقف بقيمة جوهرية محددة، وافترضت بعض البحوث أن تأثيرات التأطير على الرأي العام ناتجة عن عملية نفسية سلبية وتلقائية، قائمة على إمكانية الوصول والتعرض لإطار فكري يجعل الوصول إليه أكثر سهولة في الذاكرة (أي يسهل تذكره) وبالتالي أكثر احتمالاً لاستخدامه في الأحكام اللاحقة. (Brewer & Gross) 931.

وقد تم تناول كل ما يتعلق بالأطر الإعلامية وأنواعها وخصائصها ومستوياتها... إلخ، سابقاً في العنصر الثالث من الدراسة، والذي تناول نظرية الأطر بشكلها الكامل.

-أطر التحيز في التغطية الإخبارية:

يعني التحيز بكل واقعة لها بعد معين، كنموذج معرفي يمثل صورة عقلية مجردة أو نمط تصوري، فهو عملية تفكيك وتركيب، يعمل من خلالها العقل على جمع بعض السمات من الواقع، ثم يستبعد بعضها ويبقي الآخر ويضخمها أحياناً، ويرتبها بحسب أهميتها. والتحيز هو عدم القدرة على تحقيق الموضوعية والعدالة، والحياد، والمساواة في المعاملة بين طرفين محل نزاع، من خلال تقديم صورة نمطية معينة لطرف ما أو تحريف المعلومات معينة، أو استخدام اللغة بشكل يدفع المتلقي لتبني أحكام قد يدين بها طرف في قضية صراع، فنقص المعلومات مثلاً التي تقدم للجمهور بخصوص أحداث وقضايا محل جدال تعد تحيزاً واضحاً إن كان هذا النقص مقصوداً. (يونس، 2012، ص. 73)

وأكد (دينيس ماكويل) بأن الأطر تقوم بعملية انتقاء وإبراز أحداث بعينها، باستخدام مفردات وصور محددة، وهي بذلك تقدم تفسيرات بعيدة عن الواقع ما يكشف عن وجود تحيز في التغطية، وبالتالي فعلية التأطير هي نمط عمل يؤديه الإعلام المنحاز، إذ لا تقلل فقط من بروز بعض المعلومات بل تسهم كذلك في إغفال المعلومات التي لا تتوافق مع الإطار الذي تم بناؤه، وبالتالي فتأثير أطر القصص الإخبارية دقيق على الجمهور أكثر وأقوى من أنماط التحيز التي تظهر في القصص الإخبارية، فيمكن للجمهور إدراك تحيز القصة لصالح شخصية معينة، لكنه من الصعب أن يدرك تحيز الحدث الإخباري نفسه، وأنه قد تم التحكم به ليصبح قصة خبرية، ومنه فالتحيز والتأطير وجهان لعملة واحدة، من خلالهما يتم كشف كيفية ميل التغطية الإخبارية إلى تأييد أشخاص أو أفكار على حساب أخرى، كما أن التأطير قد يحدث نتيجة بالاستعانة بمصادر معلومات محددة دون غيرها. (عبد العظيم، 2019، ص. 90)

إن مراعاة التأطير أكثر من التحيز تفتح المناقشة لدراسة التعرض الانتقالي المتعمد أو الغير متعمد، ما ينقص المدى الذي إليه يمكن من خلاله فهم الانتقاء بوصفه دليلاً لخداع الصحفيين، أو نفاقهم. (الشجيري، 2018، ص. 335)

وقد يسعين التحيز بعمل الإخراج لتأكيد قيمة الأحداث أو الشخصيات، مثل المواقع وحجم الخطوط واستخدام الألوان في الصحف أو التوقيت والمدة في التلفزيون، وغيرها من العوامل التي يوظفها المخرج ليضفي أهمية وقيمة على الأحداث المعالجة والقوى الفاعلة فيها. (عبد العظيم، 2019، ص. 91)

وأكد عمر عبرين (2015) في مقال نشر بمجلة الصحافة وفي موقع مركز الجزيرة للدراسات الإعلامية أن عملية قياس التحيز تستلزم استعانة الباحثين بالعناصر الشكلية المستخدمة في إخراج الخبر لغرض التحيز للملكية والتوجه الفكري، مثل تأطير خبر دون آخر وتكبير حجم خط عناوين معينة وإبرازها دون أخرى، واختيار صور إيجابية مصاحبة للخبر، تتفق والتوجه الإيديولوجي للوسيلة وإن لم ترتبط بموضوع الخبر مباشرة.

وقد أكد Schmitt بوجود علاقة قوية بين تأثير النظرة العدائية لوسائل الإعلام وتصورات الجمهور لمصادقية هذه الوسائل، فكلما ارتبط الأشخاص بقضية أو جماعة ما، فسيرون أن موقف وسائل الإعلام إذا كان ضد مواقفهم متحيز، وسيتم تقييم تلك الوسائل بأنها ذات مصادقية أقل. فتصورات المناصرين تلعب دور في اعتبار التغطية الإخبارية متوازنة أو منحازة، كما أن تبني الجمهور لمواقف حزبية قوية له دور مؤثر في الثقة بالمصدر أو العداء له لقلق المناصرين من تأثير الرسائل الإعلامية على الرأي العام، والدعم الشعبي أو المعارضة للقضية، كما يميل الجمهور لتقديم الدعم للمصادر التي يرى أنها تدعم موقفه بغض النظر لمصادقتها. (عبد المجيد 2019، ص. 52-53)

وبدراسة التأطير بدلا من الانحياز، يمكن أن تخاطب الأخبار جمهورها بأكثر من صوت واحد، حتى في المؤسسة نفسها للأخبار وفي الوقت نفسه، وهناك أطر تفرز التحيز وتعززه، وفهمها وتحديدها يساعد على تقديم عمل إعلامي أقرب للموضوعية من التحيز، وقد حددت الباحثة سهام الشجيري (2018)، أهم تلك الأطر كما يلي:

-القيم الثقافية والاجتماعية السائدة: كالدين، والتقاليد، والأعراف، والتنشئة والتعليم، وغيرها، وتلك القيم تؤثر إلى حد كبير رؤى الإعلاميين ومواقفهم.

-الميول الذاتية: تتعلق بذاتية الصحفي حيث توطر النظرة إلى القضايا والأحداث، والابتعاد عنها ما يكون صعبا في العادة.

-الأيدولوجيا: وهي والتوجه السياسي والفكري الذي قد يتبناه الاعلامي، والذي يؤطر إلى حد كبير رؤيته للقضايا المنازع فيها في محليا ودوليا.

-التنظيم الداخلي: كفاءة التنظيم الداخلي واعتماده على معايير احترافية، تسهم في القرب من الموضوعية وتبتعد عن التحيز في العمل.

-نقص الكفاءة: كفاءة الإعلامي تساعده بدرجة كبيرة على الاقتراب من الموضوعية.

-نقص المعلومات: قد ينجم عن قلة المصادر أو ضعف كفاءة الصحفي.

-الموارد الاقتصادية: نقص الموارد الاقتصادية قد يخل بالتغطية عادة، ومنه يخل بموضوعية المضمون المقدم.

-طبيعة النظام السياسي: يحدد لكل وسيلة إعلامية درجة الحرية المسموح بها في الممارسة الإعلامية، وقد يضع النظام قيودا ووسائل ضغط تؤثر في تحقيق أداء إعلامي موضوعي. (ص. 336-337)

ويعمل النظام السياسي على التأثير في وسائل الإعلام عن طريق أجهزته الرسمية وغير الرسمية كفرض القوانين وتغيير التشريعات ومنح التراخيص أو منعها والمتابعة والرقابة وغيرها. ويستهدف تسخير وسائل الاعلام للتأثير على المتلقي، وترتيب الأولويات وخلق الصور الذهنية وتعبئة الجماهير لنيل الموافقة على بعض القرارات والسياسات، فوسائل الإعلام ومضمونها تتأثر بالاعتبارات المهنية كنمط الملكية. (ادريس، 2020، ص. 41)

كما يمكن القول على وجود علاقة بين المصادقية بالتحيز بشكل كبير، فبسبب بعض توجهات الجمهور المعادية قد يتم اعتبار مصادر وسائل الإعلام ذات مصادقية أقل، قد يتم الربط بين تأثير النظرة المعادية لوسائل الإعلام وانعكاسها على إدراك الجمهور لمصادقيتها، ويمكن اعتبار اقتصار الأخبار على جانب معين فقط مدلولا على التحيز. (Matthes, 2013, P. 382)

ويرى (بيفرلي هيلز) أن الموضوعية تركز على مفهومين أساسيين، الأول هو التجرد أي الحياد والتوازن، والآخر الارتكاز على الحقائق والصدق في طريقة اختيار الأخبار الأكثر أهمية للجماهير، ولهذا فالكثير من الممارسات تتناقض مع مفهوم الموضوعية كتحريف المعنى من خلال اختيار بعض التفاصيل (ولو كانت حقيقية) بهدف دعم أو رفض وجهة نظر معينة، من خلال التحيز اللغوي كاستخدام مفردات غير مضبوطة أو لغة ذات مفردات إيحائية مثل: زعم بدل قال أو صرح أو أكد، وتقديم الآراء على أنها حقائق، والعناوين المضللة أو الصور المتحيزة أو التركيز على الجوانب السلبية فقط... إلخ. (عبد الحميد^ب، 2014، ص. 200)

كما أن التحيز لا يعد دائما أمرا سلبيا. فغالبا ما تعتمد صحافة المواطن الرشيدة لنوع من التحيز باعتباره دافعا لمواصلة البحث في القصة الإخبارية، فالجميع يحتاج للحصول على المعلومات في ظل ممارسة عملية للديمقراطية، حتى أولئك ممن لهم مصالح أو تحيزات شخصية، سواء أكانوا صحفيين أم ناشطين سياسيين أم مواطنين. وعموما لا يلتزم الصحفيون بالموضوعية دائما، فعدة صحفيين كانوا يدفعون لخدمهم أجورهم بصور غير قانونية. (فؤاد واخرون، 2021، ص. 298)

والمناصرين للقضية ما يصدر عن أحكام تفقر للحياد تجاه المحتوى الإخباري المتوازن، ثم يصنفونه بالانحياز ضد جهات نظرهم، ويتسامحون مع المحتوى الإخباري المنحاز إذا ما توافق مع وجهات نظرهم، ليتحول تقييم مصداقية المحتوى الإخباري متعلق بالميول الخاصة لكل فرد، بدلا من المعايير المهنية للمحتوى، كالدقة، الموضوعية... إلخ. (عبد الحميد، 2019، ص. 54)

وحول إدراك الجمهور لبروز القضايا المثارة وتأثيراتها المقصودة والغير مقصودة، يجب أن ندرك أن البروز قاسم مشترك بين نظرية وضع الأجندة ونظرية الأطر، فالبروز في نظرية وضع الأجندة يشير إلى قدر الاهتمام الذي تحظى به قضية ما في التغطيات الإخبارية لوسائل الإعلام، من خلال البث في الإذاعة التلفزيونية، وحجم الزمن المخصص للقضية، وبروز القضايا يشير لدرجة الأهمية لها ضمن قائمة القضايا المثارة، ويسمح بقياسها وترتيبها لدى الجمهور دون تحديد مسبق ثم كشف الارتباط بينهما، وعادة لا تقل القضايا عن ثلاث ولا تزيد عن سبع قضايا، أما البروز في نظرية الأطر يشير إلى بروز السمات. (غرابية، 2019، ص. 139)

وقد هدف (ديف داليسيو ومايك آلين) لوضع تحليل شامل لافتراض وجود تحيز محدود من قبل الإعلام الإخباري، وذلك بفحص ثلاثة أنماط من التحيز: **تحيز الحراسة**: أي طرق اختيار المحررين لموضوعات معينة من بين المحتويات الإخبارية المحتملة، و**تحيز التغطية**: أي التغطية غير المتوازنة لقضية أو حدث ما، ثم تحيز **البيان**: أي ما يقع عندما يُضمن الصحفي في الخبر آراءه الشخصية ولا يبين أي دليل على التحيز في الحراسة أو التغطية، ووجدوا تأييدا ضئيلا لتحيز -البيان- والذي كان يميل نحو الجمهوريين في المجالات الإخبارية ونحو الديمقراطيين في الشبكات الإخبارية التلفزيونية. (ماكومنز وآخرون، 2012، ص. 43)

وفي هذا الشأن يطرح كل من (جروسيكولوز وميلو Groseclose & Milo) مفهوم **التحيز المنتظم** The Systematic Bias، أكد فيه الباحثان أن وسائل الإعلام قد لا تتجه للتحيز بشكل دائم في تغطيتها للأحداث والقضايا المختلفة، لكن المصادر الإخبارية الذاتية كمنذوبيها ومراسليها لا يعملون بمعزل عن تحيزاتهم المسبقة، ما يطرح إشكالية الموضوعية والصدق في تغطية تلك الوسائل، فقد تعمل وسائل الإعلام على تكريس نمط مستتر من التحيز الإعلامي وهو **التحيز الإجرائي** The Operational Bias من خلال اعتماد تلك الوسائل على أنماط معينة من المحللين والخبراء، بتقديم طرح أحادي للقضايا بمعزل عن سياقاتها، ما قد يؤدي إلى تضليل الرأي العام حول ما يثار من قضايا. (غرابه، 2019، ص. 140)

والتحيز الشخصي يلعب دورا نسبيا في تشكيل الأخبار فيوجد في أمريكا شبكات وبرامج تلفزيون متميزة سياسيا لدى الكثيرين، مثل شبكات FOX التي عمل مدير تشغيلها (Roger Ailes)، كمستشار إعلامي للرؤساء الجمهوريين (رونالد ريجان، ريتشارد نيكسون، وجورج بوش). وبالتالي لا توجد شبكة إخبارية في أمريكا تظهر بصراحة على الملأ توجهها السياسي مثل FOX: ويقول روجر ايلس أنه يجب دعم أخبار فوكس لتحقيق خط واضح ولإمعان بين عروض أخبارها المتوازنة وشخصياتها البارزة. (السيد وشنيدر، 2015، ص. 23)

ويبرز التحيز أيضا في الأخبار، عبر -ميل مقصود في الخبر- من جانب المحرر الصحفي، بما يخدم ميوله أو عدائته لموضوع أو شخص ما، بذكر تفاصيل دون غيرها وحذف أخرى، ملأ الكلمات الدلالات والعواطف، بدلا من الطرح الموضوعي. ويتخذ التحيز مبدأ العزل والانتقاء في لغته الإعلامية، بقصد إغفال جزء من الحقيقة، أو إبراز جزء آخر بأكثر مما يستحق، فالانحياز عكس الموضوعية،

بشحن المصطلحات وتوظيفها في سياق التضليل، فاللغة المستخدمة في صياغة الأخبار يمكن توظيفها ببراعة للدعاية دون المساس بالحقائق الأساسية للأحداث، من خلال نوعية الكلمات المختارة التي قد تكشف تحيز رجل الإعلام إلى طرف ما. (يونس، 2012، ص. 74)

5-2-6- الصورة في أطر الأخبار

تتميز الصورة أكثر عن الكلام في التأثير لأن الكلام أحيانا قد يسيء إلى المعاني القريبة أو البعيدة، فالنص مهم لكن للصورة دور إضافي مهم في الإبراز، فعرض عدد من الصور حول حادث قتل مثلاً أبلغ من عشرات من الكلمات التي تصف الحادث. (أبو سعيد، 2019، ص. 234) والصورة تمثل حصيلة مدركات الفرد واتجاهاته السابقة والحالية والمستقبلية، التي يخزنها من خلال أسلوب ذاتي محدد ينسجم مع الواقع الذي ينتمي إليه. (يعقيل، بن جيلاني، 2021، ص. 393)

يعتقد البعض أن التلفزيون أقوى وسيلة تستهدف اللغة بفضل تنوع وتجدد برامجها، لكن مع عصر الصور فقد انحسرت معها اللغة والفكر التأملي مقابل فصح المجال للصور المتدفقة للفت النظر، خاصة في عصر البث المباشر وهو ما تؤكد نشرات الأخبار التلفزيونية التي يلتقطها المشاهد الجزائري، حيث تحولت هذه النشرات إلى مادة درامية جعلت من الصورة غاية لا وسيلة وأصبحت مصداقية الأحداث تقاس بجودة الصور وتراجعت الكلمة وهو ما يسمى بزمن الفائض *Hyperréalité*. (مجموع من الباحثين، 2019، ص. 12)

فالصورة تحتل جانبا مهما في النشرة الإخبارية للتلفزيون إذ لا بد من استخدامها في توضيح الخبر بما يسهل على المشاهد فهمها، كما ترجع أهميتها لأنها أقوى وسيلة للإيضاح والاقناع. (الفياض، 2017، ص. 22) وإذا كانت الكلمة على مستوى الصورة في براعة التعبير والتوافق معه، فهنا سيعطى الخبر تأثير أقوى على نفسية المشاهد خاصة في أخبار التلفزيون لأنها تستخدم بكثرة أسلوب الاستشهاد. (أبو سعيد، 2019، ص. 238)

وقد حددت (بينت وجرابر Benett و Graber) مجموعة من الاستراتيجيات لبناء الصور الإعلامية وهي: تشكيل الرسالة الإعلامية (الموضوع) - إبراز الرسالة الإعلامية (عن طريق التكرار) - إضفاء المصداقية (إثبات صحتها) - تأطير الرسالة الإعلامية *Message Framing* بمعنى تناول القضية من خلال أطر معينة تحدد المشكلة وتفسرها. (حسن، 2021، ص. 31)

يعتمد الخبر التلفزيوني في جوهره على الصورة المرافقة له، متحركة أو صامتة، ومن دونها يتشابه الخبر التلفزيوني مع الخبر الإذاعي. ولعل أخبارا تخص أحداثا كثيرة وقعت في العالم أكسبها التلفزيون أهمية قصوى بفضل الصور، التي ساعدت في تصديق المتلقي للخبر ومنح المؤسسة الإعلامية الناقلة له مصداقية أكبر. فقد شاهد وتأثر الملايين حول العالم، بخبر الأمريكي (نيل آرمسترونغ) كأول من يمشي على سطح القمر (ابولو 11) عام 1969، لدرجة ظن فيها البعض أنها علامة لنهاية العالم، كما أن أمريكا سترت خسائرها في حربها في فيتنام 1968 - 1975 أمام شعبها بفضل استغلال الخبر والصورة التلفزيونية، وكان واحدا من أسباب اقتناع الشعب الأمريكي بالهزيمة في الفيتنام. (ابراهيم، 2017، ص. 81)

الكتابة للصورة مسالة دقيقة جده وتفصيل هام في العمل التلفازي، وهي ليست مجرد كتابة، ولكن لها علاقة بالذوق وبعد النظر والإدراك والثقافة... لدى صحفي التلفزيون، فحين ترى دموع شخص ما فلا يعني ذلك بالضرورة ان هذا الشخص يبكي، ينبغي أن تكون نظرتك أعمق من نظرة الآخرين، لأن رؤيتك السليمة للأشياء والمواقف والانفعالات هي من ستقودك إلى الكتابة بشكل سليم. (مطر، 2017، ص. 15)

والصورة التلفزيونية في وكالات الأنباء المعاصرة تعد شكلاً اخبارياً مسانداً للدور الذي تؤديه الأشكال الخبرية الرئيسية، بتوضيح العناصر الخبرية المتضمنة في تلك الأشكال وإبرازها وربما الكشف عن عناصر خبرية غير متضمنة فيها، وفي بعض الأحيان تستخدم الصورة رفقة التعليق المصاحب لها كشكل خبري مستقل، وقدمت وكالة أنباء رويترز عدة خدمات صور: خدمة رويترز للصور الصحفية (100 صورة يومياً)، وخدمة رويترز توب بيكس (أهم 12 صورة في اليوم) وخدمة أرشيف رويترز للصور، كما تقدم وكالة أنباء اسوشيتدبريس (AP)، خدمة الصور AP Photos (ألف صورة يومياً)، وخدمة أرشيف الصور Ap Photos Archive وتحتوي نحو 750 ألف صورة. (الشجيري، 2016). وبما أن وكالات الأنباء تعد من أكبر مصادر الأخبار التلفزيونية فهي تؤكد بهذا على الأهمية البالغة لتوظيف الصور في بناء النشرات الإخبارية.

وقد تغير سياسة المحطة رؤيتك للمواضيع بفضل الصور، فقد تعلق قناة عربية بحيادية على حدث خنق جندي أمريكي لشاب عربي، وتنقل الحدث بصفته اعتقال، فيما قد تصرح قناة أمريكية أن الجندي ساعد الشباب العربي، وهناك فرق بين المساعدة والاعتقال. والانطلاقة الصحيحة للكتابة للصورة

الصحيحة تتبع من كيفية الرؤية للصورة، وفهمها، وللسياق الذي أنتجت فيه، لأن الكتابة الاخبارية الجيدة، هي بمثابة نظرة واضحة وعميقة تستند على روعة الذوق وبراعة الإدراك وسرعة البديهة، والخبرة. (مطراً، 2017، ص. 15)

وعموماً تعد الصورة المرافقة للخبر أقوى أحياناً من المحتوى نفسه، إذ يستقبل منها الجمهور المعلومات بشيء من الصدق، رغم امكانية التلاعب بالصورة وتأطيرها ضمن مغزى معين، عبر زوايا التصوير وحجم اللقطات، وعوامل يمكن للمحرر استغلالها في التحيز، لدى فاهمية الصور تتجلى في تعلقها بالذاكرة، فالأخبار المصحوبة بالصور تكون أكثر قابلية للتذكر. (محمد، 2020، ص. 107)

(والجدول رقم 01 يقدم لنا تمييز بين كل من الصور الإعلامية والصور الخبرية عن طريق جملة من الفوارق).

جدول رقم (1): يبين بعض الفروقات بين الصور الإعلامية والصور الخبرية:

الصورة الاخبارية	الصورة الاعلامية
-مستقلة زمنياً	-ممتدة في الزمن
-وثائق حية	-صور ثابتة (يتم تجهيزها)
-طبيعية خام	- موجهة ومعدلة
-تقدمها قناة ما	-تروج لها مؤسسات وقنوات
-استهداف الصدق الخبري	-تنسق الصور بين مصادرها المروجة لها
-أسس مهنية	-أسس فنية
-واقعية	-تمثيلية تخيلية

المصدر: (ريحاني، 2015، ص. 21)

5-2-7- دور مقدم النشرة وفريق العمل

مقدم النشرة هو نجم نشرات الأخبار لأنه الشخصية الوحيدة التي تضمن التواجد فيها باستمرار، وبالتالي فهو عنصر هام جداً في بناء نشرات الأخبار لذلك تختار القنوات الفضائية مقدمو النشرات الإخبارية بعناية كبيرة بناء على العديد من المميزات التي تضمن للنشرة تحقيق التأثير المراد على جمهور المشاهدين.

ومن الضروري أن يمتلك مقدم نشرة الأخبار -الكاريزما- وقد طُرح في أمريكا مصطلح (عبادة الشخصية) والمقصود بها طغيان شخصية وآراء مقدمي النشرات الإخبارية على أسلوب ومحتوى الأخبار ذاتها، فالجمهور يفضل الحصول على الأخبار الصادقة من الشخصيات التي يثق في نزاهتها، لا التي تعد آراءها محل شك خاصة ضمن الأخبار التي يقدمونها، لهذا يلزم أن تكون الشخصية قادرة على تأدية هذا الدور لأن جماهير النشرة الإخبارية تفضل غالباً متابعتها لميلها فقط لمن يقدمها. (الفياض، 2017، ص. 18-19) ومن المهم أن يتميز مقدم النشرة في حديثه بالتلقائية والبساطة، دون تكلف أو تعقيد أو تلغثم وغيرها من الأخطاء التعبيرية، فقارئ النشرة الإخبارية هو جوهر الربط بين خبر وآخر، كما أن تمتعه بالحيوية إيجابية تخلق نوع من التفاعل بينه وبين المتلقي، كما من المهم أن يتحلى بجانب من الإنسانية والقرب من الجمهور. (بومشطة، 2019، ص. 232)

ومن المهم ألا تغير دائما المؤسسة مقدم النشرة الإخبارية، لأن وجوده بشكل ثابت يخلق نوع من الألفة والارتباط بين المتابع والقناة، وهو ما تسعى لتحقيقه أي شبكة تلفزيونية، وقد بات من الملاحظ أن تخصص القنوات التلفزيونية أكثر من مقدم واحد للأخبار، وبالتالي قد يكون لكل نشرة مقدمين أو أكثر يقدم الأول الأخبار العامة، ويقدم الثاني والثالث... أخبار متخصصة في مجال معين، كأخبار الرياضة أو الطقس، وتخصص بعض المحطات لكل نوع من الأخبار مقدم خاص بها على المباشر، بتقسيم النشرة الإخبارية أثناء عرضها، خاصة النشرات الرئيسية. (حمدي وعراضة، 2013، ص. 34)

وفي كثير من المحطات يشترك مذيعان في تقديم النشرة الإخبارية (غالبا رجل وامرأة)، يكتب أحيانا كل طرف ما يناسبه من أخبار من أجل تقديمها، ويكتب المخبرون الصحفيون أخبارهم ويستلمون النص من المنتج الذي يدخله ضمن النشرة، وفي بعض المؤسسات الصغيرة يقوم المخبرون الصحفيون بأدوار إضافية في التصوير والتقاط اللقطات المصورة لأخبارهم. (الحسن، 2010، ص. 64)

ومن خلال إلقاء قارئ النشرة لأخباره فهو يفتح شهية *Aperitif* المتلقي لما يقدمه من أخبار، إذ أن -الإلقاء- في المجال الاعلامي هو كتابة ثانية للنص تقرأ من خلال صوت المقدم وإيماءاته ونظراته وحركاته. فالجمهور لا يرى النص الذي يُقرأ على مسامعه. لتبدأ سيرورة نقل النص من الورقة إلى جسد المقدم الباث للخبر، فيتحول النص المكتوب لنص فرجوي، بواسطة تقنيات جسدية كنبرة الصوت والإيماءات والتوقفات.... لتوضيح كل تفاصيل المحتوى المراد بثه. (ريحاني، 2015، ص. 52)

5-3- الأنواع الخبرية في النشرات التلفزيونية

من الواضح أن صناعة وبناء الأخبار وأساليب إعدادها وإخراجها، قد شهدت تطورا كبيرا، وقد امتد هذا التطور ليشمل لغة الخبر وطريقة صياغته وقوالبه... وكثيرا ما عرف الخبر على أنه وصف لحدث آني يحظى بالاهتمام، ولكن التطور الهائل في مجال الصحافة وجمهورها وتعدد الوسائل الإخبارية توسع ليشمل العملية الكتابية، حتى عرفت وكالة رويترز الخبر على أنه ما رآه مراسلها جديرا بالتغطية. (عبد الجواد، 2001، ص. 45)

5-3-1- فنون التحرير

يسمى التحرير الصحفي بالفن أو العلم، لأنه يقوم على صناعة المفردات والتمكن من صياغتها واختيار أفضلها، فالألفاظ الأقرب إلى الحدث هي التي يرصدها المحرر الصحفي. وبالتالي فالتحرير الصحفي ينطلق بعد الانتهاء من جمع المادة الصحفية التي سيعمل المحرر على صياغتها وفق ما يحدده ويريده، وبعدها يقرر رئيس التحرير فور مراجعتها مدى قابليتها للبث بشكلها الأولي أو بتغيير بعض جوانبها أو حتى برفض بثها نهائيا. (محمد، 2020، ص. 129)

تفيد فنون التحرير في قواميس اللغة -تحرير الشيء- أي كتابته، فالتحرير الصحفي يعني الكتابة للصحيفة أو أي وسيلة إعلامية أخرى، أي عملية يقوم بها مجموعة من المحررين الصحفيين كفريق عمل. فهو فن نقل الوقائع والأحداث المهمة، برصد ما هو مهم ومثير في الأحداث اليومية وبكل موضوعية، أي دون إنقاص أو زيادة لما وقع. (عامر، 2020، ص. 135)

وتتداخل الأنواع الصحفية مع بعضها البعض فهي تعتمد على الكلمة والتحرير وتوضيح مقصد المحرر وفكرته التي يريد إيصالها إلى جمهور. ويعد الخبر الأساس الذي تتعلق منه باقي الأنواع الصحفية، فهو من يدفع للتعليق والتحقيق والمقابلة وغيرها من الكتابات التي تدخل في باب الرأي والتعليق والتعبير، مع التقيد بالمستويات الصحفية من المعالجة اللغوية والأسلوبية السليمة، بما يتناسب مع الوسيلة الإعلامية مثل التلفزيون وخصوصيته. (أبو عرجة، 2011، ص. 17)

فالفن الصحفي هو فن إعلامي اشتقت منه سائر فنون الإعلام الأخرى وأشكالها، فهو فن تحويل الأفكار والوقائع إلى مادة صحفية مفهومة للجميع على اختلاف مستوياتهم بتبسيط الحقائق، والفنون

الصحفية هي الشكل الذي يتخذه الموضوع عن النشر وهو إما أن يكون خبراً أو مقابلة أو تحقيقاً أو تقريراً أو حديثاً... (راشد، 2017، ص. 142). وقبل التطرق للأنواع الصحفية في مجال الأخبار التلفزيونية، من المهم أن نوضح المفهوم التاليان:

-السياسة التحريرية:

لا يمكن الحديث عن الأنواع الخبرية، دون التأكيد على أهمية السياسة التحريرية للقناة كمحدد للنوع الذي سيقدم من خلاله الحدث، بما يتناسب مع أهدافها ومصالحها.

والسياسة التحريرية هي المحدد الأساسي لملاح عمل كل وسيلة إعلامية وعلاقتها بكل ما يحيط بها، بما يضمن للملاك تحقيق مصالحهم دون التعارض مع النظام السائد أو المجتمع أو شخصيات ما، ما يفرض السير وفق خطة عمل تحدد سلوكيات المحررين، وهذه السياسة تختلف من جهة لأخرى منافسة، فهي فلسفة عمل يومي تؤثر في أنشطتهم داخل أروقة المؤسسات، ما يعرف بالقرار الصحفي التحريري، أي: ماذا أنشر؟ وكيف أنشر؟ وهذه السياسة التحريرية تخضع لبعض العوامل والمتغيرات كمنط الملكية، ومصادر التمويل، ومصادر الأخبار والفكر التنظيمي أو السياسي السائد، وغيرها. (زكي، 2018، ص. 23-24)

-القصص الإخبارية:

تتشكل من خلال التقارير الآنية عن مختلف الأحداث المهمة، تضم تفاصيل ومعطيات يعبر عنها باحثوا الإعلام في الإجابة عن الأسئلة الستة: من؟ متى؟ ماذا؟ كيف؟ لماذا؟ وأين؟ وبالتالي فهي لا تدع زاوية من زوايا الخبر دون الإجابة عنها، وهي غالباً تحتاج لزمناً أكبر في استغراق تغطيتها عن الخبر القصير والسريع. (السيد، د.ت، ص. 24-25)

وعندما يقرأ الفرد أو يشاهد الأخبار فإنه يتذكر أو ينسى بعض جوانب القصص الخبرية أو القصة كلها، لكن بعض القصص الخبرية تؤثر على عقول الناس وعواطفهم بقوة كافية بحيث يكون لها تأثير على آرائهم وسلوكياتهم، ولكي يكون للقصص الخبرية مثل هذا التأثير يجب أن تكون ذات صلة بحياة الناس، وأحداث 09 سبتمبر يمكن أن تندرج ضمن هذه القائمة. (Gans, 2003, p.

وتبرز القصص الخبرية بالعديد من الأشكال بما يتناسب مع كل نوع أو فن صحفي، وهذه الأنواع الصحفية لها العديد من الأنواع ومنها:

5-3-2- الخبر التلفزيوني وأشكاله

هو العملية التي بدأت في الماضي القريب ومستمرة في الحاضر وسوف تدوم في المستقبل. فالخبر متغير بشكل دائم من حيث طبيعته، يتألف من العديد من العناصر التي تجعله مختلف عن الإشاعة والقصص الخيالية والأقاويل وبخاصة الفضائح، مع أنها يمكن أن تصنف ضمن إطار الخبر، وأحيانا نراها كجزء من أخبار النشرات. كما أن ما يعتبره فرد كخبر قد لا يعتبر كذلك بالنسبة لآخر، كما يمكن أن يكون تسلية لشخص ثالث أو نحو ذلك. (الدهان والرمحين، 2019، ص. 140) ويختلف الخبر بحسب السياسة السائدة داخل كل مجتمع، ومدى تحرره إعلاميا وتطوره فكريا... إلخ.

- مفهوم الخبر في الدول النامية:

يقول (ولبير شرام) عن احتياجات دول العالم السياسية والاقتصادية والاجتماعية: إن احتياجات الدول النامية هي بالدرجة الأولى اقتصادية أي بتحسين الأوضاع المعيشية وبالمقام الثاني اجتماعية وأخير وليس بالضرورة سياسية. وهذه الدول حاجتها الأهم هي معرفة الأخبار المتعلقة بالتنمية والمسؤولية الاجتماعية ودفع المشاهد ليكون طرفا فاعلا ضمن عمليات التنمية المحلية، وما يختلف فيه مفهوم الخبر في الدول النامية عن المتقدمة هو اختلاف المفاهيم نفسها، فمفهوم الإثارة مثلا قد يعبر عن أهمية الخبر لا كونه مؤشرا للانحراف كما قد يُفهم منه. (الجولي، 2015، ص. 319)

- المفهوم العربي للخبر:

امتلاك تكنولوجيا حديثة لا يدل حتما على تطور صناعة الخبر وإن تزايد عدد الأخبار في المحطات الفضائية، ولذلك فالمفهوم العربي للخبر قد لا يتفق مع كل التعريفات السابقة، بسبب الظروف التي يمر بها الوطن العربي من التضييق غالبا على الحريات العامة، حيث أنه يفسر حسب التوجه السائد في الدول العربية، وبالتالي لا نرى الخبر بالشكل الذي يجب أن يكون عليه في الدول العربية رغم تزايد عدد الصحفيين واتساع استخدام التكنولوجيا في الصحف اليومية. (الجولي، 2015، ص.

(319-318)

ويعد الخبر الأساس في بناء الأخبار فهو المادة التي تقوم عليها العملية الإعلامية وتتدرج وفقها الأنواع الخبرية المعروفة، كالمقال والتقارير والتحقيق، ولولا الخبر لما عرفت الفنون الصحفية الأخرى ذلك لكون المتلقي اليوم لم يعد يكتفي بأن يعرف الخبر بل يتوق دائما إلى معرفة معناه ومغزاه ومقدماته ونتائجه وتأثيراته المقبلة.

فالخبر هو معلومات حديثة تنقل بأمانة ودقة عن أحداث جارية أيا كان نوعها وفي أي مكان من العالم. (محمد، 2017، ص. 45)

ويرجع الاختلاف في مفاهيم الخبر أيضا لاختلاف وسائل الاعلام نفسها، فالخبر المطبوع يختلف عن الخبر المسموع أو المرئي أو الإلكتروني. فالخبر يعني كلما هو جديد ويهم الناس، وهذه خاصية تتفق عليها كل الأدبيات الإخبارية على كثرتها وتنوعها، إلا أن تغطية الخبر قد تكون أسهل من تعريفه، إذ يقرر لنا الصحفيون الخبر الجدير بتغطيته مع إغفال أحداث أخرى. فالخبر الصحفي ليس وصف روتيني لحدث ما فقط، بل تحول لصناعة مميزة لها أسسها الخاصة، تفاعلت فيها عوامل عدة ساهمت في تطور أساليبها ووسائلها وطرق إيصالها إلى الجمهور. (غازي، 2021، ص. 127)

(والجدولين التاليين رقم 02 و03 يوضحان بعض الاختلافات في مفهوم الخبر بحسب النظم التي يعمل فيها الصحفي، وبحسب الإيديولوجية السائدة):

جدول رقم (02): الخبر بحسب النظم التي يعمل الصحفي وفقها:

النظام الصحفي الاشتراكي	النظام الصحفي الليبرالي	النظام الصحفي السلطوي	خصائص النظام الصحفي
يسمح بالملكيات العامة ومنع الملكية الخاصة	ملكية فردية حرة	ملكية مختلطة من بين الأفراد والحكومة	1- الملكية
اشتراط ترخيص من الحكومة	غير مشروط بترخيص أو إصدار	اشتراط ترخيص من الحكومة	2- طرق الإصدار
لا يشترط دفع تأمين مالي	لا يشترط دفع تأمين مالي قبل أو بعد الإصدار	يدفع تأمين مالي قبل الإصدار	3- التأمين المالي

4- حق ممارسة العمل	اشتراك ترخيص من السلطة على العمال	للمواطن الحق في العمل الصحفي دون شروط	يشترط الحصول على ترخيص للعمل بالصحافة
5- الجزاءات والعقوبات	للسلطة حق توقيع العقوبات والجزاء	لا حق لأي سلطة في التعتيل أو الإلغاء	من حق الحكومة تعطيل أو إلغاء المؤسسة الإعلامية
6- تعطيل وإلغاء	للسلطة حق تعطيل أو إلغاء عمل المؤسسة الإعلامية	لا حق لأي سلطة في تعطيل أو إلغاء عمل المؤسسات الإعلامية	من حق الحكومة تعطيل أو إلغاء عمل المؤسسة الإعلامية
7- الرقابة	للسلطة حق فرض الرقابة	يمنع فرض الرقابة	للحكومة أو الحزب الحق في فرض الرقابة
8- حق نقد رئيس الدولة	لا يسمح بنقد رئيس الدولة	يسمح نقد رئيس الدولة	لا يسمح بحق نقد رئيس الدولة
9- حق نقد نظام الحكم	لا يسمح للصحف بنقد نظام الحكم	يسمح بنقد نظام الحكم	لا يسمح بنقد نظام الحكم

المصدر: (إبراهيم، 2009، ص. 53-54)

جدول رقم (03): الخبر حسب الإيديولوجية:

الخبر حسب الإيديولوجية				
النظرية	الرأسمالية	المسؤولية الاجتماعية	الاشتراكية	الدولة النامية
نظم	حرة	حرة	مقيدة	مقيدة
النظرية	الإثارة	إعلام المجتمع	الحقيقة لتدعيم السلطة	تدعيم السلطة والتنمية

تعريف الخبر	هو الإثارة والخروج عن المألوف.	الأخبار هي بعض وجوه النشاط الإنساني الذي يهم الرأي العام، ويضيف الجديد إلى معلوماته.	الخبر هو أساس الصحافة لنقل المعلومات بشكل ملتزم حول وقائع ملموسة وواقعية.	هو تقرير يصف في دقته وموضوعيته حادثة أو فكرة تمس مصالح الجمهور وتثير اهتمامهم وتساهم في تنمية المجتمع.	المفهوم العربي للخبر، هو إعلام عن حدث جديد أو هام ومتميز.
-------------	--------------------------------	--	---	--	---

المصدر: (إبراهيم، 2009، ص. 50)

5-3-3- التقارير الإخبارية وأشكالها

تبرز التقارير من خلال العديد من الأشكال، كالتقارير العادية المعدة من طرف المحرر حول قضية أو حدث، والتقارير الحية المباشرة التي تساعد على تغطية المستجدات، وتقارير عرض الشخصيات، والفرق بين التقرير الإخباري والخبر العادي.

-التقرير الإخباري:

عبارة عن خبر تفصيلي عن حدث أو شخصية ونشاط يتم التعبير عنه بكلام المراسل أو المندوب، فالتقرير الإخباري يعتمد على الصوت والصورة بها فيها المادة الفيلمية Video، ولنفترض أن موضوع التقرير هو اجتماع وزراء عرب لمناقشة اعتداءات الصهاينة على غزة، فإن إعداد تقرير إخباري سيتضمن: مقدمة يلقيها المراسل بصوته عن مكان الاجتماع ووقته، وأهم موضوعاته، ثم لقطة صوتية مهمة عما دار في الاجتماع، ثم شرح مفصل يقوله المراسل عن جانب من الاجتماع، ثم خاتمة التقرير. وبعد إنتاج التقرير يذاع ضمن نشرة أخبار التلفزيون، فالصورة تكون أساسية بجانب أداء المراسل، ويتم تسجيل المادة الإخبارية وفق سيناريو مخط له. (عبد العزيز، 2013، ص. 151-152)

وبالتالي فهو يهتم بعرض وشرح وتفسير بعض زوايا أو جوانب الأخبار أو الوقائع اليومية... أو تقرير المعلومات. ويقوم هذا النوع بتقديم معلومات جديدة عن الخبر أو الحدث لا يقدمها الخبر الصحفي

بشكل مناسب، مع تقديم خلفية عنه وتقييم موضوعي لهذه المعلومات في الأحكام والاستنتاجات. (أبو زيد، 1990، ص. 151-152)

ويعتبر التقرير الإخباري من التقارير بمثابة شرح أو تفسيراً لبعض الأخبار أو الأحداث الحاصلة يومياً والتي لم يتمكن الصحفي من تغطيتها أو الوصول إليها وقت الحدث، والتقرير الإخباري هو تقرير معلومات، أي يقدم معلومات مفصلة ويكون غالباً بطريقة موضوعية عن بعض القضايا الاقتصادية والاجتماعية والعلمية والتعليمية. (كنعان، 2014، ص. 145)

يتكون بناء التقارير الإخبارية غالباً من جملة من المكونات البسيط للغاية: حيث يشرح المراسل ما شاهده من وقائع ويخبرنا بما تمكن من التأكد منه مستعينا بما صورته. ومع أنه قد يفتقد أحيانا للوقت الكافي لعمل سيناريو محكم، فهو قد يكتفي ببعض القواعد البسيطة: مثل ما يعرف بالخط الموصل - كرونولوجي - وخطي، مشهد رئيسي ومحاورين تم اختيارهم جيداً، التعبير المترابط بين التعليق والمقابلات، ومع ذلك يجب على المراسل أن يحاول دائماً تكوين قصة خبرية، حتى عندما يبدو الأمر صعباً أو مستحيلاً في بداية الأمر. (Jespers, 2009, p.165)

-التقارير الحية:

تقرير حي مباشر يغطي الوقائع والأحداث فور حصولها بالتصوير الحي، حيث يقدم صورة الأحداث بالشرح الوافي والتحليل المفصل، ما يجعله قريب مهنياً من التقرير الإخباري في نقل البيانات وسردها ونقل كل ما يقع من أحداث، وأحيانا يمكن له أن يفصح عن بعض آرائه وأفكاره تجاه ما يقع، حتى يستطيع المشاهد أن يدرك بالشرح كل ما يجري وكل ما يصور. كنقل تقريراً حي عن أوضاع الناس في الباكستان بعد كارثة الزلزال وما نجم عنها، وهو أمر مختلف عن إنشاء تقرير شخصي مفصل داخل مكاتب العمل يربط القاصص التي وقعت. (الجولي، 2015، ص. 344)

-الفرق بين الخبر والتقرير:

الخبر ينقل الحدث بموضوعية، بينما التقرير الإخباري تتدخل فيه ذاتية الصحفي وأراءه، ويمكن أن نتحدث عن بعض الفوارق بين الخبر والتقرير:

-لا تبرز شخصية الصحفي واسمه عند كتابة الخبر، بينما تبرز في كتابة التقرير، يركز الخبر على نقل الحدث فقط، بينما يستطيع التقرير نقل تفاصيل أكثر عن الحدث حسبما يريد الصحفي.

-يقدم التقرير معلومات وأفكار جديدة عن الحدث أو الواقعة لا يمكن للخبر أن يقدمها. (صالح، 2020، ص. 353)

-تقارير عرض الشخصيات:

تقرير عرض الشخصية هو واحد من التقارير التي تحاول وصف شخصية عامة أو خاصة بالتوغل في كل الجوانب الشخصية في حياتها، مع ارتباط هذا التقرير بمسألة جارية لها علاقة بتلك الشخصية، كما هو الحال بعد فوز شخصية معينة في الانتخابات. (كنعان، 2014، ص. 145) ووظيفة هذا النوع تقديم مجموعة من المعلومات حول هذه شخصية، عن طريق سرد سيرتها الذاتية ووصف مشوارها في الحياة بشكل ملخص. (سهيلي، 2018، ص. 82)

-الفرق بين تقرير عرض الشخصية والبورتريه:

لهذا يجب الانتباه إلى ضرورة التفريق بين تقرير عرض الشخصيات والبورتريه، فهذا النوع الصحفي الأخير ينتمي إلى الأساليب التعبيرية، أما في الأول فهو مبني على الموضوعية أين لا تتدخل ذاتية الصحفي في سرد الأحداث، وذلك على عكس كتابة البورتريه أين يمكن للصحفي أن يطلق العنان لأرائه كما يشاء. (لعقاب، 2004، ص. 68-69)

أما البورتريه فهو يعد نوع صحفي إبداعي، يعتمد على تصوير حياة الشخصيات انطلاقاً من القدرات التعبيرية لكل صحفي محرر في رسمه لهذه الشخصية، حيث يحاول رسم ملامح الشخصية بشكل يجعل المشاهد متفاعلاً ومستمتعاً وقادراً على تصور هذه الشخصية كما يريد المحرر، وقد يتبنى حولها نفس رأي المحرر كذلك. وقد أشار (فيولي) بأن عناصر البورتريه الخاصة أو الذاتية تتضمن انطباعات معينة وإحساساً ما، كقصص عن شخصيات. فيما يراه نصر الدين العياضي كنوع منفرد لا يحتل مكانه نوع آخر بل هو مكمل لبقية الأنواع. (سهيلي، 2018، ص. 83)

-الفرق بين التقرير والتحقيق:

يمكن أن نورد الفرق في هذه النقاط: الرفاعي (2020)

-يعالج التحقيق قضية أو مشكلة ما، مثل عمالة الأطفال، البطالة، زواج القاصرات... ولا يهم توفر معيار الجودة فيه، بينما التقرير الإخباري يتناول خبراً أو موضوعاً يلفت اهتمام الجمهور فتقدم معلومات له وآراء حوله وهو مرتبط بعامل الأنية.

-يعرض المحقق الصحفي وجهات نظر متعددة في المسألة المثارة، إما مع أو ضد، فيسمح لمحرره بإبداء رأيه، بينما التقرير الإخباري يبرز شخصية كاتبه عند اختياره لموضوع التقرير، لكنها قد تغيب في كثير من المرات لتحل محلها الأحداث.

-مصادر التحقيق الصحفي من أخبار وسائل الاعلام ومحتوياتها ومن عمله الشخصي والتجارب الإنسانية، والوثائق وغيرها. بينما يستهدف التقرير الإخباري معالجة موضوع ذو طابع إخباري من مصادر الأخبار المعروفة. (ص. 44)

-الربورتاج التلفزيوني

هو التجربة الحية التي يعيشها الصحفي في موقع الحدث، فهي طريقة تجريبية واقعية للمعرفة والكفاءة والاحتراف النابع من البراعة والحس الصحفي الفائق، أو ما يعرف -بالعين المشعة- التي يرى من خلالها الصحفي الأحداث أفضل من البشر العاديين. (Buxton, 2000, p.10)

يقوم الإعلام التلفزيوني المتناسق على ثلاثة مبادئ، منها التعايش مع كل رسالة أساسية تبث: ومنها مبدأ الجدية (مصادقية المعلومات)، مبدأ الوضوح ومبدأ اللذة. فهذه المبادئ توجه كتابة النص لنمط معين من وجهة نظر المعجم والنحو والأسلوب، مع إجراء المقابلات اعتماداً على الأنواع المختلفة للمحاور المحررة، وإنتاج برامج الفيديو (كالتقارير الإخبارية، الربورتاج الرئيسي، التحقيق، الوثائقي) إضافة إلى رسائل تبث أكثر المجمعات مثل الأخبار التلفزيونية أو منتدى النقاش. (Jespers, 2009, p.142)

ملاحظة: هناك خلط بين مفهوم التقرير الإخباري ومفهوم الربورتاج في الأدبيات الإعلامية العربية، سواء من حيث المفهوم النظري أو من حيث جانب الممارسة الإعلامية نفسها، فغير واضح فعليا من خلال الممارسة إذا ما كان المفهوم واحد وإذا ما كان هناك تعريف غير معرب للربورتاج، أو المفهوم يصف نوعين مختلفين فعلا، لكن عموماً ومن خلال نموذج نشرات الدراسة، فقد تم التفريق بين النوعين من خلال ما أشار له مقدم النشرة ومخرجها. فأحياناً يصف الخبر المقدم بالتقرير وأحياناً أخرى

بالرورتاج، والفارق الجلي في النوعين، هو تركيز التقرير على الإخبار بينما كان الرورتاج كنوع إعلامي أدبي يعتمد على قوة الكلمة وبراعة الوصف وإجادة التعبير لملامسة حواس المشاهد والتأثير فيه وخلق نوع من الانطباع الإيجابي أو الغير إيجابي نحو الشخصية محل الوصف.

5-3-4- التحقيق الاخباري

يُعرف التحقيق الإخباري بأنه: فن من فنون الصحافة الإذاعية والتلفزيونية وشكل من أشكالها يتخذ من البناء الدرامي قالباً له في عرض الأفكار وتقصي الظواهر ومتابعة الموضوعات بهدف الكشف عن أسرارها وفهم حقائقها، حينما يتناولها المراسل بالوصف ويقدمها ميدانياً بعدها، وكلمة تحقيق تعني إعادة نقل الحدث أو الصورة بزواياها المختلفة وبشكل متكامل من موقع الحدث إلى الجمهور المستهدف. (السعدي، 2018، ص. 243)

وعلى سبيل المثال، أنتجت في سنة 2012، نيويورك تايمز تحقيقاً للصحفي (جون برانش) والذي فاز بفضلته بجائزة -بوليتزر- حول وفاة متزلجين في فيما عرف حينها بـ The Snow Fall: The Avalanche At Tunnel Creek، والذي حظي بنحو 3.5 مليون مشاهدة في الأسبوع الأول من نشره، حيث دمجت فيه النصوص والفيديو والصور والجرافيك في مزيج جذاب وموحي بشأن القصة، لتنتج الجارديان في 2013 مشروعاً صحفياً متعدد الوسائط باسم Firestorm والذي يحكي قصة عائلة نجت من حرائق الغابات بأستراليا، كما أنتجت آخر حول تجسس وكالة الأمن القومي الأمريكية على الاتصالات الشخصية تحت اسم: NSA Files Decoded، والذي مزج في عرضه ما بين النصوص والفيديوهات والانفوغراف والوثائق... إلخ. (عبد الفتاح، 2016، ص. 48-49)

والتحقيق التلفزيوني يتناول موضوعاً أو مشكله مهمه، عن شخصية متميزة أو موضوع طريف. ويشغل هذا الموضوع قطاعات عريضة من المجتمع ويرتبط بحياتهم، فالتحقيق يشرح ويفسر ويبحث في الأسباب التي تكمن وراء الخبر أو القضية أو الفكرة أو الظاهرة التي يدور حولها. ويهدف التحقيق إلى تقديم معلومات وآراء متعددة، يعتمد غالباً على المقابلات للحصول على المعلومات والآراء حول شخصيات معينة. (عبد الحميد، 2014، ص. 25)

والتحقيق يبدأ من مرحلة جمع المعلومات الشاملة والمتصلة بالأحداث الجارية على اختلاف موضوعها، والتي تقدم الآراء والأفكار التي تدور حولها في لغة سهلة وواضحة، من خلال الشرح

والتفسير والتقصي عن الأسباب والعوامل الاجتماعية أو السياسية أو الاقتصادية... التي تكمن وراء الخبر أو القضية أو الظاهرة التي يدور حولها، وهو نوع إخباري هدفه الوصول إلى الحقائق وعرضها بالكلمة والصورة حيث يهتم بكشف الأحداث أكثر من نقلها. (محمد، 2017، ص. 45)

ويرى بول وليامز (Paul Williams) التحقيق بأنه سيرورة تبدأ بجمع الحقائق ثم تحليلها واتخاذ القرارات المنطقية حولها. والإعلام العربي ما يزال يفتقر للتوظيف السليم لشروط هذا النوع، لغياب الخبرة وعدم توفر الوقت والتكاليف والتسهيلات لإنجازه، كما أن فئة من الصحفيين يخشون العقوبات (خاصة بغياب ديمقراطية الإعلام)، وهو ككافة الفنون الأخرى لا يحمل تعريف محدد لتعدد وظائفه، فهناك من يعتبره فن التتوير، بأسلوب يجسد الحقائق، وهناك من يسميه الاستقصاء الصحفي، لكونه يعالج ظواهر وحالات حقيقية، بهدف الكشف عن تناقضاتها ووضع حكم واقعي لها. (الخفاجي، 2016، ص. 115-116)

5-3-5- التعليق الإخباري

التعليق على الأنباء هو أحد الأنواع الخبرية المهمة التي تستهدف شرح الأخبار وتبسيط الضوء على جوانبها بما يخدم وجهة نظر معينة أو بالتحيز لرأي ما، حيث يجتهد المعلق في محاولة دعم وجهة النظر هذه، بتقديم مجموعة من الأدلة وللبراهين، وبتخصيص وقت كاف له عقب نشرة الأخبار الرئيسية، وهو في العادة يتراوح في حدود السبع دقائق، وقد تزيد المدة إذا كانت الأخبار ذات أهمية بالغة. (الضبع، 2011، ص. 159)

والتعليق الإخباري إذن هو أيضا يهدف للتوضيح والتفسير من جانب محرر الخبر اعتمادا على معلوماته السابقة وخبرته ومقدار وعيه بالقضية موضوع التعليق... ولكن هناك خلاف حول مسألة حيادية المحرر، لدى تلجأ المؤسسات الإخبارية إلى الخبراء أيضا للتعليق على الأخبار لإضفاء مزيد من الموضوعية، والتعليق هو نوع إخباري يستخدم في نشرات الأخبار وعادة ما يكون في نهاية النشرة وليس وراء كل خبر. (محمد، 2005، ص. 105)

والتعليق الإخباري هو حديث إخباري مباشر يكتبه شخص متخصص للتعبير عن رأي معين في قضية ما أو حدث معين، أي إن التعليق يقوم على الرأي Opinion لكن يجب دعم هذا الرأي بالمعلومات الوافية. (عبد العزيز، 2013، ص. 36)

5-3-6- التحليل الإخباري

التحليل هو شرح للخبر ودعمه بالأخبار المرتبطة بسياق الموضوع أو القضية، إذ يعرض المحلل المعلومات الخاصة بموضوع معين بعد ترتيبها بحيث يسهل على المستمع المقارنة والاستنتاج المنطقي. وذلك دون أن ينحاز المحلل إلى رأي أو اتجاه معين، غير أنه من الصعب أن يتحلى المحلل بالحياد التام عند وضع تحليله، ذلك أن التوجيه إلى رأي الكاتب يمكن أن يتم من خلال أسلوبه في شرح وتفسير الأخبار ولهذا يقال إن التجرد والحياد الكامل عند تقديم التحليل ليس سوى أمنية يصعب تحقيقها في الواقع. (مكاوي وعبد الغفار، 2008، ص. 91)

فالتحليل الإخباري هو إضافة مزيد من المعلومات على الخبر لتفسيره وتوضيحه للجمهور فضلا عن اظهار ما يمكن أن يكون وراء الخبر، وهو يتطلب الاستعانة برأي الخبراء في مجال الحدث موضوع التحليل... فهو شكل إخباري تلفزيوني يقدم في أعقاب عرض الخبر مباشرة كجزء من متن وترتيب النشرة الإخبارية... (محمد، 2005، ص. 103) والعديد من النشرات الإخبارية اهتمت بتوظيف التحليل الإخباري كفن صحفي يقدم الخبر مع التحليل، وقد تستعين بذلك ببعض المتخصصين.

وأحيانا يتخذ التحليل الإخباري نفس الشكل الذي يتخذه التعليق، ولكن التحليل يقوم على المعلومات المكتوبة ولا يتضمن رأيا صريحا في القضية. فإذا أخذنا إحدى القضايا فمن العلاقات الكويتية العراقية مثال، فإن كتابة تعليق حول هذه المسألة ليذاع في إذاعة دولة الكويت، فإن هذا التعليق تتم كتابته ليعبر عن رأي إذاعة الكويت في القضية، وهذا الرأي هو رأي الدولة الكويتية (الإذاعة تعبر عن الدولة)، أما إذا تمت كتابة تحليل إخباري عن القضية نفسها، فإن هذا التحليل يتضمن المعلومات التي تكشف عن جوانب مختلفة من القضية، أي إن التحليل الإخباري يقدم معلومات كافية توضح القضية للجمهور (عبد العزيز، 2013، ص. 36)

فهدف التحليل هو شرح جوانب الحدث المختلفة وعلاقته بالأخبار الأخرى الواردة في نفس السياق، والتماشية معه أو المتعارضة، بتوظيف المعلومات التي تشرح جوانبه، وتبرز ما به من تناقض أو اتفاق، فبعد تحليل كل الجوانب وتقديم وجهات النظر كلها، يتم ترك الحكم للمشاهد بعدها. فالتحليل صنف من أصناف العمل الإخباري، ومن المهم أن يتسم بصفات معينة أثناء تحريره أو تقديمه. (الضبع، 2011، ص. 157)

5-3-7- المقابلة الإخبارية وأشكالها:

المقابلة فن يقوم على الحوار بين الصحفي وشخصية من الشخصيات، بهدف استقاء الأخبار المعلومات، حول موضوع معين يتسم بالجدة أو لشرح وجهة نظر معينة أو لتصوير جوانب غريبة وطريفة حول هذه الشخصية، وهو نوع أقرب إلى مفهوم الحديث الصحفي لأنه يقوم على أساس الحوار الحي والمباشر بين الصحفي وشخصية ما بهدف إفادة الجمهور بالمستجدات حول موضوع أو قضية تشغل اهتمامه. (محمد، 2017، ص. 48)

تعتبر الصحفية الأمريكية (كريستين غيلغر) أن إجراء المقابلات بمهارة هو أساس كل تغطية صحفية جيدة. فالمقابلة تمثل أفكار أو آراء يتبادلها المستجوب أثناء مقابلته مع الصحفي، وما يجعلها تختلف عن الحديث العادي هو تحديد الصحفي لسير الأسئلة، فالأسئلة هي الجزء الأهم في المقابلة للحصول على أجوبة تمثل معلومات قيمة. وقد يرفض البعض المداخلة خاصة في أمور مثيرة للجدل، والصحفي المتميز قادر على إقناع أهم المسؤولين بالموافقة على المقابلة، ويفضل الصحفيون بدء المقابلة بسؤال مريح ولو كان بعيدا عن الموضوع الأساسي، ليعزز الصحفي مصداقية لدى المصدر. (بوتر، 2006، ص. 17-18)

والمقابلة الإخبارية الجيدة هي التي تقام في موقع الحدث وتتحدث مع شهود عيان عليه، من أجل إعطاء بُعد إضافي للأحداث، خاصة المتعلقة بالكوارث والجرائم، وقد يكون اللقاء مع أفراد مشاركين في الحدث أو الكارثة وللمقابلة الإخبارية 3 أساليب: المقابلة المباشرة، والمقابلة الهاتفية، والمقابلة بالأقمار الصناعية في الأخبار التلفزيونية. (الهيبي، 2008، ص. 35-36)

وللمقابلة في العادة شكلين بارزين هما:

-مقابلة المعلومات: هدفها تقديم المعلومات إلى الناس والمشاركين بالحدث حول موضوع ما، ربما لأهميته السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية... الخ.

-المقابلة الشخصية: يسعى هذا النوع من الحوار إلى تقديم شخصية معينة للجمهور المشاهدين بحيث تثير اهتماماتهم، وهذه الشخصية قد تكون معروفة لدى الجمهور كرجل السياسة أو الفن أو أو الرياضة وأما أن تكون شخصية عادية أثارت انتباه الناس لمناسبة ما. (السعدي، 2018، ص. 243)

وتتداخل المقابلة مع الحديث الإخباري أيضا، كفن يقوم على الحوار، ويستهدف الحصول على الأخبار ومعلومات جديدة، ويسمى حديث، أو مقابلة، أو استجواب، أو حوار، وهو أحيانا نوع ترفيهي يهدف لتبادل النقاش مع الشخصية المحاور، وقد يجري الحديث مع شخص واحد أو مع عدة أشخاص، وقد يجريه محرر أو عدة محررين كالمؤتمر الصحفي، وهناك حديث المعلومات والحديث الإخباري. (عبد الحميد^ب، 2014، ص. 26)

كما أن هناك نوع صحفي آخر قريب من المقابلة التلفزيونية وهو ما يعرف بالندوة التلفزيونية، بحيث يستخدم أكثر في البرامج الإخبارية، كواحدة من الفنون التحريرية، والندوة لا تتوقف على الإلقاء بالحقائق بل تتعمق في تحليل وتشكيل القضايا المطروحة طيلة اللقاء، وهي تتطلب تحديدا دقيقا لمادة الحوار وحسن اختيار المشاركين ووضع سيناريو الحديث لضمان سيطرة ونجاح هذه الندوة، كما تتطلب كذلك أسلوبا جذابا يخلف وراءه انطباع حسن للمتابع. (الدليمي^أ، 2011، ص. 179)

5-3-8- موجز الأخبار وعرض الأنباء:

-موجز الأخبار:

يسمى بموجز الأخبار أو موجز الأنباء، وهو موعد إخباري يضم غالبا مجموعة من الأخبار المهمة والمختصرة، وذلك ببثها خلال الفترات التي تفصل ما بين النشرات الإخبارية، وغالبا ما يتم عرض الموجز خلال مدة لا تزيد عن ثلاث دقائق، وربما أقل، كما يمكن أن يعرض من خلاله أهم العناصر كعناوين إخبارية، وفي التلفزيون تكون مصحوبة بصور ثابتة أو مادة فيلمية إخبارية قصيرة، كما يمكن أن يتم العرض بمجهود فردي من مقدم الموجز فقط في التقديم. (صالح وعبد ربه، 2009، ص. 164)

وهو بالتالي شكل من أشكال التواصل والتفاعل الحي بين القناة الفضائية والجمهور المشاهد، بهدف تزويده بمعلومات حول كل ما يقع من أحداث أو مجريات تطورها ومستجداتها، فقد عمدت العديد من الفضائيات التلفزيونية إلى تبني العمل بهذا النوع الخبري خلال مواجيز الأوقات التي تخلو من نشرات الأخبار، بتقديم الأخبار بشكل مختصر في مضمونه يهدف إلى التنوع والحركة والسرعة في الانتقال من خبر إلى آخر، مع ترك التفاصيل للنشرة الإخبارية الرئيسية... والموجز بهذا الشكل يساهم في شد انتباه المشاهد وقد يدفعه لترقب النشرة الإخبارية المفصلة حتى يحصل على المزيد من التفاصيل. (عبد الحميد^ب، 2013، ص. 229)

وبالتالي فالموجز إجمالاً، هو مجموعة الأخبار القصيرة والمهمة التي تذاع خلال مدة قصيرة (03 دقائق) في الفترات التي تخلو من النشرات الإخبارية، وقد يكتفي فيه بعناوين الأخبار فقط، وغالباً ما تكون مصحوبة في التلفزيون بصور ثابتة أو مادة فيلمية إخبارية قصيرة أو مقدم الموجز، وقد يعرض لعدة مرات على مدار فترة الإرسال، حيث يركز على آخر المستجدات. (قاسم، 2019، ص. 142)

- عرض الأنباء:

يعني اختيار أهم وأبرز الأخبار وتقديمها في توقيت ثابت من اليوم (يكون عادة في نهايته أو في نهاية فترة الإرسال)، وتكون مدته (عشرة دقائق)، وبالتالي هو عرض مجمل أهم الأنباء التي سبق تقديمها خلال فترة الإرسال، ويختلف عرض الأنباء عن النشرة في أنه ليس للأخبار فيه موجز أو ملخص، كما أن الأخبار تتسم بتفاصيل أقل وبالتالي مساحة زمنية أقل عن النشرة. والنشرة تتميز بكونها تذاع عادة في مواعيد ثابتة، دون التقيد بنهاية فترة الإرسال أو نهاية اليوم. (قاسم، 2019، ص. 142-143)

الفرق بين موجز الأخبار وعرض الأنباء:

يبرز الفرق بين الموجز وعرض الأنباء من خلال تفاصيل دقيقة، فالموجز يتمثل في مجموعة من الأخبار المختصرة تبث خلال مرات من مدة الإرسال التلفزيوني وفي موعد زمني ثابت، وتشمل الأخبار ما يستجد من أحداث. بينما عرض الأنباء يمثل مجموعة من الأخبار التي تبث مرة واحدة طوال فترة الإرسال وفي موعد زمني ثابت أيضاً، يكون غالباً مع قرب انتهاء فترة إرسال القناة، كمجمل لأهم ما قدته هذه القناة من أنباء في يومها المنتهي. (نوري، 2020، ص. 35)

5-3-9- شريط الأخبار

التغطية الإخبارية تعني نقل الحدث من مكان وقوعه عن طريق نقل كاميرا التصوير أو الميكروفون إلى الموقع، قصد تغطية كل ما يقع من أحداث بشكل وافي ودقيق لحظة الوقوع مهما كانت طبيعة الحدث. (صالح وعبد ربه، 2009، ص. 164) ولتشبع الفضائيات اليوم الحاجات المعرفية للجماهير لا بد لها من نقل الخبر بسرعة ودون الانتظار لغاية موعد إخباري محدد، ولهذا برز الشريط الإخباري أو شريط العواجل كواحد من الدعائم الخبرية الهامة، والذي ازدادت قيمته بشكل كبير مؤخرًا.

ويعد شريط الأخبار خدمة إخبارية مستحدثة تعمل على مدار اليوم بشكل دائم، يجري تحرير الأخبار وتعديلها عليه أولاً بأول حسبما يستجد وبشكل مختصر، مع التركيز على الأخبار العاجلة، ويفضل التنوع في الأخبار، كما تجدر الإشارة إلى أن هناك محررون في مراكز الأخبار العالمية المصورة إضافة إلى المترجمين الفوريين في جميع اللغات الأجنبية لهم وظيفة أساسية تتمثل بمساعدة فريق العمل في نشرات الأخبار بإمداده بالأخبار العاجلة المصورة، أو بإمداد الشريط الإخباري بالأخبار الواردة من الوكالات والمحطات التي تجري متابعتها. للأخبار. (العززي، 2021، ص. 121)

وغالبا ما يأتي الشريط ملون أسفل الشاشة تبت عليه أهم الأخبار، بغرض جذب المشاهدين لما يقع من أحداث عاجلة، وبالتالي لا تحتاج القناة لقطع برامجها العادية لعرضه. (محمد، 2005، ص. 119) وتعد شبكة C.N.N الأمريكية السبّاقة في توظيف هذه الخدمة ثم قامت بتقليدها العديد من المحطات، وما يميز هذه الخدمة هو سرعة نقل الخبر وتحقيق سبق الصحفي بتقديم الأخبار إلى الجمهور بشكل مختصر، بهدف زيادة نسبة مشاهدة الجمهور لنشرات الأخبار التي تعرضها القنوات الفضائية. (السعدي، 2018، ص. 246-247)

وبالتالي هو شريط متحرك أسفل الشاشة توظفه القنوات الإخبارية والعامّة، قصد تقديم أهم وأجد الأخبار بشكل مستمر، كما يمكن تغيير فحواه ومحتواه كلما أراد المحررون، وذلك حسبما يستجد، ويؤطر الشريط بعدة طرق، فغالبا ما تظهر الأخبار العاجلة بلون مختلف لتبرز أكثر، فيما تبقى بقية الأخبار الأخرى بلونها العادي، وهي تقنية تهدف لمواكبة الأخبار وتحقيق عنصر الأنية أو الجودة، وكذا جذب الجمهور فهي أصبحت صنف إخباري غالب في الكثير من القنوات الفضائية وخاصة الإخبارية منها. (بطسي وبوشوشة، 2021، ص. 392)

وبالتالي هو يظهر كشريط متحرك وكعناوين متلفزة تبرز أسفل الشاشة غالبا، حيث تتصف هذه العناوين بالاختصار وبالإثارة والأهمية. (الكعبي وعبد الرحمن، 2020، ص. 113) وشريط الأخبار أو العناوين هي مادة تستهدف في العواجل عناوين مثل مقتل كذا أو انفجار يخلف قتيل وجريح... وغيرها من المصطلحات التي تتكرر يوميا بشكل مقصود. (الحمادني، 2016، ص. 64) حيث يستهدف هذا الشريط فصل التحليلات والتعليقات عن الأخبار المجردة. وقد يتضمن شريط الأخبار حوارات مع شهود عيان، أو أجزاء من خطب، وتقارير عن الأحداث من المراسلين، وأحاديث قصيرة كأنها جريدة ناطقة، ويعتمد الشريط على إمكانيات تقنية لينتج بشكل جيد. ورئيس التحرير من يختار عددا من أخباره من

بين كم هائل من الأخبار المتاحة. كما يحتاج إنتاج الشريط لمهارات عالية ولفقرات الربط بين المواد المقدمة. (مكاوي وعبد الغفار، 2008، ص. 91-92)

ختاماً يمكن أن نعبر عن أسلوب التأطير في مسألة اختلاف كيفية معالجة الموضوعات الخبرية من قبل القائمين بالاتصال، فمنهم من يؤطر الخبر في تقرير مفصل، ومنهم من يختصره، فيما لا يتم تغطية حدثاً آخر بشكل كلي، أو ربما يعالج من جانب واحد فقط بهدف إبرازه دون غيره، بمعنى أن هناك جوانب تعمل الأخبار على إبرازها وجعلها هامة، وأخرى تعمل على تهميشها والتقليل من قيمتها لدى الجماهير، وهذا التعامل مع المواد الخبرية يمثل مسألة مهمة لبحوث الاعلام والاتصال ويعكس سلسلة من أدوار القائمين بالاتصال وما يريدون أن يقدم بحسب مصالحهم ورغباتهم، ومن هنا تأتي مسألة الاختيار لأخبار معينة من بين العديد منها، ثم الاختيار للفن المناسب لمعالجتها. (بن وآخرون، 1992، ص. 9)

6- الإجراءات المنهجية للدراسة

1-6- منهج الدراسة

2-6- أدوات جمع البيانات

3-6- مجتمع الدراسة

4-6- عينة الدراسة

5-6- مجالات الدراسة

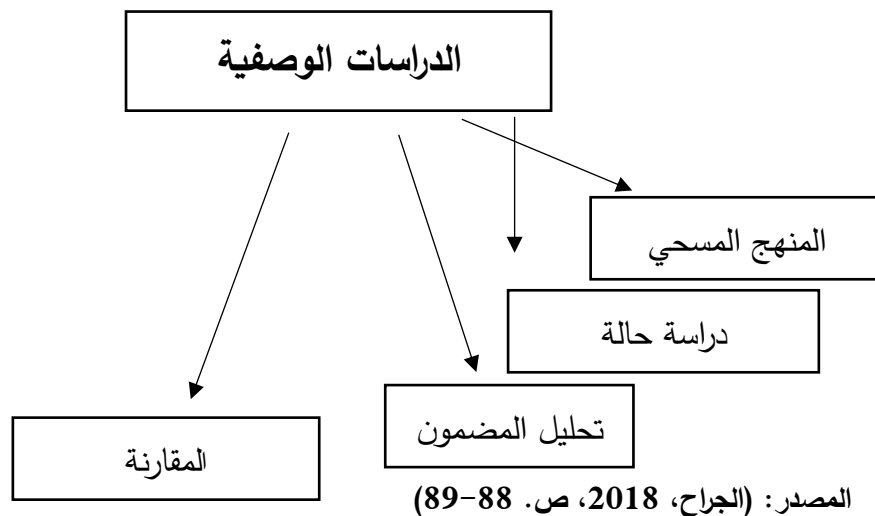
6- الإجراءات المنهجية للدراسة:

هي الإجراءات المتعلقة بالإطار التطبيقي للدراسة بشكل مباشر، بحيث يتم من خلالها رسم وتوضيح كافة أساليب وأدوات وحدود الدراسة، بداية من اختيار المنهج المناسب لنوع الدراسة، إلى اختيار العينة المناسبة لمجتمع الدراسة، وصولاً لاختيار الأداة التي تنسجم مع كل ما سبق، والتعريف بها وبكيفية الاستعانة بها ضمن حدود الدراسة ومجالات البحث. وقد أكد بدروس (2021) أن بحوث التأطير تعتمد على عمليات التحليل، ثم تحاول المقارنة بين مختلف الأطر التي عُرضت ضمنها القضايا في المضمون الإعلامي، لفهم الروابط بين الأطر والأيديولوجيات ومضمون الرسالة المعروض، استناداً على مفاهيم التأطير. (بص. 49).

6-1- منهج الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية حيث تتخذ البحوث الوصفية أشكالاً متعددة وتضم البحوث المسحية وتحليل المحتوى والدراسات المقارنة... (الحمداني، 2006، ص. 109) فالدراسات الوصفية تضم عدة أنماط، يختلف في تصنيفها الباحثين، ولكن حدد (فان دالين) الأنماط التالية للدراسات الوصفية: أولاً: الدراسات المسحية: وتشمل المسح المدرسي والمسح الاجتماعي ودراسات الرأي العام وتحليل العمل وتحليل المضمون. وثانياً: دراسة الحالة. وثالثاً: الدراسات السببية المقارنة. (والشكل الموالي رقم 01، يوضح أنماط الدراسات الوصفية حسب: فان دالين):

شكل رقم (1): أنماط الدراسات الوصفية حسب فان دالين



ويعد المنهج مسألة جوهرية بالنسبة للبحوث العلمية من خلال تحديده لمجموع الإجراءات والطرق الدقيقة الواجب إتباعها للوصول إلى نتائج دقيقة. (عياد، 2006، ص. 63)

ويعتبر المنهج الجوهر الأساسي للبحث الإعلامي، فهو يفيد في تحديد الطريقة التي سيتبعها الباحث في جمع البيانات وتحليلها، وتتعدد المناهج وتختلف في تصنيفاتها، فيتبنى البعض مناهج رئيسية، والبعض الآخر مناهج متفرعة منها، بينما يرى البعض أن المناهج هي أدوات بحث لا مناهج بحث علمي، وقد صنف (ويتني Whitney)، مناهج البحث إلى ثلاثة مناهج رئيسية، يعد المنهج الوصفي أحدها. (الطائي والعبادي، 2016، ص. 85)

وبالتالي فقد اخترنا المنهج الوصفي لما له من أهمية في بحوث الإعلام والاتصال، إضافة لكونه يتناسب مع هدف دراستنا وهو التعرف على كيفية تأطير النشرات الإخبارية في الفضائيات الجزائرية عن طريق التحليل والمقارنة.

ويعرف المنهج الوصفي على أنه أسلوب تحليلي يركز على معلومات محددة بدقة تخض ظاهرة معينة، بغرض الوصول إلى نتائج علمية يمكن أن تفسر دون تحيز شخصي وفق ما ينسجم مع المعطيات الفعلية لتلك الظاهرة. أما فيما يخص المنهج الوصفي التحليلي فهو يستهدف دراسة ظواهر وممارسات راهنة ومتاحة وقياسها دون تدخل الباحث، إلا من خلال تفاعله معها بالتصنيف والتحليل. (أوقاسي وآخرون، 2018، ص. 10)

لذلك سنعتمد في هذه الدراسة على منهجين فرعيين للتحليل الكيفي والكمي وهما: **منهج تحليل المضمون والمنهج المقارن.**

وارتبطت نشأة تحليل المضمون كأسلوب منهجي في التحليل بالدراسات الإعلامية، حيث يعرف على أنه أسلوب يهدف لدراسة المضمون الذي تقدمه الوسيلة الإعلامية، بهدف الكشف عما تريد أن تبلغه لجمهورها، ودراسة تأثير القراءة أو الاستماع أو المشاهدة على هذا الجمهور. وذهب الباحثان (ويليز وبيرنارد) عام 1941 إلى أن تحليل المضمون يسعى إلى بلورة الوصف العادي للمضمون حتى يتمكن من إظهار طبيعة منبهات الرسالة الموجهة إلى القارئ أو المستمع أو المشاهد. (المشاقبة، 2014، ص. 61-62)

ويعد منهج تحليل المضمون أحد التقنيات البحثية التي تستهدف وصف المحتوى الظاهر أو الصريح للمادة الإعلامية وصفاً موضوعياً منتظماً، ويتبع الباحث في دراسة المضمون سلسلة من خطوات المنهج الوصفي، فبعد أن يحدد مشكلة البحث يختار عينة التحليل من أجل الوصول إلى النتائج. ومن صعوبات هذا المنهج عملية اختيار العينة إذا يصعب على الباحث أحياناً الاطلاع على مختلف الوثائق التي يريد فحصها. (الجراح، 2018، ص. 115)

(والمادة التي سنقوم بدراستها، بتحليل مضمونها تتمثل في النشرات الرئيسية لقناة النهار وقناة الجزائرية الثالثة الإخبارية وذلك حسب عينة الدراسة المختارة والمحددة).
بينما تعتمد المقارنة على وصف ما هو ثابت ثم مقارنة ما هو ثابت هنا بما هو ثابت هناك، بمعنى وصف ما هو موجود في مجتمع ما ومقارنته بما هو موجود في مجتمع آخر في ضوء اختلاف كل من المجتمعين. ومع تطور هذا المنهج لم يعد يقتصر عمله على مجرد المقارنة ولكنه امتد ليشمل عمله التأويل والتفسير في كل حالة أي اكتشاف القوانين في ظروف معينة لثقافة ما. (عبد المؤمن، 2008، ص. 351)

وبما أن المنهج هو أسلوب علمي لتقصي الحقائق حول ظاهرة معينة، ومحاولة تفسيرها للتوصل لقوانين عامة، فإن غاية الدراسات المقارنة هي استخراج القوانين العامة، حيث يستعين بها الباحث في التعمق في فهم الأمور -بضدها تتميز الأشياء- والمنهج المقارن متعدد الأدوار فيستخدم في الوصف والتحليل والتفسير... وفي الدراسات المقارنة فهو لا ينفصل عن المناهج المعروفة كالمناهج الوصفية أو التحليلية. (بكر، 2003، ص. 6-7)

وفي دراستنا هذه، ستتم المقارنة بين ما توطره القنوات العمومية من أخبار وما توطره القنوات الخاصة من أخبار مع التركيز على الاختلاف الذي يطغى من خلال تباين الملكية والسياسة الإعلامية للقنوات الفضائية الجزائرية والتشابه الذي ينتج من التوجه إلى نفس الجمهور تقريبا وفي نفس الوقت تحديداً.

-وعموماً رغم التصور بأن التأطير نموذج معقد يتطلب دائماً إجراء المسوحات وتطوير التجارب المخبرية، والتحليلات الكمية للمحتوى باستخدام أدوات إحصائية، لكن يمكن أن تكتفي بحوث التأطير أيضاً باتباع المناهج الكيفية والنوعية. (abreu, 2015, p. 400)

6-2- أدوات جمع البيانات

التحديد الواضح لمشكلة البحث يؤدي إلى تحديد نوع البيانات المطلوبة التي يمكن استقاء البيانات والمعلومات منها، ولأن البحث العلمي يستهدف الإجابة على مجموعة من التساؤلات المطروحة عن مشكلة البحث، فإن ذلك لن يتيسر إلا عن طريق جمع معلومات معينة ثم معالجة هذه المعلومات بأسلوب علمي للخروج بالنتائج المنطقية المحددة للمشكلة التي يتصدى البحث لها. (حسين، 1995، ص. 177)

وذلك عن طريق اعتماد الباحث على وسائل جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث ضمن استخدامه لمنهج معين أو أكثر... وتتحدد أدوات البحث العلمي وفق ما يلي: الملاحظة، المقابلة، الاستبيان، التجربة، تحليل المضمون، والتحليل الإحصائي. (بن مرسلي، 2003، ص. 220-221)

ولأن أدوات البحث العلمي تختلف من باحث لآخر فقد اعتمدنا في دراستنا على أداتين لجمع البيانات وتحليلها وهما: استمارة تحليل المضمون أو المحتوى كأداة أساسية، بالإضافة للملاحظة البسيطة كأداة داعمة، لأنهما الأكثر تناسباً ومنهج الدراسة وعينتها، ويمكن من خلالهما قياس متغيرات الدراسة على ضوء نظرية التأطير الإعلامي، المتمثلة في السياق التي وضعته الفضائيات الجزائرية في تقديم نشراتها الإخبارية والنص الإعلامي المعتمد والنوع الإخباري الموظف، وتحديد وترتيب الأخبار من جهة وترتيب أطر الخبر نفسه من جهة أخرى... ونوع المصادر المستخدمة والجمهور المستهدفة.

وذلك بتفكيك ما ينتجه القائمون على النشرات الإخبارية من مضامين اتصالية متنوعة إلى أجزاء مادية، تسمح بكشف الرموز والصيغ المختلفة المستخدمة في التعبير عن القيم والأفكار المراد تبليغها إلى الطرف الآخر في عملية الاتصال. (بن مرسلي، 2003، ص. 250-251)

6-2-1- الملاحظة

تستخدم أداة أو أسلوب الملاحظة في جمع البيانات في البحوث الكمية والنوعية، ففي الحالة الأولى تكون ملاحظة منظمة، ولكن الملاحظة هي غالباً ما تطبق في البحوث النوعية بشكل غير منظم (بسيطة)، أي أن الملاحظ لا يستخدم تصنيفات وأنماط محددة سلفاً، بل يسجل ملاحظاته بشكل طبيعي مسترسل ليعبر عن الواقع كما حدث. (قندجلي والسمراني، 2009، ص. 312)

وكما يوضحه التعريف السابق وانطلاقاً منه ومن مبادئ الملاحظة عموماً، فقد اعتمدنا على الملاحظة كأداة داعمة لأداة استمارة تحليل المضمون، فمن خلال المشاهدة المباشرة للنشرات الإخبارية

(وإعادة متابعتها) تم الوقوف على ضبط فئات تحليل استمارة تحليل المضمون وإعادة صياغتها عن قالبها الأول، وذلك بما يتناسب والمحتوى الذي تمت مشاهدته، حتى يمكن وضع فئات يُمكن قياسها من جهة، ولتعكس المضمون المقدم من جهة أخرى.

وبالتالي من خلال الملاحظة تم تحديد مؤشرات وأبعاد كل فئة بما وردت في النشرات الإخبارية المسجلة التي تُمثل العينة المختارة للدراسة. فبعض الأبعاد والمؤشرات تم توظيفها في استمارة التحليل الأولية، وحين تبث عدم ورودها كليا تم اقصاءها أو تغييرها بأخرى تم ورودها، وقد تم ترك بعض المؤشرات التي لم يتم ورودها ضمن النشرات نظرا لأهميتها ولضرورة الإشارة إلى عدم توظيفها أو ورودها كنتيجة تخدم أهداف الدراسة. (وسنوضح في العنصر الموالي ما تم ضبطه من فئات في استمارة التحليل أو يمكن النظر إلى الملاحق).

6-2-2- استمارة تحليل المضمون

انطلق استخدامنا لاستمارة تحليل المضمون كأداة أساسية بغرض الحصول على معلومات لا تحمل انطباع شخصي، ولا تخضع للتأويل الفردي، بإتباع خطوات علمية دقيقة تسمح لنا بالوصول إلى نتائج تحقق أهداف الدراسة.

وقد قام الباحث بتصميم استمارة تحليل المحتوى وفق الخطوات التالية:

-وحدات التحليل:

تعكس نسبة بروز موضوع ما بالنسبة لأدوات تحليل المحتوى حجم الأهمية المعطاة له من طرف المؤسسة الإعلامية، ويعكس عامل التردد نسبة معالجة الموضوعات والقضايا من عدمها. (عيسى، 2017، ص. 131) ولأن إشكاليات البحث في ميدان العلوم الإنسانية والاجتماعية وخاصة علوم الاعلام والاتصال متنوعة، فمن المعقول أن تتنوع وحدات التحليل أيضا وفق كل مضمون وما يهدف له. (تمار، 2007، ص. 84)

-وحدة العد والقياس: وتشمل: وحدة الكلمة، ووحدة العبارة (ضمن المقطع لأن مادة التحليل سمعية بصرية): الأولى تستخدم لعد الشخصيات والأماكن... والثانية لعد أنواع الموضوعات والقضايا.

-وحدة الفكرة: لتحديد وعد الأطر والاتجاهات والمعاني.

-وحدة الزمن: لقياس المساحة الزمنية ضمن النشرات الإخبارية.

-فئات التحليل:**-من حيث المضمون:**

-فئة إطار الموضوع الإخباري: سياسي دبلوماسي - اجتماعي - اقتصادي - صحي - ثقافي - رياضي - علمي - أمني - ديني - تعليمي - أخرى.

-فئة أطر القضايا الواردة: الكوفيد والمنظومة الصحية - مكافحة الجريمة والفساد - القضايا السياسية والدبلوماسية - أوضاع الجالية والمهاجرين - تضامن اجتماعي وأسري - القضايا الاقتصادية - الاستيراد والتصدير - التنمية والتطوير - أخرى.

-فئة الشخصيات الواردة: رئيس الجمهورية - الوزير الأول - نائب رئيس أركان الجيش الشعبي الوطني - وزراء - حكوميون - رجال أمن - مدراء - الناطق الرسمي للجنة رصد ومتابعة فيروس كورونا - شخصيات فاعلة في المجتمع - رؤساء وقادة دول - شخصيات عامة (شعبية).

-فئة المنظمات الواردة: وزارة الدفاع الوطني - الوزارات - الأحزاب والجمعيات - لجنة رصد وتتبع فيروس كورونا - اللجان المحلية المختلفة - المستشفيات الجامعية والخاصة - الجامعات ومعاهد التكوين المهني - الخطوط الجوية الجزائرية - منظمة الصحة العالمية - حركة عدم الانحياز - منظمة الأوبك - منظمات دولية مختلفة.

-فئة اتجاه الخبر: اتجاه مؤيد - اتجاه معارض - اتجاه محايد.

-فئة إطار الممارسة الإعلامية: إطار إيجابي - إطار سلبي - إطار متوازن.

-فئة الأطر المحددة للخبر: إطار عام - إطار محدد بقضية.

-فئة أطر السمات البارزة في الخبر: إطار السمات الموضوعية - إطار السمات العاطفية.

-فئة الأطر المرجعية للخبر: سياق أمني - سياق صحي - سياق ديني - سياق سياسي - سياق اجتماعي - سياق تنموي - سياق تربوي.

-فئة الأطر الإعلامية: إطار الصراع - إطار المسؤولية - إطار الاهتمامات الإنسانية - إطار المبادئ الأخلاقية - إطار النتائج الاقتصادية - إطار الإستراتيجية.

- فئة أطر التحيز الإخباري: الإيديولوجيا والتنظيم الداخلي - القيم الثقافية والاجتماعية السائدة - النظام السياسي القائم - دون أطر تحيز بارزة - أخرى.
- فئة القيم الإخبارية: الصراع - الأنية أو الجدة - القرب الجغرافي والعاطفي - الشهرة - الضخامة - التأثير - الأهمية - الغرابة - الطرافة.
- فئة إطار الجمهور المستهدف: جمهور عام داخلي - جمهور عام خارجي - جمهور خاص داخلي - جمهور خاص خارجي.
- فئة الإطار اللغوي المستخدم: عربية فصحي - عامية - مختلطة - لغة أجنبية.
- فئة قاموس المصطلحات المستخدم: يصف الفاعل - يصف الأطراف المشاركة - يصف الفعل أو الحدث.
- فئة المصادر الإخبارية المعتمدة: وكالات الأنباء - المراسلين أو المندوبين - وسائل الإعلام المختلفة (الصحف والمجلات والإذاعات والقنوات التلفزيونية والمواقع الاجتماعية - بيان صحفي للهيئات والمنظمات والأفراد - الندوات والمؤتمرات الصحفية - الشهود العيان - بدون مصدر.
- فئة أطر الحيز المكاني: محلي - عربي - إفريقي - دولي.
- من حيث الشكل:
- فئة إطار ترتيب الخبر في النشرة: الأول - الثاني - الثالث - الرابع - أكثر من ذلك.
- فئة زمن استغراق بث القضايا في النشرة: (القضايا المذكورة سلفاً).
- فئة طول الخبر: قصير (أقل من 02 د) - متوسط (من 02 د إلى 04 د) - طويل (أكثر من 04 دقائق).
- فئة النوع الصحفي المستخدم في تقديم الخبر: خبر بسيط - خبر مركب - تقرير إخباري - روبرتاج - بورترية - تقرير عن شخصية - حوار إخباري - تحليل إخباري - تعليق إخباري - تحقيق إخباري.

بالإضافة: (لثنتان فرعيتان لفئة النوع الخبري: الأولى متعلقة بالنوع الصحفي للخبر المنقول، والثانية للمقابلات الصحفية للتقارير الإخبارية للأنواع الصحفية السابقة الذكر المستخدمة في النشرة).

-فئة أطر الأساليب الموضحة للخبر: إطار إخباري - إطار تفسيري - إطار تعليقي - أكثر من أسلوب تأطيري.

-فئة توقيت الخبر من حيث جدته: خبر حالي (لأول مرة يذكر) - خبر قديم (تداعياته) - خبر متوقع (مستقبلي).

-فئة الدعائم المصاحبة للخبر: كتابة - خرائط - شريط إخباري - صور - تسجيلات مصورة حصرية- وثائق - أرشيف مصور- تغريدات وتعليقات المواقع الاجتماعية - أخرى.

-فئة المداخلات أثناء النشرة: ضيف في الاستديو - مداخلة خبير أو محلل - اتصالات هاتفية مباشرة - دون مداخلات.

6-2-3-الصدق والثبات

-صدق الأداة:

الصدق هو مدى اتفاق الباحثين والمشاركين في وصف الأحداث ومكوناتها ومعانيها، انطلاقاً من حقيقة ما يعتقد الباحث أنه يلاحظه؟ وهل الباحث يسمع حقيقة المعاني التي يعتقد أنه يسمعها؟ (قندجلي والسمرائي، 2009، ص. 448) وبمعنى أوضح الصدق هو أن تؤدي وتقيس الأداة ما وضعت لقياسه فعلاً: بوضوح المحتوى وفقراته، وصدق المحكمين أو استطلاع رأي الخبراء الذي يعتبر من أكثر طرق الصدق استخداماً وشيوعاً.¹ (المشهداني، 2017، ص. 152)

ولهذا قمنا باختيار 03 محكمين متخصصين في مجال مشكلة الدراسة وهم: الأستاذة زهرة بوجفجوف*، والأستاذة شريفة طيب**، والأستاذ لطفي دكاني***، ومن خلال توجيهاتهم وتعديلاتهم تم ضبط جوانب متعلقة بفئات الشكل والمضمون، وتعديل بعض الجواب للوصول بالأداة لشكلها النهائي،

إضافة * زهرة بوجفجوف: أستاذة محاضرة (أ)، جامعة باجي مختار عنابة، قسم علوم الاعلام والاتصال.

** شريفة طيب: أستاذة محاضرة (أ)، جامعة باجي مختار عنابة، قسم علوم الاعلام والاتصال.

*** لطفي دكاني: أستاذة مساعد (أ) بجامعة عنابة، قسم علوم الاعلام والاتصال.

ويعتبر الأستاذة من بين المتخصصين في الجانب التحليلي وكل ما يتعلق بالمضامين الإخبارية والقنوات الفضائية.

-ثبات الأداة:

يقصد بالثبات في الدراسات والبحوث العلمية إمكانية إعادة تكرار استخدام الأداة والحصول على نتائج ثابتة كل مرة، (المشهداني، 2017، ص. 153-154)

ولقياس الثبات تتوفر الكثير من الأساليب والطرق كمؤشر الثبات الخاص بـ: ألفا كرو نباخ Cronbach Alpha (Newman et al, 1998, p.39). لقياس الاتساق الداخلي لفقرات الأداة وتقييمه كدليل يؤشر على الموثوقية. وكلما كانت الدرجة عالية كلما كانت درجة الموثوقية أكبر، ولو أنه أحيانا يتم قبول درجات أقل. (Goh & Foo 2008, p.41) وفيما يتعلق بتحليل المضمون تعتمد العديد من الدراسات على معادلة هولستي **holisti**. حيث قام الباحث بإعادة التحليل لقياس الثبات على عينة من النشرات المختارة، ثم طبق عليها معادلة (هولستي) لقياس الثبات على هذا النحو:

$$2M$$

$$N1+N2$$

M: عدد الحالات المتفقة أثناء التحليلين.

N1: عدد الحالات التي رمزها الباحث.

N2: عدد الحالات التي أعاد ترميزها.

وعن طريق تطبيق معادلة هولستي، تحصل الباحث على معامل ثبات أداة استمارة التحليل يساوي 98% وهي درجة عالية جدا تؤكد ثبات المحتوى وصلاحيته الأداة.

6-3-مجتمع الدراسة

يتباين مفهوم مجتمع الدراسة عن مفهوم عينتها، فيقصد بمجتمع الدراسة أنه المجموع الكلي للعناصر المراد تعميم النتائج عليها، والتي لها علاقة بالمشكلة البحثية. بينما يقصد بعينة الدراسة تلك الفئة التي تتوزع فيها سمات المجتمع بنفس النسب الواردة فيه. مع ضرورة أن تمثل العينة المختارة المجتمع الأصلي أو الكلي للبحث، وذلك وفق قواعد وخطوات منهجية مدققة ودون أي تحيز أثناء الاختيار. (الطائي والعبادي، 2016، ص. 72)

ومجتمع الدراسة هو المجتمع الأوسع الذي يمثل مجموع المفردات التي يريد الباحث فحصها للوصول إلى نتائج الدراسة، فهو يمثل الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف بحيث تعمم نتائج الدراسة على كافة مفرداته. (حسين، 1995، ص. 147)

ويعرف مجتمع البحث: أنجرس (2017)، إلى مكونات تتقاسم سمة أو عدة سمات تجعلها متفردة عن غيرها من المكونات المختلفة، وهي التي ستجرى على عناصرها عملية الدراسة أو الاكتشاف. (ص. 301)

ويتمثل مجتمع دراستنا في مجتمع وثائقي، يشمل النشرات الرئيسية لقناتي: النهار الجزائرية وهي قناة خاصة إخبارية، والقناة الجزائرية الثالثة الإخبارية، وهي قناة عمومية تتجه للأخبار شيئاً فشيئاً من خلال تغيير المؤسسة العمومية للتلفزيون تسميتها من القناة الجزائرية الثالثة إلى القناة الجزائرية الثالثة الإخبارية (عموما النشرة الرئيسية نفسها تنقل في نفس الوقت على جميع القنوات العمومية).

6-4-عينة الدراسة

تعتبر دراسة العينات من الدراسات الأساسية في بحوث الإعلام، نظراً لأن الباحث يعتمد في إجراء دراسته على اختبار عينات تمثل مجتمع البحث تمثيلاً صحيحاً، على أساس أنه من الصعب إن لم يكن من المستحيل في بعض الحالات إجراء الدراسة على كافة مفردات المجتمع الحقيقي، فضلاً على أن الاختبار العلمي الدقيق للعينة يؤدي إلى الوصول إلى نتائج مماثلة مع نتائج كل مفردات المجتمع الأصلي، فنختار الأفراد الذين سيجري البحث حولهم من عينة أكبر تسمى العينة الأصلية، فالعينة مجموعة فرعية من عناصرها. (عبد الحميد، 2000، ص. 77)

وتعتمد العينة على دراسة بعض مفردات المجتمع الكلي، والحصول على المعلومات حوله، بدلا من دراسة جميع مفرداته، ويسمى هذا الجزء المدروس العينة. إذا العينة (schantillon)، هي جزء يتم اختياره من مجتمع البحث (Population) وتكون ممثلة له، وتضم الصفات الأساسية فيه. ويتم الاعتماد على العينة بدل المجتمع ككل عادة لكبر حجم المجتمع وصعوبة أو استحالة دراسته ككل. فالعينة تختصر الوقت والجهد. (أوقاسي وآخرون، 2018، ص. 71)

واختبار العينات كما هو معروف ليس مجرد اختبار جزء من مجتمع البحث حسبما اتفق وإنما هو اختبار تراعي فيه قواعد واعتبارات علمية معينة، لكي تكون نتائج العينة قابلة للتعميم على المجتمع الأصلي. (Grawitz, 1974, p. 564)

6-4-1- حجم العينة

إن ارتفاع حجم العينة يؤدي إلى الحصول على نتائج أكثر دقة وتمثلا، ولكن أحيانا تحول بعض العراقيل دون اختبار عينة واسعة جدا، وقد أخذنا عينة تشمل 16 مفردة من النشرات الرئيسية لكل من قناة النهار والقناة الجزائرية الثالثة الإخبارية، وهي مختارة بالشكل التي سيتم توضيحه في نوع العينة.

6-4-2- نوع العينة:

وقد استخدمنا عينة الأسبوع الصناعي، أو العينة الدائرية فيما يتعلق بالمادة الإعلامية المخصصة للتحليل والمتعلقة بالنشرات الإخبارية (وذلك بأخذ نشرة في يوم معين من الأسبوع الأول ثم أخذ النشرة الثانية في اليوم الموالي من الأسبوع الثاني... مثلا تم أخذ النشرة الأولى يوم الخميس 02 أفريل، والثانية يوم الجمعة 10 أفريل والثالثة يوم السبت 18 أفريل... وهكذا لغاية الرجوع ليوم الخميس الموافق لـ 28 ماي الذي يمثل آخر أسبوع من الشهر، أي مراعاة التسلسل المنطقي للأيام والأسابيع والشهور) وبالتالي استمرت عينة الأسبوع الصناعي لمدة شهرين بداية من شهر أفريل 2020 وحتى نهاية شهر ماي 2020 بأخذ نشرة رئيسية من كل قناة، مرة كل أسبوع وبالتالي 04 نشرات كل شهر من كل قناة، وقد تم اختيار يوم النشرة الأولى من الأسبوع الأول لشهر أفريل بطريقة عشوائية عن طريق القرعة، فيما أتت باقي العينة بالطريقة المنهجية المتسلسلة المذكورة سابقا، لنصل في النهاية لمجموع 16 نشرة إخبارية، أي 08 نشرات من كل قناة.

بينما اخترنا العينة القصدية فيما يتعلق بالفئات الجزائرية محل الدراسة، حيث يتم في العينة القصدية اختيار الوحدات والمفردات بطريقة عمدية وذلك تبعاً لما يراه الباحث من سمات وصفات وخصائص تتوفر لهذه الوحدات أو المفردات التي تخدم هذا البحث وأهدافه. (أنجرس، 2006، ص. 298) لهذا اخترنا بطريقة قصدية قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية TV 3 كقناة فضائية تمثل القنوات العمومية مع العلم أن النشرات الرئيسية للقنوات العمومية كلها موحدة. وقناة النهار كقناة خاصة متخصصة في الأخبار.

6-4-3- تبرير اختيار عينة القنوات:

ويعود سبب اختيار الباحث لهذه العينة إلى عاملين:

العامل الأول: حتى تكون المقارنة عادلة تم اختيار فضائيتين جزائريتين إحداهما قناة عمومية غيرت من تسميتها مؤخراً لتحمل صفة الإخبارية، والأخرى قناة خاصة متخصصة في الأخبار والبرامج الحوارية، وبين العمومي والخاص تبرز أهمية القيام بالمقارنة، أي بين القنوات المملوكة والحكومية في مجال الأخبار وهو ما يخدم صلب الموضوع.

العامل الثاني: تم اختيار قناة النهار لكونها أكثر القنوات الجزائرية الخاصة من حيث المتابعة من طرف الجمهور الجزائري (قناة الشروق العامة لا تبث أي نشرات إخبارية لهذا تم إقصاءها من الترتيب) بينما تم اختيار الجزائرية الثالثة كقناة فضائية مُثَلَّة للتلفزيون العمومي، والقناة أنشأت لمخاطبة الجمهور الجزائري والعربي بينما القناة الثانية أسست لمخاطبة الجالية الجزائرية بالمهجر والنشرات الرئيسية هي نفسها تبث في القناتين، (والشكل رقم 01 يبرز صورة للقناة بثت على موقعها مع عبارة أكثر مشاهدة بعد إحصائية معهد MMR).

شكل رقم (01): صورة لقناة النهار من خلال موقعها مع إحصائية تضعها الأكثر مشاهدة في الجزائر



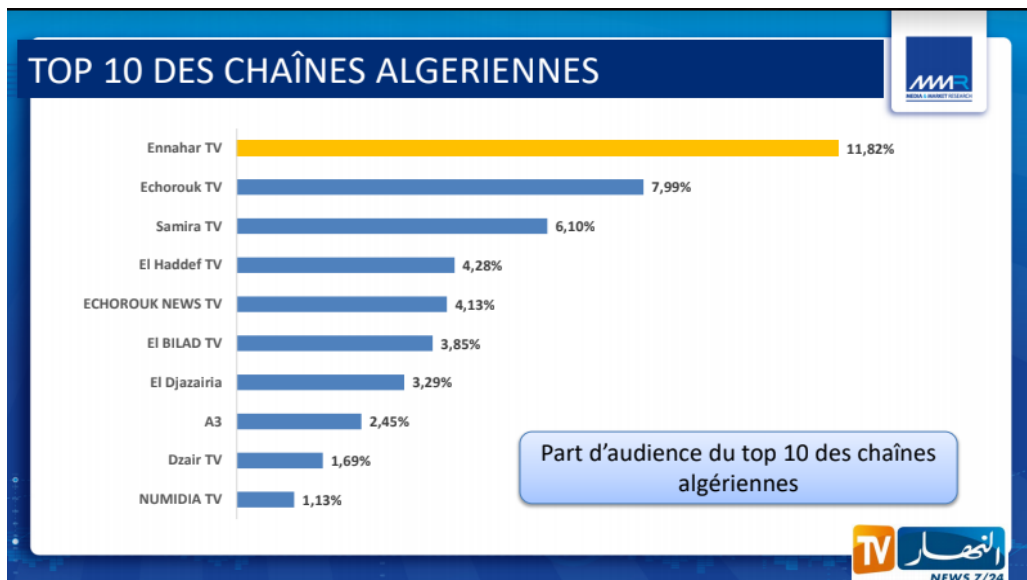
المصدر: (موقع قناة النهار، 2020)

فبحسب معطيات معهد (MRR) المتخصص في الإحصائيات والتي نشرها موقع قناة النهار (2020) بالتفصيل، في استفتاء طبق على النساء والرجال ما بين سن 12 و 100 سنة، فإن 9 مليون مشاهد قام بمتابعة قناة النهار، خلال الفترة الممتدة ما بين 20 الى 26 جانفي 2020. وما يصل لـ 6 مليون مشاهد تابع برامج ونشرات قناة النهار بشكل يومي خلال نفس الفترة. وبالتالي تصدرت القناة قائمة القنوات الجزائرية الأكثر متابعة، في الإحصائيات التي شملت البحث في عشر قنوات جزائرية، احتلت فيها قناة النهار الرتبة الأولى بنسبة 11.82 بالمائة، تليها قناة الشروق بـ 7.99 بالمائة.

كما تفوقت قناة النهار بحسب نفس المصدر على عدة قنوات عربية أخرى لذات المعهد خلال شهر جانفي 2020 مثل قناتا الجزيرة وبين سبورت وغيرها وذلك بالنسبة للجمهور الجزائري. وقد واصلت القناة هذا التصدر كأكثر قناة مشاهدة في الجزائر، بعد تصدرها للقائمة خلال شهرا نوفمبر وديسمبر من السنة التي سبقتها بحسب ذات المعهد.

والشكل رقم 02 التالية توضح بالأرقام تفاصيل تصدر قناة النهار للائحة القنوات الأكثر متابعة في الجزائر بحسب معهد MMR:

شكل رقم (02): يبين أكثر القنوات مشاهدة في الجزائر نهاية سنة 2020 بحسب MMR



المصدر: موقع قناة النهار (2020)

5-6-مجالات الدراسة

يمكن أن نقسم مجالات الدراسة كما يلي:

6-5-1-المجال الموضوعي

يتمثل في: النشرات الإخبارية الرئيسية: التي تبث في الفضائيات الجزائرية، وتحديدًا النشرة الرئيسية لقناة النهار، والنشرة الرئيسية لقناة الجزائرية الثالثة الإخبارية.

6-5-2-المجال الزمني

وتم تحديده في الفترة الممتدة ما بين 02 أفريل 2020، و28 ماي من نفس السنة، وبالتالي استمر تسجيل العينة المتمثلة في عينة الأسبوع الصناعي لمدة شهرين كاملين. تبتعتها فترة الدراسة التحليلية والمقارنة والتي امتدت لعدة أشهر من آخر موعد لتسجيل النشرات.

7- تحليل ومقارنة الأطر الخبرية في نشرات الفضائيات الجزائرية

1-7- تحليل بيانات الجداول التكرارية

2-7- النتائج المتعلقة بالدراسة التحليلية

3-7- النتائج المتعلقة بالدراسة المقارنة

4-7- النتائج على ضوء التساؤلات

5-7- النتائج على ضوء الدراسات السابقة

6-7- أفاق الدراسة وتوصياتها

7-7- خاتمة

7- تحليل ومقارنة الأطر الخبرية في نشرات الفضائيات الجزائرية

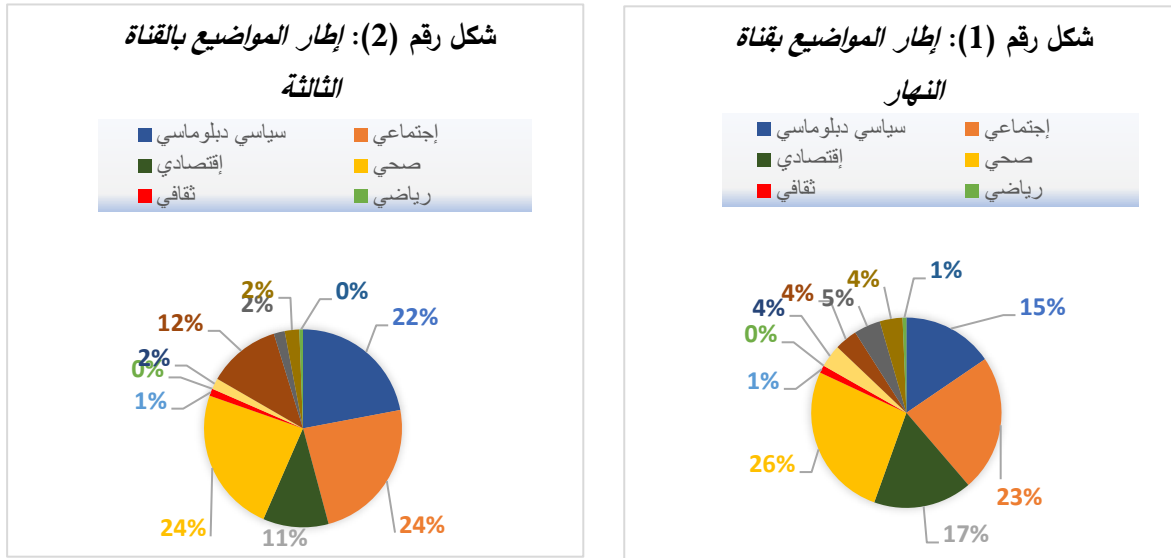
من خلال الإجراءات المنهجية للدراسة، تبدأ عملية تحليل البيانات بغرض الإجابة على تساؤلات المطروحة، بتطبيق أداة الدراسة على العينة المختارة من النشرات الرئيسية في الفضائيات الجزائرية)، بهدف التعرف على الأطر الخبرية المستخدمة في تأطير نشرات في الفضائيات الجزائرية، وذلك بالتحليل والمقارنة. خلال عدة مراحل، بداية من تحليل البيانات في شكل جداول تكرارية مفصلة ومعلق عليها، ثم تحليل النتائج على ضوء العديد من المعطيات (التحليل والمقارنة وأسئلة الدراسة، والدراسات السابقة). وصولا لوضع واقتراح آفاق الدراسة وتوصياتها وخاتمة للدراسة تضم أبرز نتائجها.

7-1- تحليل بيانات الجداول التكرارية: (تقدم الجداول (27 جدولا) والأشكال (47 شكلا) الموالين تحليلا لبيانات الدراسات بالأرقام والنسب بالتعليق عليها وتفسيرها وتوضيحها وفق ما سيأتي)

جدول رقم (01): فئة إطار الموضوع الإخباري:

نشرة القناة الثالثة الاخبارية		نشرة النهار (الحصاد الاخباري)		النشرات: إطار الموضوع الإخباري
%	ت	%	ت	
22.02%	37	15.48%	24	سياسي دبلوماسي
23.81%	40	23.22%	36	اجتماعي
10.71%	18	16.77%	26	اقتصادي
23.81%	40	26.45%	41	صحي
01.19%	02	01.29%	02	ثقافي
00.00%	00	00%	00	رياضي
01.79%	03	03.88%	06	علمي
11.91%	20	03.88%	06	أمني
01.79%	03	04.51%	07	ديني
02.38%	04	03.88%	06	تعليمي
00.59%	01	00.64%	01	أخرى
100%	168	100%	155	المجموع

المصدر: عمل شخصي للباحث



المصدر: عمل شخصي للباحث

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (01)، أن إطاري المواضيع الصحية والمواضيع الاجتماعية هما الغالبان في نشرتي قناة النهار والقناة الثالثة الإخبارية، بما يقارب ربع النسبة ككل للإطار الصحي، وهو الإطار الذي يحتوي على مستجدات وباء كورونا والحجر الصحي ومدى جاهزية المستشفيات الجزائرية لاحتواء هذا الوضع المتأزم خاصة خلال فترة الانتشار المكثف للوباء، بالإضافة لمواضيع صحية أخرى متفرقة (على قلتها)، يلي ذلك إطار المواضيع الإخبارية الاجتماعية (بنفس نسبة المواضيع الصحية تماما بالقناة الثالثة)، يليهما إطار الأخبار الاقتصادية بالنسبة لقناة النهار وإطار الأخبار السياسية بالنسبة للقناة الثالثة الإخبارية، وما يمكن ملاحظته هنا هو تركيز أخبار قناة النهار على الإطار الاجتماعي وربط الأخبار بأفراد المجتمع أكثر، بينما تركز أخبار القناة الثالثة الإخبارية على ربط أخبارها بمؤسسات الدولة وكوادرها بشكل أكبر.

ولم تحظى المواضيع الاقتصادية بالقناة الثالثة بنفس الاهتمام التي حظيت به في قناة النهار، بينما كان العكس فيما يتعلق بالأخبار في إطارها الأمني، إذ حظيت باهتمام أكبر بالقناة الثالثة منها بقناة النهار. بينما كانت النسب الأقل للمواضيع الثقافية والأمنية والدينية والتعليمية مع نسبة أكبر فيهم جميعا من الاهتمام لقناة النهار، بينما لم تحظى المواضيع الرياضية بأي اهتمام يذكر في حدود الدراسة رغم أن هذا الجانب قد يبدو مهم بالنسبة لشريحة معتبرة من أفراد المجتمع (لهذا تم تركها رغم نسبتها

المنعدمة)، وهذا يدل أن المواضيع الإخبارية الرياضية لا تدخل في جدول مسطر لتغطيتها بشكل يومي (في ظل توفر المادة الإخبارية الرياضية) بل تتم تغطيتها فقط في أوقات مناسبة معينة.

ملاحظة: تختلف المواضيع عن القضايا لهذا تتباين النسب بينهما، فالقضية الواحدة قد تتضمن إطارين إخباريين مختلفين معا، كأن تكون القضية صحية وأمنية في نفس الوقت أو سياسية اقتصادية...

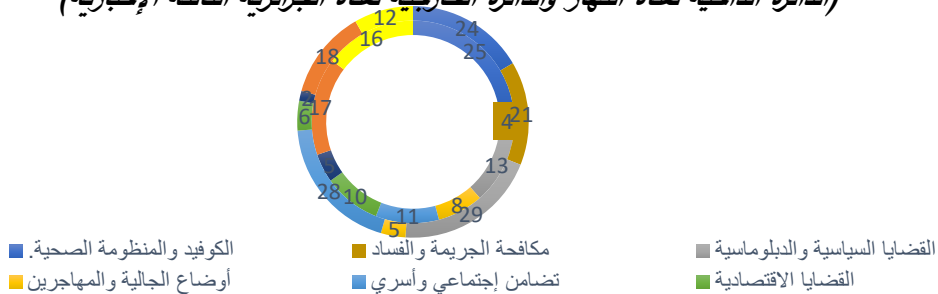
جدول رقم (02): يوضح أبرز القضايا الواردة في أخبار النشرتين:

النشرات:		نشرة النهار (الحصاد الاخباري)		نشرة القناة الثالثة الاخبارية	
القضايا	ت	%	ت	%	ت
الكوفيد والمنظومة الصحية	25	22.94%	24	16.55%	
مكافحة الجريمة والفساد	04	3.67%	21	14.48%	
القضايا السياسية والدبلوماسية	13	11.92%	29	20.00%	
أوضاع الجالية والمهاجرين	08	7.34%	05	3.45%	
تضامن اجتماعي وأسري	11	10.09%	28	19.31%	
القضايا الاقتصادية	10	9.17%	06	4.14%	
الاستيراد والتصدير	05	4.59%	02	1.38%	
التنمية والتطوير	17	15.60%	18	12.41%	
قضايا أخرى	16	14.68%	12	8.28%	
المجموع	109	100%	145	100%	

المصدر: عمل شخصي للباحث

شكل رقم (3): أبرز القضايا الواردة في النشرتين

(الدائرة الداخلة لقناة النهار والدائرة الخارجية لقناة الجزائرية الثالثة الإخبارية)



المصدر: عمل شخصي للباحث

أول ما يمكن أن نلاحظه من خلال الجدول رقم (02)، هو تجاوز القناة الثالثة الإخبارية لقناة النهار الإخبارية من حيث عدد الأخبار (145 مقابل 109) وكذلك المدة الزمنية للأخبار نفسها (كما هي سنوضحه لاحقاً)، وهو أمر لا بد بأن يؤخذ بعين الاعتبار أثناء المقارنة الموضوعية، لهذا سنركز أكثر على جانب النسب المئوية، ومنه نلاحظ تركيز قناة النهار الإخبارية أكثر على قضية فيروس كورونا المستجد والمنظومة الصحية عموماً، القضية التي كانت ولا تزال أحد أهم القضايا المرتبطة بشؤون الأفراد والمؤسسات (لها تأثيرات على كل الميادين)، حيث خصصت أكثر من خمس مواضع أخبارها لمعالجة قضية الفيروس وما يتعلق بها من منظومة صحية ككل، تليها القضايا المتعلقة بالتنمية والتطوير بنسبة 15.60%، ثم القضايا السياسية والدبلوماسية بنسبة 11.92%، وعلى النقيض خصصت القناة الثالثة الإخبارية خمس أخبارها لمعالجة القضايا السياسية والدبلوماسية كأكثر القضايا المتداولة في النشرة ككل، بينما خصصت نفس القناة ما يقارب الخمس أيضاً لتناول قضايا التضامن الاجتماعي والأسري، تليها القضايا المتعلقة بالكوفيد والمنظومة الصحية بنسبة قريبة 16.55%.

ومن خلال الجدول نلاحظ أيضاً بروز فارق كبير من ناحية معالجة قضايا مكافحة الجريمة والفساد بين النشرتين، إذ خصصت قناة الثالثة الإخبارية لتغطية القضية عدد أخبار ضعف خمس مرات ما خصصت لها قناة النهار الإخبارية، وربط القضايا الأمنية مع القضايا السياسية نجد أن القناة الثالثة الإخبارية كرست اهتمامها نحو عمل السلطات ورجال الأمن وإنجازاتهم ومواقفهم السياسية والأمنية والاجتماعية... بينما ركزت قناة النهار على المواضيع المرتبطة بالقضايا الراهنة كوفيد كورونا وأوضاع الجالية والمهاجرين وقضايا التنمية والاقتصاد... بينما قضايا التضامن الاجتماعي من خلال قناة النهار كانت أقل تغطية بكثير مقارنة بتغطية القناة الثالثة الإخبارية لها، فيما تمثل القضايا الأخرى مجموعة من القضايا الأقل تداول في النشرتين اجمالاً، منها القضايا الدينية والتربوية التعليمية بشكل أكبر من غيرها.

جدول رقم (3): يوضح أطر الشخصيات المحورية الواردة في النشرتين:

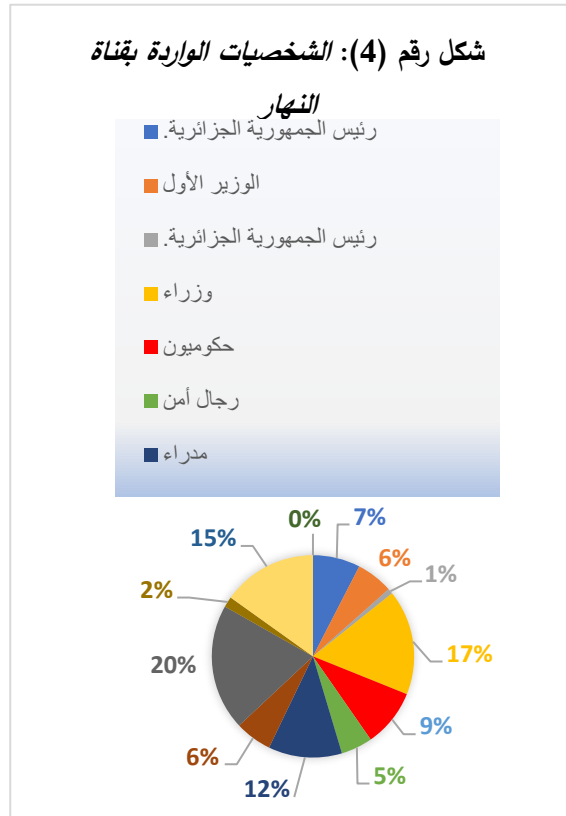
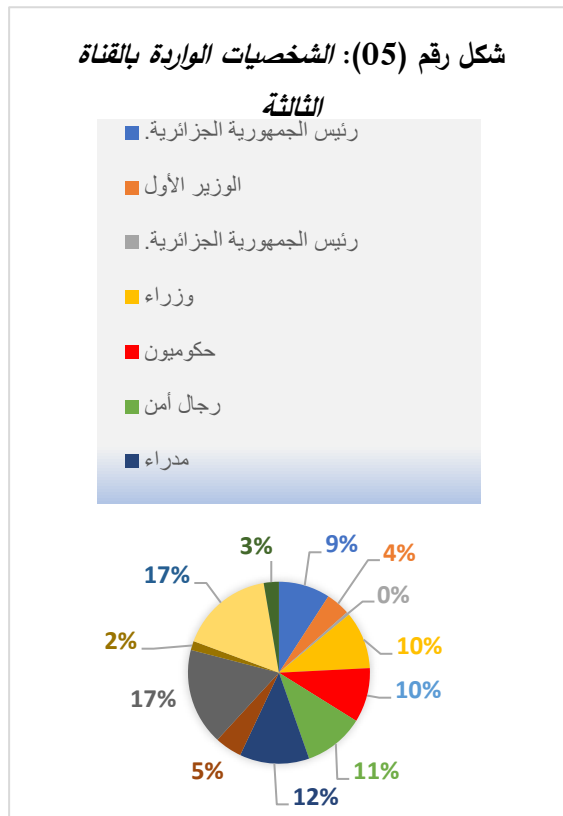
نشرة القناة الثالثة الاخبارية		نشرة النهار (الحصاد الاخباري)		النشرات: أطر الشخصيات
%	ت	%	ت	
%09.14	17	%07.44	09	رئيس الجمهورية الجزائرية
%04.30	08	%05.78	07	الوزير الأول
%00.54	01	%00.83	01	نائب رئيس أركان الجيش الشعبي الوطني
%10.21	19	%16.53	20	وزراء
%09.68	18	%09.09	11	حكوميون
%10.75	20	%04.96	06	رجال أمن
%12.37	23	%11.57	14	مدراء
%04.84	09	%05.78	07	الناطق الرسمي للجنة رصد وتتبع فيروس كورونا
%17.20	32	%19.84	24	شخصيات فاعلة في المجتمع
%01.61	03	%01.65	02	رؤساء وقادة دول (أجنبية)
%16.67	31	%14.88	18	شخصيات عامة (شعبية)
%02.69	05	%01.65	02	أخرى
%100	186	%100	121	المجموع

المصدر: عمل شخصي للباحث

نلاحظ من خلال الجدول رقم (03)، تقارب كبير في النسب بين الشخصيات المحورية الواردة في النشرتين (نادرا ما تجاوزت النسبة 02 بالمائة بينهما حول أي شخصية كانت)، حيث نجد الشخصيات الفاعلة في المجتمع (كالأطباء، والجمعويين... إلخ)، الأكثر ورودا في النشرتين بما يقارب الخمس من مجموع نسب الشخصيات الواردة ككل (بنسبة 19.84% و 17.20% لقناة النهار والقناة الثالثة الإخبارية على الترتيب)، ما يدل على الاهتمام الكبير بالدور الفاعل لهذه الفئة داخل المجتمع، ثم تتبعها الشخصيات العامة أو الشعبية بنسبة أقل بقليل في كلا النشرتين، وقد كان وريدا من جانب إبداء الرأي إزاء مخالف القضايا والأحداث، وبعيدا عن الشخصيات الفاعلة والعامة تحتل شخصيات الوزراء النسبة

الأعلى في قناة النهار 16.53%، تليها فئة الحكوميين 09.09%، بينما نجد شخصيات المدراء هي الأكثر ورودا في القناة الثالثة الإخبارية 12.37% بعد الشخصيات الفاعلة، تليها شخصيات رجال الأمن (شرطة، درك... إلخ) بنسبة 10.75%، ثم الحكوميين 09.68%، ويمثل الحكوميون هنا الشخصيات التي تتقلد مناصب حكومية من غير الوزراء.

وورد ذكر شخصية رئيس الجمهورية الجزائري بمعدل قريب من المرة في نشرات قناة النهار وقريب من المرتين في نشرات أخبار القناة الثالثة الإخبارية، بينما شخصيتي الوزير الأول والناطق الرسمي للجنة رصد وتتبع فيروس كورونا يأتي ورودهما بما يقارب المرة في كلا النشرتين. بينما لم يتم ورود ذكر شخص نائب رئيس أركان الجيش الشعبي الوطني سوى مرة واحدة في كل قناة خلال فترة التحليل. وعلى صعيد آخر لا بد أن ننوه أن للإعلام دورا مهما في التأثير على صناع القرار، حيث يمكن لأجندة الإعلام أن تمتد إلى أجندة السياسيين، والتأثير على أجندتهم. (العبد والعبد، 2008، ص. 354)



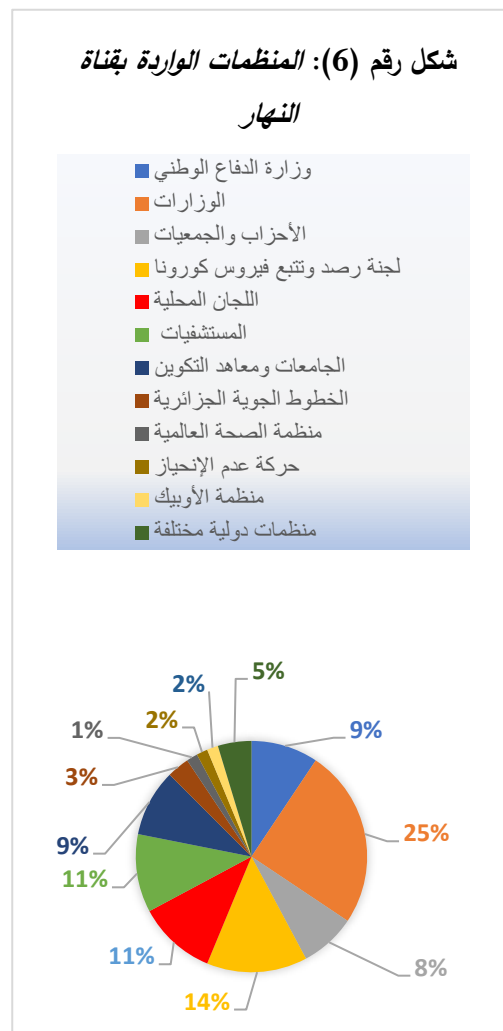
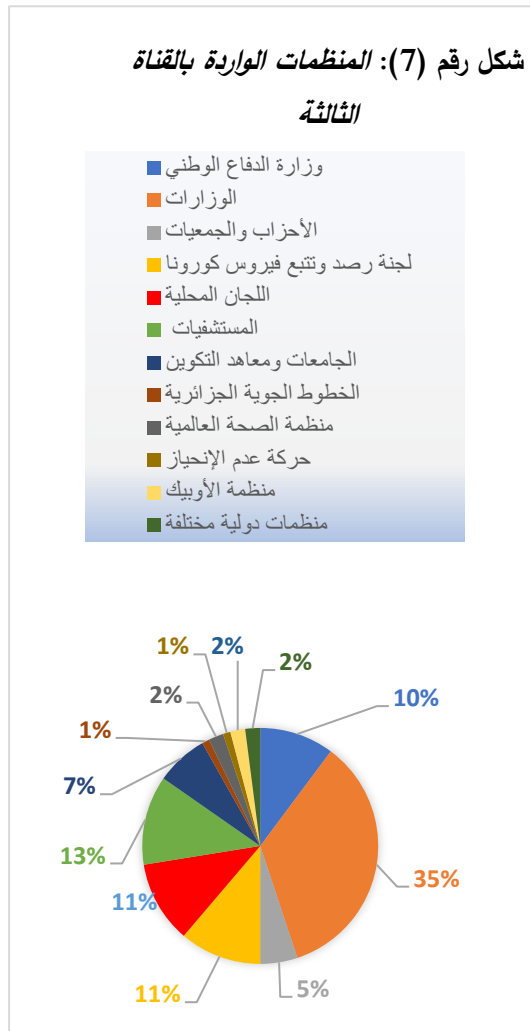
المصدر: عمل شخصي للباحث

ويمكن أن نلاحظ أمرين مهمين كذلك، أولهما هو التركيز على الشخصيات المحلية في نشرتي القنوات بشكل كبير جدا، إذ لم تصل نسبة ورود أي شخصية أجنبية قيادية إلا بما يقل عن نسبة 02 بالمائة فيهما. وثاني الأمرين هو أن التفاوت الأبرز في ورود الشخصيات هو المتعلق برجال الأمن إذ تم ورود شخصهم في نشرة القناة الثالثة الإخبارية بنسبة تفوق بمراحل قناة النهار الإخبارية وهو أمر يفسره الجدول رقم (01) الذي يوضح معالجة القناة الثالثة لقضايا مكافحة الجريمة والفساد بشكل أكبر من قناة النهار

جدول رقم (04): يوضح المنظمات الواردة في النشرتين:

نشرة القناة الثالثة الإخبارية		نشرة النهار (الحصاد الإخباري)		النشرات: المنظمات الواردة
%	ت	%	ت	
10.20%	10	09.37%	06	وزارة الدفاع الوطني
34.70%	34	25.00%	16	الوزارات
5.11%	05	07.81%	05	الأحزاب والجمعيات
11.22%	11	14.06%	09	لجنة رصد وتتبع فيروس كورونا
11.22%	11	10.94%	07	اللجان المحلية المختلفة (من غير لجنة رصد الكوفيد)
12.25%	12	10.94%	07	المستشفيات الجامعية والخاصة
07.14%	07	09.37%	06	الجامعات ومعاهد التكوين المهني
01.02%	01	03.12%	02	الخطوط الجوية الجزائرية
02.04%	02	1.57%	01	منظمة الصحة العالمية
01.02%	01	01.57%	01	حركة عدم الانحياز
02.04%	02	01.57%	01	منظمة الأوبك
02.04%	02	04.68%	03	منظمات دولية مختلفة
100%	98	100%	64	المجموع
				المصدر: عمل شخصي للباحث

يتبين من خلال الجدول رقم (04)، أن الوزارات الجزائرية هي الأكثر ورودا في النشرتين مع نسبة أكبر للقناة الثالثة الإخبارية التي تهتم بشكل مكثف بالنشاط الوزاري والحكومي في كثير من أخبارها (كما تم تبيانها سابقا)، وهي المنظمة أو الهيئة الوحيدة الواردة أكثر من 10 مرات في نشرة النهار، بينما تم ورود كل من المستشفيات الجامعية والخاصة، ولجنة رصد وتتبع فيروس كورونا، بالإضافة للجان المحلية المختلفة، ووزارة الدفاع الوطني، بنسب تتراوح ما بين 10.22% و12.25% على الترتيب من الأكثر إلى الأقل.



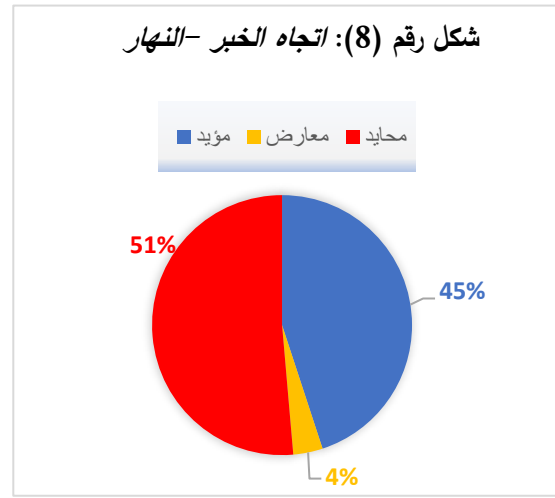
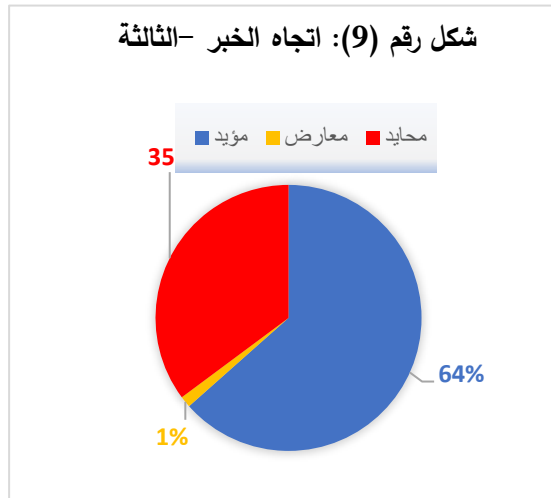
المصدر: عمل شخصي للباحث

بينما نفس المنظمات تم ورودها بقناة النهار بعدد أقل من مجموع التكرارات لكن بنسب أكبر من مجموع التكرارات للمنظمات الواردة وذلك كالآتي: لجنة رصد وتتبع فيروس كورونا بنسبة 14.06%، اللجان المحلية المختلفة (من غير لجنة رصد الكوفيد) والمستشفيات الجامعية والخاصة بنسبتي 10.94%، ثم وزارة الدفاع الوطني والجامعات ومعاهد التكوين المهني بنسبتي 09.37%.

بينما تم ورود الجامعات ومعاهد التكوين المهني بقناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بنسبة 07.14% من مجموع التكرارات. بينما وردت الأحزاب السياسية والجمعيات المختلفة بنسبتين متقاربتين كذلك بين النشرتين وبنفس عدد التكرارات (05)، بينما بقية المنظمات كان ورودها بشكل محدود لا يتجاوز نسبة 05 بالمائة في كلا النشرتين.

جدول رقم (5): يبين اتجاه الخبر:

نشرة القناة الثالثة الإخبارية		نشرة النهار (الحصاد الاخباري)		النشرات:	اتجاه الخبر
%	ت	%	ت		
63.45%	92	44.95%	49		مؤيد
01.38%	02	03.67%	04		معارض
35.17%	51	51.38%	56		محايد
100%	145	100%	109		المجموع
المصدر: عمل شخصي للباحث					



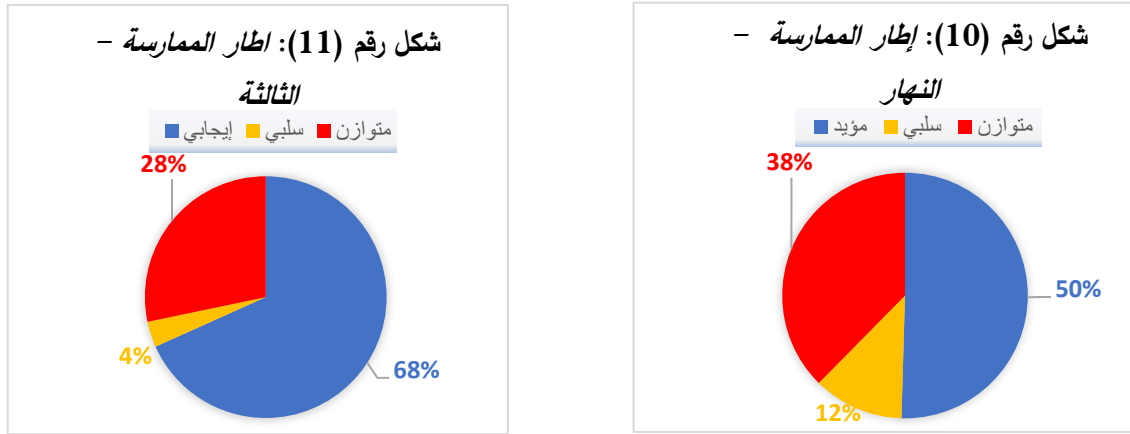
المصدر: عمل شخصي للباحث

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (05)، أن اتجاه الخبر الغالب يكون بشكل محايد بقناة النهار، بينما يكون مؤيد بثلاثي النسبة في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية، وهو أمر تفسره ملكية القنوات، فالأولى قناة خاصة بينما الثانية قناة عمومية (لا يعني بالضرورة أن القناة الخاصة تحظى بالحرية التامة في المعارضة)، ومع هذا فإن الاتجاه المعارض يمثل نسبة ضئيلة جدا في كلا النشرتين، أين أن غالب الأخبار في نشرات القنوات تتراوح بين الاتجاه المؤيد أو الاتجاه المحايد الذي يسرد الخبر بشكل أقرب للموضوعية في الطرح، وبعدم الميل لأي جهة كانت على حساب أخرى بشكل ظاهر.

وهذا ما قد يبرز إشكالية تتعلق بمدى حرص الفضائيات الإخبارية على نقل الخبر كما هو بموضوعية، فالحرص على وضع الخبر في اتجاه محايد أو معارض قد يتسبب بشكل مباشر في ضرب الموضوعية التي تعد أحد أهم شروط العملية الإخبارية من الناحية النظرية، وقد سعت العديد من الدراسات في هذا الصدد لتفسير صدق وسائل الإعلام وأمانتها في عرض الأخبار ومدى التزامها بالأمانة وأخلاقيات العمل أثناء الممارسة، فتوصلت الدراسات للكشف بعدم صدق وموضوعية وسائل الإعلام العربية أو الأجنبية، ولهذا تجربة الفضائيات الجزائرية غير بعيدة عنها بحسب العديد من الباحثين. (مليزي وبن شاعة، ص. 823).

جدول رقم (6): يبين إطار الممارسة الإعلامية:

نشرة القناة الثالثة الاخبارية		نشرة النهار (الحصاد الاخباري)		النشرات: إطار الممارسة الاعلامية
%	ت	%	ت	
68.28%	99	50.46%	55	إطار إيجابي
03.45%	05	11.92%	13	إطار سلبي
28.27%	41	37.62%	41	إطار متوازن
100%	145	100%	109	المجموع
المصدر: عمل شخصي للباحث				



المصدر: عمل شخصي للباحث

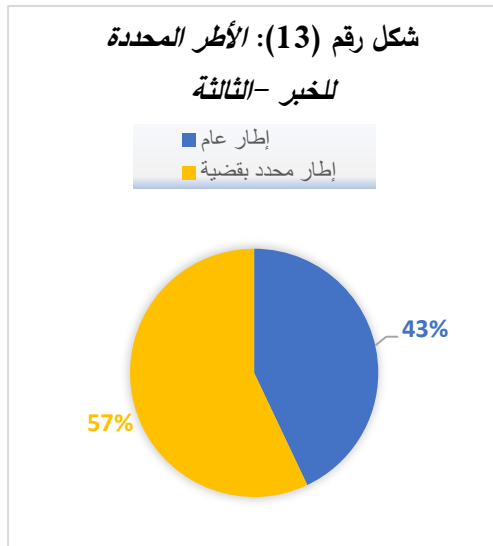
يتضح من خلال الجدول رقم (06)، أن إطار الممارسة الاعلامية غالبا ما يكون إيجابي بكلا النشرتين، أي بطرح الأخبار الجيدة بالنسبة لأفراد المجتمع كإلقاء القبض على عصابات الفساد، أو تشييد مراكز هامة من أجل التنمية والتطوير أو أخبار التضامن الاجتماعي الإنساني... إلخ، فمن المعروف أن الخبر يمكن أن يكون إيجابي أو سلبي وإن كان يتناول نفس القضية أو الموضوع، فخير عن الكوفيد مثلا يمكن أن يؤطر بشكل إيجابي في حال تراجعت نسبة الإصابات أو بشكل سلبي في حال زادت أو تأزمت الوضعية... فيما نجد إطار الممارسة المتوازن يحظى بنسبة مهمة أيضا في أخبار النشرتين، والنسبة الأقل هي لإطار الأخبار السلبية. وقد أكدت دراسة فنور (2016) أن إطار الممارسة الايجابي يغلب على أخبار نشرات التلفزيون الجزائري (60 بالمائة)، يليه مباشرة الإطار المحايد، والنسبة الأقل والأصغر تمثل الإطار السلبي من المعالجة. (ص. 344) وهو ما يعزز من صدق نتائج دراستنا.

وهنا نبرز أهمية معرفة درجة الحرية التي تحظى بها القنوات الفضائية الجزائرية، وتأثير هذه الحرية على تبني الإطار الإخباري الإيجابي أو السلبي... إلخ، وقد أكدت دراسة محلية أن المحتوى الإعلامي في الفضائيات الجزائرية يحظى بحرية لا بأس بها، لكنها تتفاوت بحسب الوضع السياسي التي تعيشه البلاد في كل فترة معينة، فخلال فترة الحراك الشعبي كانت هناك حرية أكبر ومطلقة في التغطيات، بينما خلال فترة ما بعد الانتخابات الأخيرة فقد اتسمت التغطيات في الأخبار والبرامج الحوارية بنوع من المحدودية في التغطية. (شريف بن أحمد، 2021، ص. 473).

جدول رقم (07): يبين الأطر المحددة للخبر:

نشرة القناة الثالثة الاخبارية		نشرة النهار (الحصاد الاخباري)		النشرات: الأطر المحددة للخبر
%	ت	%	ت	
42.07%	61	25.69%	28	إطار عام
57.93%	84	74.31%	81	إطار محدد بقضية
100%	145	100%		المجموع

المصدر: عمل شخصي للباحث

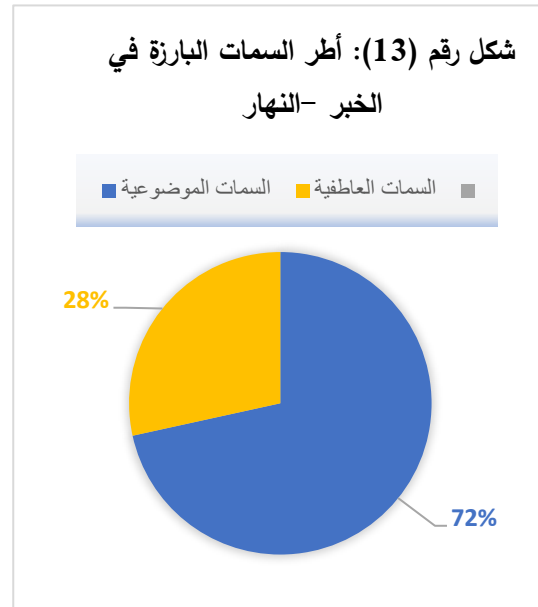
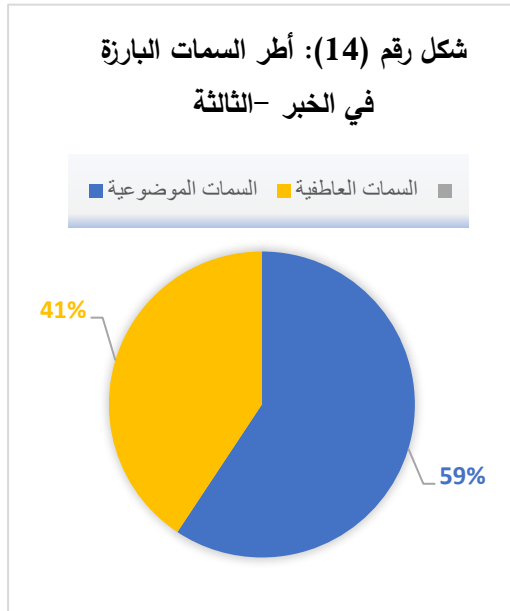


المصدر: عمل شخصي للباحث

يتضح من خلال الجدول رقم (07)، أن غالبية الأخبار بأطر محددة بقضية في كلا النشرتين، إذ أن الكثير من الأخبار الاجتماعية والاقتصادية وحتى السياسية والأمنية ارتبطت بوباء كورونا، بالإضافة لارتباطها بقضايا خاصة أخرى، ونرى أن نسبة الأخبار المحددة بقضية تزداد في قناة النهار، إذ تمثل ثلاث أرباع الأخبار، بينما تتجاوز النسبة النصف بقليل في أخبار القناة الثالثة الإخبارية، وبالتالي فالإطار العام إجمالاً يمثل النسبة الأقل في أخبار النشرتين.

جدول رقم (07): يبين أطر السمات البارزة في الخبر:

نشرة القناة الثالثة الاخبارية		نشرة النهار (الحصاد الاخباري)		النشرات: أطر السمات البارزة في الخبر
%	ت	%	ت	
59.31%	86	71.56%	78	السمات الموضوعية
40.69%	59	28.44%	31	السمات العاطفية
100%	145	100%	109	المجموع
المصدر: عمل شخصي للباحث				



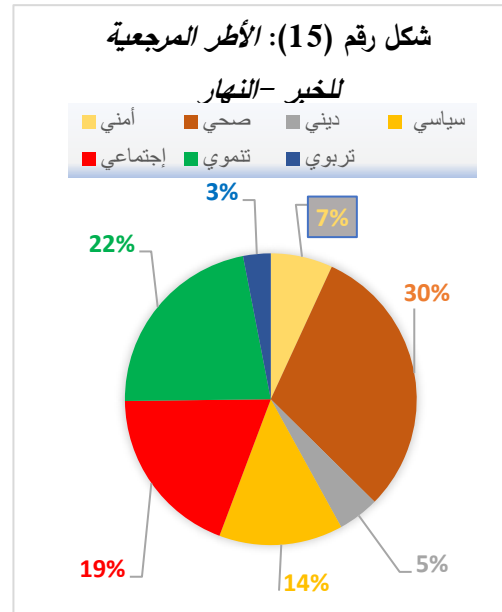
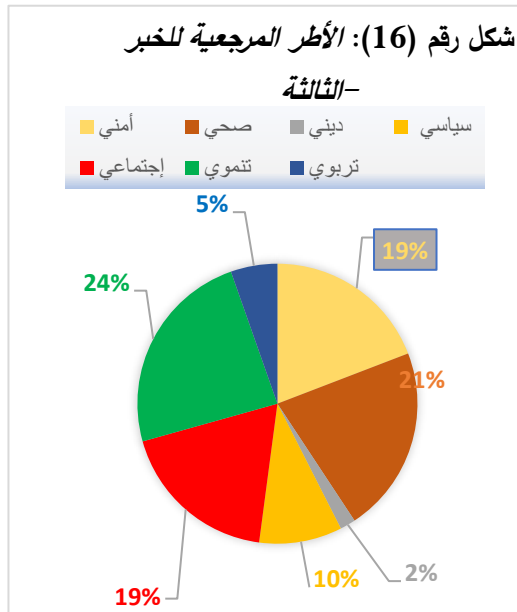
المصدر: عمل شخصي للباحث

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (08) أن غالب الأخبار تم تأطيرها بموضوعية من حيث سماتها البارزة في الخبر. أي بشكل موضوعي دون تغلبي الخبر بنزع من الدراما أو التراجيديا أو عوامل تؤثر في مشاعر الأفراد بشكل مباشر، وتتفاوت نسبة السمات الموضوعية بين القناتين فهي بنسبة أعلى في نشرات أخبار النهار، بينما نلاحظ بروز السمات العاطفية بشكل أكبر في القناة الجزائرية الثالثة الإخبارية التي تركز في العديد من أخبارها على موضوعات قريبة عاطفيا من انشغالات الجزائريين، كما أنها تعتمد بشكل مكثف في أخبارها على فن الربورتاج الذي يعتبر ضمن الأنواع الخبرية التعبيرية التي تعتمد على بلاغة الوصف والتحرير (كما سنوضحه في الجدول الخاص بالأنواع الخبرية).

جدول رقم (09): يبين الأطر المرجعية للخبر:

نشرة القناة الثالثة الاخبارية		نشرة النهار (الحصاد الاخباري)		النشرات: الأطر المرجعية للخبر
%	ت	%	ت	
%19.16	32	%06.87	09	أمني
%21.56	36	%30.53	40	صحي
%01.80	03	%04.58	06	ديني
%09.58	16	%13.74	18	سياسي
%18.56	31	%19.08	25	اجتماعي
%23.95	40	%22.14	29	تنموي
%05.39	09	%03.06	04	تربوي
%100	167	%100	131	المجموع

المصدر: عمل شخصي للباحث



المصدر: عمل شخصي للباحث

من خلال الجدول رقم (09) الذي يمثل الأطر المرجعية للخبر، نلاحظ أن الإطار المرجعي الصحي هو الإطار المرجعي الغالب في أخبار قناة النهار، والتي أولت اهتمام كبير جدا لتغطية وباء كورونا المستجد، فيمكن أن يكون الخبر سياسي مثلا لكن مرجعيته صحية، كقرارات الحكومة فيما

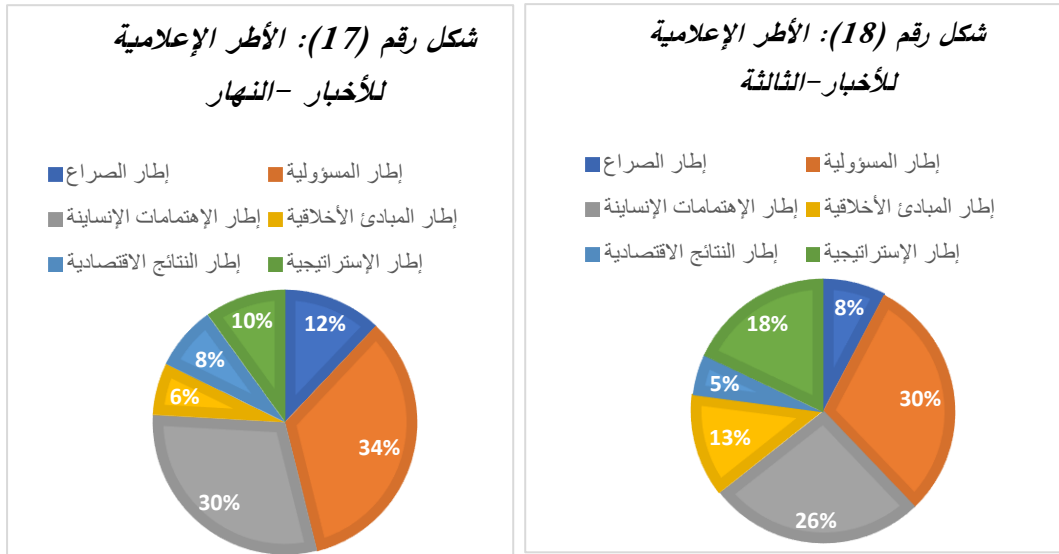
يتعلق بالحجر الصحي أو تأجيل جلسات البرلمان بسبب الوضع، أو خبر اقتصادي مرجعيته صحية كطرح الحلول لمواجهة الأزمة الاقتصادية التي فرضها الوباء وعلاقات الشراكة الاقتصادية مع الصين وغيرها... إلخ. بينما نجد المرجعية الخبرية الغالبة في القناة الثالثة هي المرجعية التنموية المتعلقة بالتنمية الراهنة أو المستدامة في مختلف المجالات الاقتصادية والعلمية... إلخ، وكما هو ملاحظ في الجدول فإن الأطر المرجعية الصحية والأطر المرجعية الأمنية والأطر المرجعية الاجتماعية في أخبار القناة لا يتعدون نسبيا عن الأطر المرجعية التنموية فمجموعهم معا يزيد عن 80 %، أي أن هناك نوع من التوازن عموما في المرجعيات الأربعة السالفة من حين الاعتماد، بينما تمثل بقية المرجعيات: السياسية، التربوية، الدينية، النسب الأقل على الترتيب.

وبالعودة لقناة النهار، تمثل الأطر المرجعية التنموية والأطر المرجعية الاجتماعية أهم الأطر المرجعية على الترتيب بعد الأطر الصحية. تليهما الأطر السياسية والتي تعد بنسبة أكبر من القناة الثالثة التي في العادة تهتم بالأخبار السياسية بشكل أكبر كما أوضحته الأطر الموضوعية للخبر سابقا. من جهة أخرى نلاحظ فارق كبير في الأطر المرجعية الأمنية بين القناتين، إذ تمثل هذه الأطر نسبة من بين الأقل في قناة النهار، بينما تمثل نسبة من بين الأكبر في القناة الثالثة الإخبارية. بينما تمثل المرجعية الدينية والمرجعية التربوية الأطر المرجعية الأقل بقناة النهار.

جدول رقم (10): يبين الأطر الإعلامية في أخبار النشرات:

نشرة النهار (الحصاد الاخباري)		نشرة القناة الثالثة الاخبارية		النشرات:
ت	%	ت	%	
17	12.06%	17	7.66%	إطار الصراع
48	34.04%	67	30.18%	إطار المسؤولية
42	29.79%	59	26.58%	إطار الاهتمامات الإنسانية
09	6.38%	28	12.61%	إطار المبادئ الأخلاقية
11	7.80%	11	4.96%	إطار النتائج الاقتصادية.
14	9.93%	40	18.01%	إطار الإستراتيجية
141	100%	222	100%	المجموع

المصدر: عمل شخصي للباحث



المصدر: عمل شخصي للباحث

تؤكد العديد من الدراسات مثل: ادريس، (2020). البطريق، (2017). والغامي، (2018) (2018) Bartholomé (2017). أن أهم الأطر الإعلامية هي الأطر الواردة في الجدول رقم (10)، والذي يتضح من خلاله، أن إطاري المسؤولية والاهتمامات الإنسانية يتصدرا قائمة أهم الأطر الإعلامية الواردة في نشرتي القناتين محل الدراسة على الترتيب، حين يهتم إطار المسؤولية بالأخبار المتعلقة بالأعمال المنجزة في شتى الميادين من طرف المسؤولين والباحثين بقصد التحسين والتطوير أو حل مشكل ما، ويتناول إطار الاهتمامات الإنسانية الجوانب القريبة من الجمهور في الخبر والتي تحمل جانب إنساني مؤثر، والدور الفعال لبعض الشخصيات أو الجمعيات أو الجهات... وكما أوردت فنور (2016) فإن إطار الاهتمامات الإنسانية يستخدم غالبا لمعالجة الأخبار الاجتماعية.

يليهما إطار الصراع فيما يتعلق بقناة النهار وإطار الإستراتيجية في القناة الثالثة الإخبارية (أخبار تتعلق بالنشاط الدبلوماسي أو المعطيات الأكاديمية).

ونرى بأن الأطر الإعلامية الأقل اعتمادا هي الأطر المتعلقة بالمبادئ الأخلاقية وكذا أطر الاهتمامات الاقتصادية بالإضافة لإطار الإستراتيجية في أخبار قناة النهار، فيما تمثل أطر الاهتمامات الاقتصادية والصراع والمبادئ الأخلاقية تاليا، الأطر الأقل اعتمادا بالقناة الجزائرية الثالثة الإخبارية.

وأكدت الدراسات الحديثة اهتماما بأطر الصراع، وصنفت تعريفات تهتم بجوهر الاختلاف بين

الأفراد أو الهيئات أو الدول. (Bartholomé, 2017, P. 15)

عموما وكما وضع عماد مكايي (2017) تعد الأطر واحدة من أبرز مكونات في القصص الخبرية، فهي تعد نموذج الإعلامي في تجميع ورصد العناصر والاستشهاد بها من خلال تقديم الأمثلة في هذه القصص. (ص. 317)

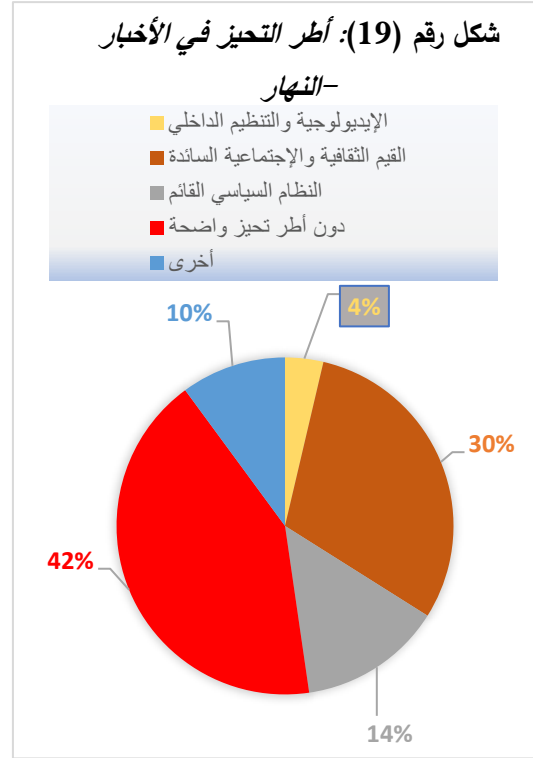
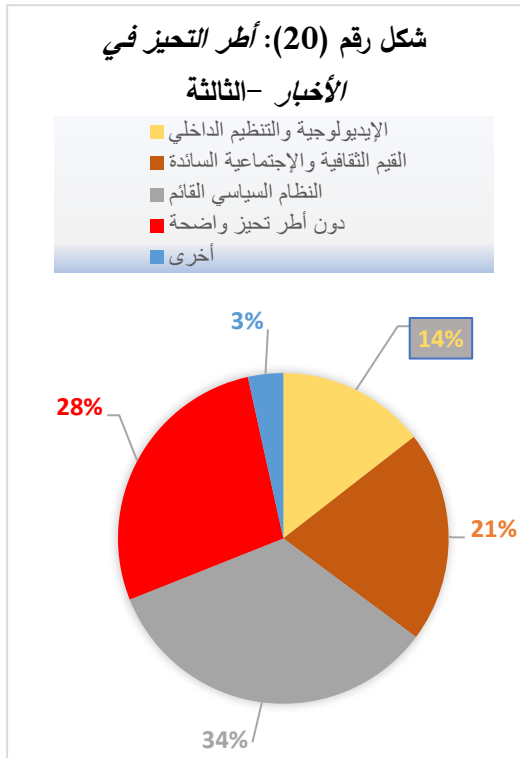
جدول رقم (11): يبين أطر التحيز في أخبار النشرات:

نشرة القناة الثالثة الاخبارية		نشرة النهار (الحصاد الاخباري)		النشرات:
%	ت	%	ت	
14.48%	21	03.67%	04	أطر التحيز الإخباري
20.69%	30	30.28%	33	الأيديولوجيا والتنظيم الداخلي
33.79%	49	13.76%	15	القيم الثقافية والاجتماعية السائدة في المجتمع
27.59%	40	42.20%	46	النظام السياسي القائم
03.45%	05	10.09%	11	دون أطر تحيز بارزة
100%	145	100%	109	أخرى
				المجموع

المصدر: عمل شخصي للباحث

نلاحظ من خلال الجدول رقم (11) أن أغلب أطر التحيز بقناة النهار تتمحور حول القيم الثقافية والاجتماعية السائدة، بهدف التأثير في نفسية الجمهور الجزائري كأخبار الهبات التضامنية والتكافل الاجتماعي. ومعيار بث الأخبار متعلق بمدى توافقه مع قيم المجتمع وعاداته وثقافته السائدة، وألا يتعارض محتوى الخبر مع ما يخالف هذه القيم والعادات حتى يتجنب صاحبه الانتقاد أو الاضطهاد. (مذكور، 2002، ص. 33)

بينما تبرز بشكل أكبر في القناة الثالثة الإخبارية أطر التحيز المتعلقة بالنظام السياسي القائم، يعكسها التركيز على الأخبار المهمة بالنشاطات الحكومية وتدخلات رئيس الجمهورية وغيرها. فيما يتعكس الإطاران فيما يتعلق بالدرجة الثانية للتحيز فنجد أطر النظام السياسي القائم تلي أطر القيم الثقافية والاجتماعية السائدة بقناة النهار، بينما أطر القيم الثقافية والاجتماعية السائدة تلي أطر النظام السائد بقناة الجزائرية الثالثة الإخبارية.



المصدر: عمل شخصي للباحث

وفي المقام الثالث تبرز بأخبار القنوات أطر الإيديولوجيا والتنظيم الداخلي، المتعلق بسياسية القناة وأهدافها وقيمها واتجاهاتها... إلخ. وبعيدا عن الأطر البارزة نلاحظ أن نسبة كبيرة من أخبار القنوات (دون أطر إخبارية بارزة)، حيث تصل النسبة لـ 42% بقناة النهار، و27% بالقناة الثالثة. بينما تبرز بعض أطر تحيز أخرى كأطر نقص الكفاءة وأطر نقص المعلومات وأطر الموارد الاقتصادية المعتمد عليها، وهي أطر عادة لا تبرز بشكل واضح كغيرها من أطر التحيز حيث من الصعب قياسها من خلال التحليل فقط.

عموما لا مفر غالبا لوسائل الاعلام من التحيز وهو ما تؤكد بعض الدراسات الأخرى، فالرسائل الإعلامية كبقية الرسائل، تتعلق بموقفها داخل مؤسساتها وموقعها الاقتصادي، والظروف الخاصة المختلفة المحيطة بها، حيث من الواضح أن العديد من السمات الثقافية والاقتصادية لمؤسسات الاعلام تتحد لإعطائها أهمية فريدة في عملية انتاج وايصال الأيديولوجيات التي تمتلكها. فالظروف الاقتصادية تعزز هذه الأهمية وتضفي شكلاً على الأيديولوجية، فيبدو أن الغرض الاقتصادي الرئيسي للصحيفة أو القناة هو بيع المساحات أو الفترات الإعلامية. (Fowler, 1991, PP. 120-121) ولا تتعدى نسبة تحيز

الصحف بحسب بعض المراسد العالمية 10 بالمائة، وهي النسبة التي يمكن اسقاطها على تحيز الأخبار التلفزيونية وبرامجها السياسية والاعلامية... إلا وأنه في بعض الدول العربية قد تعكس المضامين الإخبارية موقف القناة المباشر من الأحداث التي تقع، ما يجعل من نسبة معدل التحيز ترتفع بشكل أكبر في القنوات التلفزيونية. (عيسى، 2017، ص. 230-231)

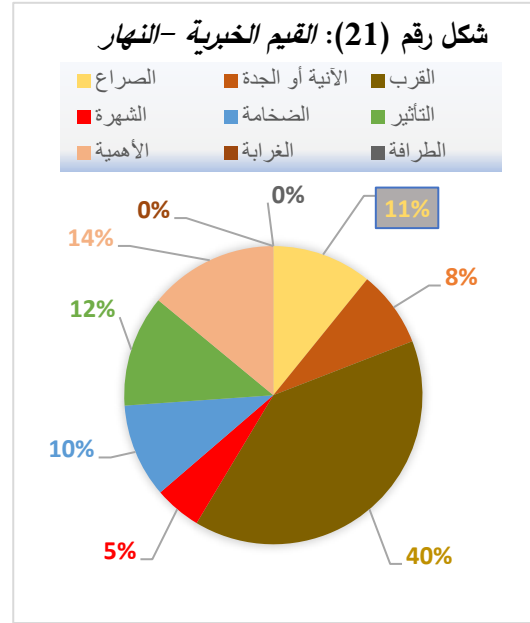
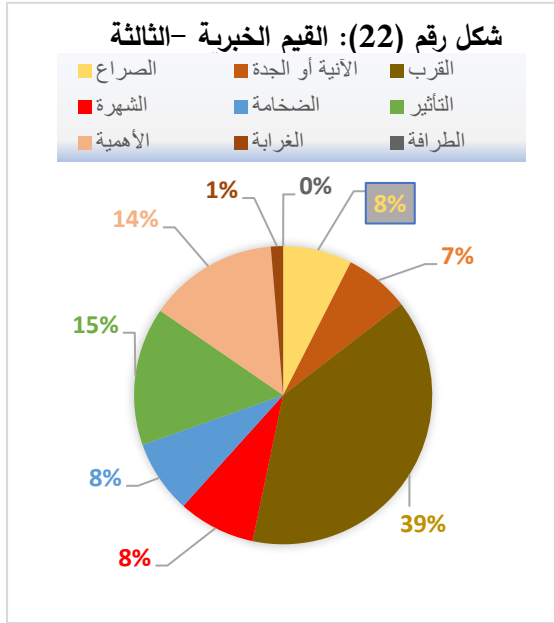
كما تتعدد الضغوط على عمل المؤسسات الاعلامية، وتبرز في عوامل خارجية وداخلية، كمركز الوسيلة من النظام الاجتماعي القائم، ومدى تعلقها بمصالح شخصيات ما أو هيئات معينة، ونمط الملكية وأساليب السيطرة والنظم الإدارية وضغوط العمل... إلخ. (مكاوي والسيد، 2004، ص. 80)

جدول رقم (12): يبين الأطر المتعلقة بالقيم الإخبارية:

النشرات:		نشرة النهار (الحصاد الاخباري)		نشرة القناة الثالثة الاخبارية	
القيم الإخبارية	ت	%	ت	%	ت
الصراع	17	10.83%	17	7.49%	17
الأنية أو الجدة	13	8.28%	16	7.05%	16
القرب الجغرافي والعاطفي	62	39.49%	88	38.77%	88
الشهرة	08	5.10%	19	8.37%	19
الضخامة	16	10.19%	18	7.93%	18
التأثير	19	12.10%	34	14.98%	34
الأهمية	22	14.01%	32	14.09%	32
الغرابة	00	00%	03	1.32%	03
الطرافة	00	00%	00	00.00%	00
المجموع	157	100%	227	100%	227

المصدر: عمل شخصي للباحث

يمثل الجدول رقم (12) البيانات المتعلقة بالقيم الإخبارية الواردة في أخبار القنوات محل الدراسة، ويتضح من خلاله أن قيمة القرب المكاني والعاطفي تغلب على ما يقارب 40% من أخبار نشرات القنوات.



المصدر: عمل شخصي للباحث

وتلي قيمة القرب قيمتا الأهمية ثم التأثير بقناة النهار، وقيمتا التأثير ثم الأهمية بقناة الجزائرية الثالثة الإخبارية. أي أن أخبار القناتين تشترك في أهم ثلاث قيم إخبارية وبنسب متقاربة جدا بينهم وهم قيم القرب والأهمية والتأثير. تلي ذلك قيم الصراع والضخامة والأنية والشهرة بقناة النهار على الترتيب، وقيم الشهرة والضخامة والصراع والأنية بالقناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على الترتيب أيضا. ما يجعلنا نلاحظ أن أحد أهم القيم الخبرية عموما وهي الأنية لم تكن الأكثر أهمية في أخبار أحد أهم قناتين في الجزائر. إذ ركزت على قيم أخرى متعلقة بأولياتها وسياستها أكثر من الجودة الخبرية أو التوقيت. وتبرز قيمة الشهرة بشكل أكبر بالقناة الثالثة، وهي صفة مأخوذة من شهرة الشخصيات الواردة مثل رئيس الجمهورية.

الملاحظ أن قيمتي الغرابة والطرافة كانتا شبه غائبتين بأخبار القناتين، ففي الوقت الذي وردت فيه قيمة الغرابة بالقناة الثالثة بنسبة لا تصل لـ 2%، لم ترد أي أخبار تحمل قيمة الطرافة في القناة نفسها، ولم ترد قيمة الغرابة أو الطرافة في كل أخبار نشرات قناة النهار أثناء فترة الدراسة، وهي أخبار توظف عادة بهدف التنوع والخروج عن المألوف (تعد أحد الأهداف الخبرية وبعض تعريفات الخبر تشير لقيمتها) فبحسب (جوزيف روليزر Jeseoph Rulizer) الخبر يشمل صفات أساسية وقيم متعددة، كالتميز والرومانطيقية والطرافة والغرابة. (المصري، 2005، ص. 15)

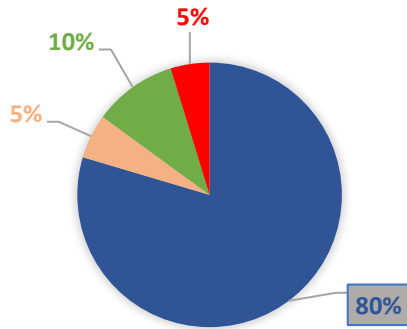
جدول رقم (13): يبين إطار الجمهور المستهدف من الأخبار:

نشرة القناة الثالثة الإخبارية		نشرة النهار (الحصاد الاخباري)		النشرات: إطار الجمهور المستهدف
%	ت	%	ت	
%79.59	117	%81.42	92	جمهور عام داخلي
%05.44	08	%03.54	04	جمهور عام خارجي
%10.21	15	%12.39	14	جمهور خاص داخلي
%04.76	07	%02.65	03	جمهور خاص خارجي
%100	147	%100	113	المجموع

المصدر: عمل شخصي للباحث

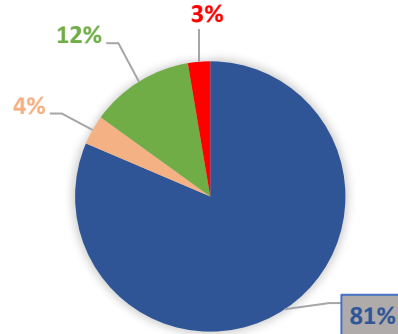
شكل رقم (24): الجمهور المستهدف -

النهار



شكل رقم (23): الجمهور المستهدف -

النهار



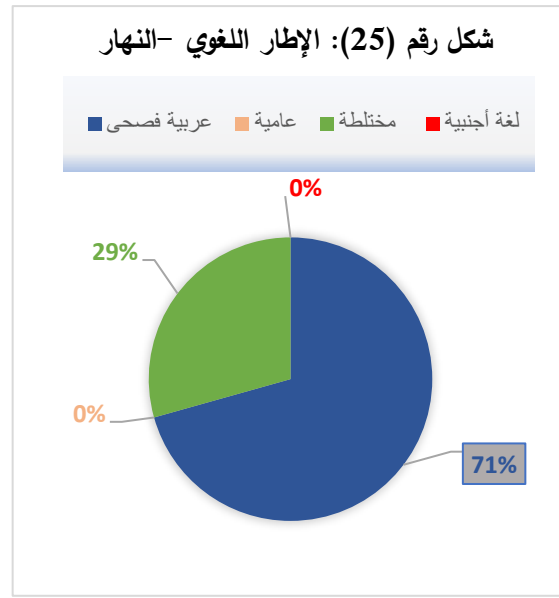
المصدر: عمل شخصي للباحث

نلاحظ من خلال الجدول رقم (13) أن غالب أخبار النشرتين في إطار يخاطب جمهور عام داخلي، أي أخبار موجهة لجميع الجزائريين على اختلاف شرائحهم وخصائصهم وأماكنهم، لأن القضية المعالجة في أساها هي قضية عامة كتعديل في الدستور أو حصيلة الوباء اليومية، أو نشاطات رئيس الجمهورية... إلخ. بينما النسبة التي تليها (بفارق كبير)، تخاطب فيها الأخبار جمهور خاص داخلي، كوقفة تضامنية أو نشاط معين في ولاية من ولايات الوطن ونحو ذلك، بينما من الملاحظ عدم الاهتمام بالقضايا الدولية في أخبار القنوات فغالبا في إطار محلي خالص، وهو ما يفسر قلة الأخبار المخاطبة للجمهور الخارجي سواء العام منه أو الخاص.

جدول رقم (14): يبين الإطار اللغوي المستخدم ومستواه في أخبار النشرتين:

نشرة القناة الثالثة الاخبارية		نشرة النهار (الحصاد الاخباري)		النشرات:	الإطار اللغوي
%	ت	%	ت		
%68.28	99	%71.64	77		عربية فصحي
%02.07	03	%00.00	00		عامية
%29.65	43	%29.36	32		مختلطة
%00.00	00	%00.00	00		لغة أجنبية
%100	145	%100	109		المجموع

المصدر: عمل شخصي للباحث



المصدر: عمل شخصي للباحث

من خلال الجدول رقم (14) نرى غلبة اللغة العربية الفصحى في تقديم الأخبار وعرضها في النشرتين، وهو أمر رائع في الأدبيات المتعلقة بالأخبار في الإعلام الجزائري، بينما تكون مختلطة بنسبة أقل تمثلها الأخبار التي تتضمن مداخلات لشخصيات شعبية أو حتى مقابلات التقارير الإخبارية مع بعض الحكوميين. ومن الملاحظ غياب اللغة الأجنبية كلياً في أخبار النشرتين، وذلك بسبب قلة الأخبار الدولية أو المداخلات من خلالها لأطراف أجنبية (كما سيتبين إطار الحيز المكاني لاحقاً)، والتي إن وجدت فغالبا ما تقدم من طرف قارئ النشرة. وقد برزت في القناة الجزائرية الثالثة الإخبارية ما يمثل 02.07% من الأخبار التي يغلب عليها مستوى اللغة العامية.

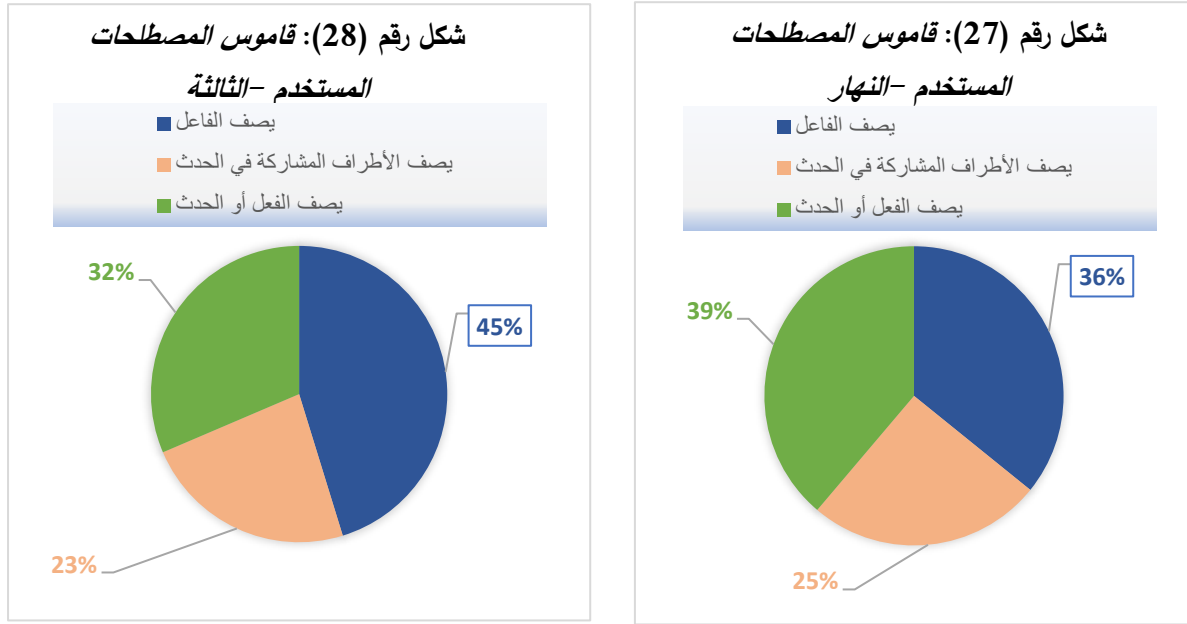
وما يميز هذه اللغة الموظفة في الأخبار في الفضائيات الجزائرية بصفة عامة، هو الطابع الكلاسيكي وعدم الاهتمام بتوظيف واستغلال قوة الكلمة بشكل كبير لتجميل وتقوية الخبر المقدم وجعله أكثر صدق وأقرب للمتلقي.

وقد أوصت دراسات جزائرية حديثة (سعيد بن مهدي، 2021، ص. 272) على ضرورة الاعتماد على جاذبية اللغة في تقديم وعرض المضامين الإخبارية لما لها من أهمية في إيصال الرسائل، مع ضرورة الابتعاد وعدم الانسياق في المضمون الخبري وراء قاموس المفردات المتداول على مواقع التواصل الاجتماعي، الذي قد يتسبب في تشويه هذا المضمون، بالإضافة لدمج المؤثرات الصوتية المناسبة مع بعض النصوص الخبرية. وهي النقاط التي تدعم موقف دراستنا من أطر اللغة الموظفة التي لم تلقى عناية خاصة بها وبالتالي عدم إدراك مدى قوتها كنتيجة يؤكدتها مستوى التطبيق العملي.

جدول رقم (15): يوضح قاموس المصطلحات المستخدم في نشرات الأخبار:

نشرة القناة الثالثة الإخبارية		نشرة النهار (الحصاد الاخباري)		النشرات: قاموس المصطلحات المستخدم
%	ت	%	ت	
45.24%	95	35.82%	48	يصف الفاعل
23.33%	49	25.37%	34	يصف الأطراف المشاركة
31.43%	66	38.81%	52	يصف الفعل أو الحدث
100%	210	100%	134	المجموع
المصدر: عمل شخصي للباحث				

تصف الأخبار الفاعل أو الأطراف المشاركة في الخبر أو الفعل فقط أو تخاطب الجميع معا في خبر واحد، ومن خلال الجدول رقم (15)، نجد أن أخبار قناة النهار يغلب عليها قاموس المصطلحات الذي يصف الفعل أو الحدث بما تصل نسبته لـ 38.81% من مجموع التكرارات، بينما يصف قاموس المصطلحات الخاص بالقناة الثالثة الإخبارية أكثر الفاعل في الخبر كالبورتريه مثلا أو تقرير عن شخصية أو خبر متعلق بمبادرة ما أو موقف لشخصية مهمة... إلخ، وذلك بنسبة 45.24%.



المصدر: عمل شخصي للباحث

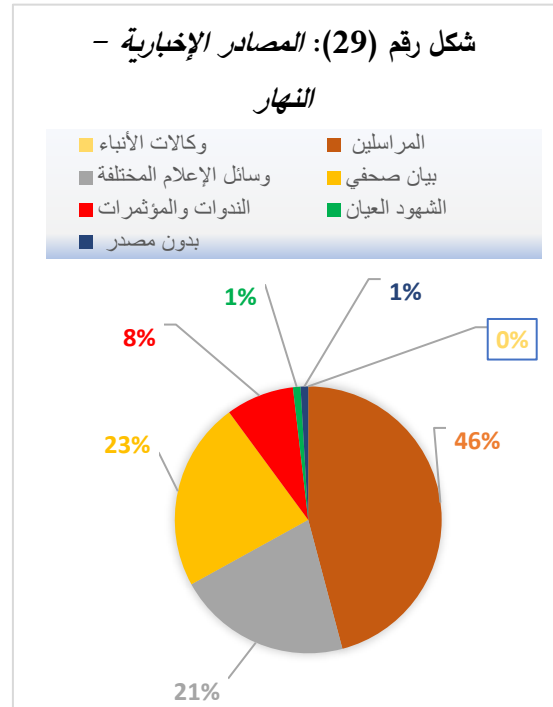
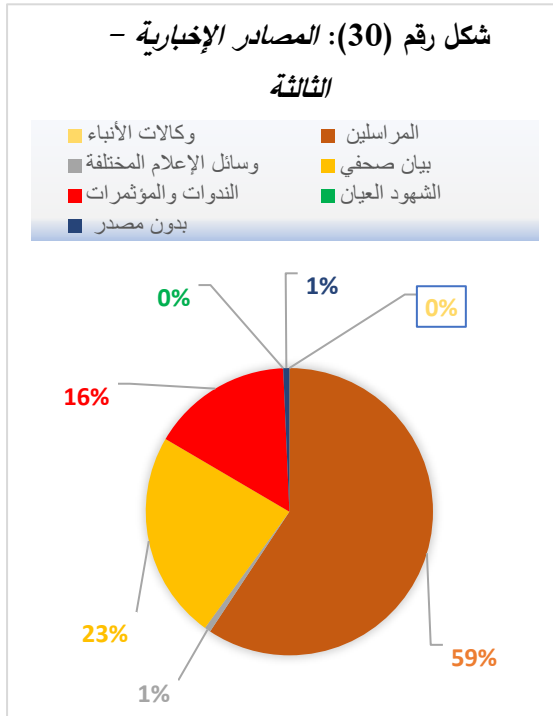
بينما في الدرجة الثانية تتعكس النسب في القناتين حيث يصف قاموس المصطلحات الخاص بقناة النهار الفاعل، فيما يصف قاموس المصطلحات الخاص بالقناة الثالثة الإخبارية الفعل أو الحدث، فيما يأتي وصف الأطراف المشاركة في الخبر بالدرجة الثالثة في أخبار القناتين. لكن من الملاحظ أن القاموس راع وصف جميع الاقتراحات السابقة بنسب معتبرة أو جيدة.

جدول رقم (16): يبين المصادر الإخبارية المعتمدة في النشرات:

نشرة القناة الثالثة الإخبارية		نشرة النهار (الحصاد الإخباري)		النشرات: المصادر الإخبارية
%	ت	%	ت	
00.00%	00	00.92%	00	وكالات الأنباء
59.31%	86	45.87%	50	المراسلين أو المندوبين
00.69%	01	21.10%	23	وسائل الإعلام المختلفة (الصحف والمجلات والأذاعات والقنوات التلفزيونية والمواقع الاجتماعية)
23.45%	34	22.94%	25	بيان صحفي للهيئات والمنظمات والأفراد

الندوات والمؤتمرات الصحفية	09	%08.25	23	%15.86
الشهود العيان	01	%00.92	00	%00.00
بدون مصدر	01	%00.92	01	%00.69
المجموع	109	%100	145	%100
المصدر: عمل شخصي للباحث				

من خلال الجدول رقم (16) نلاحظ أن أهم مصدر للأخبار في نشرتي القناتين هو المصدر الذاتي المتمثل في المراسلين أو المندوبين، وقد أكدت (كارولين لويس) أن ما يميز مؤسسة إعلامية عن الأخرى هي القصة الخبرية التي تنشأ من مجهود فردي للمندوب، فهو مصدر الخبر الذي يضع تفاصيله الأولى، فبفضله الفعال يحجز لنفسه مركزا مهما داخل مؤسسته، ويعمل على طرح زوايا جديدة وتقديم تقارير تخدم عمله. (لويس، 1993، ص. 36)



المصدر: عمل شخصي للباحث

ومما ساهم في اعتماد المصادر الذاتية بشكل كبير هو غلبة الأخبار المحلية بنشرات أخبار القناتين، بالإضافة لتفضيل القنوات الجزائرية الاعتماد على التقارير الإخبارية (كما سنوضح في إطار الأنواع الصحفية). وفي المقام الثاني اعتمدت نشرات القناتين على مصدر البيان الصحفي، وفي المصدرين كانت النسبة أعلى في القناة الجزائرية الثالثة الإخبارية التي تعتمد على المراسلين في 60%.

من أخبارها. ويليهما اعتماد قناة النهار على وسائل الإعلام المختلفة بنسبة قريبة من نسبة اعتمادها على البيانات الصحفية، ثم الاعتماد على المؤتمرات الصحفية رابعاً.

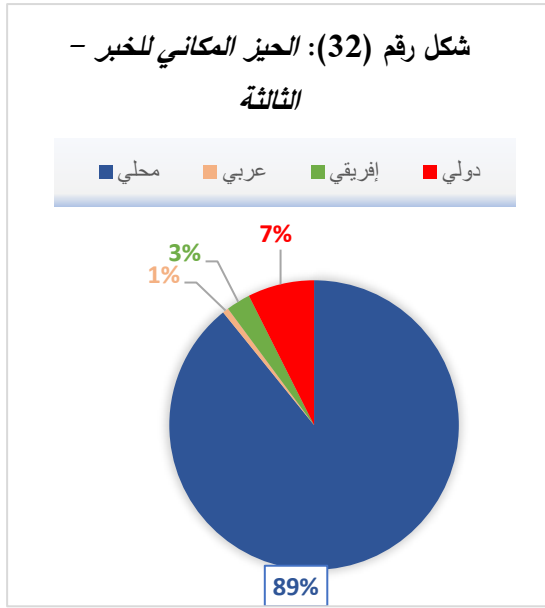
بينما تعتمد نشرات أخبار القناة الثالثة الإخبارية على المؤتمرات الصحفية في المقام الثالث. والمصادر الثلاث (بالنسبة للقناة الثالثة) أو الأربعة (بالنسبة لقناة النهار) الذين سبق ذكرهم يمثلون أهم المصادر الإخبارية في القنوات. بينما نلاحظ عدم الاعتماد الكلي على أخبار وكالات الأنباء التي لم تعد مصدر مهم كما هو موضح في عصر تنوعت فيه مصادر الأخبار المحلية والذاتية وزادت سرعة نشرها (وهذا لا ينفي أن هذه الوكالات هي مصدر أولي للعديد من الأخبار التي تنقل منها دون إعادة نسبها لها)، كما نلاحظ عدم الاعتماد الشبه كلي على الشهود العيان أو أي مصدر آخر غير محدد في أخبار القنوات، بالإضافة لمصدر وسائل الإعلام المختلفة في أخبار القناة الثالثة الإخبارية التي لم تستعن بأخبار الإذاعات والقنوات والصحف الأخرى في أخبارها.

-القناة الثالثة الإخبارية ولكونها قناة ضمن القطاع العمومي، فهي تستفيد من مصادر وتسهيلات حكومية أكثر من غيرها من القنوات، ما قد يحولها أحياناً لمنبر اعلامي يبرز أكثر مهام الحكومات وعمل مؤسسات الدولة وأجهزة الأمن ومظاهر التطور أكثر من عرضها للمضامين ذات القيمة السلبية أو الملفات الحساسة وغيرها.

وقد أكد بدروس (2021) أن مصادر الأخبار يمكن أن يكون لها تأثير خفي على المضمون الخبري من خلال طرح السياق الفكري الذي يتناسب معها. (ص. 49)

جدول رقم (17): يبين أطر الحيز المكاني للخبر الوارد في النشريتين:

نشرة القناة الثالثة الإخبارية		نشرة النهار (الحصاد الاخباري)		النشرات: أطر الحيز المكاني للخبر
%	ت	%	ت	
89.19%	132	92.73%	102	محلي
00.68%	01	01.82%	02	عربي
02.70%	04	00.00%	00	إفريقي
07.43%	11	05.45%	06	دولي
100%	148	100%	110	المجموع
المصدر: عمل شخصي للباحث				



المصدر: عمل شخصي للباحث

من خلال الجدول رقم (17) الذي يتناول أطر الحيز المكاني للأخبار، نلاحظ هيمنة الأخبار المحلية الجزائرية على أخبار النشرتين، وذلك بنسبة 90% أو أكثر في أخبار القنوات على حد سواء، بينما تنقسم النسب الأقل على الأخبار الدولية والعربية والإفريقية.

اعتماد النهار على الأخبار المحلية كان أكبر من اعتماد القناة الثالثة الإخبارية عليها بنسبة قليلة، وبالتالي اعتماد أقل لقناة النهار على الأخبار ذات الحيز المكاني الخارجي كالأخبار المهمة بالشأن الإفريقي أو الدولي. بينما إطار المنطقة العربية كان أعلى بفارق بسيط بقناة النهار (بخبر واحد فقط إضافي). عموماً أهم استنتاج هو الاعتماد على أخبار تغطي الحيز المتمثل في داخل الوطن بشكل شبه كلي مع قلة الاهتمام بالشؤون الخارجية والدولية: عربياً وإفريقياً ودولياً في أخبار القنوات.

2- فئات الشكل:

جدول رقم (18): يوضح إطار ترتيب الخبر في النشرة (بحسب نوع القضايا الواردة):

ترتيب الخبر في نشرة القناة الثالثة الإخبارية										ترتيب الخبر في نشرة قناة النهار										القضايا
أكثر		الرابع		الثالث		الثاني		الأول		أكثر		الرابع		الثالث		الثاني		الأول		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
13.27	15	37.5	3	25	2	37.5	3	12.5	1	5.19	4	25	2	50	4	78.5	7	100	8	الكوفيد والمنظومة الصحية
18.59	21	00	0	00	0	00	0	00	0	5.19	4	00	0	00	0	00	0	00	0	مكافحة الجريمة والفساد
10.62	12	37.5	3	50	4	50	4	75	6	11.69	9	12.5	1	25	2	12.5	1	00	0	القضايا السياسية والدبلوماسية

4.42	5	00	0	00	0	00	0	00	0	7.80	6	12.5	1	12.5	1	00	0	00	0	أوضاع الجالية والمهاجرين
23.89	27	12.5	1	00	0	00	0	00	0	14.29	11	00	0	00	0	00	0	00	0	تضامن اجتماعي وأسري
3.54	4	12.5	1	12.5	1	00	0	00	0	12.99	10	00	0	00	0	00	0	00	0	القضايا الاقتصادية
0.89	1	00	0	00	0	00	0	12.5	1	5.19	4	12.5	1	00	0	00	0	00	0	الاستيراد والتصدير
15.93	18	00	0	00	0	00	0	00	0	20.78	16	12.5	1	00	0	00	0	00	0	التنمية والتطوير
8.85	10	00	0	12.5	1	12.5	1	00	0	16.88	13	25	2	12.5	1	00	0	00	0	أخرى
100	113	100	8	100	8	100	8	100	8	100	77	100	8	100	8	100	8	100	8	المجموع
المصدر: عمل شخصي للباحث																				

من خلال الجدول رقم (18) يتبين لنا أن قضايا الكوفيد والمنظومة الصحية جاءت في الترتيب الأول للأخبار في كل نشرات قناة النهار (بسبب الجدة والأهمية والتأثير)، كما أنها مثلت ما نسبته أكثر من 80 بالمائة من مجموع الخبر الثاني في النشرة. بينما لم تكن الخبر الذي تستهل به قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية نشراتها إلا مرة واحدة ما يمثل 12.5 بالمائة فقط من نسب الخبر الأول (ما يوازي قضايا الاستيراد والتصدير التي تصدرت أخبار النشرة مرة واحدة)، لكنها مثلت 37.5 بالمائة من الخبر الثاني في نشراتها، فقد استهلّت هذه الأخيرة 75 بالمائة من أخبارها بالقضايا السياسية والدبلوماسية و50 بالمائة من ثاني خبر في النشرة يعود للقضايا السياسية والدبلوماسية كذلك.

وإذا ما ركزنا على الخبر الثالث في ترتيب أخبار النشرتين، نجد أن 50 بالمائة منها هي أخبار قضايا الكوفيد والمنظومة الصحية بقناة النهار تليها 25 بالمائة للقضايا السياسية والدبلوماسية، و50 بالمائة منها هي أخبار القضايا السياسية والدبلوماسية بالقناة الثالثة الإخبارية تليها 25 بالمائة لقضايا الكوفيد والمنظومة الصحية (متعاكسان).

أما فيما يخص الخبر الرابع في ترتيب النشرات، فنجد نوع من التوازن في التغيير ما بين القضايا بقناة النهار مع أكثرية نسبية بسيطة للأخبار المتعلقة بقضايا الكوفيد والمنظومة الصحية مجدداً، بينما كانت كل من قضايا الكوفيد والمنظومة الصحية بالإضافة للقضايا السياسية والدبلوماسية تمثلان أكثرية الأخبار في هذا الترتيب بنفس النسبة، وبالتالي بنفس الأهمية.

بينما بقية أخبار القضايا الأخرى أتت تغطيتها فيما توالى من أخبار بحسب الأهمية وغيرها من العناصر، فنجد أن أكثرية الأخبار التي تمت تغطيتها بعد الخبر الرابع في الترتيب هي أخبار قضايا التنمية والتطوير بقناة النهار بنسبة تفوق 20 بالمائة، وأخبار قضايا مكافحة الجريمة والفساد بالقناة الثالثة الإخبارية بنسبة تقارب 20 بالمائة أيضاً من مجموع الأخبار الموائية.

وإجمالاً ومن خلال كل ما تم تحليله سابقاً، ومن خلال قراءة للجدول رقم (19) أيضاً الموائي، يتضح أن تركيز قناة النهار في ترتيب أخبارها استهدف قضايا الكوفيد والمنظومة الصحية أولاً، بينما ترتيب أخبار الجزائرية الثالثة الإخبارية لأخبار قضاياها منح الأولوية الخبرية للقضايا السياسية والدولية.

جدول رقم (19): يبين زمن استغراق القضايا في نشرات القنوات:

نشرة القناة الثالثة الإخبارية		نشرة النهار (الحصاد الاخباري)		النشرات: زمن استغراق القضايا في النشرة
%	ت. ز	%	ت. ز	
20.35%	51 د و 14 ثا	19.70%	41 د و 01 ثا	الكوفيد والمنظومة الصحية
08.49%	21 د و 23 ثا	02.44%	05 د و 05 ثا	مكافحة الجريمة والفساد
23.75%	59 د و 47 ثا	12.14%	25 د و 17 ثا	القضايا السياسية والدبلوماسية
03.20%	08 د و 04 ثا	06.45%	13 د و 26 ثا	أوضاع الجالية والمهاجرين
19.10%	48 د و 05 ثا	11.33%	23 د و 35 ثا	تضامن اجتماعي وأسري
04.56%	11 د و 29 ثا	10.82%	22 د و 31 ثا	القضايا الاقتصادية
03.28%	08 د و 16 ثا	06.12%	12 د و 45 ثا	الاستيراد والتصدير
11.57%	29 د و 07 ثا	16.85%	35 د و 05 ثا	التنمية والتطوير
05.70%	14 د و 20 ثا	14.15%	29 د و 28 ثا	أخرى
100%	04 سا و 11 د و 45 ثا. (15105)	100%	03 سا و 28 د و 13 ثا. (بالتواني: 12493)	المجموع

المصدر: عمل شخصي للباحث

من خلال الجدول رقم (19) يتبين لنا أن قضايا الكوفيد والمنظومة الصحية في نشرتي القنوات حظيتا بنفس زمن المعالجة الخبرية المقدر بحوالي 20% من مجموع الأخبار. وعموما تمثل القضايا السياسية والدبلوماسية الفئة الأكثر تغطية زمنيا في نشرات القناة الثالثة الإخبارية، بينما تمثل قضايا التنمية والتطوير الفئة الأكثر تغطية زمنيا في نشرات قناة النهار بعد قضايا الكوفيد والمنظومة الصحية، والأخيرة نفسها تحتل المرتبة الثانية فيما يتعلق بزمن استغراقها بالقناة الثالثة الإخبارية.

أما الموضوعات السياسية فهي تحتل مرتبة ثالثة زمنيا بقناة النهار باستغراق زمني يصل لنصف ما خصصته القناة الثالثة من زمن لمعالجة نفس الفئة، ما يدل على الاهتمام المكثف للقناة العمومية بالأخبار السياسية موضوعيا كما طرحنا سابقا وزمنيا أيضا (كما وكيفا). أما القضايا الاجتماعية فقد استغرقت زمن أكبر في القناة الثالثة الإخبارية بينما العكس فيما يتعلق بالقضايا الاقتصادية. ولو أن

هناك توازن زمني في قناة النهار بين القضايا الاجتماعية المتعلقة بالتكافل الاجتماعي والأسري والقضايا الاقتصادية والمالية.

كما نلاحظ أن قضايا الجالية والمهاجرين وأيضا قضايا الاستيراد والتصدير حظيتا بزمن استغراق أكبر في أخبار قناة النهار منه في القناة الثالثة الإخبارية رغم أن مدة بث النشرة في القناة الأخيرة أطول زمنيا من مدة بث نشرة قناة النهار (ولو أننا نركز على النسب أكثر من التكرارات)، بينما يبرز فارق واضح في زمن استغراق قضايا مكافحة الجريمة والفساد لصالح أخبار القناة العمومية التي اهتمت بشكل أكبر بالجانب الأمني في البلاد.

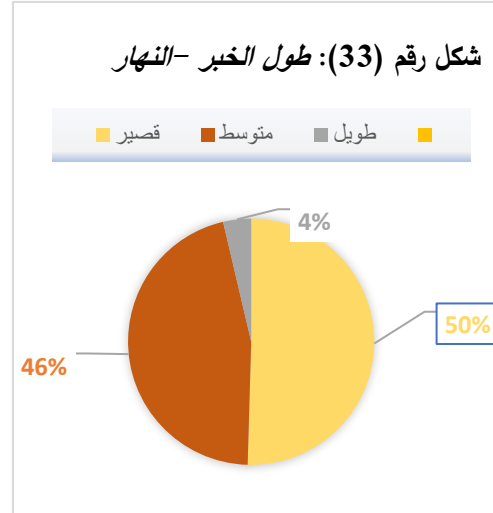
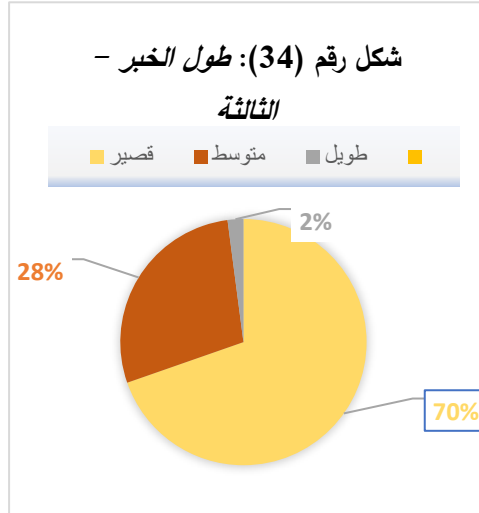
وفيما يتعلق بالقضايا الأخرى نجد تنوع أكبر في قناة النهار وبالتالي مدة زمنية أطول مخصصة للمعالجة الخبرية لهذه القضايا إجمالاً.

جدول رقم (20): يبين طول الخبر الوارد في النشرتين:

نشرة القناة الثالثة الإخبارية		نشرة النهار (الحصاد الإخباري)		النشرات:
%	ت	%	ت	
%00.00	101	%50.46	55	قصير (أقل من 02 د)
%00.00	41	%45.87	50	متوسط (من 02 د إلى 04 د)
%00.00	03	%03.67	04	طويل (أكثر من 04 دقائق)
%100	145	%100	109	المجموع
المصدر: عمل شخصي للباحث				

نلاحظ من بيانات الجدول رقم (20) أن قناة النهار الإخبارية مزجت بين الأخبار القصيرة والمتوسطة من حين طول الخبر في نشراتها، بينما لم تعتمد على الأخبار الطويلة إلا فيما ندر. فيما اعتمدت القناة الثالثة الإخبارية بشكل مكثف على الأخبار القصيرة وذلك بحوالي 70% من مجموع الأخبار ككل، وبقية الأخبار في غالبها هي أخبار متوسطة الطول، أي أنها تشترك مع قناة النهار في ندرة الاعتماد على الأخبار الطويلة وتختلف عنها في حجم الاعتماد على الأخبار القصيرة. وكما ذكرنا

سلفاً أن أخبار القناة الثالثة الإخبارية اعتمدت على الأخبار البسيطة أكثر مقارنة بقناة النهار، وبالتالي أخبار قصيرة أكثر غالباً.

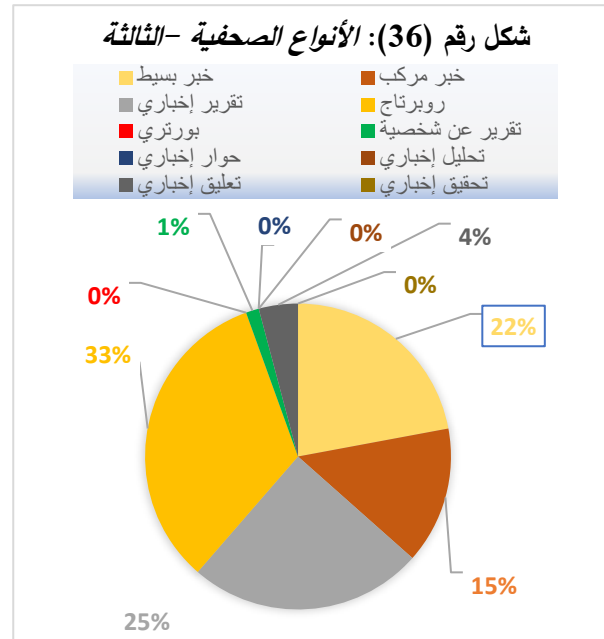
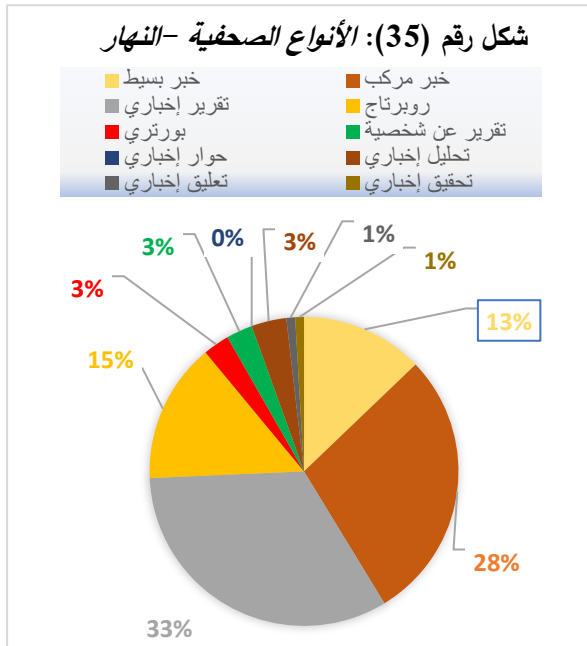


المصدر: عمل شخصي للباحث

جدول رقم (21): يبين النوع الصحفي المستخدم في تقديم الخبر:

نشرة القناة الثالثة الاخبارية		نشرة النهار (الحصاد الاخباري)		النشرات: النوع الصحفي المستخدم في تقديم الخبر
%	ت	%	ت	
22.07%	32	12.84%	14	خبر بسيط
14.48%	21	28.44%	31	خبر مركب
24.83%	36	33.03%	36	تقرير إخباري
33.10%	48	14.68%	16	رورتاج
00.00%	00	02.75%	03	بورترية
01.38%	02	02.75%	03	تقرير عن شخصية
00.00%	00	00.00%	00	حوار إخباري
00.00%	00	03.67%	04	تحليل إخباري
04.14%	06	00.92%	01	تعليق إخباري
00.00%	00	00.92%	01	تحقيق إخباري
100%	145	100%	109	المجموع

المصدر: عمل شخصي للباحث



المصدر: عمل شخصي للباحث

من خلال الجدول رقم (21) الذي يبرز الأنواع الصحفية المستخدمة في أخبار النشرتين، نلاحظ أن قناة النهار اعتمدت بشكل كبير على فن التقرير الصحفي، وذلك في 26% من أخبارها، فيما اعتمدت القناة الثالثة الإخبارية على الرپورتاج بشكل مكثف في عرض أخبار نشراتها وذلك بنسبة 33% كما وظفت نشرات قناة النهار الخبر المركب ثم الرپورتاج بالدرجتين الثانية والثالثة على التوالي، فيما اعتمدت القناة الثالثة الإخبارية بعد الرپورتاج على النوعين التقرير الإخباري والخبر البسيط. ففي الوقت التي وظفت فيه قناة النهار بشكل أكبر على الخبر المركب مقارنة بالخبر البسيط، فقد اهتمت القناة الثالثة بشكل أكبر على توظيف الخبر البسيط مقارنة بالخبر المركب.

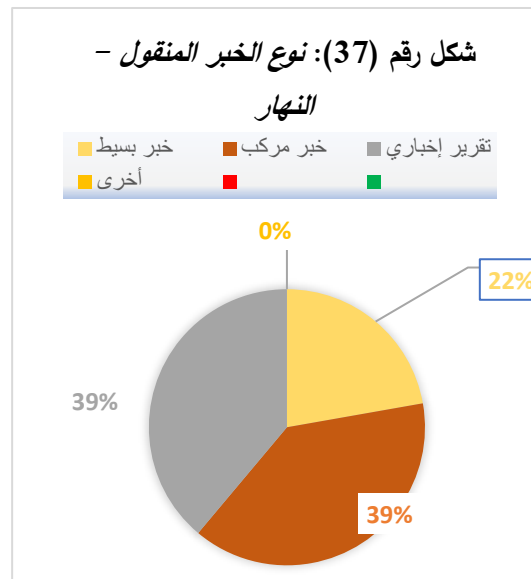
فيما بقية الأنواع الصحفية (أو الفنون): لم تتجاوز نسبتها 03% من مجموع الأخبار ككل، وقد ركزت فيها قناة النهار على التحليل الإخباري والبورترية، فيما ركزت القناة الثالثة الإخبارية على التعليق الإخباري، وقد تم الاعتماد على تقرير الشخصية بشكل متقارب في أخبار القنوات.

(ويندرج من الجدول رقم (21)، جدولين فرعيين هما: الجدول رقم (22)، والجدول رقم (23) على التوالي).

جدول رقم (22): يبين نوع الخبر المنقول في أخبار القنوات:

الدائم المصاحبة للخبر	القناة المنقول منها	القناة الناقلة	%	ت	نوع الخبر المنقول
تسجيلات مصورة حصرية	قنوات التلفزيون الجزائري العمومي	النهار	17.64%	03	01 خبر بسيط
تسجيلات مصورة حصرية	قنوات التلفزيون الجزائري العمومي	النهار	41.18%	07	02 خبر مركب
تسجيلات مصورة حصرية	قنوات التلفزيون الجزائري العمومي	النهار	41.18%	07	03 تقرير إخباري
-	-	-	00.00%	00	04 أخرى
-	-	-	100%	17	المجموع

المصدر: عمل شخصي للباحث



المصدر: عمل شخصي للباحث

ملاحظة: القناة الثالثة لم تنقل أي خبر لهذا لم نورد لها دائرة نسبية خاصة بها.

يوضح الجدول رقم (22) نوع الخبر المنقول من قناة أخرى كما هو تحديداً، ومنه نلاحظ أن قناة النهار أوردت 17 خبراً منقولة من قناة أخرى، هي تحديداً منقولة من أخبار نشرات القنوات العمومية (التي لها امتيازات أكبر في الحصول على بعض الحصريّات بما أنها قناة حكومية) أي وردت في نشرات أخبار القناة الثالثة الإخبارية العمومية أيضاً بنفس الشكل مع اختلاف في التعليق على قراءة الخبر من النشرة فقط.

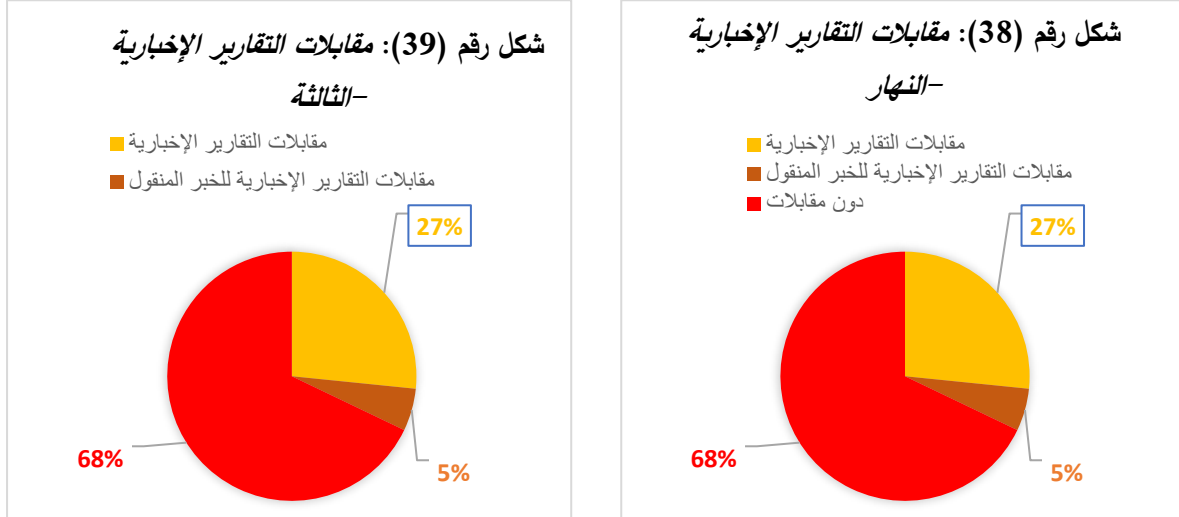
وتنقسم أنواع الأخبار التي نقلتها قناة النهار إلى 03 أقسام هي: 41% منها خبر مركب أو تقرير إخباري، والنسبة المتبقية تعود للخبر البسيط. وكانت الدعائم المصاحبة لهذه الأخبار جميعاً هي التسجيلات المصورة الحصرية.

جدول رقم (23): يبين مقابلات التقارير الإخبارية الواردة في الأنواع الصحفية المستخدمة:

نشرة القناة الثالثة الإخبارية		نشرة النهار (الحصاد الإخباري)		النشرات: مقابلات التقارير الإخبارية الواردة في الأنواع الصحفية المستخدمة
%	ت	%	ت	
52.41%	76	26.61%	29	مقابلات التقارير الإخبارية
00.00%	00	05.50%	06	مقابلات التقارير الإخبارية للمنقول
47.59%	69	67.89%	74	دون مقابلات تقارير إخبارية
100%	145	100%	109	المجموع
المصدر: عمل شخصي للباحث				

وبعيداً عن الأنواع الصحفية الواردة في الجدول رقم (21)، فهناك نوع آخر متمثل في المقابلات الإخبارية للتقارير الإخبارية... وهي التي يوضحها الجدول الأخير رقم (23) الذي قمنا فيه بتقسيم هذه المقابلات حسب نوع الخبر، إذا كان خبر معد من طرف القناة أو خبر منقول كما هو من قناة أخرى... وفي الوقت الذي لم تعتمد فيه القناة الثالثة الإخبارية على أي خبر منقول من قناة أخرى - كما وضعنا في الجدول السابق - فقد اعتمدت قناة النهار على أخبار منقولة من قناة أخرى، (وهي تحديداً منقولة من نشرات التلفزيون العمومي أي أوردت في بعض الأحيان نفس الخبر المنقول في نشرة القناة

الثالثة وعددها 17 خبرا). ويوضح الجدول التالي المقابلات الصحفية الواردة في أخبار القنوات بشكل مفصل.



المصدر: عمل شخصي للباحث

ومن خلال هذا الجدول رقم (23)، الملحق بالجدول رقم (21) نلاحظ أن قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية استخدمت المقابلات الإخبارية بشكل مكثف (أكثر من ضعف العدد) قياسا بقناة النهار.

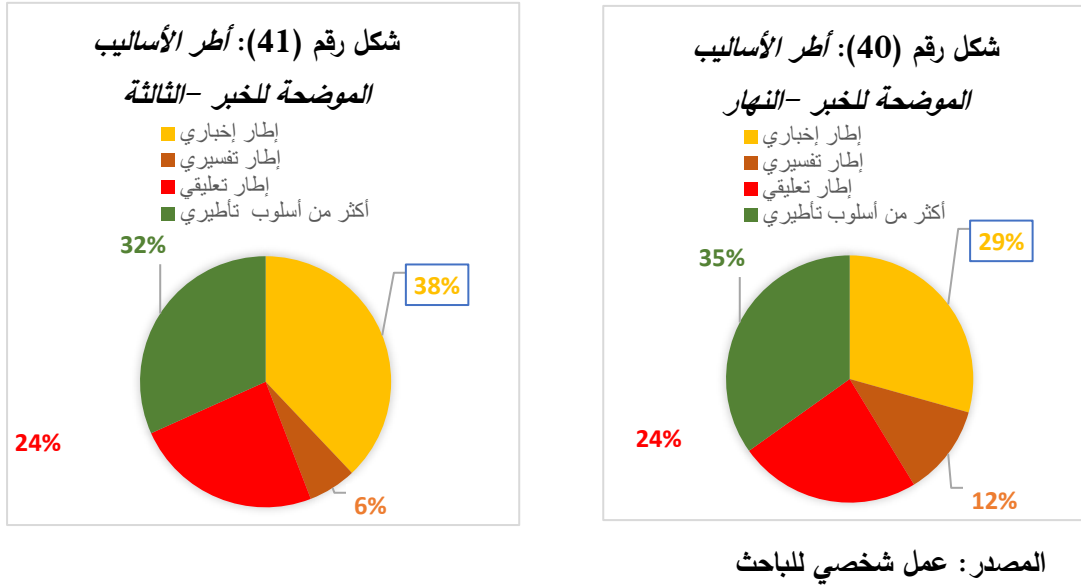
حيث أرفقت القناة الثالثة أكثر من 50% من أخبارها بمقابلات إخبارية (سواء في تقرير إخباري أو ريبورتاج أو تقرير عن شخصية). وهي ضعف النسبة مقارنة بمقابلات التقارير الإخبارية في نشرات قناة النهار.

جدول رقم (24): بين أطر الأساليب الموضحة للخبر:

نشرة القناة الثالثة الإخبارية		نشرة النهار (الحصاد الإخباري)		النشرات: أطر الأساليب الموضحة للخبر
%	ت	%	ت	
37.93%	55	29.36%	32	إطار إخباري
06.21%	09	11.92%	13	إطار تفسيري
24.14%	35	23.85%	26	إطار تعليقي
31.72%	46	34.86%	38	أكثر من أسلوب تأطيري
100%	145	100%	109	المجموع

المصدر: عمل شخصي للباحث

نلاحظ من خلال الجدول رقم (24) الذي يوضح الأطر الموضحة للخبر، أن الإطار الإخباري يمثل أعلى نسبة في نشرتي القناتين (باستثناء الاعتماد على أكثر من أسلوب) مع نسبة أكبر في القناة الثالثة.



يليهما الإطار التعليقي في نشرتي القناتين بنفس النسبة تقريبا، بينما النسبة الأقل تعود للإطار التفسيري. بينما نلاحظ أن الاعتماد على أكثر من أسلوب يمثل نسبة كبيرة في أخبار القناتين (مقاربة بينهما) بل هو يمثل النسبة الأعلى إجمالا لأطر الأساليب الموضحة للخبر في نشرة قناة النهار.

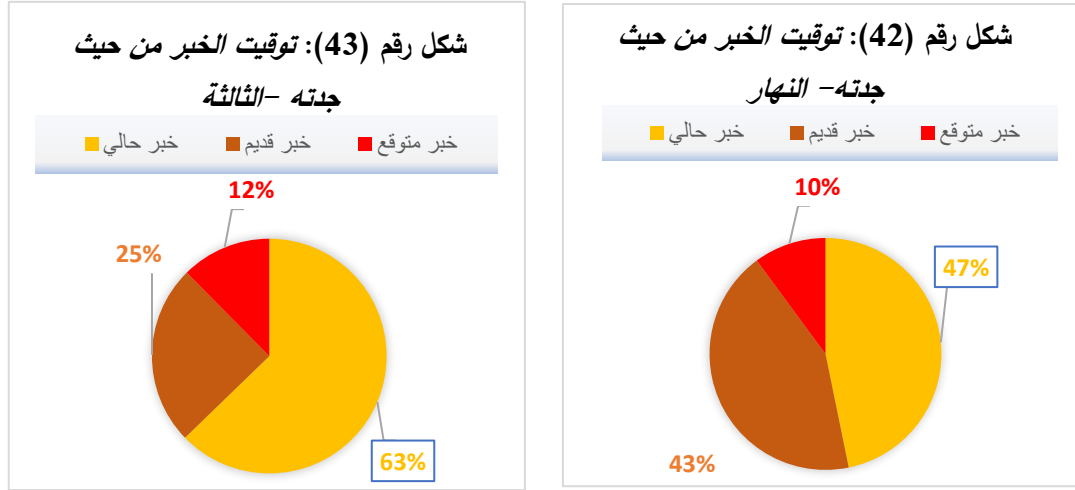
جدول رقم (25): يبين توقيت الخبر من حيث جدته:

نشرة القناة الثالثة الاخبارية		نشرة النهار (الحصاد الاخباري)		النشرات: توقيت الخبر من حيث جدته
%	ت	%	ت	
62.76%	91	46.79%	51	خبر حالي
24.83%	36	43.12%	47	خبر قديم (تداعياته)
12.41%	18	10.09%	11	خبر متوقع (مستقبلي)
100%	145	100%	109	المجموع

المصدر: عمل شخصي للباحث

يتبين من خلال الجدول رقم (25) أن قناة النهار مزجت ووازنت بين الأخبار الحالية والأخبار القديمة وما لها من تداعيات في نشراتها الإخبارية الرئيسية، بينما تبدو الفوارق أكثر بروز من حيث توقيت الخبر في القناة الثالثة الإخبارية، إذ اعتمدت بشكل أكبر على الأخبار الحالية بما يمثل الثلثين

من مجموع الأخبار التي تم عرضها، تليها الأخبار القديمة بفارق ملحوظ. بينما نجد الأخبار المتوقعة أو المتروك إنجازها أو وقوعها مستقلاً (كفرض حجر صحي بعد الأسبوع..، هي الأقل في نشرتي القناتين.

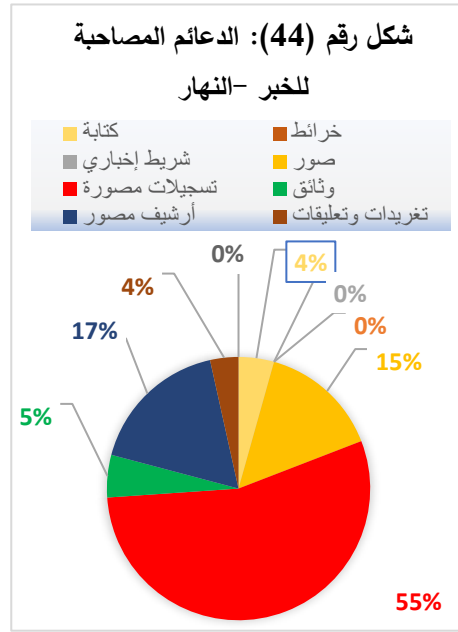
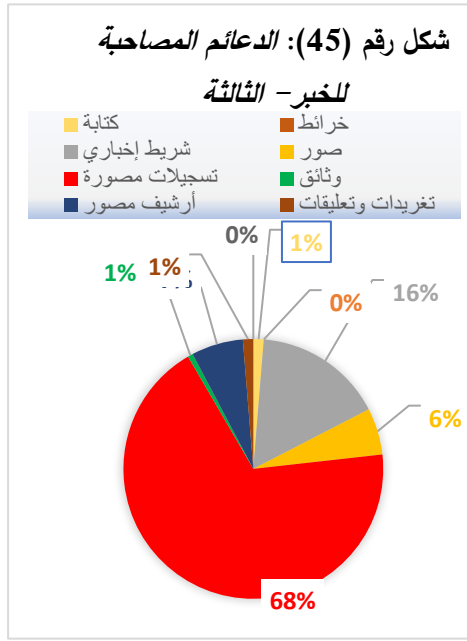


المصدر: عمل شخصي للباحث

جدول رقم (26): يبين أطر الدعائم المصاحبة للخبر:

نشرة القناة الثالثة الاخبارية		نشرة النهار (الحصاد الاخباري)		النشرات: أطر الدعائم المصاحبة للخبر
%	ت	%	ت	
01.29%	02	04.35%	05	كتابة
00.00%	00	00.00%	00	خرائط
16.13%	25	00.00%	00	شريط إخباري (دون أي دعامة أخرى معه)
05.81%	09	14.78%	17	صور
68.39%	106	54.78%	63	تسجيلات مصورة أو تسجيلات حصرية
00.64%	01	05.22%	06	وثائق
06.45%	10	17.39%	20	أرشيف مصور
01.29%	02	03.48%	04	تغريدات وتعليقات المواقع الاجتماعية
00.00%	00	00.00%	00	أخرى
100%	155	100%	115	المجموع

المصدر: عمل شخصي للباحث



المصدر: عمل شخصي للباحث

من بيانات الجدول رقم (26) المتعلق بالدعائم المصاحبة للخبر، تتضح أهمية المادة المصورة في أخبار التلفزيون كما هو متوقع ومفروض، فأكثر من نصف أخبار نشرات قناة النهار صاحبها تسجيلات حصرية مصورة، و17% منها أرشيف مصور... وكذلك في نشرات القناة الثالثة الإخبارية فقد صاحبها بما يقارب 70% تسجيلات حصرية مصورة وحوالي 7% أرشيف مصور. (وبالتالي اعتماد أكثر من القناة الثالثة على الفيديو المرافق للخبر عموماً).

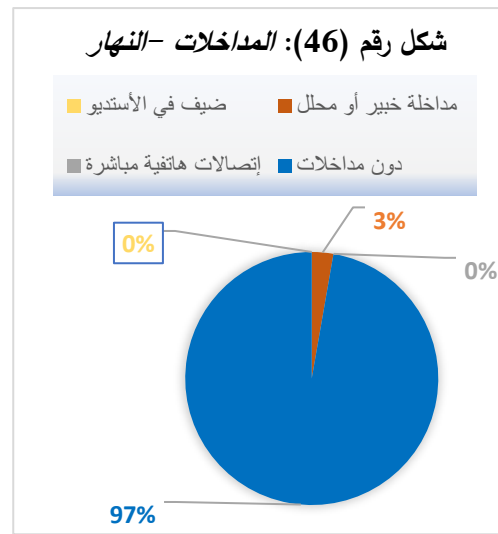
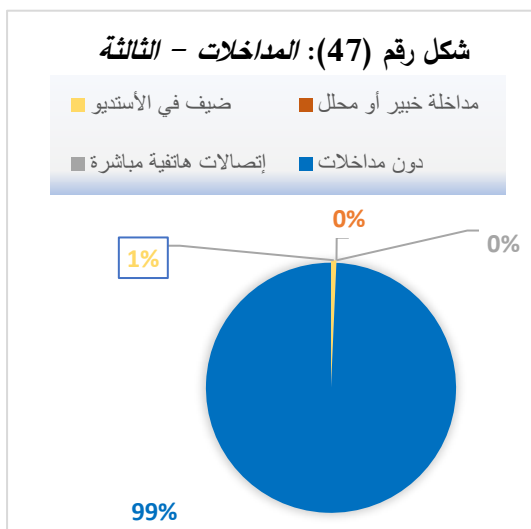
لكن نقطة الخلاف الجوهرية الواضحة في الدعائم المصاحبة للخبر هي المتعلقة بالشريط الإخباري (لخبر غير مقروء فقط)، ففي الوقت الذي لم تعتمد فيه قناة النهار أبداً على الشريط الإخباري لمقروء من مقدم النشرة، والمقصود بالخبر المقروء هو الخبر الذي لا ترافقه الصور المتحركة، فليس كل خبر يحتاج بالضرورة للصور حتى يبث، فبعض الأخبار يكتبها المندوب دون أن تحظى بتغطية مصورة لها، كما أن بعض الأخبار يتكفل مقدم النشرة بقراءتها من الاستوديو كخبر بسيط يقدم أهم ما جاء فيه مباشرة وباختصار. (لويس، 1993، ص. 79-80) ونلاحظ أن 16% من أخبار القناة الثالثة قد اعتمدت على الشريط الإخباري كوسيلة منفردة تدعم الخبر المقدم، ولو بحثنا في تفسير ذلك سنجد أنه يتجسد في احتواء نشرة أخبار القناة الثالثة على الأخبار البسيطة بكثرة دون أي دعامة مصاحبة للخبر، على عكس قناة النهار التي ترفق خبرها البسيط بصور أرشيفية أو ثابتة، وعلى ذكر الأخيرة فقناة النهار

اعتمدت على الصور الثابتة بأكثر من ضعف نسبة اعتمادا القناة الثالثة عليها. كما اعتمدت قناة النهار أيضا على الوثائق والكتابات (ضمن محتوى الخبر المعروض ككتابة: أقوال شخصية ما أو التعديلات الدستورية بشكل متسلسل)، وكذا تغريدات المواقع الاجتماعية، أكثر من اعتماد القناة الثالثة عليها. وبالتالي فلا تزال تفضل القناة العمومية الإطار الكلاسيكي في عرض الأخبار، بينما حاولت قناة النهار إضافة نوع من الحيوية والتفاعلية في تأطير أخبارها. ويمكن التنويه أن الاعتماد على مقدم النشرة منفردا في تقديم الخبر هو أسلوب شائع في نشرات التلفزيون الجزائري، فقد أكدت الباحثة فنور (2016) أن حوالي نصف أخبار التلفزيون الجزائري قدمت من خلال صوت مُقدم أو قارئ النشرة فقط. (ص. 345)

جدول رقم (27): يبين المداخلات أثناء النشرة:

نشرة القناة الثالثة الاخبارية		نشرة النهار (الحصاد الاخباري)		النشرات: المداخلات أثناء النشرة
%	ت	%	ت	
%00.69	01	%00.00	00	ضيف في الاستديو
%00.00	00	%02.75	03	مداخلة خبير أو محلل
%00.00	00	%00.00	00	اتصالات هاتفية مباشرة
%99.31	144	%97.25	106	دون مداخلات مباشرة
%100	145	%100	109	المجموع

المصدر: عمل شخصي للباحث



المصدر: عمل شخصي للباحث

من خلال الجدول رقم (27) يتبين أن نشرتي القنوات لم تعتمد على المداخلات أثناء النشرة سواء كانت اتصالات هاتفية من محللين أو باستضافة شخصيات لها علاقة بالخبر داخل الاستوديو أو غيرها إلا فيما ندر. إذ نجد استضافة شخصية واحدة لتحليل خبر في القناة الثالثة الإخبارية، بينما كانت هناك فقط 03 مداخلات هاتفية مع محللين سياسيين في قناة النهار. الأمر الذي يدل على الطابع الروتيني التقليدي في تأطير المضامين داخل غرف الأخبار بالقناتين على حد سواء، وأن إتباع الأساليب العصرية في تناول الأخبار في النشرات لم يصل بعد للمستوى المطلوب.

وفيما يتعلق بنتائج الدراسة العامة: واختصارا وتنظيما لكل ما تم تحليله فيما سبق من جداول وتعليقات ومرئيات، فيمكن أن نقسم نتائج الدراسة وفق أربع معطيات أساسية، وذلك بهدف تنظيم عرضها وتسهيل فهمها، وستتم هذه العملية بعرض نتائج الدراسة التحليلية، ثم نتائج الدراسة المقارنة، ثم النتائج على ضوء تساؤلات الدراسة وكذلك النتائج على ضوء الدراسات السابقة:

7-2- نتائج الدراسة التحليلية

-أكدت معطيات دراستنا أن كلا من الإطار الصحي والإطار الاجتماعي يمثلان أهم أطر الموضوعات في نشرتي قناة النهار والقناة الثالثة الإخبارية، بعدها يأتي إطار الأخبار الاقتصادية في قناة النهار والإطار الذي يتناول الأخبار السياسية في القناة الثالثة العمومية.

-يعود سبب تصدر الأخبار ضمن الإطار الصحي لأولويات النشرات الإخبارية، للانتشار الكبير لوباء كورونا المستجد، كقضية جديدة على العديد من الجماهير وكذلك على مختلف القنوات الفضائية التلفزيونية.

-سلطت قناة النهار غالب اهتماماتها على إطار الأخبار الاجتماعية وربطته بأفراد المجتمع بشكل مباشر، بينما ركزت القناة الثالثة الإخبارية بشكل أكبر على ربط أخبارها بالسياسات الحكومية وأفرادها.

-أقل المواضيع الإخبارية المتناولة هي المواضيع التي شملت أخبار الثقافة والأمن والدين والتعليم، وهي المواضيع التي اهتمت بها قناة النهار بشكل أكبر، فيما لم تتل المواضيع الرياضية أي اهتمام ضمن حدود الدراسة الزمانية.

-تبتث القناة الثالثة الإخبارية متوسط أخبار يصل إلى حوالي 18 خبرا في كل نشرة، وهو معدل يتجاوز متوسط قناة النهار الإخبارية الذي يصل إلى حوالي 14 خبرا لكل نشرة، وبالتالي خصصت القناة الثالثة مدة زمنية أطول لعرض نشراتها عموما.

-كشفت النتائج عن وجود تماثل لحد كبير بين الشخصيات الواردة بنشرتي الفضائيتين، إذ برزت الشخصيات الفاعلة في المجتمع (الجمعويين والأطباء... إلخ)، كأكثر الشخصيات ترددا في نشرات الدراسة، ما يعبر عن درجة أهمية هذه الفئة ودورها الجوهري في المجتمع. ويتبع هذه الفئة الشخصيات

الشعبية التي تمثل عامة الناس في أخبار النشرتين، حيث تجسد ورودها من جانب منحهم الفرصة للتعليق والتعبير عن آرائهم ومواقفهم حول مختلف الأحداث والقضايا.

-ويلي ورود الشخصيات الفاعلة والعامة فئة شخصية الوزراء وذلك في نشرات قناة النهار، تليها فئة الحكوميين. وفي القناة الثالثة نجد شخصيات المدراء هي الأكثر ترددا بعد الشخصيات الفاعلة، تتبعها فئة رجال الأمن من الشرطة أو الدرك وغيرهم، وبعدها فئة الحكوميين، (دون الوزراء). وفي شخص رئيس الجمهورية نجد معدل ذكره في قناة النهار قريب من معدل المرة في كل نشرة، ومن المرتين في كل نشرة بالقناة الثالثة. بينما شخص الوزير الأول وشخص الناطق الرسمي للجنة رصد وتتبع فيروس كورونا يتجلى ورودهما بمعدل مرة واحدة في أخبار القنوات.

-يمثل الاتجاه المعارض نسبة ضئيلة جدا في كلا النشرتين، فغالبية الأخبار في نشرات القنوات تتوزع بين الاتجاه المؤيد أو الاتجاه المحايد الذي يحاول تقديم الخبر بشكل أقرب للموضوعية في الطرح وذلك بتقادي الميل لأي جهة ما دوننا عن الأخرى بشكل واضح.

-فيما يتعلق بإطار الممارسة الاعلامية فهو يتجسد بشكل إيجابي مجملا بأخبار النشرتين، وذلك بتفضيل طرح الأخبار الجيدة لأفراد المجتمع (مثل القبض على المجرمين، أو تنمية تمس مجال معين أو الأخبار الإنسانية... إلخ)، حيث يمكن تأطير الخبر الواحد بشكل سلبي أو إيجابي، فنبأ متعلق بتفشي فيروس الكوفيد الأخير يمكن تأطيره بأطر إيجابية بالتغلب عليه أو بأطر سلبية بزيادة انتشاره وتطور خطورته، ويبرز إطار الممارسة الاعلامية المتوازنة بنسبة معتبرة في أخبار القنوات، وتمثلت النسبة الأقل لأطر الممارسة في الإطار السلبي للأخبار، ما يعبر عن محدودية الاعتماد على الأخبار السلبية ضمن نشرات أخبار الفضائيات الجزائرية، وهو الذي يعبر عن خصوصية مضمون الأخبار التلفزيونية في الإعلام الجزائري وكذا خصوصية جمهور الأخبار أيضا، على عكس الاعلام الغربي الذي يوظف مثل هذه الأخبار بشكل روتيني.

-يغلب على أخبار النشرتين الأطر المحددة بقضية، فالكثير من الأخبار الاجتماعية والسياسية والاقتصادية ربطت بقضية محددة يصاغ الخبر ضمنها كوباء كورونا وربطه بتأجيل المجلس الشعبي الوطني، أو استيراد أدوية من الصين أو الالتزام المدني ببروتوكول الحجر الصحي وغيرها.

-تم تأطير غالب الأخبار بموضوعية من حيث السمات البارزة في الخبر، أي دون صبغ شكل الخبر بعوامل مؤثرة على مشاعر الأفراد بشكل بارز كالدراما المبالغ فيها أو التراجيديا المفرطة. وهو عامل يُسهم في طرح الأخبار ضمن سياقها الأصلي دون الخروج عنه.

-الإطار المرجعي المهيمن على أخبار نشرات قناة النهار هو الإطار المرجعي الصحي، بحيث بنت القناة مختلف أخبارها على مرجعية صحية متصلة بتغطية مستجدات وباء الكورونا تحديداً، بينما تبنت القناة الثالثة بشكل أكبر المرجعية الخبرية التنموية بمناقشة الموضوعات ضمن بحث قضايا التنمية الحالية أو المستدامة بكافة القطاعات والأنشطة.

-يمكن ملاحظة نوع من التوازن خلال معالجة الأخبار بالقناة الثالثة، من حيث توظيف أطر مرجعية مختلفة، فنسب بعض المرجعيات مقارنة مع النسبة المرجعية الغالبة في الأخبار (التنموية)، بينما بعض المرجعيات (السياسية، التربوية، الدينية) بعيدة عن المرجعية الأكثر بروزاً.

الأطر المرجعية التنموية وكذلك الاجتماعية تمثلان أبرز الأطر المرجعية بقناة النهار على التوالي بعد الأطر المرجعية الصحية. ثم تبرز الأطر السياسية بمعدل ورود أعلى بالقناة الثالثة التي تهتم بالأخبار السياسية بشكل أكبر لكونها قناة عمومية كما وضحت الأطر الموضوعية للخبر سابقاً.

-إطار المسؤولية وإطار الاهتمامات الإنسانية على الترتيب يمثلان أكثر الأطر الإعلامية توظيفاً في النشرات الإخبارية بالقناتين، فهما يركزان على المهام المنجزة في مختلف القطاعات بغرض تسيير الأمور وتحسين الأوضاع، وعلى الأخبار التي تمس جوانب الفرد الإنسانية وتترك أثراً فيها. بعد ذلك توظف النهار أطر الصراع، فيما توظف القناة الثالثة إطار الإستراتيجية.

-تتجلى الأطر الإعلامية الأقل توظيفاً ضمن أخبار نشرات قناة النهار في الأطر المتعلقة بالمبادئ الأخلاقية ثم أطر الاهتمامات الاقتصادية ثم إطار الإستراتيجية. ومن خلال قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية فهي تبرز في الأطر المتعلقة بالاهتمامات الاقتصادية ثم إطار الصراع ثم إطار المبادئ الأخلاقية على التوالي.

- أطر التحيز الغالبة بقناة النهار تعكسها القيم الثقافية والاجتماعية السائدة، التي تراعي ترك أثر في نفسية المتلقي كأخبار التضامن الاجتماعي بين أفراد المجتمع الواحد، بينما تبرز في القناة الثالثة

الإخبارية أطر التحيز المتعلقة بالنشاط السياسي، كالأخبار الممارسات الحكومية ومداخلات رئيس الجمهورية. بعدها تأتي أطر التحيز من خلال النظام السياسي بقناة النهار، وأطر التحيز من خلال القيم الثقافية والاجتماعية السائدة بقناة الجزائرية الثالثة الإخبارية.

-لنبرز بعدها بأخبار القنوات أطر التحيز المتعلقة بالأيديولوجيا والتنظيم الداخلي، وكذا بسياسية القناة ومصالحها... إلخ.

-قيمة القرب المكاني أو العاطفي تغلب على معظم أخبار نشرات القنوات، تليهما قيمتا الأهمية ثم التأثير، ثم قيم الصراع والضخامة والأنية والشهرة في قناة النهار على الترتيب، وقيمتي التأثير والأهمية في قناة الجزائرية الثالثة، تليهما قيم الشهرة والضخامة والصراع والأنية على الترتيب.

-ولم تحظى قيمة الحالية أو الأنية بالأولوية في أخبار أهم قنوات إخباريتين بالجزائر، إذ ركزت على عناصر أخرى تخدم أولياتهما وسياستهما أكثر من الفورية الخبرية.

-ولم توظف قيمة الغرابة أو الطرافة بأخبار القنوات أثناء فترة التسجيل (وردت في خبر واحد بقناة النهار)، ما يؤكد أن الأخبار التلفزيونية في الجزائر لا تمنح هذه القيمة أولوية توظف بها أخبارها ولو من جانب التغيير، بحيث يتم تفضيل الأخبار الجادة، ما يطرح إشكالية تدور حول قابلية تعرض الجمهور للملل أثناء متابعة النشرة أو حتى قابلية رفضه متابعتها مع الوقت وتغيير المحطة بهدف اشباع حاجات معرفية مختلفة (في ظل منافسة إعلامية كبيرة اليوم في مجال الأخبار).

-تركز أخبار الفضائيات الجزائرية على مخاطبة الجمهور في إطار عام داخلي، بتناول أخبار عامة موجهة لكافة شرائح الجمهور الجزائري. بعدها تتوجه بخطابها نحو جمهور ضمن إطار خاص داخلي (موجه نحو فئة محددة)، مع تغييب الاهتمام بالإطار الجماهيري الخارجي العام منه أو الخاص.

-تهيمن اللغة العربية الفصحى على لغة تقديم الأخبار وعرضها في نشرات القنوات، على نهج الأدبيات المتعلقة بالأخبار في الإعلام الجزائري المرئي.

-تتجسد اللغة المختلطة في الأخبار التي تتضمن مداخلات لمقابلات التقارير الصحفية، أي مداخلات من قبل شخصيات شعبية أو حكومية. ومن الملاحظ غياب المداخلات باللغة الأجنبية (وليس

المختلطة) كليا في أخبار النشرتين وذلك بسبب قلة الأخبار الدولية نفسها. فهي العامل الوحيد الذي يُمكن من طرح لغة أجنبية في نشرة مقدمة باللغة العربية.

-تركز أخبار قناة النهار على قاموس المصطلحات الذي يحاول وصف الفعل أو الحدث، بينما يهتم قاموس المصطلحات الخاص بالقناة الثالثة الإخبارية بوصف الفاعل أكثر من غيره في القصص الخبرية، كالاتماد على البورتريه في تقديمها أو لوصف مداخله لشخصية بارزة... وبعدها يركز قاموس المصطلحات الخاص بقناة النهار على وصف الفاعل، ويركز قاموس المصطلحات الخاص بالقناة الثالثة الإخبارية على وصف الفعل والتعبير عنه، ووصف الأطراف المشاركة في الخبر يمثل الإطار الأقل توظيفا في تناول الأخبار بالقناتين.

-يعد المصدر المتمثل في اعتماد القناة على المراسلين ثم البيان الصحفي أهم مصدران تعتمد عليهما عملية بناء أخبار القناتين، مع نسبة اعتماد أكبر لهما في أخبار القناة الثالثة الإخبارية، (60%) منها اعتمدت على المراسلين و(23%) منها على البيان الصحفي. واستقت قناة النهار أخبارها اعتمادا على وسائل الإعلام المختلفة بما يوازي اعتمادها على مصدر البيان الصحفي تقريبا، وقد اعتمدت القناة الثالثة على المؤتمرات الصحفية كأهم ثالث مصدر، واعتمدت النهار عليها كرابع أهم مصدر.

-لا تستعين القنوات الفضائية الجزائرية باستقاء الأخبار من قبل وكالات الأنباء (صريحا) كما توصلنا في نتائج دراستنا، خاصة مع تنوع الأخبار اليوم ووسائل بثها، كما لم يتم الاعتماد على الشهود العيان أو المصادر الغير مصرح بها في أخبار القناتين إلا فيما ندر، ونفس الملاحظة تتعلق بالمصدر المتمثل في وسائل الإعلام التي لم تعتمد عليها أخبار القناة الثالثة الإخبارية في نشراتها.

-هيمنة شبه تامة للأخبار التي تغطي الحيز المكاني المحلي في أخبار النشرتين، وباقي النسب الصغيرة جدا تتوزع حول معالجة بعض الأخبار العربية والإفريقية. فالجمهور الرئيسي المستهدف هو الجمهور الجزائري، بتقديم مضامين إخبارية تشبع اهتماماتهم وترتبط موضوعاتها بحاجاتهم.

-الكوفيد والشؤون الصحية تصدرت أولويات أخبار جميع نشرات قناة النهار، فكل نشراتها استهلّت بخبر يخصها، كما أن الخبر الثاني كذلك ركز على هذه القضايا (50 بالمائة منه حولها). ومثلت ذات القضايا عشر مجموع الخبر الأول فقط بالقناة الثالثة الإخبارية (نفس تكرار قضايا الاستيراد والتصدير)

لكنها مثلت غالبية نسبة الخبر الثالث بنشرات القناة، فالقناة الثالثة ركزت بشكل صريح في خبرها الأول على القضايا السياسية والدبلوماسية وكذلك منحت لها حجم اهتمام كبير في خبرها الثاني أو الثالث في ترتيب النشرة. عكس قناة النهار التي لم تعطي الأولوية الخبرية للقضايا السياسية في أي نشرة لها.

- أما فيما يخص الخبر الرابع وما يتبعه في ترتيب النشرات، فتميزت القضايا بنوع من التوازن في توزيعها وتغطيتها وفقا لأهميتها ووفق لبعض العناصر الأخرى للجدارية، فنجد أكثرية الأخبار التي تمت تغطيتها بعد الخبر الرابع هي أخبار قضايا التنمية والتطوير بقناة النهار وأخبار قضايا مكافحة الجريمة والفساد بالقناة الثالثة الإخبارية.

-قضايا الكوفيد والمنظومة الصحية نالتا نفس الاستغراق الزمني من حيث المعالجة الخبرية، (20%) من مجموع الأخبار المقدمة خلال النشرة بالقناتين.

-وازنت قناة النهار زمنيا بين القضايا الاجتماعية المتعلقة بالتكافل الاجتماعي أو الأسري والقضايا الاقتصادية التي تتعلق بالموارد المالية وغيرها.

-اعتمدت قناة النهار بشكل مكثف على فن التقرير الصحفي من بين مختلف الأنواع الصحفية ثم على الخبر المركب، بينما اعتمدت القناة الثالثة بكثرة على الربورتاج كفن تعرض وفقه الكثير من أخبار نشراتها، تبعه الاعتماد على التقرير الإخباري ثم الخبر البسيط في عرض الأخبار.

-بقية الأنواع الصحفية كانت لها حيز ضئيل من التوظيف وبنسب صغيرة جدا من مجموع الأخبار، ركزت خلالها قناة النهار على التحليل الإخباري والبورترية، والقناة الثالثة الإخبارية استعانت بالتعليق الإخباري ثم تقرير الشخصية.

-اعتمدت قناة النهار على تضمين العديد من الأخبار نقلا عن تلفزيون آخر، وتحديدًا نقلا عن القناة العمومية، حيث تناولت في نشرات أخبارها العديد من أخبار القناة الثالثة، مع مراعاة بعض التغيير خلال عرض المحتوى. على عكس القناة الثالثة الإخبارية التي اعتمدت فقط على الأخبار الذاتية ولم تنتقل أي خبر من جهة أخرى.

-الإطار الإخباري يعبر عن النسبة الأعلى في نشرتي القناتين من حيث الأساليب الموضحة للخبر (دون الأخذ بالاعتبار نسبة الاعتماد على أكثر من أسلوب). ثم يأتي الإطار التعليقي بنسبة

مقاربة في نشرتي القنوات، والنسبة الأصغر يمثلها الإطار التفسيري. والنسبة الأعلى إجمالاً هي الموازنة في الاعتماد على أكثر من أسلوب أثناء معالجة الأخبار (مقاربة بينهما).

-الأخبار المتوقعة أو المترقب حدوثها أو وقوعها مستقلاً (كخبر عن تحديد تاريخ انتهاء الحجر الصحي)، هي الأخبار الأقل في نشرتي القنوات من حيث توقع الحدث.

-الصورة تمثل جوهر الأخبار التلفزيونية، فنصف الأخبار التي عرضتها نشرات قناة النهار دعمتها بالتسجيلات الحصرية المصورة، بالإضافة لصور أرشيفية... ونفس الأمر يتعلق بنشرات القناة الثالثة الإخبارية التي رافقها (70%) تسجيلات حصرية مصورة ونسبة إضافية من الاعتماد على مادة أرشيفية مصورة. (القناة الثالثة استعانت أكثر بالفيديو المرافق للخبر).

7-3- نتائج الدراسة المقارنة

-حول المواضيع المعالجة، نلاحظ أن المواضيع الاقتصادية في القناة الثالثة الإخبارية لم تتل نفس القدر من الاهتمام التي منحته لها قناة النهار، والعكس فيما يخص الأخبار في إطار مواضيعها الأمنية، حيث نلاحظ اهتمام أكبر بها ضمن أخبار القناة الثالثة مقارنة بقناة النهار وبفارق كبير وبارز، فالقناة العمومية تهتم بعمل قوات الأمن وتدخلاتهم الموفقة للتعبير عن حالة الاستقرار.

- ركزت قناة النهار الإخبارية بشكل مكثف على الأخبار المتعلقة بقضية وباء كورونا المستجد والذي بدأ في اثاره الاهتمام الجماهيري والإعلامي مطلع عام 2020، وهي القضية التي شكلت تأثيرات على مختلف الميادين الأخرى، وقد خصصت أكثر من خمس مواضيع أخبارها لمعالجة القضايا المتعلقة بالوباء وما يتعلق بالصحة ومنظومتها بشكل عام. تليها القضايا المتعلقة بالتنمية والتطوير ثم القضايا السياسية، وعلى عكس ذلك ركزت القناة الثالثة الإخبارية فيما يقارب خمس أخبارها على تغطية القضايا السياسية كأكثر القضايا المتداولة في النشرة عموماً، بينما منحت القناة نفسها ذات النسبة لتغطية قضايا التضامن الاجتماعي، تبعثها قضايا الكوفيد والمنظومة الصحية عموماً بنسبة مقارنة، وبينت الدراسة كذلك على وجود فارق واسع من حيث تغطية قضايا مكافحة الجريمة والفساد بين النشرتين، إذ خصصت القناة الثالثة أضعاف عدد الأخبار (خمس مرات) ما خصصته لها قناة النهار الإخبارية.

-ركزت القناة الثالثة كثيراً على سيرورة عمل أجهزة الحكومة والأمن ومواقفهم وأدوارهم المختلفة، عكس قناة النهار التي اهتمت بالتركيز على المواضيع المتعلقة بالقضايا الآنية كوباء كورونا وأوضاع الجالية والمهاجرين وقضايا التنمية والاقتصاد.

-قضايا التضامن الاجتماعي كانت أقل تغطية في قناة النهار منها بالقناة الثالثة الإخبارية، مع التنكير بوجود قضايا مختلفة أقل تناولا ضمن النشرتين، كالقضايا الدينية أو التربوية.

-أولويات قناة النهار الإخبارية في بث أخبارها ركزت على قضايا الكوفيد والمنظومة الصحية، بينما تصدرت أخبار القضايا السياسية اهتمامات نشرة أخبار الجزائرية الثالثة الإخبارية ومنحت لها الأولوية في الطرح.

-من خلال النتائج يتبين لنا التركيز على الشخصيات المحلية الجزائرية في نشرتي القناتين بشكل كبير جدا مقارنة بالشخصيات الأجنبية أو الدولية.

-الاختلاف الأكبر في ورود الشخصيات متعلق بشخصية رجال الأمن إذ نلاحظ ورودهم ضمن نشرة القناة الثالثة الإخبارية بأرقام تتجاوز بفارق كبير ورودهم ضمن أخبار قناة النهار، في تأطير تحاول من خلاله القناة العمومية توجيه رسالة مفادها أن الأوضاع تبعث على الاستقرار وأن أجهزة الدولة تقوم بدورها كما يجب، ما يعبث على الراحة في نفسية المشاهدين تلقائيا.

-ضمن المنظمات الواردة في النشرات أبرزت النتائج أن أكثرها ورودا في النشرتين هي (الوزارات الجزائرية) وبشكل أكبر بالقناة الثالثة تحديدا، التي تركز بشكل مكثف على العمل الوزاري في العديد من قصصها الخبرية (كما تم طرحه سابقا)، بينما تم ادراج كل من المستشفيات الجامعية والخاصة وكذلك لجنة رصد وتتبع فيروس كورونا، واللجان المحلية بمختلف اهتماماتها ووزارة الدفاع الوطني بنسب تتراوح ما بين 10% و 12% تواليا. بينما نفس المنظمات تم ورودها بقناة النهار بنسب أكبر وذلك كالآتي: لجنة رصد وتتبع وباء كورونا بنسبة 14.06%، اللجان المحلية المختلفة (دون لجنة رصد الوباء) والمستشفيات بنسبتي 10.94%، ثم ووزارة الدفاع والجامعات أو معاهد التكوين بنسبتي 09.37%. بينما برزت المنظمات الأخرى بنسب أقل.

-أبرزت النتائج على غلبة الحياد في اتجاه الخبر بقناة النهار، بينما تجسد التأييد في اتجاه الخبر بقناة الجزائرية الثالثة الإخبارية (بتلثي النسبة)، وهي نتيجة قد يفسرها نمط ملكية القناتين بين العمومي والخاص، فنحن أمام أطر تتعلق بقناة خاصة وأخرى عمومية، ومع هذا ليس لزاما أن تتبنى القناة الخاصة تأطيرا يتيح لها قول ما تشاء بحرية أو المعارضة الصريحة.

-الأخبار المحددة بقضية تزداد في قناة النهار أكثر، وتمثل ثلاث أرباع الأخبار بها، بينما تفوق النسبة النصف في أخبار الثالثة الإخبارية، لكن الإطار العام إجمالا يمثل النسبة الأقل في أخبار النشرتين.

-يتجلى نوع من التباين فيما يخص بروز السمات في القناتين، فتمثل السمات الموضوعية القيمة الأكثر ترددا في نشرات قناة النهار، بينما تتردد أكثر السمات العاطفية بالقناة الجزائرية الثالثة، التي

تحاول غالبا أن تقدم أخبار تقربها من اهتمامات الجمهور وميولاتهم، وقد تؤكد كثرة توظيف الربورتاج هذه المحاولة لكونه من الأجناس التعبيرية التي تعبر ببلاغة عن الحدث، ما يعززه بسمات تغلب عليها العاطفة.

- يبرز فارق بارز في الأطر المرجعية الأمنية بين القناتين، إذ تمثل هذه الأطر واحدة من أقل نسب الأطر المرجعية في قناة النهار، في حين تمثل واحدة من أكبر نسب تلك الأطر بالقناة الثالثة الإخبارية. وتمثل أطر المرجعيات الدينية وكذا التربوية النسب الأقل توظيفا بقناة النهار.

- بخلاف الأطر الجلية، تبرز عدة أخبار بالقناتين من دون أطر بارزة، وينسب تتجاوز 40% بقناة النهار، وتصل لـ 27% بالقناة الثالثة الإخبارية. بينما تبرز بعض أطر التحيز الأخرى كأطر نقص الكفاءة وأطر نقص المعلومات وأطر الموارد الاقتصادية المعتمد عليها، وهي أطر لا تبرز غالبا بشكل صريح ويصعب قياسها.

- أخبار نشرات القناتين تشترك بأبرز القيم الإخبارية الموظفة وبنسب متقاربة فيما بينهم وهي قيم (القرب والأهمية والتأثير).

- توظف قيمة الشهرة نسبة أكبر بالقناة الثالثة، بهدف تسليط الضوء على الشخصيات المعروفة مثل الرئيس أو الوزير الأول.

- أهم مصدر خبري في نشرتي القناتين هو المصدر الذاتي، أي الاعتماد على المراسلين أو المندوبين، ما تعكسه غلبة الأخبار المحلية بنشرات أخبار القناتين، بالإضافة لتفضيل القنوات الجزائرية الاعتماد على التقارير الإخبارية، يلي المصدر الذاتي المصدر المتمثل في البيان الصحفي للهيئات والمنظمات المختلفة.

- تركيز قناة النهار على الأخبار المحلية أكبر من تركيز القناة الثالثة عليها وذلك بفوارق بسيطة، ومنه تركز أقل من طرف النهار على الأخبار وفق الحيز المكاني الخارجي مثل الأخبار المرتبطة بالشأن الإفريقي أو الوضع الدولي.

- والاختلاف الأبرز الآخر هو المتمثل بترتيب أولويات أخبار النشرات بالقناتين، حيث نرى تباين في ترتيب أولوياتهما، فقد مثلت قضايا الكوفيد والشؤون الصحية أولويات أخبار جميع نشرات قناة النهار

(100 بالمائة) للخبر الأول، و(78 ثم 50 بالمائة) لمجموع نسب كلا من الخبر الثاني والثالث على الترتيب، بينما القناة الثالثة الإخبارية منحت الأولوية الخبرية للقضايا المتعلقة بالشؤون السياسية والدبلوماسية حيث مثلت ثلاث أرباع نسب الخبر الأول و(50 بالمائة) من نسب الخبر الثاني أو الثالث في ترتيب النشرة. وبالتالي لم تستهل قناة النهار أي نشرة بخبر سياسي، بينما استهلّت القناة الثالثة نشرتها مرة واحد بخبر متعلق بالوباء، وهو تباين كلي فيما يتعلق بعنصر الترتيب والابراز.

-وفيما يتعلق بما يلي الخبر الرابع في الترتيب، فتوصلت بنا النتائج لوجود نوع من التوازن في توزيع القضايا وتناولها وفقا لأهميتها ووفق مختلف عناصر الجدارة، ونلاحظ أن غالبية الأخبار التي تم تناولها بعد الخبر الرابع بقناة النهار تركز على قضايا التنمية والتطوير، وتركز على قضايا مكافحة الجريمة والفساد بالقناة الثالثة الإخبارية.

-تعتبر القضايا السياسية أو الدبلوماسية هي الأطول معالجة من حيث الوقت الزمني خلال نشرات القناة الثالثة، بينما قضايا التنمية والتطوير تعد الأطول معالجة زمنيا ضمن نشرات قناة النهار بعد قضايا الكوفيد والصحة (الأولى)، ولكن هذه الأخيرة تتراجع مرتبتها (الثانية زمنيا) ضمن نشرات القناة الثالثة الإخبارية.

-الموضوعات السياسية تحتل مرتبة ثالثة زمنيا بقناة النهار باستغراق وقتي بلغ شطر ما خصصته القناة الثالثة من مدة تعالج نفس الموضوعات، ما يؤكد حجم الاهتمام الكبير للقناة العمومية بالموضوعات السياسية (كما وكيفا). وقد استغرقت القضايا الاجتماعية مدة زمنية أطول بالقناة الثالثة الإخبارية بينما كان العكس فيما يخص القضايا الاقتصادية.

-قضايا الجالية بالمهجر وكذا قضايا الاستيراد والتصدير حظيتا بزمن استغراق أطول بأخبار النهار قياسا بالقناة الثالثة، مع أن نشرة القناة الثالثة أطول زمنيا من نشرة قناة النهار، كما نلاحظ فارق كبير متعلق بزمن استغراق قضايا مكافحة الجريمة والفساد لفائدة أخبار القناة الثالثة التي سلّطت اهتماماتها بكثافة على شؤون الأمن الوطني.

-وحول باقي القضايا المختلفة، نرى تنوعا وشمولية أوسع في قناة نشرات النهار، وبالتالي زمن استغراق أطول لمعالجة القصص الخبرية لهذه القضايا المتعددة.

-مزجت قناة النهار بين الأخبار القصيرة والأخبار المتوسطة فيما يتعلق بطول الخبر خلال نشراتها، فيما لم تعتمد على الأخبار الطويلة إلا فيما ندر.

-معظم أخبار القناة الثالثة الإخبارية هي أخبار متوسطة الطول، وهي تشترك بذلك مع قناة النهار الإخبارية في قلة توظيف الأخبار الطويلة، لكنها تختلف معها في نسبة توظيف الأخبار القصيرة. وإجمالاً ركزت القناة الثالثة أكثر على استخدام الأخبار البسيطة في تأطير نشراتها مقارنة بقناة النهار. -في الوقت التي اعتمدت فيه قناة النهار بشكل أكبر على الخبر المركب مقارنة بالخبر البسيط، فقد وظفت القناة الثالثة بشكل أكبر عنصر الخبر البسيط مقارنة بالخبر المركب.

-قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية اعتمدت على المقابلات الإخبارية بشكل كبير جداً في أخبارها (أكثر من ضعف ما اعتمدته قناة النهار). حيث أرفقت القناة الثالثة أكثر من نصف قصصها الإخبارية بمقابلات تقارير إخبارية، في نسبة تمثل ضعف ما استعانت بها نشرات قناة النهار.

-ضمن الأساليب المفسرة للخبر يمثل الإطار الإخباري أكثرها توظيفاً ضمن نشرات القنوات، مع نسبة أكبر بالقناة الثالثة الإخبارية مقارنة بقناة النهار.

-مزجت قناة النهار بين الأخبار الحالية والأخبار القديمة وما لها من تداعيات في نشراتها الإخبارية الرئيسية، بينما القناة الثالثة الإخبارية اعتمدت أكثر على الأخبار الحالية بما يمثل الثلثين من مجموع ما تم بثه من أخبار، تليها الأخبار القديمة بفارق يمكن ملاحظته بشكل واضح.

-نقطة الخلاف الجوهرية تبرز في الدعائم المصاحبة للخبر والمتعلقة بالشريط الإخباري (لخبر غير مقروء)، فلم تعتمد قناة النهار مطلقاً على الشريط الإخباري في تأطير الخبر المقروء من مقدم النشرة، بينما اعتمدت القناة الثالثة على شريط الأخبار في جزء من أخبارها كأداة داعمة للخبر المقروء أو البسيط.

-عمدت نشرة أخبار القناة الثالثة على تضمين الأخبار البسيطة بكثرة دون الاستعانة بتوظيف أي دعامة مرافقة للخبر، فيما دعمت قناة النهار خبرها البسيط بصور أرشيفية أو ثابتة، حيث اعتمدت النهار عموماً على الصور الثابتة بأكثر من ضعف نسبة اعتمادها القناة الثالثة عليها.

-اعتمدت قناة النهار كذلك على الوثائق والكتابة على الشاشة لبعض التصريحات أو القرارات بشكل متتابع)، وكذا على مستجدات المواقع الاجتماعية، لإضافة نوع من الحيوية والتفاعل مع أخبارها وكذلك لتعزيز الصورة الجمالية في تأطير الخبر، وذلك بنسبة تفوق اعتماد القناة الثالثة على مثل تلك الأساليب في تأطير الأخبار، إذ ما تزال تفضل القناة العمومية الطابع الكلاسيكي في قولبتها للأخبار. ومع هذا ما يزال التنوع والابتكار أقل من المستوى في أخبار القنوات.

-نادرا ما استعانت القنوات بالمداخلات أثناء النشرة في تأطيرها لنشراتها (سواء عبر الاتصالات الهاتفية مع المحللين أو باستضافة شخصيات للأستوديو لها علاقة بالخبر)

-تمت استضافة شخصية واحدة لتحليل أحد أخبار نشرة القناة الثالثة الإخبارية، بينما تم استقبال ثلاث مداخلات هاتفية فقط مع محللين سياسيين بقناة النهار. الأمر الذي يدل على الطابع الروتيني التقليدي في غرف الأخبار بالقناتين، وأن إتباع الأساليب العصرية في تأطير الأخبار في النشرات لم يصل بعد للمستوى المطلوب الذي وصلت له الكثير من القنوات العربية والأجنبية الأخرى، وبالتالي فالأمر يطرح رهان المحافظة على الجمهور الحالي بالقناتين في ظل هذا التنافس الكبير في مجال الأخبار مع القنوات التلفزيونية والمنصات الرقمية الجديدة.

7-4- نتائج الدراسة على ضوء التساؤلات

س1- ما هي أسس اختيار وترتيب الأحداث في المحتوى الإخباري أثناء عملية تأطير النشرات الرئيسية لفضائتي النهار والجزائرية الثالثة الإخبارية؟

تبرز العديد من الأسس التي يتم بموجبها اختيار وترتيب الأحداث في المحتوى الإخباري في أخبار النشرتين، النهار تهتم بإطار الأخبار الاجتماعية حيث تفضل ربط أخبارها بأولويات الجمهور الذي يمثل أفراد المجتمع الجزائري نفسه، فهي قناة كسبت شعبيتها منذ البداية بفضل هذا التأطير الإخباري، بينما ركزت القناة الثالثة الإخبارية على ربط أخبارها بالمشاريع الحكومية وأفرادها بشكل أكبر، فهي كمعظم القنوات العمومية تخدم الأجندة السياسية غالباً وتعمل على الحفاظ على الهدوء والاستقرار. - يبرز عامل التأثير في تأطير وترتيب أولويات قناة النهار الإخبارية، ما يعكسه حجم اهتمامها الكبير بالانتشار الواسع لوباء كورونا المستجد، لدرجة أن كل أخبارها استهلكت بخبر إلى ما أكثر حول حصيلة الوباء أو الوضع الصحي داخل منظومة المستشفيات وغيرها، وهي القضية التي انعكست تأثيرات على أغلب القطاعات والنشاطات الأخرى. ويولي ذلك الاهتمام بالقضايا المتعلقة بالتنمية والتطوير.

- ركزت القناة الثالثة الإخبارية على اختيار الأخبار التي تهتم بالقضايا السياسية كأكثر القضايا التي تمت معالجتها في كل النشرة، بالإضافة لقضايا التضامن الاجتماعي والأسري، ليأتي بعدها الاهتمام بالقضايا المتعلقة بالكوفيد والمنظومة الصحية، فقد اهتمت بشكل كبير بتأطير عمل السلطات الحكومية وقوات الأمن وجهودهم المبذولة.

- والاختلاف الأكثر بروزاً هو المتعلق باختلاف ترتيب أولويات نشرات القنوات، فقد منحت قناة النهار الأولوية لقضايا الكوفيد والصحة بعدما بدأت كل نشراتها بخبر متعلق بها، بالإضافة لاستمرارها في معالجة القضية فيما توالى من أخبار (أول ثلاث أخبار في النشرة معظمها حول هذه القضية)، بينما القناة الثالثة الإخبارية منحت الأولوية الخبرية للقضايا السياسية والدبلوماسية فقد مثلت هذه القضية أيضاً معظم الأخبار التي استهلكت بها نشراتها سواء الخبر الأول أو الثاني أو الثالث. ومنه ركزت قناة النهار على الخبر الغير سياسي المتمثل في الوباء تحديداً الذي كان القضية المؤثرة في مختلف مناحي الحياة،

بينما استهلت القناة الثالثة نشراتها بالأخبار السياسية وربطها بمختلف القضايا، وهو تباين واضح فيما يتعلق بعنصر الترتيب والابراز ومنح الأولوية والجدارة لقضايا دون أخرى.

-تستهدف قناتا النهار والثالثة الإخبارية في اختيار أخبارهما جانب الشخصيات المحورية في الخبر وهي التي تؤدي دور فعال في المجتمع، وكلاهما منح الأولوية للشخصيات الفاعلة في المجتمع (مثل الفاعلين في الجمعيات)، ثم الشخصيات الشعبية العامة بهدف منحهم فرص للتدخل والتعبير عن آرائهم في الأحداث والقضايا. وبالتالي تم التركيز على جانب الشخصيات المحلية في كلا القناتين. كما تركز أخبار النشرتين بشكل مكثف على العمل الوزاري في كثير من أخبارها.

2- كيف تتأثر عملية تأطير الأخبار الواردة في نشرتي النهار والجزائرية الثالثة الإخبارية بسياسة القناة وتصورات القائم بالاتصال؟

-تتأثر عملية تأطير الأخبار في النشرات الإخبارية بسياسة القناة والقائم بالاتصال وذلك بحسب: اتجاه القناة وإطار ممارستها الإعلامية وجمهورها المستهدف، ومنهجيتها في تقديم الأخبار بالاعتماد على سمات معينة للأخبار وأطر محددة أو عامة، ونمط معالجة الخبر بين التعليقي والإخباري والتفسيري، وكذلك قد تتحيز في أخبارها نتيجة العديد من العوامل المتعلقة بالنظام السائد أو مصادر التمويل، أو المرجعيات الثقافية وخصوصيات المجتمع... إلخ، فمن الصعب جدا أن تتجرد الأخبار من المصالح الشخصية والأهداف العامة المسطرة لعملها، وبالتالي فهي ستؤطر الأخبار وفق تلك الاعتبارات تحديدا (لدرجة أن هذه القنوات بات خطها الافتتاحي معروف خلال فترات معينة).

-أبرزت النتائج على غلبة الحياد في اتجاه الأخبار بقناة النهار، بينما غلب التأييد على أخبار القناة الجزائرية الثالثة، حيث لعب نمط ملكية القناتين دورا في هذا التباين، فقناة النهار تنتمي للقطاع الخاص بينما القناة الثالثة تنتمي للقطاع العمومي، ويتجلى الاتجاه الخبري المعارض بنسبة صغيرة ضمن أخبار النشرتين، فغالبا الأخبار بالقناتين تتوزع ما بين الاتجاهين المؤيد أو المحايد (كون القناة خاصة لا يدل على تمتعها بحرية بث ما تشاء) بطرح الخبر بأسلوب أقرب للدقة، لتجاوز الانزلاق لأي كفة ما على حساب كفة أخرى بشكل صريح. ما يؤكد على أن الفضائيات الجزائرية لا يمكن أن تصنف كإعلام معارض أو ناقد لعمل السلطات (إلا بشكل محدود).

-إطار الممارسة الاعلامية غالبا ما يكون إيجابي بكلا النشرتين، وذلك بتفضيل تقديم الأخبار الجيدة بالنسبة لأفراد المجتمع (كالقبض على المجرمين، أو تدشين مراكز هامة من أجل التنمية والتطوير أو أخبار التضامن الإنساني... إلخ)، فالخبر الواحد كما شرحنا سابقا يمكن أن يُوَطر بشكل سلبي أو إيجابي، كخبر عن الكوفيد يمكن أن يُوَطر بشكل إيجابي بتراجع حصيلة الإصابات أو بشكل سلبي بزيادة الحصيلة... وللاطار المتوازن نسبة لا بأس بها في تناول أخبار النشرتين، والنسبة الأقل لاطار الأخبار السلبية ما يؤكد على أن الأخبار السيئة لا تتكرر بشكل كبير في النشرتين، رغم أن قناة النهار تخصص بعض البرامج خارج النشرات الإخبارية ضمن خرائطها البرمجية لتناول بعض المواضيع التي تمارس نوع من الرقابة على عمل السلطات.

-تم تأطير معظم الأخبار بموضوعية من حيث السمات البارزة في الخبر، أي دون تلوين الخبر بالعناصر المؤثرة على نفسية وعاطفة المتلقي كالتراجيديا المبالغ فيها، التي لم تتحول بعد لسمة تميز الأخبار في الفضائيات الجزائرية.

-فيما يخص أطر التحيز كعامل مؤثر في عملية بناء أخبار النشرات، فيبرز تأثير الأطر المتعلقة بالقيم الثقافية والاجتماعية السائدة بقناة النهار، التي سبق وقد أشرنا إلى قربها من الجمهور الجزائري وسعيها الدائم للتأثير في نفسياتهم كأخبار التضامن الاجتماعي، بينما تبرز بشكل أكبر في القناة الثالثة الإخبارية أطر التحيز المتعلقة بالنظام السياسي القائم، كالأخبار المهتمة بالعمل الحكومي ومسؤوليات الرئيس وغيرها.

3- ما هي أهم الأطر الإعلامية والقيم الإخبارية المستخدمة في تأطير نشرات قناتا النهار الإخبارية والجزائرية الثالثة الإخبارية؟

يمثل كل من إطار المسؤولية وإطار الاهتمامات الإنسانية أبرز الأطر الإعلامية الواردة في نشرات القناتين محل الدراسة على الترتيب، إذ يهتم إطار المسؤولية بإنجاز المهام في مختلف المجالات بقصد التحسين والتطوير أو حل مشكل معين، فيما يستهدف إطار الاهتمامات الإنسانية الأخبار الأقرب إلى الجماهير ضمن طابع إنساني مؤثر. بينما وظيفة إطار الصراع تتعلق بقناة النهار وإطار الإستراتيجية في القناة الثالثة الإخبارية (أخبار دبلوماسية أو أخبار أكاديمية). والأطر الإعلامية الأقل بروزا في

أخبار قناة النهار هي الأطر الأخلاقية والاقتصادية والإستراتيجية. وفي قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية هي الأطر المرتبطة بالاهتمامات الاقتصادية وإطار الصراع ثم إطار المبادئ الأخلاقية على الترتيب.

-وفيما يخص القيم الإخبارية أو معايير الجدارة، فإن أخبار القناتين تشترك في أهم ثلاث قيم إخبارية، (القرب والأهمية والتأثير) وبمعدلات قريبة من بعضها، فقيمة القرب المكاني والعاطفي تغلب على ما يقارب نصف أخبار نشرات القناتين، بعدها تبرز قيمتا الأهمية ثم التأثير بقناة النهار، وقيمتي التأثير ثم الأهمية بقناة الجزائرية الثالثة الإخبارية. ثم قيم الصراع والضخامة والآنية والشهرة بقناة النهار، وقيم الشهرة والضخامة ثم الصراع والآنية في أخبار الثالثة الإخبارية. وهنا نلاحظ عدم التركيز على قيمة الآنية في أخبار أهم قناتين في مجال الأخبار في الجزائر، رغم أهمية هذه القيمة.

-وحول القيم الإخبارية كذلك، تتردد قيمة الشهرة أكثر بالقناة الثالثة، وذلك بتأطير صورة الشخصيات الشهيرة، كشخص رئيس الجمهورية والوزير الأول. بينما هناك شبه غياب كلي لتوظيف قيمتي الغرابة والطرافة، أي تغييب للتنوع والتغيير الخبري في المعالجة، وتأطير الأخبار بالطابع الكلاسيكي دون أي تجديد.

4- ما هي أبرز الأنواع الصحفية التي تعتمد عليها قناتا النهار والجزائرية الثالثة الإخبارية في تأطير النشرات الإخبارية الرئيسية وعرض الأخبار من خلالها؟

-اعتمدت قناة النهار في تأطير أخبارها بشكل مكثف على التقارير الصحفية، فيما كثفت القناة الثالثة الإخبارية من الاستعانة بفرن الربورتاج بشكل مكرر خلال عرض أخبارها، كما اعتمدت نشرات قناة النهار على الخبر المركب ثم الربورتاج على التوالي، فيما اعتمدت القناة الثالثة الإخبارية بعد الربورتاج على التقرير الإخباري ثم على الخبر البسيط. وقد كثفت قناة النهار من الاعتماد على الخبر المركب، بينما على العكس كثفت القناة الثالثة من الاعتماد على الخبر البسيط.

-وظفت القناة الجزائرية الثالثة الإخبارية المقابلات الإخبارية بشكل مستمر في أنواعها الإخبارية، وأرقت أكثر من نصف أخبارها بمقابلات إخبارية، وهي ضعف نسبة مقابلات التقارير الإخبارية بنشرات قناة النهار.

5- ما الأهمية التي تلعبها المصادر الأساسية المعتمدة لاستقاء الأخبار في عملية تأطير النشرات الرئيسية بقناتي النهار والجزائرية الثالثة الإخبارية؟

-أهم مصدر خبري اعتمدت عليه كل من قناة النهار وقناة الجزائرية الثالثة في استقاء الأخبار هو المصدر الذاتي، أي الاعتماد على شبكة من المراسلين والمندوبين، فغالبا الأخبار ضمن النشرات هي أخبار محلية، ويولي المصدر الذاتي الاعتماد على مصدر البيان الصحفي للهيئات والمنظمات المختلفة.

-ضمن أهم مصدرين لاستقاء الأخبار في نشرات أخبار القناتين، نجد أن النسبة الأكبر تمثلها أخبار القناة الجزائرية الثالثة الإخبارية التي اعتمدت على المراسلين والبيانات الصحفية في 60% من أخبارها. كما اعتمدت النهار على مصدر وسائل الإعلام الجماهيرية الأخرى بما يوازي نسبة اعتمادها على مصدر البيان الصحفي، وبعدها اعتمدت على المؤتمرات الصحفية كأهم رابع مصدر. بينما اعتمدت أخبار القناة الثالثة على المؤتمرات كالثالث أهم مصدر خبري (المصادر السابقة الشرح يمثلن أهم مصادر استقاء الأخبار في الفضائيات الجزائرية).

-لا تعتمد القنوات الفضائية الجزائرية على أخبار وكالات الأنباء كمصدر مصرح به على الأقل أو يمكن ملاحظته في أخبارها، فهي لم تعد مصدر أول للقنوات كما توصلت إليه دراستنا في عصر تنوعت فيه مصادر الأخبار ووسائل نشرها، ومن الملاحظ عدم الاعتماد التام تقريبا على مصدر الشهود العيان على واقعة الحدث أو المصدر المجهول طرفه في أخبار النشريتين، كما لم تعتمد القناة العمومية على بث أخبار مصدرها وسيلة إعلامية أخرى.

-تلعب المصادر الإخبارية دورا هاما في عملية تأطير الأخبار، فالمصادر واحدة من العناصر المهمة التي تؤثر في عملية التأطير أو التحيز الخبري من عدمه، فعصر صناعة الأخبار يعتمد على إيجاد المصادر وإيجاد هذه المصادر قد يتطلب تقديم تنازلات من أجل الحصول عليها أو تقديم مقابل بهدف الاستعادة منها، وكلما كان المصدر موثوق زادت مصداقية وقيمة القناة. وكلما كان الخبر مستقى من مصدر ذاتي (كالمراسلين) كلما قدم أصالة أكبر للمحتوى الإخباري المقدم، وزاد من قيمة المؤسسة الإعلامية الباثة له، وهو مصدر ذاتي قد يتحول لمصدر ثانوي أو مصدر لقناة أخرى، كما جاء في

دراستنا حين اعتمدت قناة النهار أكثر من مرة على أخبار القناة الثالثة الإخبارية في نشراتها، بينما لم تعتمد القناة الأخيرة مطلقاً على خبر من قناة أخرى.

-القناة الثالثة العمومية تستفيد من مصادر حكومية بشكل أكبر من غيرها من القنوات وبالتالي فهي تروج أكثر لنشاط الحكومات وعمل مؤسسات الدولة وأجهزتها ومعالم التقدم أكثر من بثها للمحتوى الذي يسلط الضوء على القيم السلبية أو المواضيع الحساسة وغيرها.

6- كيف يبرز التباين في القاموس اللغوي والصيغة الخبرية للأحداث بين قناة النهار الإخبارية والقناة الجزائرية الثالثة الإخبارية أثناء تأطير النشرات الإخبارية من خلالها؟

-اللغة العربية الفصحى هي أساس عرض الأخبار وتقديمها في نشرات الفضائيات الجزائرية، ووفقاً للعرف المعمول به في الإعلام الجزائري بصفة عامة.

-تفضل أخبار قناة النهار الاعتماد على قاموس مصطلحات يصف إما الفعل أو الحدث وذلك بما يتجاوز أكثر من نصف الأخبار التي تم بثها، ويركز قاموس مصطلحات القناة الثالثة الإخبارية على وصف الفاعل في الخبر كخبر على شكل بورترية، بنسبة تعادل نصف مجموع أخبار النشرات، وبالدرجة الثانية يصف قاموس المصطلحات الموظف بأخبار قناة النهار الفاعل، في حين يصف قاموس المصطلحات الموظف بقناة الجزائرية الثالثة الفعل، وأخيراً وصف الأطراف المشاركة بنسبة هي الأقل في أخبار القنوات.

-كما يبرز التباين في العديد من الجوانب الشكلية الأخرى كالتكرار، والابراز: فالتكرار اجمالاً يبرز من خلال التأكيد على مصطلحات الأفعال وردود الأفعال، يؤكد، يتأس، الشروع في، أثنى على، يعلن، يضاعف، يدعو، ينعي، يحث... إلخ، بينما الابراز يتجسد من خلال التأكيد على الإنجازات المقدمة والمهام المبذولة ومظاهر التعاون الاجتماعي الإنساني، فكما نوهنا سابقاً فأخبار نشرات الدراسة اتسمت بالإيجابية أكثر من السلبية. بتكرار مصطلحات تفيد بالجهود المبذولة ثم إبرازها بمختلف الأساليب والأطر.

-مزجت النهار في تناول أخبارها ضمن النشرات بين الخبر الطويل والخبر المتوسط، وذلك مكن حيث طول مدة الخبر، ولم توظف الخبر الطويل إلا نادراً. بينما وظفت القناة الثالثة الإخبارية بكثافة

الخبر القصير (حوالي 70%) من مجمل أخبار نشراتها. ومن المفيد التوجه نحو تنوع الأخبار بين الخبر القصير أو الخبر الطويل بهدف تحقيق التوازن في المعالجة الإخبارية.

7- ما هي الفوارق الأكثر بروزا في كيفية تأطير الأخبار في النشرات الرئيسية بين الفضائيات الجزائرية الخاصة والفضائيات الجزائرية العمومية؟

-برزت الفوارق في اختلاف حجم المعالجة الخبرية لبعض الموضوعات بين القناتين اللتان تمثلان القطاع الخاص والقطاع العمومي، فلم تحظى المواضيع الاقتصادية بالقناة الثالثة بنفس حجم التركيز الذي حصلت عليه في أخبار قناة النهار، بينما الأخبار المتناولة في إطار أمني حظيت بتركيز أكبر بالقناة الثالثة قياسا بقناة النهار.

-اهتمت القناة الثالثة الإخبارية بشكل كبير بعمل السلطات الحكومية ورجال الأمن وانجازاتهم ومواقفهم المختلفة... إلخ، بينما اهتمت قناة النهار بالتركيز على المواضيع المتعلقة بالقضايا الفورية كوباء كورونا وأوضاع الجالية والمهاجرين وقضايا التنمية والاقتصاد... إلخ.

-تمثل قضايا التضامن الاجتماعي القضايا الأقل تغطية بقناة النهار قياسا بتغطيتها في نشرات القناة الثالثة، كما أن قضايا أخرى (كالقضايا الدينية والتربوية التعليمية) حظيت بتغطية أقل في النشرتين.

-منحت قناة النهار عند ترتيب أخبار نشراتها الأهمية والأولوية لقضايا الكوفيد أو الصحة اجمالا، فيما أخبار الجزائرية الثالثة منحت الأولوية في أخبارها للقضايا السياسية.

-التباين الأكثر بروزا حول فئة الشخصيات يتمثل بشخصية عناصر الأمن، فقد تم توظيف شخصهم خلال نشرة القناة الثالثة الإخبارية بنسبة تتجاوز بكثير نظيرتها قناة النهار الإخبارية، ما يدل على أن القناة العمومية اهتمت بنقل وتحسين صورة التدخلات الموفقة لرجال الأمن في تأدية مهامهم وبالتالي نقل نوع من الشعور بالأمن والاستقرار نحو المشاهدين، فغالبا ما تعكس القنوات العمومية أوضاع البلاد (من الناحية النظرية).

-يتباين بروز السمات الموضوعية في القناتين فهي بنسبة أكبر في نشرات أخبار قناة النهار، بينما تبرز السمات العاطفية بشكل أكبر في القناة الجزائرية الثالثة الإخبارية، التي تستهدف في الكثير من موضوعات أخبارها بأن تكون قريبة عاطفيا ونفسيا من اهتمامات الجزائريين وميولاتهم ورغباتهم،

ولأنها تعتمد بشكل مكثف في أخبارها على الربورتاج الذي يصنف ضمن الأنواع الخبرية التعبيرية التي تعتمد على بلاغة وصف الحدث فهي بالتأكيد ستضيف للخبر نوع من السمات العاطفية.

8- ما هي أوجه التشابه في عملية تأطير النشرات الإخبارية في قناتي النهار والجزائرية الثالثة الإخبارية؟

- تبرز العديد من أوجه التشابه، ومنها التي سبق ذكرها، حيث يتوافقان في توظيف الاتجاه المؤيد أكثر من المعارض رغم اختلاف ملكيتهما، وتوظيف إطار الممارسة الإيجابي أكثر من الإطار السلبي، وتوظيف ثلاثة قيم إخبارية بشكل مكثف أكثر من غيرها: قيم القرب-الأهمية-التأثير، مع تغييب لقيم الغرابة والطرافة والسلبية، كما أن مصادر الأخبار في نشرتي القناتين ارتكز بشكل كبير على عمل المراسلين أو المندوبين بالإضافة لمصادر الندوات والبيانات الصحفية ووسائل الإعلام المختلفة، مقابل تحجيم الاعتماد على مصادر أخرى كأخبار والشهود العيان ووكالات الأنباء.

- حافظت القناتين محل الدراسة في تأطير أخبارهما على الطابع الكلاسيكي إذ لم تعتمد على العديد من الدعائم التي تجعل من تقديم وعرض الأخبار أكثر سلاسة وحيوية، فهي تعتمد غالبا على شريط الأخبار والكتابات والصور الثابتة أو الفيلمية أو الأرشيفية فقط، كما أنهما لم تهتما بتحليل الأخبار بشكل جدي يجعلهما منافسا لعمل القنوات الإخبارية العربية الرائدة، فهما لم يستعينا إلا فيما ندر بالمحللين، كما أن المداخلات أثناء النشرة كانت شبه غائبة كليا.

- غالب (تقريبا جميع) أخبار قناة النهار والقناة الثالثة تدخل ضمن حيز الأخبار المحلية مقابل اهتمام بسيط ببعض الأخبار الدولية والإقليمية الأخرى، فالفضائيات الجزائرية موجهة بشكل مباشر بمضمونها نحو الجمهور الجزائري بمختلف تصنيفاته.

- إجمالا، رغم اختلاف ملكية القناتين بين العمومي والخاص واختلاف مصادر التمويل، إلا أن أوجه التشابه تتجاوز أوجه الاختلاف، فهما يقتربان من بعضهما البعض بشكل كبير في المحاور الكبرى ثم يختلفان في التفاصيل. فالكثير من عناصر التأطير المهمة تتشابه في أخبار نشرتي القناتين، وحتى إن وجدت بعض الفوارق وهو أمر طبيعي فهي لا تبرز إلا في جوانب محدودة أو غير مؤثرة بشكل كبير باستثناء بعض الجوانب الأمنية والسياسية التي تميزت بها القناة الثالثة، والجوانب التنموية والاجتماعية التي تميزت بها أخبار قناة النهار.

7-5- نتائج الدراسة على ضوء الدراسات السابقة

تم تقسيم الدراسات السابقة في دراستنا وفق ثلاثة عناصر: دراسات محلية، عربية، أجنبية. ولهذا سوف نقدم نتائج الدراسة على ضوء الدراسات السابقة وفق هذا التسلسل المنطقي:

-الدراسات المحلية:

-الدراسة الأولى: بوججوف الزهرة، أولويات النشرات الإخبارية في الفضائيات العامة والمتخصصة: دراسة مقارنة بين قنوات: الجزائرية الثالثة، mbc1، france24:

اعتمدت القنوات الخبرية محل هذه الدراسة على أطر خبرية محددة في اختيار الموضوعات، بينما اختلفت هذه القنوات من حيث معالجة بعضها. وهذا المنطلق في المعالجة والتأطير يتشابه مع نتائج دراستنا التي ترى أن نفس ترتيب القضايا خلال النشرة في قناتين مختلفتين لا يعني أن المعالجة متشابهة، فزاويا التأطير بعدها تختلف، فقد يتناول الخبر قضية ما بشكل إيجابي بينما يتناولها خبر بقناة أخرى بشكل سلبي.

-الدراسة الثانية: حليلة عايش، تأطير الأخبار السياسية في الفضائيات العربية: دراسة تحليلية للأخبار السياسية المغربية في قناتي الجزيرة والعربية سنة 2014:

ترى هذه الدراسة وجود أجندة سياسية محكمة متمثلة في الأجندة السياسية للدول الممولة والمتحكمة في الأجندة الإعلامية، حيث تظهر ملامح أجندة القناتين في اختيارهما للأطر الإخبارية عند عرضهما لبعض الأخبار السياسية. كما ترى تراجع عملية الالتزام بالمهنية كلما توجهت القناتين بالعامل السياسي المؤثر في نوعية الأطر المستخدمة. وبالمقارنة مع دراستنا فنجد أن نفس هذه العوامل تؤثر في أخبار نشرات الفضائيات الجزائرية خاصة الحكومية منها مثل القناة الثالثة الإخبارية.

-الدراسة الثالثة: بسمة فنور، المعالجة الإعلامية للأخبار في التلفزيون الجزائري: دراسة تحليلية لمحتوى القناة التلفزيونية الرئيسية الجزائرية:

ترى هذه الدراسة أن نشرة التلفزيون الجزائري تسير وفق أجندة سياسية مرسومة، تحت سيطرة النظام السائد وتخصص لقضايا أكبر حيز زمني ممكن. وقد عُرِضت الأخبار وفق أطر متعددة، اختلفت باختلاف المواضيع المعالجة، وبحسب توزيع الأخبار جغرافيا. وتراعي النشرة في ترتيبها الاستهلال بالشأن المحلي. وتعتمد نشرة التلفزيون الوطني على المصادر الرسمية في أخبارها المحلية، بينما فيما

يتعلق بالأخبار الدولية فهي تعتمد على مصادر غير محددة بنسبة كبيرة. وتتشابه أيضا هذه المعطيات مع نتائج دراستنا التي تتناول نفس القناة في جزء من مقارنتها، حيث توصلنا من خلالها إلى أن القناة الحكومية تهتم بشكل كبير بالشأن السياسي الحكومي وتستهل به نشراتها في كل مرة وتخصص له أكبر قدر ممكن من الزمن أثناء المعالجة، وذلك ضمن الحيز المكاني المحلي. وأن أخبارها المحلية تعتمد على مصادر رسمية حكومية، بينما أخبارها الدولية وهي قليلة تعتمد على مصادر غير محددة.

-الدراسة الرابعة: بن عودة موسى، القيم الإخبارية في القنوات الفضائية الإخبارية: دراسة تحليلية مقارنة في المضمون والقائم بالاتصال في قنوات الجزائرية الثالثة، دزاير تي في، وقناة الخبر:

توصلت نتائج الدراسة لكون السياسة التحريرية للقناة لها دور بارز في تحديد ما يبث من أخبار، وفق سياستها، بينما كل ما يتعارض معها يحجب عن البث. وترى أن مدة بث النشرات الرئيسية أطول بالقناة الثالثة مقارنة بالقنوات الأخرى، مع فرض تعليمات من القائمين بالاتصال على الصحفيين باحترام الحيز الزمني لكل نشرة. وهي تتوافق مع نتائج دراستنا التي أكدت على تأثير السياسة التحريرية في بث الأخبار وترتيبها أو تحيزها في عرض الأخبار.

وترى دراسة بن عودة أن قيم الانفراد والأهمية يمثلان أبر قيمتان خبريتان، بالإضافة لقيم القرب والصراع والإثارة... إلخ. فيما ترى دراستنا أن قيم القرب والتأثير والأهمية هما أبرز قيم الأخبار في نشرات القنوات محل الدراسة. وبالتالي فهي تؤكد وتتفق على قيمة الأهمية كذلك.

-الدراسة الخامسة: محمد شطاح، النشرة الإخبارية المقدمة في التلفزيون الجزائري: دراسة تحليلية ميدانية:

ترى الدراسة أولوية الموضوعات السياسية مقارنة بغيرها من الموضوعات، وتعتبر أن القنوات الفضائية تمثل المصدر الأول للحصول على الأخبار لدى غالبية أفراد العينة. ومما لا شك فيه أن القنوات المحلية خاصة كانت أو عمومية رغم كل عيوبها تبقى أهم مصدر للأخبار فيما يتعلق بالشأن المحلي لدى الجمهور سواء كان يثق فيها أم لا، ومن هنا تنوه دراستنا للدور الكبير لعملية تأطير الأخبار، وأن بث الأخبار للجمهور يمر عبر مجموعة من الخطوات التي تغير من شكل الخبر وتضعه ضمن قالب معين يخدم توجهات وأفكار أصحابه، وهو ما يعرف بصناعة أو بناء الأخبار.

وتفضل القنوات الحكومية التركيز على الموضوعات السياسية التي تدعم النظام السياسي القائم وتخصص لها حيز زمني كبير، غالبا هو الأكبر.

-الدراسة السادسة: رقية بوسنان، الفضائيات الإخبارية العربية والجمهور الجزائري: دراسة في ترتيب الأولويات: الجزيرة والعربية أنموذجا سنة 2011:

-رغم أن القناتين محل الدراسة ليستا محليتان إلا أن الجمهور المستهدف هو الجمهور الجزائري، وعليه ترى الدراسة أن النشرتان أبرزتا بشكل واضح المنظمات الفاعلية، والمتمثلتين تحديدا في مجلس الأمن والأمم المتحدة، أما منظمة الدول العربية وردت بشكل محدود فيما برز الإتحاد الإفريقي في الأحداث الليبية وانحسر دوره في تصريحات مثليه. وبالعودة لدراستنا فهذه المنظمات جميعا لم تورد في نشرات الفضائيات الجزائرية، التي ترى أن المنظمات الفاعلية من جهتها هي المنظمات المحلية كالوزارات واللجان وغيرها، فالمنظمات الدولية اجمالا لا تصل لعشرة بالمائة من مجموع المنظمات التي تم وروده في نشرات الفضائيات الجزائرية في دراستنا.

-وترى دراسة الباحثة (بوسنان رقية) أن الصيغ الخبرية تنوعت بين التقرير، والخبر البسيط، والخبر المركب، بالإضافة للقوالب التي تحلل فيها الأخبار، كالتحليل والتعليق والحوار، ما يؤكد على حرص القناتان على تحليل الخبر وتفسيره. كما استعانت القناتان ببعض الصور الإيضاحية بما يفيد المشاهد، وركزتا على الشريط العاجل لبث الأخبار الآنية، أو الأخبار التي تهدف لاستدراك المشاهد لما حصل من أحداث. بينما توصلت دراستنا لوجود تنوع فعلا في الصيغ أو الأنواع الخبرية خاصة التي تم ذكرها في الدراسة السابقة، بينما فيما يتعلق بالدعائم فلم يتم توظيف الصور الإيضاحية بشكل كبير، فيما اعتمدت القناة الثالثة بكثرة على شريط الأخبار لدعم الخبر المقروء من قبل مقدم النشرة في ظل غياب دعامة ترافقه.

-الدراسة السابعة: نصيرة تامي، الأطر الخبرية لقضايا الإرهاب في البرامج الحوارية على الفضائيتين الإخباريتين الجزيرة والعربية: دراسة تحليلية مقارنة:

ترى هذه الدراسة على وجود علاقة بين الأطر الخبرية المستخدمة والموقف الرسمي للدولة (قناة العربية، مع عدم وجود علاقة بين الأطر المستخدمة والموقف الرسمي للدولة (قناة الجزيرة). وبالتالي عدم وجود توافق بين القناتين في التغطية (الظاهرة المحددة). بينما فيما يتعلق بدراستنا فهناك توافق

وعلاقة بين الأطر الخبرية المستخدمة والموقف الرسمي للدولة البائدة للأخبار سواء كانت قناة النهار أو القناة الثالثة الإخبارية (كما تم توضيحها في أطر التحيز).

-الدراسات العربية:

-الدراسة الأولى: محمد خليفة ادريس، ليبيا والحياد الدولي: الأطر الاعلامية للأخبار وتحليلها: تكوين وبناء الأطر الإعلامية الإخبارية:

تعتبر هذه الدراسة أن عملية قياس وتفسير الأخبار ضمن محتوى اعلامي معين ترتكز على نظرية إعلامية محددة، للتعامل معه وفق قواعد منطقية وعلمية تصل بنا لنتائج موثوقة، وهو ما تتطلب الاعتماد على نظرية التأطير. وكذلك انطلقت دراستنا من فروض هذه النظرية ومرتكزاتها خاصة أنها تهتم بشكل كبير بقولبة الأخبار وأساليب تقديمها. وقد كشف هذه الدراسة السابقة أيضاً، على أن التحليل الكيفي للقضايا التي عالجتها نشرات محل الدراسة، على وجود اتساق كلي بين مواضيع أخبار نشراتها، وبين المواقف السياسية التي تتخذها الدول التي تنتمي إليها هذه القنوات (مثل ما أكدته دراسة رقية بوسنان). وهو ما يتفق ونتائج دراستنا كما أشرنا لها سلفاً.

-الدراسة الثانية: كافي محمد عبد الوهاب الفقيه، مطهر بشار عبد الرحمن، دور الفضائيات الإخبارية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور اليمني نحو القضايا والأزمات العربية: دراسة على الأزمة السياسية اللبنانية في إطار الفجوة المعرفية والأطر الإخبارية:

مما اهتمت به هذه الدراسة هو البحث في مصادر الحصول على الأخبار لدى الجمهور اليمني، حيث أكدت أن القنوات العربية المتخصصة في الأخبار تمثل أهم مصادر الحصول على الأخبار تليها الفضائيات العربية المختلفة، ثم التلفزيون الوطني. وهي تعطينا فكرة أن التلفزيون الحكومي أو المحلي حتى وان لم يكن الرقم واحد كمصدر للأخبار لدى الجمهور، فهو سيكون ضمن أهم هذه المصادر، وله دور فعال ومؤثر في توضيح بعض المعطيات. وقد انطلقت هذه الدراسة من فروض نظرية الأطر الخبرية ونظرية الفجوة لمحاولة الإجابة عن التساؤلات التي طرحتها، مثلما انطلقت دراستنا من فروض نظرية الأطر.

الدراسة الثالثة: أشرف جلال، أطر المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب في الإعلام المصري:

أكدت الدراسة عبر تحليل أطر التغطية عن اتجاه الإعلام المصري للاعتماد على أطر محددة سياسياً وأمنياً، لأن المعالجة الإعلامية تركز على مظاهر الأزمة، وليس على الأطر العامة، الأمر الذي ينعكس في تغطية إخبارية وإعلامية سطحية تفتقد إلى العمق والتفسير اللازم. وأمدت على عدم بروز أثر ظاهر للاختلاف بين الوسائل أو لنمط الملكية في التأثير على إستراتيجية القائم بالاتصال، ولم يكن عامل مؤثراً في طبيعة الأطر الإخبارية أو بناء الرسالة الإعلامية. وتختلف هذه الدراسة رغم أهميتها مع دراستنا في النقطتين السابقتين تحديداً، فدراستنا أتت لمحاولة فهم تأطير النشرات الإخبارية بينما ككثير من الدراسات استهدفت دراسة (أشرف جلال) قضية معينة وركزت عليها. كما ترى دراستنا على وجود أطر تؤثر في بناء وتحيز الرسالة الإعلامية. وتتفق دراستنا مع هذه الدراسة من حيث غلبة الاعتماد على أطر محددة بدلاً من الأطر العامة. وأيضاً على غياب الأطر الأخلاقية، والحقوقية، والقانونية، التي يتسبب غيابها في عدم تفسير لبعض حالات الصراع السياسي والاجتماعي في المجتمع العربي، مقابل التركيز على جعل الصراع عاكس للإطار الأمني، والاهتمامات الإنسانية عاكسة للإطار العاطفي، كما تتفق الدراسة مع دراستنا على كون العناصر المهنية تمثل خطوفاً حمراء لا يجب على وسائل الإعلام تجاوزها مهما كان الدافع.

-الدراسة الرابعة: سناء الدين محمد حسن، القنوات الفضائية العربية ودورها في ترتيب الأجندة السياسية

-أكدت الدراسة على أهمية التقدم التقني ومساهمته بإيجابية في أداة القنوات فيما يتعلق بالتأثير على المشاهد (عملية التأطير). كما أن تنوع مصادر المعلومات بقناتي الجزيرة والعربية أكسبهما التميز عن القنوات الأخرى. فيما تبين لنا من خلال دراستنا على عدم الاستعانة بالتكنولوجيات الحديثة لدعم الأخبار أو الاستفادة منها لوضع الخبر ضمن إطار معين يحاول إبراز مغزى ما في الخبر.

-الدراسة الخامسة: جيهان عوض إلياس محمد، صناعة الخبر في الفضائيات العربية: دراسة تطبيقية على قناتي الجزيرة وسكاي نيوز عربية في الفترة من 2014-2016:

-تؤكد الدراسة أن الفضائيات محل الدراسة مكنتنا من متابعة الخبر وما وراءه، باشتراك المواطن في صناعة الأخبار بالاستعانة بالمواقع الإلكترونية. وتعتمد على المراسلين كمصدر أساسي للخبر وبعدها وكالات الأنباء والمندوبون والشهود من المواطنين، حيث يختار القائم بالاتصال الألفاظ وفق

سياسة القناة وأصول العمي الصحفي. بينما توصلت دراستنا لنتائج مغايرة فيما يتعلق بأشراك الجمهور في صناعة الخبر، فأخبار الفضائيات الجزائرية منفصلة كلياً عن هذه العملية ولم توظف في نشراتها أي عامل له علاقة بطلب رأي الجمهور على المواقع الاجتماعية وغيرها حول قضية معينة. بينما تتفق معها في اعتماد المصدر الذاتي كأساس لاستقاء الأخبار (لكن لن تعتمد على وكالات الأنباء)، وعلى الاعتماد على قاموس مصطلحات موزون وملتمزم بتوجهات القناة وأدبيات الإعلام المهني.

-الدراسة السادسة: فاطمة الزهراء أبو الفتوح، محمود الخطيب، أطر المعالجة الإعلامية لسياسات الرئيس الأمريكي باراك أوباما: دراسة مقارنة بين قناتي الجزيرة والحرّة.

-من الأمور التي أمدت عليها الدراسة هو القوة الإعلامية لبعض الجهات الإخبارية، فمثلاً قناة الحرّة، وهي قناة موجهة استغلت هذه الميزة ونجحت في دعوة وزير الدفاع الأمريكي للحديث حول تحدياتهم العسكرية. وغلب على أخبارها الرأي الإيجابي في تلك المداخلات فيما يتعلق بالحرب على العراق وأفغانستان. وبالعودة لدراستنا فالقنوات الجزائرية بما فيها الحكومية لم تستدعي أي شخصية حكومية بارزة ضمن نشراتها للحديث عن وضع هام ومؤثر. ولم تتح إمكانية مشاركة الجمهور في الأخبار كما فعلت قناة الحرّة الموجهة. ما يؤكد أن هناك اعلام لا يزال يحاول تقديم أخباره دون الحاجة لمعرفة ردود الأفعال المختلفة حوله (كنوع من الدعاية).

-الدراسات الأجنبية:

-الدراسة الأولى: Robert Entman: Media framig biases and political power: Explaining slant in news of campaign 2008

ترى الدراسة على أن الأخبار غير المتوازنة لا تنشأ من الأيديولوجيات الشخصية للصحفيين، وغالباً ما تكون هناك أخبار طارئة وغير خاضعة للرقابة، ويجب على الجهات الفاعلة حماية مصالحهم من خلال إطار خاص بهم للرد. ويتحكم الفاعل السياسي الأساسي في التوقيت والتأطير الأولي. ولم تقس دراستنا بالضبط عامل تأثير الصحفيين من عدمهم بالأيديولوجيات الشخصية فهي أمور يصعب قياسها لكنها ركزت في أطر التحيز على التأثير الكبير الذي يلعبه الفاعل السياسي في عملية تأطير الأخبار.

-الدراسة الثانية: Dietram A. Scheufele, framing as a Theory of Media Effects

تؤكد الدراسة أن النموذج الذي وضعه Entman ما يزال قائماً خاصة في مسألة تأثير الوسائل الإعلامية، ومفهوم التأطير بعيد عن اعتباره نموذج نظري متكامل، فإمكانية مقارنة النتائج التجريبية التي تم الحصول عليها في هذه الدراسات محدود، ويستوجب دمج الأبحاث المستقبلية لنتائج الأبحاث السابقة في نموذج متكامل للتأطير. ليتم تعريف كل نوع من أنواع الأطر بشكل مفاهيمي مفصل عن غيره الآخر. وقد حاولت دراستنا أن تعتمد على الأطر المعروفة التي أكدتها الدراسات السابقة مثل دراسة أنتمان هذه وما جاء في نتائج أبحاثه، فهو واحد من أهم المنظرين في هذا المجال. وقد وضعنا فئات تمثل مجموعة من الأطر المنفصلة عن بعضها من ناحية الشكل والمضمون.

-الدراسة الثالثة: Ardèvol-Abreu, "Framing theory in communication research in Spain. Origins, development and current situation".

ركزت هذه الدراسة ككثير من الدراسات الغربية على تطور بحوث التأطير، وأكدت أن هذا السياق من البحوث من المتوقع أن يكون نهجاً بحثياً ناجحاً في المستقبل. رغم كل الصعوبات التي يتعرض لها الباحثون في المجال، وقد ركزت على دراسات التأطير وترتيب الأولويات أثناء الحملات الانتخابية أو عند الاتصال السياسي وتحيزاته المتعلقة بالسياسة التحريرية لمؤسسات الأخبار. وهي تشترك بذلك مع المحاور الكبرى لدراستنا التي توصلت لنتائج تؤكد أهمية بحوث التأطير وعلى استهداف النشرات الإخبارية لطرح أخبار خاضعة لجملة من العوامل المؤثرة في وضعها نابعة عن توجهات القائم بالاتصال وسياسة قنواته، ومعطيات النظام السياسي القائم وما تفرضه من تحيز في بعض الأخبار بعينها. وقد دعا الباحث لمزيد من البحوث في التأطير ولو كانت بحوث نظرية.

-الدراسة الرابعة: news on Claes H. de Vreese, The effects of frames in political television: issue interpretation and frames salience

أكدت الدراسة أن دراسات الأطر تستهدف مختلف وسائل الاعلام لكشف استجابات الجمهور للأطر الخبرية، مع التأكيد على أن تأثير الاعلام التلفزيوني مختلف عن التأثير المطبوع. (يؤثر في جماهير أكثر). وتتفق هذه الدراسة مع دراستنا في طرحها لتوجيه الأخبار للتلاعب بقصص إخبارية تعكس إطار الصراع أو إطار النتائج الاقتصادية. وهما الإطاران اللذان يوجهان أفكار الجمهور حول هذه القضية دون الافضاء إلى مستويات مختلفة من دعم السياسة، فالأطر الخبرية لا تقل أهمية عن الحقائق الأساسية في القصة نفسها عندما يتعلق الأمر بقضية سياسية بارزة.

وتدعم النتائج الدراسات السابقة لتأثير الصراع وأطر النتائج الاقتصادية، وتم التأكيد على التأثيرات في سياقات مختلفة للتلفزيون، كما تؤكد دراستنا كذلك على تأثيرات أخبار التلفزيون تحديداً عند تأطيرها بأطر معينة. فالأطر الخبرية بحسب دراسة de Vreese تؤثر على المواقف من خلال التأكيد على قيم أو حقائق محددة، ومنحها صلة أكبر بقضية ما مقارنة بإطار بديل، فالبروز مفهوم ذو صلة بالتأطير. تماماً كما تأكد في غالب نتائج دراستنا.

-الدراسة الخامسة: Guus Bartholomé, Faces of conflict: Interventionism and Substantiveness in the conflict framing

اهتمت الدراسة بأطر الصراع بشكل مدقق، وأمدت على أهمية الامام بأنواع مختلفة من أطر الصراع، كأطر مؤثرة على الأفراد. وتركز الدراسة على المرحلة الأخيرة من عملية تأطير الصراع، وهي مرحلة تحديد الإطار، لمعرفة كيفية تأثيره السياسي، فتم عمل تجربة تم فيها التلاعب بمحتوى المقالات الإخبارية. وتشارك هذه الدراسة مع دراستنا في توظيف إطار الصراع كإطار هام تأكدت أهميته من خلال النتائج المتوصل إليها والتي أكدت أن القنوات الفضائية الجزائرية توظفه بشكل دائم في تأطير نشراتها. غير أن توسعت أكثر في هذا الإطار ودققت في خصوصياته بشكل معمق، على عكس دراستنا التي تناولت تأثير ونتائجه بشكل عام.

-الدراسة السادسة: Sean Aday, The Frame setting Effects of News: An Experimental Test of Advocacy versus Objectivist Frames

اهتمت هذه الدراسة بطرح جملة من المعطيات المهمة، فمن خلال اختبار تجريبي لها بينت أن الأطر المؤيدة أو المناصرة، لها تأثير أقوى من تأثير قصص الجريمة الموضوعية. أي نقل العنصر والإطار إلى الجماهير والحد من إدراك الجمهور. وهي تتوافق مع دراستنا في التأكيد على أهمية التأطير في بناء النشرات وصناعة الأخبار، ومنه في تغيير بعض اتجاهات وألويات الجماهير (كفئة مستهدفة) إزاء ما يقع من أحداث. فعملية تقديم الأخبار هي اختيار مقصود لكل تفاصيلها الشكلية والموضوعية، سواء اختيار الخبر أو النوع الصحفي الذي سيعالجه أو ترتيب الأحداث، أو اختيار ما يدعم الخبر ومدة استغراقه... الخ.

-الدراسة السابعة: Delia Cristina Balaban, The Framing or the Interpretation Frames Theory

تتعلق هذه الدراسة بدراستنا في كونها منحت الاهتمام الكبير بنظرية التأطير (قد منحت لها دراستنا عنصر نظري كامل)، إذ تثير نظرية التأطير اهتماماً حقيقياً بين الباحثين الغرب، الذين عملوا على كشف العلاقة بين فروض التأطير ووضع الأجندة والاعتماد على وسائل الإعلام، خاصة من قبل (شوفيلي)، وكانت هناك محاولات لتصنيف الأطر، لفئتين من الأطر الوسيطة: أطر أسلوبية رسمية وأطر تحتوي على هيكل لقضايا محددة. وفي حالة الأطر الموضوعية، يتم تقديم سلسلة من الأحداث في شكل تفسيري مع تقديم خلفية أوسع. مع إدراك الأبعاد المتعددة لظاهرة التأطير، فهناك: التأطير عن طريق اختيار القضايا الموضوعية، والتأطير بالهيكل الداخلي، وكذا التأطير من خلال السياقات الأجنبية بإنشاء علاقات مع موضوعات أخرى.

-الدراسة الثامنة: Muhamad Syamsul Arifinm, Diki Iskandar, Teti Sobari, Robert : Entman framing analysis of Saracen hoak issue news in REPUBLIKA.CO.ID and KOMPAS.COM

ترى هذه الدراسة أن اختلاف أسلوب إدراك الصحفيون للأحداث، يتسبب في اشكالية ترتبط باختلاف أساليب التأطير، وتؤدي إلى اختلاف سرد الحقائق وتقديم أخبار مغلوطة حول القضية المثارة. فيما ترى دراستنا أن عملية التأطير هي تقديم الأخبار مع إدراك تام وفهم كلي لكل مغزى من مغزاها، وأن الصواب والخطأ ينتج من عملية تأطير مقصودة وهادفة لا خطأ برئ.

7-6-أفاق الدراسة وتوصياتها

كما سبق ووضحنا في أسباب اختيار موضوع الدراسة، فالاهتمام بالمحتوى الاخباري هو أمر مستمر ولا يتوقف عند جهة معينة أو فترة ما، إذ من المهم أن يتم دراسة هذا المحتوى من فترة لأخرى متقاربة، لأن العمل الاخباري أو الاعلامي عموما بما فيه نشرات الأخبار التلفزيونية يدخل ضمن سيرورة سريعة التغيير والتقلب، فهي عملية خاضعة لبعض المؤثرات الداخلية والخارجية والقيم المهنية ومصادر التمويل وضغوط الوسط السياسي أو الاجتماعي السائد والضوابط القانونية وغيرها. فتغير ملكية قناة معينة أو منحها لهامش حرية أوسع أو مصدر تمويل جديد، أو تغير نظام البلد السائد أو تغير تعامله مع وسائل الاعلام قد يغير من الخط التحريري والسياسية الاعلامية للقنوات التلفزيونية، ومنه قد تغير من أسلوبها في تناول الأخبار وتأطيرها فقد تكون فضفاضة أكثر في توظيف الإطار السلبي أو الإطار المعارض وربما تزيد أو تقلل من درجة تحيزها، وقد تغير جدولة ترتيبها لأهم الأخبار في نشراتها.

أيضا ما يدفع لتحليل المحتوى الاخباري بشكل روتيني هو كون الاحداث قد تتأثر بظروف استثنائية معينة تجعل من المعالجة الاخبارية تخضع لأطر محددة بقضايا بعينها مثلما حدث خلال فترة تفشي وباء كورونا المستجد الذي حول من القضايا الصحية لأوليات لدى النشرات الاخبارية والجمهور المتابع، بعدما كانت هذه القضايا أقل اهتماما وتأثيرا سابقا. كما أن التحليل المستمر يقدم محاولة للوصول لتنظيم الأرشيف السمعي البصري ضمن سياسة اعلامية معينة تسهل التعريف به وتصنيفه وتقديم أرقام واحصائيات حوله.

من جهة اخرى تؤكد دراستنا في التأطير أن هذه العملية تستغل كل الوسائل الممكنة في ذلك، كما تؤكد أن الدعائم المصاحبة للخبر لا تضاهي تلك التي يستعان بها من طرف القنوات الاخبارية ذات الامكانيات المادية العالية، ومنه فتطور القنوات الاخبارية الجزائرية مستقبلا قد يجعلها تطور من عملية تأطيرها للأخبار ودمجها ضمن قوالب فنية أكثر قدرة على ابراز بعض زوايا الخبر أو تجاهلها. ومن هنا تفتح دراستنا أفاق متنوعة لمواصلة البحث والتحليل فيما يعلق بالمحتوى الاخباري ونشرات الأخبار التلفزيونية وأساليب المعالجة والتأطير.

وكما تؤكد دراستنا على بعض التوصيات السريعة التي تعود منطلقاتها لبعض المعطيات التي تمت ملاحظتها من حيث الشكل والمضمون أثناء التحليل أو المقارنة:

- ضرورة الاستعانة بتكنولوجيات الاعلام والاتصال المتطورة في دعم المحتوى الاخباري وتأكيد بعض جوانبه وتحليلها ومنحها للمسة فنية أكثر جمالية.

- التغيير في طرق تأطير الأخبار وتنوع الأطر نفسها بين معارض ومحايد أو سلبي وإيجابي وإطار عام وآخر محدد وغيرها، أي عدم خلق هوة كبيرة بين إطار ما ونقيضه حتى لا تبرز سياسة القناة الاخبارية لدى جمهورها، ما قد يعرضها لخسارة الجزء التي لا يتفق وسياستها.

- المحافظة على حيز زمني ثابت، فأثناء التحليل لاحظنا عدم ثبات في مدة استغراق النشرة في الفضائيات الجزائرية، حيث تطول وتقصر في كل مرة عن الأخرى.

- المحافظة على مواضيع اخبارية معينة، فمثلا خلال فترة الدراسة لم تكن هناك أي أخبار رياضية في النشرات، وهي أخبار لا تنتهي ويهتم بها جمهور لا بأس به من حيث الحجم، فيمكن وضع حيز زمني لها نهاية كل نشرة لتناول الأخبار الرياضية ولو على عجلة. وهكذا مع الأخبار الأخرى.

- بعض الأخبار لم تتضح مصادرها بشكل واضح، ومن الموضوعية الاخبارية توضيح مصدر كل خبر.

- عدم اهمال المداخلات أثناء النشرة، ودعمها بضيوف كل مرة أو اتصالات لتحليل الخبر مع المختصين أو المعنيين به بشكل مباشر أو غير مباشر، حتى لا يبقى المحتوى الاخباري ضمن إطار جاف وروتيني يبعث على الملل، في وقت أصبح فيه المتلقي أكثر حاجة للتفاعل والديناميكية التي فرضتها عليه متغيرات العصر.

7-7- خاتمة

في عصر تضاعفت فيه القنوات الفضائية وتطورت معها صناعة الأخبار التلفزيونية، وازدادت حدة المنافسة في مجال الإعلام والأخبار، وتعددت وتنوعت وتباينت طرق إبراز الأخبار وانتقاءها وعرضها، من مؤسسة إعلامية إلى أخرى، وذلك وفق أطر محددة تعمل على قولبة الأخبار ضمنها، وذلك بما يتماشى مع أهداف المؤسسة وأيديولوجياتها الفكرية وجمهورها المستهدف... ومن بين هذه الأطر، نجد تلك المتعلقة بالأطر الإعلامية أو الموضوعية أو أطر الاتجاه وأطر السمات وأطر الممارسة الإعلامية والأطر المرجعية وغيرها، دون إهمال كل ما له علاقة بفرض أخبار معينة دون غيرها كأطر التحيز والقيم الخبرية والقيم المهنية ومصادر الأخبار والشخصيات البارزة والفاعلة... وعوامل أخرى تستهدف تأطير المعاني والأفكار الواردة في الخبر وترتب أهميتها... كاختيار النوع أو الفن الصحفي لعرض الخبر وذلك في شكل خبر بسيط أو تقرير أو تحقيق... واختيار ترتيب الخبر ضمن النشرة، فهذا الاختيار ليس عشوائياً، بل هو اختيار مقصود وهادف ضمن إطار مهني معين هدفه الجذب أو الإبراز أو غيرها.

ولقد ركزت دراستنا على كل هذه الجوانب وغيرها في جميع جوانبها عناصرها المنهجية والنظرية والتطبيقية. وقد استهدفت الدراسة في جوهرها التعرف على كيفية تأطير النشرات الإخبارية في الفضائيات الجزائرية من حيث الشكل والمضمون، وقد توصلت الدراسة للكشف عن مجموعة من النتائج المهمة حول تلك العملية الإعلامية، فنجد أن إطاري القضايا الصحية والاجتماعية، هما أهم أطر القضايا البارزة في نشرتي قناة النهار والقناة الثالثة الإخبارية، وذلك يعود للانتشار الكبير لوباء كورونا كظاهرة جديدة على الكثير من المتابعين (من الناحية الجماهيرية) وعلى القنوات الفضائية التلفزيونية (من ناحية التغطية الإعلامية). وقد ربطت قناة النهار اهتمامها بأفراد المجتمع بشكل مباشر كنمط إعلامي اعتادت عليه، بينما ركزت القناة الثالثة الإخبارية على ربط أخبارها بعمل المسؤولين الحكوميين. مقابل تحجيم المواضيع الثقافية والأمنية والدينية والتعليمية، وتغيب الاهتمام بالمواضيع الرياضية في فترة تميزت بغياب مباريات المنتخب (في حدود الدراسة)، وقد استغرقت القناة الثالثة مدة زمنية أطول في عرض نشراتها.

وعلى صعيد القضايا فقد خصصت قناة النهار أكثر من خمس مواضيع أخبارها لمعالجة القضايا المتعلقة بوباء كورونا والمنظومة الصحية بشكل عام. تتبعها القضايا التي تعالج شؤون التنمية أو

التطوير، وبعدها قضايا الشؤون السياسية، بينما ركزت القناة الثالثة الإخبارية في حوالي خمس أخبارها على معالجة القضايا السياسية كأبرز وأهم القضايا المتناولة خلال النشرة عموماً، وبنفس النسبة تقريباً لمعالجة قضايا التضامن الاجتماعي، ثم القضايا المتعلقة بالكوفيد والصحة بنسبة قريبة أيضاً، ويتضح الفارق بين أخبار القنوات في تناول قضايا محاربة الجريمة والفساد، إذ منحت القناة الثالثة خمس أضعاف ما منحه لها قناة النهار الإخبارية من حيز اخباري في تناول. واهتمت القناة الثالثة الإخبارية بشكل كبير بنشاط رجال الحكومة وعناصر الأمن وتدخلاتهم المختلفة... إلخ، فيما ركزت قناة النهار على الموضوعات التي تمس القضايا الحالية مثل الكوفيد وشؤون الجالية في المهجر والتنمية والاقتصاد وغيرها.

وعلى صعيد الشخصيات، نلاحظ تقارب كبير يخص الشخصيات التي تم ورودها ضمن نشرتي القنوات، إذ تصدر الشخصيات الفاعلة داخل المجتمع (مثل الأطباء)، قائمة أكثر الشخصيات بروزاً. وباستثناء الشخصيات المؤثرة والعامّة تعطي فئة الشخصيات المتجسدة في الوزراء النسبة الأكبر في أخبار قناة النهار، بينما تعطي شخصيات المدراء قائمة الأكثر وروداً بالقناة الثالثة بعد الفئة الفاعلة. والاختلاف الأكبر في ورود الشخصيات متعلق برجال الأمن الذين تم تضمينهم في نشرة القناة الثالثة الإخبارية بنسبة تزيد بكثير عن نسبة تضمينهم بأخبار قناة النهار، بهدف تعزيز شعور الأمن والاستقرار لدى المشاهدين والتأكيد على جهود هؤلاء في القضاء على العصابات والمجرمين.

ويغلب الحياد على اتجاه الأخبار بقناة النهار، والتأييد في اتجاه أخبار الجزائرية الثالثة الإخبارية (بنثي النسبة)، نظراً لملكية القنوات (عمومية وخاصة)، ويمثل الاتجاه المعارض نسبة محدودة في أخبار النشرتين، وغالباً ما يكون إطار الممارسة الإعلامية إيجابياً في أخبار القنوات، وذلك بمنح الأخبار الجيدة فرص أكبر للبروز كأخبار محاربة الفساد أو إنشاء مؤسسات هامة، فالخبر يمكن أن يتم تأطيره وفق أطر سلبية أو إيجابية وفق ما يريد القائم بالاتصال، فخير عن مستجدات الكورونا قد يؤطر بطريقة إيجابية بالتنويه لتراجع أرقام الإصابات أو الوفيات، أو بطريقة سلبية بالتنويه لارتفاع الأرقام... فيما نجد إطار الممارسة الإعلامية المتوازن له حيز مهم من التوظيف في أخبار النشرتين، بينما النسبة الأقل هي لإطار الأخبار السلبية، التي لم توظف بشكل كبير في أخبار النشرتين. كما يهيمن على أخبار النشرتين الأطر المحددة بقضية، فالكثير من مهما اختلفت موضوعاتها ارتبطت بقضية بعينها كإبواب

كورونا، والأخبار المحددة بقضية تزداد في قناة النهار. وقد تم تأطيرها بموضوعية من حيث السمات البارزة في الخبر، أي دون تلوينه بعوامل تؤثر في مشاعر الأفراد.

وتبرز السمات الموضوعية في القناتين بنسبة أكبر في نشرات أخبار النهار، بينما تبرز السمات العاطفية بشكل أكبر في أخبار القناة الثالثة الإخبارية، التي تفضل أخبار تجعلها أقرب عاطفياً من اهتمامات الجمهور وميولاتهم و رغباتهم، بتوظيف فن الربورتاج لاسيما بهدف تأكيد السمة العاطفية للخبر. ويطغى على أخبار نشرات قناة النهار الأطر المرجعية الصحية، بينما تطغى على أخبار القناة الثالثة الأطر المرجعية التنموية التي شملت مجالات التطوير والتنمية. وعموما نجد توازن في أخبار القناة الثالثة من حيث الاعتماد على المرجعيات المختلفة، وتمثل الأطر المرجعية التنموية والأطر المرجعية الاجتماعية أهم الأطر المرجعية على الترتيب بقناة النهار بعد الأطر الصحية.

ولأن عملية التأطير محدد أساسي لنوع الأخبار وأساليب عرضها، فإن إطار المسؤولية وإطار الاهتمامات الإنسانية يتصدرا لائحة أبرز الأطر الإعلامية الموظفة ضمن نشرات أخبار القناتين، حين يهتم إطار المسؤولية بأخبار التطوير وعلاج الأزمات، بينما يركز إطار الاهتمامات الإنسانية على الأخبار القريبة من الجمهور، والأطر الإعلامية الأقل بروزا في أخبار قناة النهار هم الأطر المتعلقة بالمبادئ الأخلاقية والاهتمامات الاقتصادية وإطار الإستراتيجية. وبالقناة الثالثة الإخبارية هم الأطر المرتبطة بالاهتمامات الاقتصادية وإطار الصراع ثم المبادئ الأخلاقية على الترتيب. وحول أطر التحيز فهي تتمحور بقناة النهار حول القيم الثقافية والاجتماعية السائدة، من أجل التأثير في نفسية الجمهور كأخبار التضامن بين أفراد المجتمع، فيما تغلب بالقناة الثالثة الإخبارية أطر التحيز التي تتعلق بالنشاط السياسي والاهتمام بالنشاط الحكومي ومهام رئيس الجمهورية وغيرها. بعدها يتعكس الإطاران في الدرجة الثانية للتحيز، فنتبع أطر النظام السياسي القائم، الأطر التي تشمل القيم الثقافية والاجتماعية السائدة وذلك بقناة النهار، في حين تلي أطر القيم الثقافية والاجتماعية السائدة بالقناة الثالثة، الأطر المتمثلة في النظام السائد.

وفيما يتعلق بالقيم الخبرية، فعموما أخبار النشرتين تتفق على أهم ثلاث قيم إخبارية وبدرجات وبنسب قريبة من بعضها، وهي تشمل قيم القرب والأهمية والتأثير، ولم تتل قيمة الأنية الأولوية في أخبار أهم الفضائيات الجزائرية العمومية والخاصة. إذ اهتمت الفضائيات بقيم تخدم إطار أولياتهم

وسياستهم أكثر من آنية الأخبار. كما أن قيمتي الغرابة والطرافة لم توظف مطلقاً في الأخبار فلم تهتم القنوات محل الدراسة على الأقل، بالخروج عن المألوف وتضمين نوع من التغيير في الطرح الاخباري، بل تناولت قصصها الخبرية بنفس التوجه الرسمي.

-وفيما يتعلق بالإطار الجماهيري، فغالبيتها القصص الخبرية بالنشرتين خاطبت جمهور ضمن إطار عام داخلي، بتناول قضايا عامة في المجمل كتعديلات في الدستور أو نشرة الوباء اليومية، أو أعمال رئيس الجمهورية. ويمثل مصدر المراسلون أو المندوبون أهم مصادر الأخبار، ما تؤكد غزارة الأخبار المحلية في النشرات، بعدها يبرز مصدر هام آخر يتمثل في البيان الصحفي التي تنشره الهيئات والمراكز المختلفة.

وقد خصص لقضايا الكوفيد والمنظومة الصحية بنشرتي القنوات نفس مدة المعالجة الخبرية، تمثل ضمنها القضايا السياسية وما يتعلق بها النسبة الأكبر من حجم المعالجة في نشرات القناة الثالثة الإخبارية، بينما قضايا التنمية والتطوير تمثل الفئة الأكثر استغراقاً خلال نشرات قناة النهار بعد قضايا الكوفيد والصحة. وإجمالاً قناة النهار منحت في ترتيب أخبارها الأولوية لقضايا الكوفيد والمنظومة الصحية، بينما أولية أخبار الجزائرية الثالثة كانت لمعالجة القضايا التي تخص الجوانب السياسية. وهذا العامل لا يتعلق فقط بالاستغراق الزمني بل بترتيب الخبر نفسه ضمن النشرة الإخبارية، فالاختلاف تجسد باختلاف ترتيب الخبر في نشرات القنوات، فقد أولت قناة النهار أهمية لقضايا الكوفيد والصحة بعدما استهلكت كل نشراتها بخبر أو أكثر متعلق بها، فيما منحت القناة الثالثة الإخبارية الأهمية والأولوية الخبرية للقضايا السياسية في أغلب الأخبار التي استهلكت بها نشراتها. فقد ركزت قناة النهار على الخبر المؤثر بعيداً عن المجال السياسي، بينما استهلكت القناة الثالثة نشراتها بالأخبار السياسية ووظفتها في معالجة مختلف القضايا الأخرى، في اختلاف واضح حول ترتيب وإبراز الأخبار والقضايا ضمن النشرات.

ومن الجوانب الشكلية فقد عمدت قناة النهار على المزج بين الأخبار القصيرة والأخبار المتوسطة في طولها الزمني خلال نشراتها، في الوقت الذي تقدم فيه أخباراً طويلة إلا في مرات قليلة، فيما كثفت القناة الثالثة من اعتمادها على الأخبار القصيرة مع أخبار متوسطة الطول، وبالتالي تشترك مع قناة النهار في قلة اعتمادها على الأخبار الطويلة وتختلف عنها في معدل الاعتماد على الأخبار القصيرة. واعتمدت قناة النهار بشكل مكثف على فن التقرير الصحفي، بينما وظفت القناة الثالثة الإخبارية

الربورتاج أكثر، وهذه الأخيرة اهتمت بتوظيف الخبر البسيط أكثر مقارنة بالخبر المركب، عكس قناة النهار التي وظفت الخبر المركب أكثر من الخبر البسيط.

-وقد أوردت قناة النهار العديد من الأخبار نقلا عن قناة تلفزيونية أخرى، أخبار القناة الثالثة الإخبارية هي عمل أصيل من القناة. وقد اعتمدت الأخيرة على المقابلات الإخبارية بشكل كبير حيث وفي أكثر من نصف أخبارها رافقتها مقابلات إخبارية. وما جعل من قناة النهار ناقل لأخبار القناة العمومية كغيرها من القنوات الخاصة، هو الدعم الحكومي والتسهيل الإداري الذي تتاله القنوات العمومية وبالتالي فهي تنفرد قبل غيرها بأبرز الأخبار الداخلية المتعلقة بنشاط أجهزة الحكومة ومهامها.

ومثل إطار الأسلوب الإخباري أعلى نسبة في أخبار القنوات بعد الأسلوب المتعلق بالاعتماد على أكثر من أسلوب خلال بناء الخبر الواحد، أي أسلوب إخباري أكثر منه تعليقي أو تفسيري. مع مزج قناة النهار بين الأخبار الحالية والأخبار القديمة والموازنة بينهما في نشراتها الرئيسية، بينما القناة الثالثة اعتمدت على الأخبار الحالية أكثر فيما يخص إطار الخبر من حيث توقيت وقوعه.

كما أن أكثر من ثلثي أخبار نشرات قناة النهار صاحبها تسجيلات حصرية مصورة، وأرشيف تم تصويره سابقا... وكذلك نشرات القناة الثالثة الإخبارية فقد صاحبها ما يقارب 77 بالمائة تسجيلات حصرية مصورة وأرشيف مصور. والاختلاف في الدعائم المصاحبة للخبر يبرز في تباين الاعتماد على الشريط الإخباري لخبر مقروء من طرف مقدم الأخبار، فقناة النهار لم تستعن بهذه الدعامة عكس أخبار القناة الثالثة التي وظفت الشريط الإخباري كوسيلة منفردة تدعم الخبر المقدم (بسبب اعتمادها الأكبر على الأخبار البسيطة)، بينما دعمت قناة النهار أخبارها البسيطة بصور أرشيفية أو ثابتة ووثائق وكتابات (نص الخبر على الشاشة ككتابة)، وتفاعلات مواقع التواصل الاجتماعي، لخلق نوع من الجمالية والتفاعل مع أخبارها، وذلك أكثر من توظيف القناة الثالثة لهكذا دعائم، فالقناة الثالثة استمرت في أسلوبها التقليدي أثناء بث نشرات الأخبار. وإجمالاً لم يكن هناك مداخلات خلال النشرة بالقناتين معاً، سواء من اتصالات هاتفية أو باستضافة شخصيات لتحليل الخبر، ما يؤكد على الطابع الروتيني التقليدي في غرف الأخبار بالقنوات الفضائية الجزائرية سواء كانت ضمن القطاع العمومي أو القطاع الخاص، وأن إتباع الأساليب العصرية في تأطير الأخبار وعرضها في النشرات المفصلة لم يبلغ بعد المستوى المطلوب الذي يمكنها من التنافس مع بقية القنوات العربية أو الأجنبية الأخرى وتوسيع دائرتها الجماهيرية، ما يعزز من تهديد فقدان الجمهور الحالي بالقناتين في ظل الانتشار الكبير للقنوات التلفزيونية والمنابر الإلكترونية الجديدة

وتنافسها في مجال الأخبار بالتحديد. واجمالاً، لا تختلف كثيراً عمليات تأطير الأخبار في الفضائيات الجزائرية عن بعضها البعض، فهي تتشابه في الخطوط العريضة والأطر العامة وتختلف فقط في التفاصيل وبعض العناصر التي لا يمكن اعتبارها كعامل اختلاف جوهري.

8- قائمة المراجع

8-1- المراجع العربية

8-2- المراجع الأجنبية

8-1- المراجع باللغة العربية

- إبراهيم، إبراهيم أحمد. (2009). فن كتابة الخبر والمقال الصحفي: نظريا... وعلميا. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- إبراهيم، أيسر اسماعيل محمود. (2020). أسس وقوانين الصحافة العالمية. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- إبراهيم، علي حجازي. (2017). التكامل بين الاعلام التقليدي والجديد. عمان: دار المعتر للنشر والتوزيع، عمان.
- إبراهيم، علي حجازي. (2017ب). آليات صناعة الاعلام. عمان: دار المعتر للنشر والتوزيع.
- أبو إصبع، صالح، عبد الله، محمد، سرحان، هيثم وربابعة يوسف. (2008). ثقافة الصورة في الاعلام والاتصال. مؤتمر فيلادلفيا الدولي الثاني عشر: منشورات جامعة فيلادلفيا.
- أبو السعيد، أحمد العبد. (2014). الكتابة لوسائل الاعلام: صحافة-إذاعة-تلفزيون-ترجمة إعلامية. عمان: دار اليازوري العلمية.
- أبو السعيد، أحمد العبد. (2020). إعداد وتنظيم المؤتمرات والندوات. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- أبو الفتوح، فاطمة الزهراء. الخطيب، محمود. (2011). أطر المعالجة الإعلامية لسياسات الرئيس الأمريكي باراك أوباما "دراسة مقارنة بين قناتي الجزيرة والحرّة". مجلة حوليات آداب عين شمس، 39 (1). ص ص. 289-326.
- أبو حسن، فاطمة شعبان، الصديق، رامي عكا. (2016). الاعلام والارهاب: دراسة حالة واستراتيجية مواجهة. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- أبو رستم، رستم. (2017). الاعداد والتقديم الإذاعي والتلفزيوني. عمان: دار المعتر للنشر والتوزيع.
- أبو زيد، فاروق. (1990). فن الكتابة الصحفية. ط4. القاهرة: عالم الكتب.

- أبو زيد، فاروق. (1998). *فن التحرير الصحفي*. القاهرة. عالم الكتب.
- أبو عرجة، تيسير. (2011). *فن المقال الصحفي*. عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- اتحاد اذاعات الدول العربية ASBU: اللجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية. (2016). *البيث الفضائي العربي: التقرير السنوي 2016*.
- الأتروشي، صالح مصطفى. (2009). *الأقمار الصناعية*. عمان: دار دجلة ناشرون وموزعون.
- أحمد، الهام يونس. (2021). *التمتية المستدامة والتمكين السياسي: واقع المرأة العربية*. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- أحمد، زكرياء أحمد. (2009). *نظريات الاعلام: مدخل لاهتمامات وسائل الاعلام وجمهورها*. المنصورة: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع.
- ادريس، محمد خليفة. (2020). *ليبيا والحياد الدولي: الأطر الاعلامية للأخبار وتحليلها: تكوين وبناء الأطر الإعلامية الإخبارية*. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- الأسد، الأسد صالح على. (2012). *انتشار الفضائيات العربية: الأبعاد- الأهداف- التأثيرات الثقافية*. ط1. عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.
- إسماعيل، محمود حسن. (1997). *التنشئة السياسية: دراسة في دور أخبار التلفزيون*. القاهرة: دار النشر للجامعات.
- الأشوح، زينب. (2014). *طرق وأساليب البحث العلمي وأهم ركائزه*. القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر.
- اعتماد مبادئ تنظيم البث والاستقبال الفضائي. (2008). *مجلة الفيصل*. (380). الرياض: مركز الملك فيصل للبحوث. (380).
- إلياس، جيهان عوض. (2016). *صناعة الخبر في الفضائيات العربية: دراسة تطبيقية على قنوات الجزيرة وسكاي نيوز عربية في الفترة من 2014-2016*، بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراه إعلام واتصال. جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا: كلية الدراسات العليا.

- أنجرس، موريس. (2006). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية: تدريبات عملية. ط2. (صحراوي، بوزيد، بوشرف، كمال، سبعون، سعيد، مترجم). الجزائر: دار القصة للنشر.
- أنواع الأطر الإعلامية. (2018، نوفمبر، 02). موقع رسالة جامعة. <https://rs.ksu.edu.sa/issue-1295/5087>
- أوقاسي، لونيس، بوكراع، إيمان، بوكيرية، رانيا. (2018). منهجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية: ليسانس-ماستر-دكتوراه. عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان.
- أوين، جون، بيردي، هيدر. (2018). التغطية الإخبارية الدولية: بين الخطوط الأمامية والمواعيد النهائية. (صبري، محمد نيرة، مترجم). القاهرة: مؤسسة هنداوي سي أي سي. (المرجع الأصلي نشر في 2009)
- بالنافز، مارك، هيميلرمك، ستيفاني، شوسميث، بريان. (2017). نظريات ومناهج الاعلام. (حطبية، عاطف، مترجم). القاهرة: دار النشر للجامعات.
- البت التلفزيوني المباشر. (د.ت). موقع stringfixer. https://stringfixer.com/ar/Live_television
- بدروس، انجي مجدي شوقي. (2021). الرؤساء العرب في الصحافة الغربية: صورتهم في الصحف الأمريكية والبريطانية. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- البشر، محمد بن سعود. (2013). نظريات التأثير الإعلامي. الرياض: العبيكان للنشر.
- البطاوي، ثروت. (2016، نوفمبر، 18). هل تحقق الفضائيات الأجنبية الموجهة إلى العرب أهدافها؟. موقع رصيف 22. <https://raseef22.net/article/82455>
- البطريق، غادة. (2017). المواقع الإخبارية والحراك السياسي العربي. الجزيرة: أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي.
- بطسي، سيف الدين، بوشوشة، حميد. (2021). مقروئية شريط الأخبار ودورها في تأطير اهتمامات جمهور الطلبة الجامعيين: دراسة ميدانية على طلبة الإعلام بجامعة عنابة. مجلة المعيار. جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، 25 (58). ص ص. 386-408.
- بقور، صابر سعيد. (2017). داعش برؤية الجزيرة عبر الفيسبوك: الخطاب وأنماط الوعي الجماهيري. عمان: دار الخليج للصحافة والنشر.

- بكر، عبد الجواد. (2003). منهج البحث المقارن: بحوث ودراسات. الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.
- بن عودة، موسى. (2017). القيم الإخبارية في القنوات الفضائية الإخبارية: دراسة تحليلية مقارنة في المضمون والقائم بالاتصال في قنوات الجزائرية الثالثة، دزير تي في، وقناة الخبر. (أطروحة دكتوراه منشورة). جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم: كلية العلوم الاجتماعية، مستغانم.
- بن مرسل، أحمد. (2003). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- بن، ريتشارد، دنهيو، لويس، ثورب، روبرت. (1992). تحليل مضمون الإعلام - المنهج والتطبيقات العربية. (الجوهر، محمد ناجي، مترجم). اريد: قدسية للنشر والتوزيع.
- بو دهان، يامن. (2019). تحولات الاعلام المعاصر. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- بوتر، ديبرا. (2006). دليل الصحافة المستقلة. (مكتب برامج الاعلام الخارجي، مترجم). وزارة الخارجية الأمريكية.
- بوجفجوف، الزهرة. (2016أ). أولويات النشر الإخبارية في الفضائيات العامة والمتخصصة "دراسة مقارنة بين قنوات: الجزائرية الثالثة، france24، mbc1". (أطروحة دكتوراه غير منشورة). جامعة قسنطينة 3: كلية علوم الاعلام والاتصال والسمعي البصري.
- بوجفجوف، الزهرة. (2016ب). الفضائيات الإخبارية وقيم العولمة. مجلة الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، 8 (16). ص ص. 3-14.
- بوجفجوف، الزهرة. (2018). صناعة الأخبار التلفزيونية. عمان: دار أسامة.
- بوحلوان، عبد الغاني. (2018). مشاهدة الشباب لبرامج قناة النهار: قراءة سوسيو إعلامية. مجلة الرواق، 4 (1). ص ص. 275-284.
- بوسنان، رقية. (2013). الفضائيات الإخبارية العربية والجمهور الجزائري: دراسة في ترتيب الأولويات: الجزيرة والعربية أنموذجا سنة 2011. (أطروحة دكتوراه غير منشورة). جامعة الجزائر 3: كلية علوم الاعلام والاتصال.

- بوسيف، جمال. (د.ت). مطبوعة مقياس نظريات علوم الاعلام والاتصال: سنة ثالثة. موقع جامعة سيدي بلعباس. <http://stage.univ-sba.dz/course/info.php?id=3318>
- بوعلي، نصير. (2003). أثر التلفزيون الفضائي على الشباب الجزائري: دراسة تحليلية وميدانية. (أطروحة دكتوراه منشورة) جامعة الجزائر 3.
- بوعلي، نصير. (2012). أثر الفضائيات العربية على الأنساق القيمية، والهوية الوطنية للمتلقي: دراسة حالة. مجلة الدراسات الاعلامية القيمية المعاصرة، 1 (2).
- بومشطة، نوال. (2019). معايير انتاج الأخبار في قناة الشروط نيوز: دراسة تحليلية على عينة من النشرات الإخبارية، جوان - ديسمبر 2017. مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، 6 (2). ص ص. 238-226.
- بي بي سي... هنا لندن. (2016، أبريل، 25). موقع شبكة الجزيرة. <https://www.aljazeera.net/encyclopedia/organizationsandstructures/2016/4/25/%D8%A8%D9%8A-%D8%A8%D9%8A-%D8%B3%D9%8A-%D9%87%D9%86%D8%A7-%D9%84%D9%86%D8%AF%D9%86>
- بيكيت، تشارلي. (2017). الإعلام الخارق: إنقاذ الصحافة كي تتقذ العالم. (حنا، فايقه جرجس، مترجم) القاهرة: مؤسسة هنداوي سي أي سي. (المرجع الأصلي نشر في 2007).
- بينسون، ستيف، ستاندينج، كريج. (2009). نظم المعلومات: رؤية تجارية. (محمد، مجدي صابر، عزت، محمود، مترجم). القاهرة: مجموعة النيل العربية.
- تامي، نصيرة. (2014). الأطر الخيرية لقضايا الإرهاب في البرامج الحوارية على الفضائيتين الإخباريتين "الجزيرة" و"العربية": دراسة تحليلية مقارنة. المجلة الجزائرية للاتصال، 16 (22). ص ص. 562-529.
- تركي، نجوى عبد الهادي. (2016). الإعلام وإدارة الازمات: الاحتلال الصهيوني للأراضي الفلسطينية في ضوء الثورات العربية: دراسة مستقبلية. القاهرة: مكتبة جزيرة الورد.
- [تعريف بالمركز والقناة من خلال بوابة الموقع]. (د.ت). موقع مركز تلفزيون الشرق الاوسط "MBC". <https://www.mbc.net/ar/corporate.html>

التلفزيون العربي في الدوحة... من الألف إلى ما بعد الياء. (2021، أكتوبر، 12). موقع شبكة العربي. https://www.alaraby.co.uk/entertainment_media/الياء

التلفزيون العربي. (د.ت). موقع شبكة العربي. <https://www.alaraby.com/about-us>

التلفزيون العربي. (د.ت). موقع مؤسسة فضاءات الإعلامية [مالكة القناة]. <https://www.fadaatmedia.com/our-companies/التلفزيون-العربي>

تمار، يوسف. (2007). تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين. الجزائر: طاكسيج-كوم للدراسات والنشر والتوزيع.

التميمي، هاشم حسن. (2008). فلسفة الخبر الصحفي: دراسة لمفهوم القيم الإخبارية في الصحافة. عمان: دار ورد الأردنية للنشر والتوزيع.

تواتي، نور الدين. (2009). الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر. الجزائر: دار الخلدونية.

توفيق، أحمد، الأنصاري، محمد. (2020). الأسس العامة لإعداد الإعلاميين. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

جابر، نجلاء محمد. (2015). دراسة تحليلية في الإعلام الجماهيري. عمان: دار المعزز للنشر والتوزيع.

جاسم، عبد النبي خزعل. (2010). فن تحرير الأخبار والبرامج في الفضائيات التلفزيونية والقنوات الإذاعية. بغداد: بيت الحكمة.

جاسم، موفق. (2020، جانفي، 12). نظرية التأطير: عرض لكتاب نظرية التأطير. موقع مركز النهريين للدراسات الاستراتيجية. <https://www.alnahrain.iq/post/483>

جالو، جيرنو أحمد. (2016). الفضائيات المتخصصة والصورة الذهنية. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

جبار، أحمد، بوعمامة، العربي. إشكالية توظيف القيم الإخبارية في وسائل الإعلام بين النمذجة الغربية والمعايير والقيم المجتمعية: الفضائيات الجزائرية أنموذجاً. مجلة البدر. (2018). 10 (7).

جبرابر، دوريس، ماكويل، دينيس، ونوريس، بيبيا. (2004). أخبار السياسة وسياسة الأخبار. (نجاتي،

زين، مترجم). القاهرة: مكتبة الشروق الدولية. (المرجع الأصلي نشر في 1998)

- الجراح، محمود محمد. (2018). *أصول البحث العلمي*. ط2، عمان: دار الراجحة للنشر والتوزيع.
- جلال، أشرف. (2015). *أطر المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب في الإعلام المصري*. دراسات إعلامية. مركز الجزيرة للدراسات.
- جمال، راسم محمد. (2001). *الاتصال والإعلام في الوطن العربي*. ط2. بيروت: مركز دراسات الوحدة.
- جمال، راسم محمد. (2004). *الاتصال والإعلام في الوطن العربي*. ط3. بيروت: مركز دراسات الوحدة.
- جواد، عبد الستار. (2001). *فن كتابة الأخبار: عرض شامل للقوالب الصحفية*. ط2. عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- جونتر، باري، ميلور، نهى، عرفة، محمد، الجابر، خالد، أوتر، فيليب، مكي، عبد المطلب صديق، السيد، خالد عبد الرحيم، والحروب، خالد. (2013). *الإعلام العربي في عالم مضطرب*. الدوحة: دار الكتب القطرية.
- الجويلي، عزام محمد. (2015). *القواعد الدولية للإعلام*. عمان: دار المعتز للنشر والتوزيع.
- الحاج، كمال. (2020). *نظريات الإعلام والاتصال*. الجامعة الافتراضية السورية.
- حافظ، كرم علي. (2016). *القنوات الفضائية وتأثيرها على المجتمع العربي*. عمان: دار الجندارية للنشر والتوزيع.
- حبيب، علاء إبراهيم. (2015، فيفري، 20). "أهمية الأخبار التلفزيونية والعوامل المؤثرة في صناعتها". *جريدة أخبار الخليج*، (ع 13882) موقع جريدة أخبار الخليج. <http://www.akhbar-alkhaleej.com/13482/article/8142.html>
- حدادي، وليدة. (2020). *الإعلام والنخبة المثقفة في عصر الميديا*. عمان: دار الكتابي الأكاديمي.
- حسان، مصطفى، بدوي، عبد المجيد، ومثاني، رضا. (1991). *قاموس الصحافة والإعلام*: المجلس الدولي للغة الفرنسية. بيروت: دار لحاد خاطر.
- حسن، سمر علي. (2021). *صور اللاجئين السوريين... كما تعكسها مواقع الصحف العربية*. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

- حسن، سناء الدين محمد. (2017). *القنوات الفضائية العربية ودورها في ترتيب الأجندة السياسية، بحث مقدم للحصول على درجة دكتوراه الفلسفة في علوم الإعلام والاتصال. جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا: كلية الدراسات العليا.*
- الحسن، عيسى محمود. (2010). *البرامج الإخبارية في الاذاعة والتلفزيون، عمان: دار زهران للنشر والتوزيع.*
- الحسن، عيسى محمود. (2011). *الإذاعة والبرامج الجماهيرية، عمان: دار زهران للنشر والتوزيع.*
- الحسن، عيسى محمود. (2010). *وكالات الأنباء النشأة...التطور...الأهداف. عمان: دار زهران للنشر والتوزيع.*
- حسن، هايدي عيسى. (2021^ب). *تنازع القوانين في مسائل الملكية الفكرية. الجيزة: دار لمار للنشر والتوزيع.*
- حسني، مراد إبراهيم. (2017). *الاعلام الصحي والطبي. عمان: دار يافا العلمية للنشر والتوزيع.*
- حسنيين، إبراهيم السيد. (2014). *أخلاقيات الإعلام وقوانينه. القاهرة: مؤسسة طبية للنشر والتوزيع.*
- حسونة، نسرين. (2015). *نظريات الاعلام والاتصال. شبكة ألوكة.*
- حسين، حسناء. (2018). *الشؤون العربية في الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية: رهانات التأثير وهاجس الوصاية. دراسات إعلامية. مركز الجزيرة للدراسات.*
- حسين، سمير محمد. (1995). *بحوث الإعلام. القاهرة: عالم الكتب.*
- حمدان، محمد محمود فايز. (2020). *الفضائيات الناطقة بالعربية بين الدبلوماسية العامة والدعاية: قناة الحرة نموذجا. مجلة وادي النيل للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية والتربوية، 1 (24). ص 189-206.*
- الحمداني، بشرى حسين. *تجليات العنف الاخباري في الاعلام العربي. عمان: دار دجلة ناشرون وموزعون.*
- الحمداني، موفق. (2006). *مناهج البحث العلمي. عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.*

- حمدي، محمد الفاتح، عراضة، عبد القادر. (2013). إنتاج النشرات الإخبارية التلفزيونية. عمان: دار أسامة للطباعة والنشر.
- الحمود، عبد الله بن ناصر، الشامي، علاء، بن صفية، عبد اللطيف. (2016). أطر المعالجة الإعلامية للمشروعات الاقتصادية الكبرى في الدول العربية: دراسات حالة لمشروعات "الهيئة الملكية للجيبيل وينبع" بالسعودية. "قناة السويس الجديدة" بمصر "إقلاع النهوض بقطاع الصناعة" بالمغرب، دراسة مقدمة للمنتدى السنوي السابع للجمعية السعودية للإعلام والاتصال: الإعلام والاقتصاد... تكامل الأدوار في خدمة التنمية. الرياض.
- الخاطر، مريم راشد. (2010). تنظيمات البث الفضائي عالميا والدور العربي المطلوب: ورقة عمل مقدمة إلى مؤتمر الأسرة والإعلام العربي: نحو أدوار جديدة للإعلام الأسري. مركز الدوحة لحرية الإعلام.
- خضيرة، شعبان. (2014). مصطلحات في الإعلام والاتصال. الجزائر: دار اللسان العربي للترجمة والتأليف والنشر.
- الخفاجي، عقيل. (2016). صحف ومنظمات: المنظمات الدولية في الصحافة المكتوبة العربية. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- خلف، ياسر عبد الرحمن. (2016). وكالات الأنباء ودورها الإعلامي. عمان: دار الجنادرية للنشر والتوزيع.
- خليفة، إيهاب. (2021). الحرب السيبرانية: الاستعداد لقيادة المعارك العسكرية في الميدان الخامس. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- خليل، وائل رفعت علي. (2015). إشكاليات الإعلام ومعطيات الواقع. عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.
- الدعيمي، غالب كاظم جواد. (2017). الإعلام الجديد: اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة. عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد. (2011). المدخل إلى وسائل الاعلام والاتصال. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

- الدليمي، عبد الرزاق محمد. (2012). *الخبر في وسائل الاعلام*. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطبع.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد. (2017). *نظريات الاتصال في القرن العشرين*. عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد. (2019أ). *صناعة الاعلام العالمي المعاصر*. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد. (2019ب). *الإعلام في ظل التطورات العالمية*. عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- الدليمي، فريد مصعب. (2014). *الأقمار الصناعية: تاريخها، أنواعها، مداراتها، طرق تتبعها*. عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.
- دليو، فضيل. (2013). *تاريخ وسائل الإعلام والاتصال*. ط4. الجزائر: دار الخلدونية.
- الدهان، حارث، الرمحين، عطالله. (2019). *الدعاية في قطاعات مختلفة*. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- دينواييه، ب. (2019). *الصحافة في العالم*. (جلال، عبد العاطي، مترجم). الجيزة: وكالة الصحافة العربية ناشرون.
- راضي، وسام فاضل. (2013). *الإعلام الإذاعي والتلفزيوني الدولي: المفاهيم، الوسائل، المقاصد*. دمشق: صفحات للدراسات والنشر.
- الربيعي، ولاء محمد حسين، خزعل، عبد النبي. (2019). *الأطر الاخبارية لظاهرة الإرهاب في الفضاءات الدولية الموجهة بالعربية: دراسة تحليلية لنشرات الأخبار الرئيسية في قناة روسيا اليوم للمدة من 2018/5/31-2019/1/1*. مجلة الباحث الإعلامي، 11 (43). ص ص. 169-182.
- <https://doi.org/10.33282/abaa.v11i43.251>
- رشيد، ابتهاج جاسم. (2017). *الفنون الصحفية والمجتمع المدني*. عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.

- الرشيد، عبد الله. (2016). عالم الأخبار في تويتر وفيسبوك. مجلة الصحافة. الدوحة: مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير، (1). ص ص. 34-37.
- الرشيدي، أسامة. (2019). الاعلام التلفزيوني لماذا سيظل مهما؟، القنوات التلفزيونية... الجولة مستمرة. مجلة الصحافة، الدوحة: معهد الجزيرة للإعلام. (14). ص ص. 5-12.
- الرفاعي، محمد خليل. (2020). كتابة واعداد التقارير الاخبارية. الجامعة الافتراضية السورية.
- ريحاني، محمد سعيد. (2015). صدقية شعار الإعلامي العربي من خلال بناء الصورة الإخبارية: بحث في بناء الصورة الإخبارية: قناة "الجزيرة" نموذجا. الرباط: طوب بريس.
- الزبون، ماجد فاضل. (2013). الإعلام وثقافة التكيف. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- الزبون، ماجد فاضل. (2015). الإعلام الاقتصادي: قراءة في القنوات العربية المتخصصة. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- زكي، خالد. (2018). فن صناعة القرار الصحفي. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- السامرائي، إحسان رمضان. (2019). الفضائيات الإخبارية دورها في توجيه الرأي العام سياسياً. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- ستيوارت، آلان. (2008). ثقافة الأخبار. (فؤاد، هدى، مترجم). القاهرة: مجموعة السيل العربية.
- سحاب، فيكتور. (1985). أزمة الاعلام الرسمي العربي: النموذج اللبناني. دمشق: دار الوحدة للطباعة والنشر.
- سحاري، مصطفى. (2017). السيادة الوطنية في ظل التدفق الإعلامي الدولي: الجزائر أنموذجا. عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.
- السعدي، شريف حميد. (2018). الفضائيات وارتدادات التأثير: دراسات-نظريات-انعكاسات. عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع.
- السعيد، سعاد جبر. (2008). سيكولوجية الاتصال الجماهيري. عمان: جدارا للكتاب العالمي.
- السعيد، هناء. (2004). الفضائيات وقادة الرأي. القاهرة: دار الفكر العربي.

سعيد، خليل، بن مهدي، مرزوق. (2021). واقع الخطاب اللغوي في المضمون الخبري المصور في الفضائيات الإخبارية الوطنية: دراسة تحليلية على عينة من المضامين الإخبارية بقناة النهار الجزائرية. مجلة، 5 (3). ص ص. 663-673.

سليمان، نورهان. (2020). تكنولوجيا الاعلام المتخصص. الإسكندرية: مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع.

السنوسي، مختار. (2011). الإعلام الدولي: الأسس والمفاهيم. عمان: دار زهران.

سهيلي، نوال. (2018). البرامج الثقافية: الإذاعة الجزائرية. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

السيد، ديفيد، شنيدر، كريستوفر. (2015). التحليل النوعي لوسائل الاعلام. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

السيد، سعيد محمد، مكاوي، حسن عماد. (1999). الأخبار الإذاعية والتلفزيونية. القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح.

السيد، سعيد، الشريف، سامي. (2005). الأخبار الإذاعية والتلفزيونية. القاهرة: التعليم المفتوح كلية الاعلام.

السيد، محمد عبد البديع. (د.ت). فن التحرير الصحفي في عصر المعلومات. نشر شخصي للمؤلف.

السيد، هناء. (2005). الفضائيات وقادة الرأي: دراسة أثرها على السلوك الاتصالي. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

الشجيري، سهام حسن. (2014). وكالات الأنباء والتحكم الاخباري: دراسة في الاختلال الاخباري بين

وكالات الأنباء الدولية والعربية: رؤية علمية. عمان: نبلاء ناشرون وموزعون، دار أسامة للنشر والتوزيع.

الشجيري، سهام حسن. (2016، ماي، 25). القصة الخبرية في وكالات الأنباء المعاصرة. موقع شبكة

النبأ المعلوماتية. <https://www.annabaa.org/arabic/studies/6479>

الشجيري، سهام حسن. (2018). التحيز في تناول الإعلام: بناء نموذج تفسيري لتحيزات وسائل

الاعلام. عمان: دار حميثرا للنشر والترجمة.

- الشرنوبلي، إسماعيل عبد الرزاق. (2018). الأطر الخبرية لأزمة الروهينجا في المواقع الإلكترونية الموجهة بالعربية: دراسة تحليلية على مواقع الـ RT، CNN، BBC. مجلة الدراسات الإعلامية، (3). برلين: المركز الديمقراطي العربي. ص ص. 190-225.
- شريف، آمنة، بن أحمد، الطاهر. (2021). الحرية الإعلامية في البرامج الحوارية قبيل وبعد الحراك الشعبي الجزائري 2019م: دراسة تحليلية لعينة من برامج قنواتي الشروق نيوز والنهار تي في. مجلة المعيار، المجلد 25، (62)، ص ص. 454-477.
- شطاح، محمد. (1997). البث التلفزيوني بواسطة الأقمار الصناعية والتكنولوجيات الجديدة. المجلة الجزائرية للاتصال، 7 (15). ص ص. 230-277.
- شطاح، محمد. (2004). النشرة الإخبارية المقدمة في التلفزيون الجزائري: دراسة تحليلية ميدانية. (أطروحة دكتوراه غير منشورة). جامعة الجزائر 3: كلية العلوم السياسية والإعلام.
- شطاح، محمد. (2007). الإعلام التلفزيوني: نشرات الأخبار المحتوى والجمهور. الجزائر: دار الكتاب الحديث.
- شليبي، كرم. (1999). البث التلفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية. مجلة الدراسات الدبلوماسية، (5). عرجون، محمد بهاء الدين. (1996). الفضاء الخارجي واستخداماته السلمية، الكويت: سلسلة عالم المعرفة.
- شمس الدين، فيصل هاشم. (2008). تقنية المعلومات: المصطلحات - وسائل الاتصال-التوظيف-الثقافة. القاهرة: مؤسسة شمس للنشر والإعلام.
- شميط، وليد. (2004). امبراطورية 'المحافظين الجدد' التضليل الإعلامي وحرب العراق. بيروت: دار الساقى للطباعة والنشر.
- الشيخ، عزيز. (2007). معجم الاعلام: المرئي والمسموع والمكتوب: سلسلة معاجم للنخبة. بيروت: النخبة للتأليف والترجمة والنشر.
- صالح، سليمان. (2003). الإعلام الدولي، الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.

- صالح، سليمان. (2005). وسائل الاعلام وصناعة الصور الذهنية. الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- صالح، عصام الدين مصطفى. (2020). الصحافة في مهب الإعلام البديل وحرية تداول المعلومات. الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.
- صالح، عكاشة محمد، عبد ربه، رائد محمد. (2009). مبادئ الإخراج. عمان: دار الجندارية للنشر والتوزيع.
- الصقر، اقل اياذ، أبو عبد، يوسف. (2017). مهارات الكتابة الصحفية. عمان: دار عالم الثقافة للنشر والتوزيع.
- صلاح الدين، خالد. (2004). اتجاهات النخبة المصرية نحو إدارة القنوات التلفزيونية الإخبارية للأزمات العربية في إطار مدخل إدارة الصراع. القاهرة: المؤتمر السنوي العاشر: الإعلام المعاصر والهوية العربية. جامعة القاهرة: كلية الإعلام، (3). ص ص. 943-1026.
- الضبع، رفعت عارف. (2011أ). الخبر. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- الضبع، رفعت عراف. (2011ب). السيناريو. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- الضبع، عبد الرؤوف محمد. (د.ت). عولمة البث المباشر وانعكاساته على بعض الجوانب المجتمعية: دراسة ميدانية بمدينة القاهرة. جامعة جنوب الوادي: كلية الآداب بسوهاج.
- الضلاعين، نضال فلاح، كافي، مصطفى يوسف، الضلاعين. علي فلاح، الشمايلة، ماهر عودة. (2016). نظريات الاتصال والإعلام الجماهيرية. عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
- الطائي، يوسف حليم، العبادي، هاني فوزي. (2016). مناهج البحث العلمي: للبحوث الإعلامية والإدارية والإنسانية. عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع.
- طلعت، حكيم. (2018). علم النفس الإعلامي: رؤى معاصرة ودراسات تطبيقية. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.

- عابد، زهير عبد اللطيف. (2015). الإعلام الجماهيري. ط2. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد. (2008). نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية. القاهرة: دار الفكر العربي.
- عامر، فتحي حسين. (2012). علم النفس الإعلامي. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- عامر، فتحي حسين. (2019). إعلام بدون أخلاق: قواعد وأخلاقيات العمل الصحفي. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- عامر، فتحي حسين. (2020). صحافة الفيديو: تقنياتها وإشكالياتها. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- عايش، حليلة. (2017). تأطير الأخبار السياسية في الفضائيات العربية "دراسة تحليلية للأخبار السياسية المغربية في قناتي الجزيرة والعربية سنة 2014". (أطروحة دكتوراه غير منشورة). جامعة قسنطينة 3: كلية علوم الاعلام والاتصال والسمعي البصري.
- عباس، سعيدة. (2018). البث الفضائي العربي: قراءة في الواقع والانعكاسات. المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات. جامعة جيجل. (1) 2.
- عبد الباقي، عيسى. (2014). الصحافة الاستقصائية: أطر نظرية ونماذج تطبيقية. القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع.
- عبد التواب، غادة. (2020أ). الإعلام التقليدي والإعلام البديل: النشأة والتطور. الإسكندرية: مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع.
- عبد التواب، غادة. (2020ب). المدخل الوظيفي والجماهيري للإعلام الصحفي. الإسكندرية: مؤسسة حورس الدولية.
- عبد الحميد، صلاح. (2013). فن التحرير الصحفي. القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر.
- عبد الحميد، صلاح. (2014). القصة الاخبارية في نشرات الأخبار الفضائية. القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، الرياض.

- عبد الحميد، محمد. (2000). *البحث العلمي في الدراسات الإعلامية*. القاهرة: عالم الكتب.
- عبد الحميد، محمد. (2004). *نظريات الاعلام واتجاهات التأثير*. ط 3. القاهرة: عالم الكتب.
- عبد الظاهر، حمدي. (2020). *القنوات الفضائيات المتخصصة*. القاهرة: دار ضمة للنشر والتوزيع.
- عبد العزيز، بركات. (2013). *المادة الإخبارية في الراديو والتلفزيون*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- عبد العظيم، ريهام عاطف. (2019). *أنماط التحيز في المعالجة الاعلامية*. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- عبد الفتاح، فاطمة الزهراء. (2016). *الاندماج الإعلامي وصناعة الأخبار*. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- العبد الله، مي. (2010). *نظريات الاتصال*، بيروت: دار النهضة.
- عبد المجيد، عمرو محمد. (2000). *العداء لوسائل الإعلام: التحديات المهنية واستعادة ثقة الجمهور*. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- عبد المنعم، سالي رمضان. (2015). *الفضائيات وتأثيرها الإعلامي*. القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.
- العبد، عاطف عدلي. العبد، نهى عاطف. (2008). *نظريات الاعلام وتطبيقاتها العربية*. القاهرة: دار الفكر العربي.
- عبرين، عمر. (2015، مارس، 26). *الإعلام اليمني: وسيلة لتغطية الصراع أم لتأجيجه؟*. موقع مركز الجزيرة للدراسات.
- <https://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2015/03/2015326154824106649.html>
- عدة، محمد. (2021). *آليات التأطير الإعلامي في التقارير الإخبارية التلفزيونية: دراسة تحليلية لعينة من التقارير الإخبارية المتعلقة بحركة التغييرات الاجتماعية والسياسية بالمنطقة العربية: التلفزيون الجزائري نموذجاً*. مجلة جسور المعرفة، 7 (3). ص 309-327.
- عزت، محمد فريد محمود. (1983). *وكالات الأنباء في العالم العربي*. القاهرة: دار الشروق للنشر والتوزيع، جدة: مكتبة العلم.

- العززي، وديع. (2021). التقنيات الحديثة للإنتاج التلفزيوني والعمل في القنوات الفضائية. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- عفان، صونيا، أجغيم، الطاهر. (2017). المعالجة الإعلامية لثورات الربيع العربي: دراسة تحليلية لعينة من المواد الإعلامية (الإخبارية الخاصة بثورات الربيع العربي على قنوات: الجزائرية الثالثة، الشروق نيوز وقناة KBC. مجلة معارف. 12 (23). ص ص. 106-136.
- العلاق، بشير. (2014). الاتصال في المنظمات العامة، بين النظرية والممارسة. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- العلاق، بشير. (2014). نظريات الاتصال: مدخل متكامل. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- العلي، فراس. (2018، سبتمبر، 13). خبرات صحفية في رصد الأخبار. موقع معهد الجزيرة للإعلام: مجلة الصحافة. <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/351>
- علي، مجاشع محمد. (2016). التلفزيون والفساد: دور التلفزيون ومكافحة الفساد. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- عليان، ابراهيم محمد. (2019). الاعلام الالكتروني وحقوق الانسان. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- عمارة، محمد فتحي. (2012). الإعلام الإسلامي والتحديات المستقبلية. القاهرة: مكتبة الشروق الدولية.
- العمر، محمد. (2020). كتابة وتحرير الأخبار. الجامعة الافتراضية السورية.
- العمر، ناصر بن سليمان. (1992). البث المباشر حقائق وأرقام. الدمام: (د.ن).
- عياد، أحمد. (2006). مدخل لمنهجية البحث الاجتماعي. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- عيسى، نهوند القادري. (2017). الإعلام العربي ورهانات التغيير في ظل التحولات: أعمال المؤتمر الذي نظّمته كلية الاعلام في الجامعة اللبنانية. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- غازي، خالد محمد. (2021). الصحافة الالكترونية والتقنية الرقمية... مفاهيم تأسيسية عربية. الجيزة: وكالة الصحافة العربية-ناشرون.

- غازي، خالد محمد. (2021). *التحرير الصحفي... توظيف تكنولوجيا الاتصال*. وكالة الصحافة العربية.
- الغانمي، مثني محمد فيحان. (2018). *التلفزيون والحرب: دراسة في اتجاهات الأخبار وتأثيراتها وانعكاساتها*. عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع.
- غرابة، هالة حمدي. (2019). *التغطية الاستقصائية لقضايا الواقع المعاصر*. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- الغضبان، السيد. (2010). *الفضائيات العربية ما لها ... وما عليها*. القاهرة: سفير الدولية للنشر.
- فائزة، بكار، بنت طاعة الله، بكار. (2014). *نظرية ترتيب الأولويات بين التنظير الغربي والتطبيق داخل البيئة العربية*. مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 8 (1). ص ص. 111-135.
- فرجاني، علي. (2016). *مهارات المراسل التلفزيوني وفن صناعة التقارير الإخبارية*. عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع.
- الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية تدافع عن نواياها لدى المشاهد العربي*. (2009، ماي، 13). موقع البيان. <https://www.albayan.ae/across-the-uae/2009-05-13-1.433503>
- الفقيه، كافي محمد عبد الوهاب. عبد الرحمن، مطهر بشار. (2016). *دور الفضائيات الإخبارية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور اليمني نحو القضايا والأزمات العربية: دراسة على الأزمة السياسية اللبنانية في إطار الفجوة المعرفية والأطر الإخبارية*. مجلة دفاتر السياسة والقانون، 8 (15). ص ص. 214-247.
- الفلاحي، حسين علي إبراهيم. (2014). *العولمة الجديدة: أبعادها وانعكاساتها*. عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.
- فنور، بسمة. (2016). *المعالجة الإعلامية للأخبار في التلفزيون الجزائري: دراسة تحليلية لمحتوى القناة التلفزيونية الرئيسية الجزائرية*. (أطروحة دكتوراه منشورة). جامعة قسنطينة 3.
- فوزي، شروق سامي. (2014). *تكنولوجيا الاعلام الحديث*. القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.

- فياض، أحمد محمد. (2019). بحوث وقضايا معاصرة في الإعلام. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- الفياض، محمد أحمد. (2017). الاعلام الفضائي الدولي والعربي: النشأة التطورية وصناعة الأخبار. عمان: دار الخليج للصحافة والنشر.
- قاسم، حسن علي. (2019). إنتاج المواد السمعية البصرية: الأسس العلمية والمهنية. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- القاضي، سماح حسين. (2011). تلفزيون الواقع ونشر الثقافة الاستهلاكية. عمان: دار جليس الزمان للنشر والتوزيع.
- قائمة الأقمار المتوفرة. (التاريخ: يحدث كل يوم). بوابة موقع الدليل الأوربي للأقمار الصناعية KingOfSat. [/https://ar.kingofsat.net](https://ar.kingofsat.net)
- القرطاس، سليمان. (2010). مدخل إلى أنظمة الاتصالات. الرياض: العبيكان.
- القمر الصناعي الجزائري Alcomsat-1 يحتفل بعيده الثالث. (2020، ديسمبر، 10). موقع الوكالة الفضائية الجزائرية. <https://asal.dz/ar/?p=6333>
- قناة الجزيرة. (2015، ديسمبر، 30). موقع شبكة الجزيرة. <https://www.aljazeera.net/encyclopedia/aljazeeranetwork/2015/12/30/قناة-الجزيرة>
- قندجلي، عامر، السامرائي، إيمان. (2009). البحث العلمي الكمي والنوعي. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- قنديل، حمدي. (1985). اتصالات الفضاء. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- القنوات الأجنبية بالعربية.. أبواب لحكوماتها أم منصات لتوسيع حرية الإعلام؟. (2009، أغسطس، 06). موقع سويس انفو. <https://www.swissinfo.ch/ara/-/7537666>
- قيراط، محمد. (2017). نظرية التأيير «Framing Theaory» والتعاطي مع التطرف والإرهاب. وقائع الورشة الدولية: التعاطي الاعلامي مع ظاهرة التطرف والإرهاب. اتحاد اذاعات الدول العربية: سلسلة بحوث ودراسات عربية، (79).

- كاف، كريمة. (2021). بناء الأجندة في الإعلام التلفزيوني الجزائري دراسة وصفية لحالة الفضائيات الخاصة. مجلة المعيار، 25 (54). ص ص. 393-379.
- كافي، مصطفى يوسف. (2015). الرأي العام ونظريات الاتصال. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- كافي، مصطفى يوسف. (2016). الانتاج الاذاعي والتلفزيوني. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- الكعبي، رعد جاسم، عبد الرحمان، ايمان. (2020). بناء شريط الأخبار (السيبتايل) في القنوات الفضائية العربية: قناة العربية- دراسة حالة 2007. مجلة الباحث الإعلامي. جامعة بغداد: كلية الاعلام، 1 (4). ص ص. 125-111.
- كنعان، علي. (2014 أ). الاعلام والمجتمع. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- كنعان، علي. (2014 ب). الصحافة مفهوما وانواعها. عمان: دار المعزز للنشر والتوزيع.
- كنعان، علي. (2019). نظريات الإعلام. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- ل، سميرة. (2020، مارس، 03). قناة "النهار" تواصل تصدر القنوات الأكثر مشاهدة خلال جانفي. موقع قناة النهار. <https://nhar.tv/RQC0V>
- ل، سميرة. (2021، جوان، 13). قناة "النهار" تتصدر القنوات أكثر مشاهدة في الجزائر. موقع قناة النهار. <https://nhar.tv/NPHox>
- لانجتون، لوب. (2018). الصحافة المصورة والأخبار في عالم اليوم: خلق واقع مرئي. (عاطف، زينب مترجم) القاهرة: مؤسسة هنداوي سي أي سي. (المرجع الأصلي نشر في 2009).
- لطفي، محمود أحمد. (2018). برامج التوك شو وإعلام الأزمات. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- لعقاب، محمد. (2004). الصحفي الناجح: دليل عملي للطلبة والصحفيين. الجزائر: دار هومة.
- لويس، كارولين ديانا. (1993). التغطية الخبرية للتلفزيون. (العدوي، محمود شكري، مترجم). القاهرة: المكتبة الأكاديمية.
- ليستر، ليبي. (2012). الإعلام والبيئة. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

- ماثيو، ليليان، فيليول، اوليفيه، بيشو، سيسيل. (2017). (الشافعي، عمر، مترجم) قاموس الحركات الاجتماعية. الجيزة: دار صفصافة للنشر.
- ماكومز، ماكس، هولبرت، لانس، كيوسيس، سبيرو، وانتا، واين. (2012). الأخبار والرأي العام: تأثير الأخبار على الحياة المدنية. (صفوت، محمد، مترجم) القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- مجموعة من الباحثين. (2019). دراسات في لغة الاعلام والصحافة. قسنطينة: ألفا للوثائق.
- محمد، ابتهاج جاسم. (2017). الفنون الصحفية والمجتمع المدني. عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.
- محمد، إبراهيم علي بسيوني. (2020). الأطر الخبيرة لجائحة كورونا في الصحافة العربية. مجلة البحوث الإعلامية. جامعة الأزهر، كلية الاعلام بالقاهرة. العدد (55) 4. ص ص. 2133-2224.
- محمد، خالد مجد الدين. (2005). صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية: دليل انتاج النشرات التلفزيونية. القاهرة: دار الأمين للنشر والتوزيع.
- محمد، سارة نصر. (2020). مؤسسة الرئاسة والبرامج الحوارية: المعالجة الإعلامية وعلاقتها باتجاهات الجمهور. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- محمد، سارة نصر. (2021). الدولة وحروب الجيل الخامس: تشكيل الوعي والتصدي لها. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- محمد، محمد سيد. (2008). وسائل الاعلام من المنادي إلى الانترنت. القاهرة: دار الفكر العربي.
- المحمدي، سماح محمد. (2016). أطر معالجة الصحف الأسبوعية للأزمات المجتمعية: دراسة تحليلية. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، (8). ص ص. 1-60.
- محمود، خالد أحمد علي. (2019). الاستثمار المعرفي وعلاقته بالآثار السياسية والاجتماعية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال. الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.
- مذكور، مرعي. (2002). الصحافة الإخبارية. القاهرة: دار الشروق الأولى.

مركز تلفزيون الشرق الاوسط "MBC GROUP". (د.ت). موقع مراقبة ملكية الوسائط، مصر: مراسلون بلا

حدود. <https://egypt.mom>

- [rsf.org/ar/owners/companies/detail/company/company/show/mbc-group-middle-east-broadcasting-center](https://www.mbcgroup.com/owners/companies/detail/company/company/show/mbc-group-middle-east-broadcasting-center)

المسلمي، إبراهيم عبد الله. (1992). مصادر الأخبار العالمية. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

المشاقبة، بسام عبد الرحمن. (2014). مناهج البحث الاعلامي وتحليل الخطاب. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

المشهداني، سعد سلمان. (2017). مناهج البحث الإعلامي. العين: دار الكتاب الجامعي.

المصري، عربي محمد. (2005). علوم الخبر وفنون تحريره. دمشق: الجمعية السورية للعلاقات العامة.

مطر، فيصل حسن. (2010). أسس ومهارات الكتابة للصورة والتقرير التلفزيوني. دمشق: دار الفكر.

المعماري، على أحمد خضر، الظاهر، عبد الله فتحى. (2013). أثر القنوات الفضائية في القيم

الاجتماعية والسياسية: قناة الشرقية عين العالم أنموذجاً: دراسة في النقد والتحليل. عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.

معهد الصافة الدولي بزيورخ. (1961). أخبار الشرق الأوسط في الصحافة العالمية. (حمزة، عبد

اللطيف، الميري، ولیم، مترجم) القاهرة: دار الفكر العربي.

معوض، محمد سالم. (2020). الصحافة الاعلامية وتقنياتها الاتصالية. عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.

معوض، محمد. (1994). الخبر في وسائل الاعلام. القاهرة: دار الفكر العربي.

معوض، محمد، عبد العزيز، بركات. (2000). الخبر الإذاعي والتلفزيوني. ط2، القاهرة: دار الكتاب الحديث.

مكاوي، حسن عماد، السيد، لیلی حسین. (2004). الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط4. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

- مكاوي، حسن عماد، العبد، عاطف عدلي. (2007). نظريات الاعلام. القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح.
- مكاوي، حسن عماد، عبد الغفار، عادل. (2008). الإنذاعة في القرن الحادي والعشرين. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- مكاوي، ممدوح عبد الله. (2017). تغطية مواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية للانتخابات الرئاسية الأمريكية 2016: دراسة في إطار نظرية الأطر الخيرية ومدخل التسويق السياسي. المجلة المصرية لبحوث الاعلام. جامعة القاهرة: كلية الاعلام، 2017 (58). ص ص. 382-313.
- مليزي، يعقوب، بن شاعة، بيران. (2019). القنوات الإخبارية الجزائرية بين الحرية الإعلامية والالتزام بأخلاقيات المهنة الإعلامية. مجلة المدونة، 6 (2). ص ص. 828-815.
- من برنامج الاتجاه المعاكس: الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية. (2008، أغسطس، 12). موقع شبكة الجزيرة. <https://www.aljazeera.net/programs/opposite-direction/2008/2/12/الفضائيات-الأجنبية-الناطقة-بالعربية>
- من نحن. (د.ت). موقع شبكة الجزيرة. <https://careers.aljazeera.net/ar/about-us>
- منصور، شادي عبد الوهاب. (2019). حروب الجيل الخامس: أساليب "التفجير من الداخل" على الساحة الدولية. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- المهداوي، فارس حسن شكر. (2009). أخبار العراق في الفضائيات العربية. رسالة دكتوراه في الاعلام والاتصال. الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك.
- مهدي، لبنى. (2021، جويلية، 03). ما هي قناة بي بي سي نيوز. موقع eعربي. <https://e3arabi.com/?p=969935>
- الموسوي، اسراء جاسم فلهي. (2019). الخصائص المهنية للقائم بالاتصال في الصحافة. عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع.
- نصار، غادة. (2017). التربية الجنسية والفضائيات وأثرها على الشباب. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

- نصر، حسني محمد. (2015). نظريات الاعلام. القاهرة: دار الكتاب الجامعي.
- نصر، عمار ميلاد. (2020). مدخل إلى الصحافة. عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.
- النمر، مصطفى صابر. (2016). الدراما الأجنبية وانحرافات المراهقين السلوكية. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- نوري، علاء نجاح. (2020). التغطية الإخبارية في الإذاعات المسموعة. عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.
- النوفلي، أمل محمود. (2017). ما وراء الأخبار: رؤية تحليلية للنشرات الإخبارية التلفزيونية. عمان: دار الفارس للنشر والتوزيع.
- نيوتن، كينيث، فان ديث، جان دبليو. (2014). أسس السياسة المقارنة: الجزء الثاني. (بن جمعان، عبد الله، نوير، عبد السلام بن علي، مترجم) الرياض: دار جامعة الملك سعود للنشر.
- هيثم الهيتي الاعلام السياسي والاعخباري في الفضائيات. دار أسامة للنشر وللتوزيع، عمان، 2008، ص.35-36.
- وتوت، صالح شاكر. (2004). الخبر الصحفي عنصر أساسي من عناصر العملية الاتصالية. مجلة أهل البيت عليهم السلام. جامعة أهل البيت عليهم السلام، (1). ص. 343-370.
- وكالات الأنباء الأقوى في العالم. (2016، أبريل، 28). موقع روسيا اليوم العربي.
<https://ar.rt.com/hli0>
- وكالة أنباء الصين الجديدة. (د. ت). موقع وكالة فرانس برس.
<https://www.afp.com/ar/products/partners/xinhua-news-agency>
- وهبي، سحر. (2013). المصطلحات السياسية في الصحافة المصرية بعد ثورة.... مجلة كلية الآداب. جامعة سوهاج، (35). ص. 363-401.
- ياسين، ياسين عبد المنعم. (2019). أنا صحافي. القاهرة: دار الكتب والوثائق القومية.
- يعقيل، كمال، بن جيلاني، محمد عدلان. (2021). وظيفة ودلالة الصورة الإعلامية في القنوات التلفزيونية. مجلة أفاق سينمائية، 8 (3). ص. 391-404.

- اليوسف، أيهم. (2011، مارس، 02). *شهود العيان... أدوار جديدة. يومية الخليج. تاريخ الاطلاع.*
<http://www.alkhaleej.ae/supplements/page/3afd27fc-1cf5-41c4-8294-358e6a9dcbc7#sthash.JjaLUzxw.dpuf>
- يوسف، حنان. (2006). *تكنولوجيا الاتصال ومجتمع المعلوماتية. ط2. القاهرة: مكتبة الساعي للنشر والتوزيع.*
- يونس، رامي عزمي عبد الرحمن. (2012). *تحليل لغة الخبر السياسي في الخطاب الإعلامي المكتوب.*
عمان: دار المعنز للنشر والتوزيع.

2-8- المراجع الأجنبية

- Abreu, Ardèvol. (2015). *Framing theory in communication research in Spain. Origins, development and current situation. Revista Latina de Comunicación Social*, (70). pp. 423 to 450. DOI: 10.4185/RLCS-2015-1053en
- Aday, S . (2006). The Framesetting Effects of News: An Experimental Test of Advocacy versus Objectivist Frames. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 83 (4). PP . 767-784 .<https://doi.org/10.1177/107769900608300403>
- Adam, simon, Michael, Xenos. (2010). Media Framing & Effects Public Deliberation, *Political Communication*, Vol.17 No4. PP. 363-376. DOI: [10.1080/10584600050178979](https://doi.org/10.1080/10584600050178979)
- Arifinm M. S., Iskandar, Diki., Sobari, T. (2020). *Robert Entman Framing analysis of SARACEN HOAK issue news in REPUBLIKA.CO.ID AND KOMPAS.COM*, *Journal of Language Education Research*, 3 (2). PP: 38-52.
- Balaban, D. C. (2008). *The Framing or the Interpretation Frames Theory, issue 02, Journal of Media Research*, (2). PP. 9-13.
- Bartholomé, J. (2017). *Faces of conflict: interventionism and substantiveness in the conflict framing*, (PhD thesis). *the Amsterdam School of Communication Research (ASCoR)*. University of Amsterdam Nieuwe Achtergracht: Department of Communication. PP. 1689-1711.
- Botan, Madalina, Corbu, Nicoleta, and Sandu, Dani. (2016). *The Complicated Relation Between News Frames and Political Trust: A Case Study of Romania. Central European Political Studies Review*, 18 (2-3). pp. 122–140. DOI: 10.5817/CEPSR.2016.23.122
- Brewer, P. R., Gral, J., Wilnat, L. (2003). *Priming or framing : Media influence on attitudes Toward Foreign Countries, Gazette*, 65 (6). Pp. 493-508. DOI:[10.1177/0016549203065006005](https://doi.org/10.1177/0016549203065006005)
- Brewer, Paul R., Gross, Kimberly. *Values, Framing, and Citizens' Thoughts about Policy: Issues: Effects on Content and Quantity. Political Psychology*, Vol. 26 (6). PP. 929-948.
- Brunk, B., Katrina, H, (2006). *A content Analysis of Media Framing*. Louisiana State University.
- Buxton, D. (2000). *Le reportage de télévision en Grande depuis 1959: le lieu du fantasme*. Paris : L'Harmattan.
- Cassino, Dan. (2016). *Fox News and American Politics: How One Channel Shapes American Politics and Society*. London: Routledge.
- D'Angelo, Paul, Kuypers, A., Jim. (2010). *Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives publié par*. London, New-york: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203864463>

- De Vreese, C. H. (2004). *The effects of frames in political television news on issue interpretation and frames salience*. Journalism & Mass Communication Quarterly, 81 (1). PP: 36-52. <https://doi.org/10.1177/107769900408100104>
- Druckman, J. N. (2001). *On The Limits Of Framing Effects :Who Can Frame?.* Journal Of Politics, 63 (4). PP. 1041-1066. <https://doi.org/10.1111/0022-3816.00100>
- Entman, R. M. (1993). *Framing Toward Clarification of a fractured paradigm*, Journal of communication, 34 (4). PP. 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Entman, R. M. (2010). *Media framig biases and political power: Explaining slant in news of campaign 2008*. Journalism, 11 (4). PP. 389-408. DOI:10.1177/1464884910367587
- Fowler, Roger. (1991). *Language in News : Discourse and ideology in the press*. London : Routledge.
- Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1987). *The changing culture of affirmative action*. Research in Political Sociology. 3. PP. 137-177.
- Gans, Herber, J. (2003). *Democracy and the NEWS*. New-york : Oxford university press.
- Genter, Barrie, dickinson, roger, (2013). *News media in the Arab world : A study of arabic and muslum contries*. London : bloomsbury Academic.
- Goh D., Foo S. (2008). *Social Information Retrieval Systems: Emerging Technologies and Applications*. Hershey: IGI Global.
- Grawitz M. (1974). *Methodes Des Science Sociales*, Paris : Editis.
- Hall, Alice. (2000). *The Mass media, Cultural Identity & and perception of National Character: An Analysis of Frames in US and Canadian Coverage of Audiovisual Materials in the GATT*, Gazette, (62) 3-4. PP. 231-249. <https://doi.org/10.1177/0016549200062003004>
- Jegede, A. (2021, January, 3). Top 14 Most Watched TV Channels in The World. trendrr.net. https://www.trendrr.net/5967/top-10-best-popular-tv-channels-in-the-world-most-watched-famous-television-network/?fbclid=IwAR1ooX0zst_P2JAz0zlfHrdpKCJsaeCvv5b5Ej4qbLk_wB7KyrwDAG_US1po
- Jespers, J. J. (2009). *Journalisme de télévision: Enjeux, contraintes, pratiques*. Bruxelles : Groupe De boeck.
- Kok, Y. H., Goh, A., Holaday, D. (1999). *Agenda: A Tool for Agenda Setting Research*. Information Services & Use, 19 (4). PP. 265-276.
- MAGLIO, T. (2021, December, 17). All 124 Cable Channels Ranked by Average Viewership in 2021. variety.com. <https://variety.com/2021/tv/news/network-ratings-2021-top-channels->

[1235143630/?fbclid=IwAR3p07su1sgbqJFh20HpVgrDJd75Y2WrDZnccnj0kto4_GFYfqO
NufdvccY](https://doi.org/10.1177/0093650211420255)

Matthes, J. *The Affective Underpinning of Hostile Media Perceptions: Exploring The Distinct Effects of Affective And Cognitive Involvement*. Communication Research. 40 (3). PP. 360-387. DOI:[10.1177/0093650211420255](https://doi.org/10.1177/0093650211420255)

McQuail, D. (2009). *Mc Quails's Mass Communication Theory*. 6th ed. London : SAGE Publication ltd.

Newman, D., McNeil, K. A. (1998). *Conducting Survey Research in the Social Sciences*. New York: University Press of America.

Norris, p. (1995). *the restless search: network news framing of the post-cold war world*, *Political communication*, 12 (4). PP. 357-370. DOI:[10.1080/10584609.1995.9963084](https://doi.org/10.1080/10584609.1995.9963084)

Oliver, Mary Beth, Arthur, A. raney, and Bryant, Jennings. *Media effects: Advances in Theory and Research*. 4th Ed. (2020). New-York, Lindon: Routledge.

Palmer, J. (2000). *Sipining control: News values and source strategies*. Leicester University pres.

Reese, Stephen D., Gandy, Oscar H., Grant, August E. (2001). *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. London, New-york: Routledge.

Scheufele, A. D. (1999). *framing as a Theory of Media Effects*, *Journal of Communication*, 49 (1). PP. 103–122. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02784.x>

Scheufele, D., A. (2007). Tewksbury D. (). *Framing.Agenda.setting and priming: The Evolution of three media Effects Models*. *Journal of Communication*, 57 (1). PP. 9-20. <https://doi.org/10.1111/j.0021-9916.2007.00326.x>

9- قائمة الملاحق

9-1- ملحق أ: استمارة تحليل المضمون (مع دليل قراءة الاستمارة)

9-2- ملحق ب: المقال

9-1- ملحق أ: استمارة تحليل المضمون

البيانات الأولية:

1-تاريخ تسجيل النشرات: من تاريخ: 02 أبريل 2020 إلى غاية تاريخ: 28 ماي 2020 (نشرة كل أسبوع بأخذ يوم مختلف كل مرة بالتسلسل المنطقي للأيام).

2-إسم النشرتين: الحصاد الإخباري (النهار) - النشرة الرئيسية (القناة الجزائرية الثالثة "الإخبارية").

3-عدد النشرات: 16 نشرة.

4-عينة الأسبوع الصناعي.

وحدات التحليل:

1-وحدة العد والقياس: وتشمل: وحدة الكلمة، ووحدة الفقرة: الأولى تستخدم لعد الشخصيات والأماكن... والثانية لعد أنواع الموضوعات والقضايا.

2-وحدة الفكرة: لتحديد وعد الأطر والاتجاهات والمعاني

3-وحدة الزمن، لقياس المساحة الزمنية.

فئات التحليل:فئات المضمون:

11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
----	----	---	---	---	---	---	---	---	---	---

فئة إطار الموضوع الإخباري:

20	19	18	17	16	15	14	13	12
----	----	----	----	----	----	----	----	----

فئة القضايا الواردة:

31	30	29	28	27	26	25	24	23	22	21
----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

فئة أطر الشخصيات الواردة:

43	42	41	40	39	38	37	36	35	34	33	32
----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

فئة المنظمات الواردة:

46	45	44
----	----	----

فئة إطار اتجاه الخبر:

49 48 47

فئة إطار الممارسة الإعلامية

51 50

فئة الأطر المحددة للخبر:

53 52

فئة السمات البارزة في الخبر

60 59 58 57 56 55 54

فئة الأطر المرجعية:

66 65 64 63 62 61

فئة الأطر الإعلامية:

71 70 69 68 67

فئة أطر التحيز:

80 79 78 77 76 75 74 73 72

فئة القيم الإخبارية

84 83 82 81

فئة الجمهور المستهدف

88 87 86 85

فئة الإطار اللغوي المستخدم:

91 90 89

فئة قاموس المصطلحات المستخدم:

98 97 96 95 94 93 92

فئة المصادر الإخبارية:

102 101 100 99

فئة أطر الحيز المكاني:

فئات الشكل:

107 106 105 104 103

فئة ترتيب الخبر في النشرة:

108

فئة زمن استغراق بث القضايا في النشرة:

111 110 109

فئة طول الخبر:

121 120 119 118 117 116 115 114 113 112

فئة النوع الصحفي

المستخدم في تقديم

الخبر

125 124 123 122

فئة أطر الأساليب الموضحة للخبر:

128	127	126
-----	-----	-----

فئة توقيت الخبر من حيث جدته:

137	136	135	134	133	132	131	130	129
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

فئة الدعائم المصاحبة

للخبر:

141	140	139	138
-----	-----	-----	-----

فئة المداخلات أثناء النشر:

- دليل قراءه استمارة تحليل المحتوى

المربعات في الشريط من 1 إلى 11 تمثل فئة أطر المواضيع الإخبارية الواردة في النشرات بكثافة وهي: سياسي دبلوماسي - اجتماعي - اقتصادي - صحي - ثقافي - رياضي - علمي - أممي - ديني - تعليمي - أخرى.

المربعات في الشريط من 12 إلى 20 تمثل فئة أطر القضايا الواردة في النشرات بكثافة وهي: الكوفيد والمنظومة الصحية - مكافحة الجريمة والفساد - القضايا السياسية والدبلوماسية - أوضاع الجالية والمهاجرين - تضامن اجتماعي وأسري - القضايا الاقتصادية - الاستيراد والتصدير - التنمية والتطوير - أخرى.

المربعات في الشريط من 21 إلى 31 تمثل فئة أطر الشخصيات الواردة في النشرات بكثرة وهي: رئيس الجمهورية (عبد المجيد تبون) - الوزير الأول (عبد العزيز جراد) - رئيس أركان الجيش الشعبي الوطني - وزراء - حكوميين - الناطق الرسمي للجنة رصد ومتابعة فيروس كورونا (جمال فورار) - الناخب الوطني - رؤساء دول - قادة رأي - مشاهير - رجال أعمال - شخصيات عامة (شعبية).

المربعات في الشريط من 32 إلى 43 تمثل فئة المنظمات الواردة في النشرات بكثافة وهي: وزارة الدفاع - الوزارات الجزائرية - الأحزاب السياسية - لجنة الفتاوى - الخطوط الجوية الجزائرية - منظمة الصحة العالمية - حركة عدم الانحياز - منظمة الأوبك - هيئة الأمم المتحدة.

المربعات في الشريط من 44 إلى 46 تمثل فئة اتجاه الخبر وهي كالتالي: اتجاه مؤيد - اتجاه معارض - اتجاه محايد.

المربعات من 47 إلى 49 تمثل فئة إطار الممارسة الإعلامية وهي: إطار إيجابي - إطار سلبي - إطار متوازن.

المربعات في الشريط من 50 إلى 51 تمثل فئة الأطر المحددة للخبر وهما كالآتي: إطار عام - إطار محدد بقضية (كما وضعت جل الدراسات).

المربعات في الشريط من 52 إلى 53 تمثل فئة أطر السمات البارزة في الخبر وهي: إطار السمات الموضوعية - إطار السمات العاطفية.

المربعات في الشريط من 54 إلى 60 تمثل فئة الأطر المرجعية للخبر وهي كالآتي: سياق أمني - سياق صحي - سياق ديني - سياق سياسي - سياق اجتماعي - سياق تنموي - سياق تربوي.

المربعات في الشريط من 61 إلى 66 تمثل فئة الأطر الإعلامية وهي: إطار الصراع - إطار المسؤولية - إطار الاهتمامات الإنسانية - إطار المبادئ الأخلاقية - إطار النتائج الاقتصادية - إطار الاستراتيجية.

المربعات في الشريط من 67 إلى 71 تمثل فئة أطر التحيز وهي: الإيديولوجيا والتنظيم الداخلي - القيم الثقافية والاجتماعية السائدة - النظام السياسي القائم - دون أطر تحيز بارزة - أخرى.

المربعات في الشريط من 72 إلى 80 تمثل فئة القيم الإخبارية وهي قيم: الصراع - الآنية أو الجدة - القرب الجغرافي والعاطفي - الشهرة - الضخامة - التأثير - الأهمية - الغرابة - الطرافة. الطرافة.

المربعات في الشريط من 81 إلى 84 تمثل إطار الجمهور المستهدف وهم: جمهور عام داخلي - جمهور عام خارجي - جمهور خاص داخلي - جمهور خاص خارجي.

المربعات في الشريط من 85 إلى 88 تمثل فئة اللغة المستخدمة وهي إما: عربية فصحي - عامية - مختلطة - لغة أجنبية.

المربعات في الشريط من 89 إلى 91 تمثل فئة قاموس المصطلحات بحيث: يصف الفاعل - يصف الأطراف المشاركة - يصف الفعل أو الحدث.

المربعات في الشريط من 92 إلى 98 تمثل فئة المصادر الخبرية وهي: وكالات الأنباء - المراسلين أو المندوبين - وسائل الإعلام المختلفة (الصحف والمجلات والاذاعات والقنوات التلفزيونية والمواقع الاجتماعية - بيان صحفي للهيئات والمنظمات والأفراد - الندوات والمؤتمرات الصحفية - الشهود العيان - بدون مصدر.

المربعات في الشريط من 99 إلى 102 تمثل فئة أطر الحيز المكاني وهي إما: محلي -عربي - إفريقي - دولي.

المربعات في الشريط من 103 إلى 107 تمثل فئة ترتيب الخبر في النشرة كالتالي: الأول - الثاني - الثالث - الرابع - أكثر من ذلك.

المربع 108 في الشريط يمثل فئة زمن استغراق بث القضايا في النشرة.

المربعات في الشريط من 109 إلى 111 تمثل فئة طول الخبر وذلك بأن يكون خبر: قصير (أقل من 02 د) - متوسط (من 02 د إلى 04 د) - طويل (أكثر من 04 دقائق).

المربعات في الشريط من 112 إلى 121 تمثل فئة الأنواع الصحفية المستخدمة في تقديم الخبر وهي: خبر بسيط - خبر مركب - تقرير إخباري - رورتاج - بورترية - تقرير عن شخصية - حوار إخباري - تحليل إخباري - تعليق إخباري - تحقيق إخباري.

المربعات في الشريط من 122 إلى 125 تمثل فئة الأساليب الخبرية وهي كالتالي: إطار إخباري - إطار تفسيري - إطار تعليقي - أكثر من أسلوب تأطيري.

المربعات في الشريط من 126 إلى 128 تمثل فئة توقيت الخبر من حيث جدته وهي: خبر حالي (الأول مرة يذكر) - خبر قديم (تداعياته) - خبر متوقع (مستقبلي).

المربعات في الشريط من 129 إلى 137 تمثل فئة الدعائم المصاحبة للخبر وهي: كتابة - خرائط - شريط إخباري - صور - تسجيلات مصورة حصرية - وثائق - أرشيف مصور - تغريدات وتعليقات المواقع الاجتماعية - أخرى.

المربعات في الشريط من 138 إلى 141 تمثل المداخلات أثناء النشرة وهي: ضيف في الأستديو - مداخلة خبير أو محلل - اتصالات هاتفية مباشرة - دون مداخلات.

- نموذج استمارة تحكيم الأداة (تحليل المحتوى):

فئات المضمون	صياغة الاقتراحات الواردة للفئات	التعديلات المقترحة
فئة إطار الموضوع الإخباري	سياسي دبلوماسي - اجتماعي - اقتصادي - صحي - ثقافي - رياضي - علمي - أمني - ديني - تعليمي - أخرى.	
فئة أطر القضايا الواردة	الكوفيد والمنظومة الصحية - مكافحة الجريمة والفساد - القضايا السياسية والدبلوماسية - أوضاع الجالية والمهاجرين - تضامن اجتماعي وأسري - القضايا الاقتصادية - الاسترداد والتصدير - التنمية والتطوير - أخرى.	
فئة أطر الشخصيات الواردة	رئيس الجمهورية - الوزير الأول - نائب رئيس أركان الجيش الشعبي الوطني - وزراء - حكوميون - رجال أمن - مدراء - الناطق الرسمي للجنة رصد ومتابعة فيروس كورونا - شخصيات فاعلة في المجتمع - رؤساء وقادة دول - شخصيات عامة (شعبية).	
فئة المنظمات الواردة	وزارة الدفاع الوطني - الوزارات - الأحزاب والجمعيات - لجنة رصد وتتبع فيروس كورونا - اللجان المحلية المختلفة - المستشفيات الجامعية والخاصة - الجامعات ومعاهد التكوين المهني - الخطوط الجوية الجزائرية - منظمة الصحة العالمية - حركة عدم الانحياز - منظمة الأوبك - منظمات دولية مختلفة.	

	اتجاه مؤيد - اتجاه معارض - اتجاه محايد.	فئة الاتجاه الإخباري
	إطار إيجابي - إطار سلبي - إطار متوازن.	فئة أطر الممارسة الإعلامية
	إطار عام - إطار محدد بقضية.	فئة الأطر المحددة للخبر
	إطار السمات الموضوعية - إطار السمات العاطفية.	فئة أطر السمات البارزة في الخبر
	سياق أمني - سياق صحي - سياق ديني - سياق سياسي - سياق اجتماعي - سياق تنموي - سياق تربوي.	فئة المرجعية للخبر
	إطار الصراع - إطار المسؤولية - إطار الاهتمامات الإنسانية - إطار المبادئ الأخلاقية - إطار النتائج الاقتصادية - إطار الإستراتيجية.	فئة الأطر الإعلامية
	الإيديولوجيا والتنظيم الداخلي - القيم الثقافية والاجتماعية السائدة - النظام السياسي القائم - دون أطر تحيز بارزة - أخرى.	فئة أطر التحيز الإخباري
	الصراع - الأنية أو الجدة - القرب الجغرافي والعاطفي - الشهرة - الضخامة - التأثير - الأهمية - الغرابة - الطرافة.	فئة القيم الإخبارية
	جمهور عام داخلي - جمهور عام خارجي - جمهور خاص داخلي - جمهور خاص خارجي.	فئة إطار الجمهور المستهدف
	عربية فصحي - عامية - مختلطة - لغة أجنبية.	فئة الإطار اللغوي المستخدم
	يصف الفاعل - يصف الأطراف المشاركة - يصف الفعل أو الحدث.	فئة قاموس المصطلحات المستخدم
	وكالات الأنباء - المراسلين أو المنوبين - وسائل الإعلام المختلفة (الصحف والمجلات والاذاعات والقنوات التلفزيونية والمواقع	فئة المصادر الإخبارية

	الاجتماعية - بيان صحفي للهيئات والمنظمات والأفراد - الندوات والمؤتمرات الصحفية - الشهود العيان - بدون مصدر.	
	محلي - عربي - إفريقي - دولي.	فئة أطر الحيز المكاني
التعديلات المقترحة	صياغة الاقتراحات الواردة للفئات	فئات الشكل
	الأول - الثاني - الثالث - الرابع - أكثر من ذلك.	فئة أطر ترتيب الخبر في النشرة (نوعه)
	(القضايا المذكورة سلفاً): (ثانية - دقيقة).	فئة زمن استغراق بث القضايا
	قصير (أقل من 02 د) - متوسط (من 02 د إلى 04 د) - طويل (أكثر من 04 دقائق).	فئة طول الخبر
	خبر بسيط - خبر مركب - تقرير إخباري - رپورتاج - بورترية - تقرير عن شخصية - حوار إخباري - تحليل إخباري - تعليق إخباري - تحقيق إخباري.	فئة أطر الأنواع الصحفية المستخدمة في تقديم الخبر
	إطار إخباري - إطار تفسيري - إطار تعليقي - أكثر من أسلوب تأطيري.	فئة أطر الأساليب الموضحة للخبر
	خبر حالي (لأول مرة يذكر) - خبر قديم (تداعياته) - خبر متوقع (مستقبلي).	فئة توقيت الخبر من حيث جدته
	كتابة - خرائط - شريط إخباري - صور - تسجيلات مصورة حصرية - وثائق - أرشيف مصور - تغريدات وتعليقات المواقع الاجتماعية - أخرى.	فئة الدعائم المصاحبة للخبر
	ضيف في الأستديو - مداخلة خبير أو محلل - اتصالات هاتفية مباشرة - دون مداخلات.	فئة المداخلات أثناء النشرة

9-2-ملحق ب: المقال

ISSN :1112-4377

مجلة المعيار

مجلد: 25 عدد: 58 السنة: 2021

مقروئية شريط الأخبار ودورها في تأطير اهتمامات جمهور الطلبة الجامعيين
"دراسة ميدانية على طلبة الاعلام بجامعة عنابة"

Readability of the newsbar and its role in framing the interests of the university
students audience "Field study on media students at Annaba university"

بطسي سيف الدين¹

جامعة صالح بوينيدر -قسنطينة 3

seyfeddine.batsi@univ-constantine3.dz

بوشوشة حميد

جامعة صالح بوينيدر -قسنطينة 3

hamid.bouchoucha@univ-constantine3.dz

تاريخ الوصول 15/10/2020 القبول 23/12/2020 النشر على الخط 15/09/2021

Received 15/10/2020 Accepted 23/12/2020 Published online 15/09/2021

ملخص:

تزداد أهمية الأخبار من يوم لآخر والحاجة الملحة للحصول عليها فور وقوعها لهذا بحثت هذه الدراسة في مدى مقروئية شريط أخبار القنوات الفضائية الجزائرية لدى جمهور الطلبة الجامعيين، وكيف يمكن لهذه المقروئية أن توظف اهتماماتهم وتزيد من معارفهم حول مختلف الأحداث والقضايا عن طريق استخدام مختلف عوامل الجذب للتأثير فيهم. وكذا الوقوف على العلاقة التي تربط بين أخبار الشريط وأخبار النشرات. وتصنف هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، حيث اعتمدنا فيها على منهج المسح وعلى الاستبيان كأداة أساسية لجميع البيانات المتعلقة بالدراسة. ولقد خلصنا من خلال هذه الدراسة إلى أن مقروئية شريط الأخبار عند أكثرية جمهور الطلبة الجامعيين تكون من حين لآخر وليس بشكل دائم، كما تمثل جودة الأخبار أهم عامل جذب نحو هذه المقروئية للشريط الاخباري.

كما يدفع الشريط الاخباري جمهور الطلبة لتركب المزيد من التفاصيل والتحليلات التي تقدمها النشرات الإخبارية، ويساهم في زيادة حجم معارفهم بالأحداث التي تقع يوميا. ويهتم جمهور الطلبة الجامعيين أكثر بأخبار الموضوعات السياسية ويأطار الصراع من بين مختلف مضامين الشريط الاخباري.

الكلمات المفتاحية: المقروئية - التأطير - شريط الأخبار - جمهور الطلبة -

Abstract:

The importance of news increases daily. That is why this study examines the readability of Algerian satellite channels newsbar to university students, and how this readability can frame the interests of students, and increase their knowledge about multiple events, As well as identifying the relationship between newsbar and news bulletins. This study is classified within descriptive searches.

We have concluded through this study that the readability of the newsbar for the majority of university students is sometimes. And the novelty of news is the main attraction for their readability. The newsbar also prompts the students to anticipate more details by the news bulletins, and increasing their knowledge of the daily events, also the students are more interested in news of political issues and the framework of the conflict.

Keywords: Readability – Framing – Newsbar - The students audience –

¹ المؤلف المرسل: بطسي سيف الدين البريد الإلكتروني seyfeddine.batsi@univ-constantine3.dz

1. مقدمة:

منذ أن دخل التلفزيون حياة الانسان في ثلاثينيات القرن الماضي عرفت الحياة البشرية نقلة نوعية في مجال الاتصال والاعلام حيث واصل التلفزيون النمو والانتشار بفضل التطور التقني المتسارع، إذ شكل التلفزيون الظاهرة العلمية الأهم في القرن العشرين وازداد بالمقابل تأثيره على مئات الملايين من المشاهدين الذين يخضعون له معظم أوقاتهم "حيث أكدت الدراسات الإعلامية أن العالم لم يشهد انتشارا مكثفا كما تحقق مع أنظمة الاتصالات الفضائية"¹.

وقد انفرد التلفزيون منذ ظهوره بخصائص متنوعة في المخاطبة ميزته عن غيره من الوسائل الإعلامية، إذ يعتمد في بثه على الصوت والصورة والحركة واللون ما يجعله أقرب للواقع،² وأكثر مصداقية فيما يقدمه من مضامين إعلامية وإخبارية. وقد استثمر التلفزيون كجهاز ووسيلة في معظم التقنيات التي عاصرها من البث الأرضي إلى البث الفضائي ثم الرقمي وصولا لاندماجه مع شبكة الانترنت ليضمن لنفسه التواجد اليوم في بيئة إعلامية يغلب عليها التنافس من أجل الريادة والاستمرار، وبذلك غزت الفضائيات التلفزيونية العالم وازداد تنافسها فيما بينها سعيا منها لكسب أكبر قدر ممكن من الجماهير والتأثير فيها.

وقد عرفت الجزائر البث الفضائي لأول مرة عام 1994 (كنال الجبيري)³، والتي مهدت بعدها لمزيد من القنوات العمومية، لغاية السنوات العشر الأخيرة اين برزت العديد من القنوات الخاصة بعد فتح مجال السمعي البصري لاستثمار الخواص والتي سرعان ما اشترت حاجاتها لدى الجمهور الجزائري.

2. إشكالية الدراسة :

تعتبر الوظيفة الإخبارية من أهم الوظائف المهنية لأي وسيلة إعلامية فقد منحت الفضائيات الجزائرية أهمية قصوى لعنصر الأخبار وهو ما يعكسه الحجم الساعي المخصص لها يوميا ضمن خرائطها البرمجية. خاصة أن الأخبار تعد أحد أبرز المضامين التي يسعى الجمهور الجزائري للحصول عليها بشكل متكرر وهذا ما يفسره بروز قنوات جزائرية متخصصة في الأخبار.

هذا ومع بروز منابر إعلامية رقمية جديدة، وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي التي اتاحت للمستخدمين فضاء حر لتبادل الأخبار والمعلومات حول مختلف الأحداث فور وقوعها، فقد واجهت الفضائيات منافسة كبيرة في مجال السبق الاخباري لهذا عمدت على نقل الأخبار فور وقوعها (قبل موعد النشرات) عن طريق شريط الأخبار المتحرك أسفل الشاشة، والذي يشمل الأحداث الآتية والأحداث السابقة الوقوع أو التنبهات المختلفة، ليتحول شريط الأخبار كمصدر متاح لاستقاء الأخبار في أي وقت بما يتناسب مع سياسة القناة والقائم بالاتصال وتطلعات الجمهور... ومن بين فئات الجمهور الساعية للحصول على الأخبار بشكل مستمر تبرز فئة الطلبة الجامعيين، وخاصة طلبة الاعلام بحكم التخصص الذي يجعلهم أكثر حرصا على متابعة أخبار الفضائيات وتقييم مضامينها (حتى لو كانت الجهة

¹ نصير بوعلوي، أثر الفضائيات الغربية على الأنساق القيمية، والهوية الوطنية للمتلقين، مجلة الدراسات الإعلامية القيمية المعاصرة، المجلد 1، العدد 2، الجزائر، 2012، ص. 28.

² زهرة بوجحوف، صناعة الأخبار التلفزيونية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2018، ص. 5.

³ نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية، الجزائر، ط1، 2009، ص. 143.

المقدمة لها لا توافق اتجاهاتهم الشخصية)، فإن لم تكن هذه المتابعة بهدف التعرض فقد تكون بغرض الوقوف على مدى تطور العمل الإعلامي أو لدراسة المحتوى الظاهر والخفي للرسائل الإعلامية أو لتقديم رؤية نقدية حولها.

وانطلاقاً من هذه المعطيات يمكن أن نطرح التساؤل التالي: كيف تساهم مقروئية شريط الأخبار في تأطير اهتمامات الطلبة الجامعيين حول مختلف القضايا والأحداث؟ وللإجابة عن هذا التساؤل قمنا بطرح مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

- 1- هل يعتمد جمهور الطلبة على شريط الأخبار كمصدر لاستقاء الأخبار؟
- 2- ما علاقة مقروئية شريط الأخبار بالرغبة في الحصول على المزيد من التفاصيل من خلال النشرات الإخبارية المفصلة من عدمها؟
- 3- هل يغطي شريط الأخبار غالب اهتمامات جمهور الطلبة الجامعيين؟
- 4- كيف يمكن أن يؤثر شريط الأخبار اهتمامات جمهور الطلبة الجامعيين حول مختلف القضايا والأحداث؟

3. أهداف الدراسة:

- التعرف على مدى مقروئية شريط الأخبار من طرف جمهور يمثل نخبة الشباب والمتمثل في الطلبة الجامعيين.
- التعرف على علاقة مقروئية شريط الأخبار بحجم المتابعة للنشرات الإخبارية لدى جمهور الطلبة الجامعيين.
- التعرف على دور مقروئية الأخبار في تأطير اهتمامات جمهور الطلبة الجامعيين.
- الكشف عن علاقة شريط الأخبار بحجم المعرفة بالأحداث الجارية ومختلف القضايا لدى الجمهور الجزائري.

4. منهج الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تعتمد على المنهج المسحي، بهدف إيجاد الحقائق ويتضمن هذا المنهج جمع البيانات مباشرة من مجتمع الدراسة أو عينتها، بحيث يتطلب خبرة في التخطيط والتحليل والتفسير للنتائج بحيث يمكن جمع المعلومات بالملاحظة أو المقابلة أو الاستبيان... ويهتم هذا المنهج بجميع الموضوعات المتعلقة بالسلوك الإنساني و المؤسسات الاجتماعية والأنظمة المختلفة...¹ حيث يتضمن المسح جمع البيانات لعدد كبير من الحالات بقصد تشخيص أوضاعها أو جوانب معينة من تلك الأوضاع دون الاختصار على حالة واحدة. وتفيدنا نتائج هذه الدراسات في حل الكثير من المشكلات بما تقدمه من معلومات شخصية.² ولأن هدف هذه الدراسة هو الوقوف على مدى مقروئية شريط الأخبار التلفزيونية لدى جمهور الطلبة ودور هذه المقروئية في تأطير اهتماماتهم فإن اعتماد المنهج المسحي هو الطريقة المناسبة لتحقيق ذلك.

5. مجتمع الدراسة وعينتها:

5.1. مجتمع الدراسة:

¹ منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2007، ص. 139-140.

² رحيم يونس العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار دجلة، عمان، ط1، 2007، ص. 8.

هو الميدان الذي ستطبق فيه الدراسة والمصدر الأساسي للحصول على بيانات الدراسة وهو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج بحثه¹ ويتمثل مجتمع هذه الدراسة في طلبة "الاعلام" بقسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة باجي مختار بعنابة، والذي يبلغ عددهم 263 طالب جامعي، يتوزعون على 5 تخصصات ومستويات دراسية، وذلك وفقا للإحصائيات الرسمية من ادارة القسم.

2.5. عينة الدراسة:

ويقصد بالعينة مجتمع الأفراد الذي يجري عليه البحث، نختار من عينة أكبر تسمى العينة الأصلية، كما تعد العينة مجموعة فرعية من عناصر مجتمع بحث معين². ولأن ارتفاع حجم العينة يؤدي إلى الحصول على نتائج أكثر دقة وتمثيل، فقد قمنا بالمسح الشامل بتوزيع استمارة الاستبيان على كل طلبة الإعلام بجامعة باجي مختار بعنابة والتي قوامها 263 مفردة تمثل طلبة: "السنة الثالثة ليسانس تخصص إعلام"، و"طلبة السنة الأولى والثانية ماستر اعلام إذاعي وتلفزيوني"، و"طلبة السنة الأولى والثانية ماستر اتصال جماهيري" (كل التخصصات الاعلامية) وقد استجابت 212 مفردة للدراسة من بين 263. وتم استهداف هذه الشريحة لكونها من بين أكثر الشرائح الجماهيرية التي تتابع مضمون وسائل الاعلام وتحرص غالبا على تتبع كل ما يقع من أحداث وقضايا بحكم التخصص في المجال. وفيما يتعلق بالقنوات الفضائية المتعلقة بموضوع المقروئية لدى الطلبة فقد اخترنا العينة القصدية التي تساعد حين يكون لدينا مجموعة بعينها نبحث عنها -طلاب- موظفين... الخ، وهي مفيدة في الحالات التي نرغب في الوصول للعينة المقصودة بسرعة وفي معرفة آراء المجتمع المستهدف³. وقد قمنا هنا باختيار وتحديد مقروئية الشريط الاخباري في القنوات الفضائية الجزائرية فقط.

6. أدوات جمع البيانات:

اعتمدت دراستنا على أداة الاستمارة لجمع البيانات وهي "تقنية مباشرة لطرح الأسئلة على الأفراد وبطريقة موجهة... بهدف استخلاص اتجاهات وسلوكيات مجموعة كبيرة من الأفراد انطلاقا من الأجوبة المتحصل عليها"⁴. وقد قمنا في دراستنا بتصميم استمارة استبيان لأنها تسهل لنا الوصول إلى العينة المختارة للدراسة. (وبسبب وباء كوفيد 19) فقد تم ارسال الاستمارات عن طريق البريد الالكتروني والمواقع الاجتماعية إلى الباحثين مع التأكد من وصول الأداة إلى الجميع حيث فرضت عليهم إجراءات التعليم عن بعد مثل هذه التعاملات. ومن بين 263 استمارة موزعة على كل طلبة الاعلام فقد تم استرجاع 212 استمارة أي ما يمثل حوالي 90% من مجموع طلبة الاعلام ككل.

1.6. صدق الأداة (الاستبيان):

¹ محمود أحمد أبو سمرة، محمد عبد الاله الطيطي، مناهج البحث العلمي من التبيين إلى التمكين، دار البازوري العلمية، عمان، ط1، 2019، ص. 45.

² محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 2000، ص. 77.

³ مجموعة باحثين عرب، دراسات في الاعلام الالكتروني: الإشكاليات المنهجية، الممارسة ومرحلة ما بعد الاعلام الالكتروني، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، ط1، 2019، ص. 233.

⁴ موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية: تدريبات علمية، ترجمة: بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون، دار القصبية للنشر، الجزائر، ط2، 2016، ص. 204.

يقصد بالصدق في البحث أن تؤدي وتقيس الاستبانة ما وضعت لقياسه فعلا: بوضوح الاستبانة وفقراتها وأن تكون مفهومة لمن سوف تشملهم، ويعد صدق المحكمين أو استطلاع رأي الخبراء من أكثر طرق الصدق استخداما.¹ لهذا قمنا باختيار محكمين مختصين في مجال مشكلة موضوع الدراسة وهما الأستاذة سهام بدودي* والأستاذة زهرة بوجفجوف**، وبموجب توجيهاتهما تم تعديل بعض الجوانب بالنسبة لأسئلة ومحاور الاستمارة، علما أن كلاهما متخصص أكثر في الجانب الاعلامي وكل ما يتعلق بالمضامين الإخبارية والتقنوات الفضائية.

2.6. ثبات الأداة: الثبات في البحث يعرف على أنه إمكانية تكرار تطبيق الاستمارة والحصول على نتائج ثابتة كل مرة،² وهناك عدة طرق لقياس الثبات والموثوقية في البحوث المسحية وأكثرها شيوعا هو مؤشر "الفا كرونباخ Cronbach Alpha"³.

ويمكن تقييم درجة الاتساق الداخلي لأسئلة الاستمارة باستخدام ألفا كرونباخ كمؤشر على الموثوقية، حيث يتراوح معامل ألفا في القيمة من 0 إلى 1 ويمكن استخدامه لوصف موثوقية العوامل المستخرجة من أسئلة بإجابتين محتملتين / أو استبيانات أو مقاييس متعددة كمقياس ليكرت الخماسي، وكلما كانت الدرجة أعلى كلما كان المقياس الذي تم إنشاؤه أكثر موثوقية. وتعد 0.7 كمعامل موثوقية مقبول، ولكن يتم استخدام عتبات أقل في بعض الأحيان، فيما 0.9 معامل ممتاز، و0.8 معامل جيد.⁴

وبالاستعانة ببرنامج الحزم الإحصائية في العلوم الاجتماعية SPSS قمنا باختيار الثبات على عينة أولية من إجابات الباحثين (قوامها 30 مفردة) وجدنا أن درجة الثبات بحسب الفا كرونباخ تقدر بـ 0,74. وهي نسبة مقبولة لثبات الأداة.

7. الإطار النظري للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة في إطارها النظري على نظرتين أساسيتين:

1.7. نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

محور هذه النظرية "أن الجمهور يعتمد على معلومات ووسائل الاعلام ليحقق حاجاته ويحصل على أهداف معينة، والنقطة الهامة في هذه النظرية بأن وسائل الاعلام ستؤثر في الناس إلى الدرجة التي سيعتمدون فيها على معلومات تلك الوسائل...".⁵ ويؤكد مؤسس النظرية "ديفلير وروكيتش" بأن مفهوم المعلومات يشمل كل أنواع الرسائل التي تقدمها وسائل الاعلام ويكون لها تأثير على الطريقة التي يفكر بها الناس ويتصرفون وفقها، سواء كانت هذه المعلومات أخبار أو غيرها. وتسمى هذه النظرية أيضا بنظرية التبعية.⁶

¹ سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، العين، ط1، 2017، ص. 152.

* سهام بدودي: أستاذة محاضرة (أ) بجامعة عنابة، قسم علوم الاعلام والاتصال.

** بوجفجوف زهرة: أستاذة محاضرة (أ)، جامعة باجي مختار عنابة، قسم علوم الاعلام والاتصال.

² سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، نفس المرجع السابق، ص. 153-154.

³ De Isadore Newman, Keith A. McNeil, Keith MacNeil, Conducting Survey Research in the Social Sciences, University Press of America, New York, 1998, p. 39.

⁴ Dion Goh, Schubert Foo, Social Information Retrieval Systems: Emerging Technologies and Applications..., IGI Global, Hershey, 2008, p. 41.

⁵ مصطفى يوسف كافي وآخرون، نظريات الاعلام والاتصال الجماهيري، دار الاعصار العلمي، عمان، ط1، 2016، ص. 247.

⁶ وليدة حدادي، الاعلام والنخبة المثقفة في عصر الميديا، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، ط1، 2019، ص. 14.

وتعتمد هذه الدراسة على نظرية الاعتماد فيما يتعلق بالتعرف على مدى مقروئية شريط الأخبار التلفزيونية، وترتبط باعتماد جمهور الطلبة الجامعيين على شريط الأخبار التلفزيونية في استقاء الأخبار والمعرفة بالأحداث الحاصلة.

2.7. نظرية الأطر الخبرية أو التأطير الإعلامي:

تسمح نظرية الأطر الخبرية بقياس المحتوى غير الصريح للتغطية الإخبارية لوسائل الاعلام، وتقدم تفسيراً منتظماً لدور هذه الوسائل في تشكيل الآراء والاتجاهات حول القضايا البارزة، حيث تتناول القضية دور القائم بالاتصال في صياغة الرسائل الإعلامية، وتأثير المعالجات الإعلامية المقدمة على معارف الجمهور واتجاهاته.¹ وهو ما يتلاءم مع إشكالية الدراسة في ما يتعلق بتأطير اهتمامات جمهور الأساتذة الجامعيين من خلال شريط الأخبار المقروءة في القنوات الفضائية الجزائرية، حيث يعتبر التأطير Framing عملية اتصال جماهيري متعددة الأطراف، بينما تشير الأطر Frames أو الإطار Frame إلى الزوايا والجوانب التي تتم من خلالها تغطية القضايا المختلفة وتأثيراتها في الجمهور.²

حيث يتدخل القائم بالاتصال في تحديد ما ينشر وبالتالي فهو يقوم بتشكيل الأطر والسياقات المعرفية للجمهور وبالتالي يؤثر على الطريقة التي يدرك بها الجمهور للمحتوى.³

إن تأثيرات تأطير وسائل الاعلام للقضايا والشخصيات محلها الجمهور الذي يمثل بؤرة افتراضات هذه النظرية التي صاغها عالم الاجتماع Goffman عام 1974، إذ لم يعد مقبولاً لدى باحثي الاعلام النظر للجمهور على أنه لا يمارس أي نشاط تجاه الرسائل الإعلامية المختلفة التي يتعرض لها.⁴

وتعد نظرية تحليل الأطر الإعلامية امتداداً لنظرية ترتيب الأولويات وذلك من التحول من دراسة ما تقدمه وسائل الاعلام من موضوعات عامة تدخل في أولويات الجمهور إلى دراسة تأثيرات طريقة تناول ومعالجة القضايا المختلفة على أحكام الجمهور، واتجاهاته ناحية هذه القضايا.⁵

8. تحديد مفاهيم الدراسة:

1.8. الشريط الاخباري:

هو عبارة عن شريط ملون أسفل الشاشة تبث عليه أهم الأخبار، بهدف جذب المشاهدين لأهم الأحداث خاصة العاجلة فور وصولها إلى المحطة دون الحاجة لقطع المحطة لبرامجها العادية.⁶ وكانت شبكة الأخبار الأمريكية C.N.N السبابة في عرض هذه الخدمة ثم تبعتها معظم المحطات، تتميز هذه الخدمة بأنها سريعة وتحقق السبق الصحفي عن طريق ملاحقة الأخبار وتوصيلها بكل تصوراتها إلى

¹ غادة البطريق، المواقع الإخبارية والحراك السياسي، دار أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، القاهرة، ط1، 2017، ص.79.

² أحمد زكرياء أحمد، نظريات الاعلام: مدخل لاهتمامات وسائل الاعلام وجمهورها، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، المنصورة، ط1، 2009، ص. 219.

³ أشرف جلال، أطر المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب في الاعلام المصري، مركز الجزيرة للدراسات، 2015، ص. 4.

⁴ أحمد زكرياء أحمد، نظريات الاعلام: مدخل لاهتمامات وسائل الاعلام وجمهورها، مرجع سابق، ص. 253.

⁵ عاطف عدلي العبد، نهي عاطف العبد، نظريات الاعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 2008، ص.349.

⁶ خالد مجد الدين محمد، صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية: دليل إنتاج النشرات التلفزيونية، دار الأمين للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2005، ص.119.

الجمهور بصورة مختصرة بهدف زيادة نسبة مشاهدة الجمهور لنشرات الأخبار التي تعرضها القنوات الفضائية.¹ ويعرف أيضا شريط الأخبار على أنه شريط متحرك يظهر كعناوين متلفزة في أسفل الشاشة، وهي أيضا عناوين فرعية لأخبار مهمة تتصف بالاختصار وبالإنارة والأهمية.²

ويمكن أن نعرفه من خلال دراستنا بكونه شريط متحرك يظهر أسفل الشاشة في أغلب القنوات العمومية والاختيارية، يلخص أهم الأخبار والأحداث الحاصلة، يتم تغيير نصه بشكل متكرر حسبما يستجد من أحداث، بحيث تظهر الأخبار العاجلة في الغالب باللون الأحمر من أجل لفت الانتباه، وهي تقنية تحذف لمواكبة الأخبار وتحقيق سبق الصحفي وجذب الجمهور إذ أصبحت شكل إخباري أساسي لأغلب القنوات الفضائية الإخبارية.

2.8. الجمهور:

الجمهور هو اصطلاح فيني يقصد به جماعة من الناس تتميز عن غيرها بصفات خاصة وتجمعها روابط معينة ومصالح مشتركة داخل محيط أو تنظيم أو مؤسسة إعلامية... تؤثر فيه وتتأثر به.³ وبين قاموس ويسترن أن هناك ثلاثة صور مجازية تستخدم في تنظيم فكرنا بشأن الجمهور كمفهوم نظري وهي الجمهور كتجمع يبحث في السبب من وراء استخدام الناس لوسيلة اتصال دون غيرها، والجمهور كوسيط يبحث في ماذا يفعل الناس بالإعلام؟ والجمهور كنتيجة يبحث في ماذا يفعل الاعلام بالناس؟ حيث يرى منظور الجمهور كتجمع جمهور الأخبار على أنه سلعة تباع وتشتري بناء على طبيعة المحتوى الإعلامي الذي يقدم.⁴

3.8. الطلبة الجامعيين:

والمقصود في دراستنا بالطلبة الجامعيين، جميع طلبة الجامعات الجزائرية الذين يهتمون بمتابعة الأخبار ومحتوى الفضائيات الجزائرية، بحيث تعمل وسائل الاعلام على تلبية اهتماماتهم المختلفة من خلال موادها الإعلامية وحرارتها البرمجية، ولتنوع وتعدد التخصصات الجامعية فقد ركزت دراستنا جمهور طلبة الاعلام بجامعة عنابة.

4.8. التأطير:

التأطير في المجال الإخباري يعني اختيار جانب أو جوانب معينة من إنتاج الخبر، وإبراز لبعض التفاصيل وربطها معا بحيث يتم فهم الخبر على نحو معين فالموضوع الواحد يتم تناوله من زوايا مختلفة وكل زاوية تسمى "إطاراً".⁵ أما الإطار فهو تحديد جوانب معينة من الواقع المتعلق بحدث ما وجعلها أكثر بروزاً للجمهور في النص الإعلامي.⁶

¹ شريف حميد السعدي، الفضائيات وارتدادات التأثير: دراسات-نظريات-انعكاسات، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2018، ص.246-247.

² رعد جاسم الكعبي، ايمان عبد الرحمان، بناء شريط الأخبار (السبتايل) في القنوات الفضائية العربية، مجلة الباحث الاعلامي، العدد 4، كلية الاعلام جامعة بغداد، 2008، ص.113.

³ محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، مجلد3، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص.959.

⁴ ماكس ماكوميز وآخرون، الاخبار والرأس العام: تأثير الاعلام على الحياة المدنية، ترجمة: محمد صفوت حسن، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2012، ص.74-75.

⁵ بركات عبد العزيز، المادة الإخبارية في الراديو والتلفزيون، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2013، ص.170.

⁶ عبد الرزاق محمد الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الواحد والعشرين، دار البازوري للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2016، ص.163.

ISSN :1112-4377

مجلة المعيار

مجلد: 25 عدد: 58 السنة: 2021

ونقصد في دراستنا بالتأطير بالزاوية التي يعالج من خلالها الخبر والطريقة التي يصاغ بها، بحيث يجعله قادراً على التأثير في اهتمامات الجمهور أو ما الذي يجب أن يعرفه هذا الجمهور ويهتم به من مختلف القضايا، وذلك بما يتماشى مع سياسة القناة الفضائية وبما يضمن لها جلب أكبر قدر من الجمهور والتأثير فيه.

5.8. المقروئية:

ارتبط هذا المصطلح أكثر في حقل الدراسات الإعلامية بمقروئية الصحف، ويعرف المصطلح على النحو الآتي:
"المقروئية في تعريفها تسعى لغوياً إلى جعل النص سهلاً منناً يسيراً، وأن يتوفر فيه شيئاً من المتعة والجاذبية، ولا صعوبة فيه على القارئ. وهي تحديد سهولة أو صعوبة النص، بدراسة العوامل المؤثرة فيه مثل المفردات والتراكيب والمفاهيم والإخراج... أو هي قدرة الشخص على فهم المادة المكتوبة من طريقة كتابتها."¹

ويعرفها Johnson بأنها السهولة التي يمكن أن يقرأ بها نص ما، وترجع إلى كل العوامل التي يمكن أن تؤثر في نجاح قراءة النص وفهمه، ويقع ضمن ذلك اهتمام القارئ ودافعيته، فضلاً عن وضوح النص وحسن إخراجها، ودرجة تعقيد الكلمة والجملة.² وبالتالي فإن المقروئية هي المحطة النهائية لعدد من العناصر التي تشتمل عليها مادة مطبوعة بما في ذلك أشكال التفاعل بين هذه العناصر والتي تؤدي إلى نجاح عدد من القراء بالاتصال بها ويقاس هذا بمدى فهم القراء لهذه المادة وميولهم نحوها.³

وهذا ما يؤكد "بيرنارد ستلنر" عن "دال وشال" حيث أكد أن المتغيرات التي تؤثر على سهولة القراءة هي تراكم الفهم والاهتمام والطلاقة.⁴ والطلاقة.⁴

كما يبرز مصطلح متداخل مع المقروئية وهو -الانقرائية- والتي تعني "مدى التوافق بين المادة المقروءة والقارئ، ولذلك فالتعرضون للانقرائية بالدراسة يهتمون بطرفين أساسيين: الأول هو المواد القرائية وما تتضمنه من مستويات متباينة من الصعوبة، والثاني هو جمهور القراء وما يملكونه من اهتمامات وقدرات قرائية مختلفة".⁵

9. تفرغ البيانات والتعليق عليها:

المجموع	التخصص
---------	--------

¹ أحمد جاسم هلال، شايح سعود الشايح، مستوى مقروئية كتب الرياضيات للصف الثاني عشر بدولة الكويت، مجلة العلوم التربوية، المجلد 24، العدد 1، الجزء 1، جامعة القاهرة، 2016، ص. 305.

² خالد حسين أبو عمشة، المقروئية: ماهيتها وأهميتها وكيفية قياسها، شبكة ألوكة، 2015، تاريخ المعاينة: 10-06-2020، العنوان الإلكتروني:

<https://www.alukah.net/library/0/83809/>

³ أسماء فريد الرجال، تلقي الخطاب الديني: القنوات... السياق... الأثر، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ط 1، 2020، ص. 120.

⁴ Berngard Stellner, Readability of quarterly reports: do companies mislead investors?, Anchor Academic Publishing, Hamburg, 2013, P. 22.

⁵ مجموعة من الباحثين، دراسات في لغة الاعلام والصحافة، ألفا للوثائق، قسنطينة، ط 1، 2019، ص. 24.

ISSN :1112-4377

مجلة المعيار

مجلد: 25 عدد: 58 السنة: 2021

1: يوضح نسبة العينة متغيرا الجنس	جدول رقم (مركب): توزيع أفراد حسب: والتخصص:					
	39	7	8	10	5	9
نسب الجنس	100,0%	17,9%	20,5%	25,6%	12,8%	23,1%
نسبة التخصص	18,4%	16,3%	16,7%	24,4%	11,6%	24,3%
المجموع	18,4%	3,3%	3,8%	4,7%	2,4%	4,2%
أنقى التكرارات	173	36	40	31	38	28
نسب الجنس	100,0%	20,8%	23,1%	17,9%	22,0%	16,2%
نسبة التخصص	81,6%	83,7%	83,3%	75,6%	88,4%	75,7%
المجموع	81,6%	17,0%	18,9%	14,6%	17,9%	13,2%
المجموع التكرارات	212	43	48	41	43	37
نسب الجنس	100,0%	20,3%	22,6%	19,3%	20,3%	17,5%
نسبة التخصص	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
المجموع	100,0%	20,3%	22,6%	19,3%	20,3%	17,5%

من خلال الجدول رقم 01 نلاحظ أن الحصاص المأخوذة من كل التخصصات الخمس متقاربة ما بين 37 مفردة إلى 48، كما أن نسبة الاناث تمثل غالبية أفراد العينة (81,6%)، وهو أمر طبيعي لتواجد الإناث بشكل أكبر من الذكور، ففي المجتمع الحقيقي للطلبة المقدر بـ 263 طالب نجد أن نسبة الذكور تساوي (20,53%)، بينما تساوي فقط (18,4%) من عدد المبحوثين.

جدول رقم 2: (مركب): يوضح نسبة توزيع أفراد العينة حسب: متغيرا الجنس والفئة العمرية:

المجموع	الفئة_العمرية			الجنس
	أقل من 20 سنة	من 20 إلى 25 سنة	25 سنة فما فوق	
39	0	25	14	ذكور: التكرارات
100,0%	0,0%	64,1%	35,9%	نسب الجنس
18,4%	0,0%	16,0%	27,5%	نسب الفئة العمرية

ISSN :1112-4377

مجلة المعيار

مجلد: 25 عدد: 58 السنة: 2021

18,4%	6,6%	11,8%	0,0%	المجموع
173	37	131	5	أنثى: التكرارات
100,0%	21,4%	75,7%	2,9%	نسب الجنس
81,6%	72,5%	84,0%	100,0%	نسب الفئة العمرية
81,6%	17,5%	61,8%	2,4%	المجموع
212	51	156	5	المجموع: التكرارات
100,0%	24,1%	73,6%	2,4%	نسب الجنس
100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	نسب الفئة العمرية
100,0%	24,1%	73,6%	2,4%	المجموع

جدول رقم 3: يوضح مدى مقروئية شريط الأخبار لدى أفراد العينة

النسب	التكرارات	مدى مقروئية شريط الأخبار
29,2	62	دائما
60,4	128	أحيانا
10,4	22	نادرا
100,0	212	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 03 أن غالبية أفراد العينة (60,4%) تقرأ شريط الأخبار التلفزيونية من حين لآخر، بينما تكون مقروئية هذه الأخبار لدى الثلث تقريبا (29,2%) بشكل دائم، فيما نجد أن المقروئية بشكل نادر تشكل النسبة الأقل (10,4%)، وهو ما يدل على أن هناك اهتمام متوسط بالحصول على الأخبار من خلال الشريط الإخباري.

جدول رقم 4: يوضح عوامل الجذب التي تدفع المبحوثين لقراءة شريط الأخبار

ISSN :1112-4377

مجلة المعيار

مجلد: 25 عدد: 58 السنة: 2021

النسب من مجموع الإجابات	الإجابات		عوامل الجذب التي تدفع المبحوثين لقراءة شريط الأخبار
	النسب من مجموع المبحوثين	التكرارات	
49,1%	33,5%	104	جدة الأخبار (العواجل) وقربها المكاني والعاطفي
38,2%	26,1%	81	مصدقية القناة المقدمة للمحتوى الإخباري
19,8%	13,5%	42	تناول الشريط الإخباري لأهم الأخبار المتناولة في النشرة الإخبارية
10,4%	7,1%	22	سهولة الاطلاع على الأخبار في أي وقت
6,6%	4,5%	14	الأسلوب التحريري الجذاب من حيث اللون والحجم والبروز
146,2%	100,0%	310	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (04) أن جدة الأخبار وقربها المكاني والعاطفي هما من أكثر عوامل الجذب التي تساهم في مقروئية الشريط الإخباري من قبل جمهور الطلبة المبحوثين فاقتراب الحدث من حياة الجمهور يعد من العوامل الهامة¹، تليها مباشرة مصداقية القناة المقدمة للخبر إذ تتمتع نسبة جيدة من المبحوثين في الحصول على الأخبار من مصدر تثق به أكثر. كما أن أهمية الأخبار المخررة وتناول الشريط الإخباري لأهم الأخبار المتناولة في النشرات تعد عوامل جذب لأكثر من 5/1 من أفراد العينة. بينما نلاحظ أن سهولة الحصول على الأخبار والأسلوب التحريري هما الأقل من حيث الجذب لدى المبحوثين ونسبة 17% فقط لمجموع كليهما.

جدول رقم 5: يوضح العوامل المؤثرة على قلة اقبال أو تركيز المبحوثين في قراءة شريط الأخبار

النسب من مجموع الإجابات	الإجابات		العوامل المؤثرة في قلة اقبال أو تركيز المبحوثين على قراءة شريط الأخبار
	النسب من مجموع المبحوثين	التكرارات	
25,5%	18,2%	54	عيوب متعلقة بالشكل والابراز (حجم الشريط، لون الخبر، سرعة تحركه...).
26,9%	19,3%	57	أخطاء في اللغة الاعلامية المخر بها
40,1%	28,7%	85	إدراج أخبار دون أهمية كبيرة ومكررة
47,2%	33,8%	100	التهويل والتسرع في نقل الأحداث قبل التأكد من صحتها
139,6%	100,0%	296	المجموع

¹ ستيوارت ألان، ثقافة الأخبار، ترجمة: هدى فؤاد، مجموعة السيل العربية، القاهرة، ط1، 2008، ص. 123.

وحرصا منا على معرفة الأسباب التي قد تقلل من نسبة مقروئية شريط الأخبار بشكل دائم أو مكثف، فقد تبين لنا من خلال الجدول رقم (05) أن أهم الأسباب التي تؤثر في ذلك هي التهويل والتسرع في نقل الأخبار قبل التأكد من صحتها، تليها مباشرة إدراج الأخبار المكررة والأقل أهمية، فيما نجد أن ربع المبحوثين يرون أن هناك بعض العيوب المتعلقة بالشكل والابراز وكذا الأخطاء اللغوية التي تؤثر على اقبالهم أو تركيزهم أثناء قراءة أخبار الشريط، (وقد تكون النسبة أكبر لدى أصحاب التعليم الأقل حيث يؤكد الخبراء أن القارئ الجيد يحتاج لأربع نقلات بالعين ما تكلفته ثانيتين لقراءة سطر واحد، بينما القارئ الرديء يحتاج لضعف الوقت لقراءته)¹.

جدول رقم (6): يبين مدى مساهمة تخصص المبحوثين الجامعي (في الاعلام) في الحرص على الحصول على المزيد من المعلومات من خلال اعتماد شريط الأخبار كمصدر لها:

النسب	التكرارات	س7
39,6	84	نعم
60,4	128	لا
100,0	212	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (6) أن تخصص المبحوثين في مجال الاعلام يدفع غالبيتهم لاعتماد الشريط الاخباري كمصدر لاستقاء الأخبار ومعرفة المزيد حول الأحداث والقضايا التي تقع. وتبرير ذلك لدى الغالبية منهم أن طالب الاعلام لابد من أن يواكب كل ما يقع من أحداث وقضايا من دون، بالإضافة إلى أنهم بحكم التخصص يبحثون بالدراسة في كل ما يتعلق بالمضامين الإعلامية وتحليل وتقييم مضمونها من حين لآخر.

جدول رقم (7): يبين القنوات الفضائية الجزائرية التي يفضل المبحوثين قراءة شريط الأخبار من خلالها:

النسب	التكرارات	القنوات الفضائية الجزائرية التي يفضل المبحوثين قراءة الشريط الاخباري من خلالها
13,7	29	القنوات الفضائيات العمومية (الحكومية)
34,4	73	القنوات الفضائيات الخاصة
51,9	110	القنوات الفضائية المتخصصة في الأخبار
100,00	212	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول (7) أن أكثر من نصف المبحوثين يفضلون قراءة الشريط الاخباري في القنوات الفضائية الجزائرية المتخصصة في الأخبار، بينما يفضل ثلث المبحوثين قراءة شريط أخبار الفضائيات الخاصة بصفة عامة، بينما نجد أن المقروئية من خلال شريط أخبار الفضائيات الحكومية تمثل النسبة الأقل 13,7%.

¹ رعد حاسم الكعبي، إيمان عبد الرحمان، بناء الشريط الاخباري "السبتايل" في القنوات العربية، مرجع سابق، ص. 114.

جدول رقم (8): يمثل ميزان تقديري وفقا لمقياس ليكرت الخماسي

المستوى	طول الفترة	المتوسط المرجح بالأوزان	الاستجابة
منخفض	0,80	من 01 إلى 1,80	غير موافق بشدة
	0,79	من 1,81 إلى 2,60	غير موافق
متوسط	0,79	من 2,61 إلى 3,40	محايد
مرتفع	0,79	من 3,41 إلى 4,20	موافق
	0,79	من 4,21 إلى 5,00	موافق بشدة

جدول رقم (9): يمثل إجابات المبحوثين على أسئلة المحور الثالث حول علاقة مقروئية الشريط الاخباري بمتابعة جمهور الطلبة الجامعيين للنشرات الاخبارية وحجم الاطلاع على الأحداث.

توضيحها العبارات المرفقة داخل الجدول "وفقا لمقياس ليكرت الخماسي":

الدرجة	الوسط الحسابي	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	العبرة
محايد	3,29	20	87	49	47	09	1- شريط الأخبار التلفزيونية يدفعني لعدم متابعة النشرة الإخبارية المفصلة بشكل دائم
		9,4	41,0	23,1	22,2	4,2	%
موافق	3,64	18	126	41	27	00	2- يدفعني شريط الأخبار لتقرب المزيد من التفاصيل والتحليلات التي تقدمها النشرات الإخبارية
		8,5	59,4	19,3	12,7	0,00	%
موافق	4,02	52	132	14	09	05	3- مقروئية شريط الأخبار تساهم في زيادة حجم معارفي بالأحداث الحاصلة يوميا
		24,5	62,3	6,6	4,2	2,4	%
موافق	3,48	19	115	27	51	00	4- أخبار الشريط المتحرك تعالج أهم القضايا والموضوعات المحلية والأجنبية
		9,0	54,2	12,7	24,1	0,00	%
محايد	2,67	07	43	57	82	23	5- شريط الأخبار كمصدر للمعلومات يتمتع بدرجة عالية من الموضوعية في أغلب القنوات الفضائية الجزائرية
		3,3	20,3	26,9	38,7	10,8	%

ISSN :1112-4377

مجلة المعيار

مجلد: 25 عدد: 58 السنة: 2021

المجموع	المتوسط الحسابي ل فقرات الخور: 3,42	موافق
---------	-------------------------------------	-------

بحسب مقياس ليكرت الخماسي "وهو من أكثر المقاييس استخداما في قياس الاتجاهات، حيث يتطلب من المبحوث أن يعبر عن درجة موافقته على سؤال اتجاهي خاص بالرجوع إلى خمس بدائل مقدمه له وهي (معارض بشدة، معارض، محايد، موافق، موافق بشدة).¹

فإن أغلب أفراد العينة محايدين بشأن ما إذا كان شريط الأخبار بما يقدمه من قضايا وموضوعات متنوعة قد يدفعهم لعدم متابعة النشرة الإخبارية المفصلة. وذلك بمتوسط حسابي يقدر بـ 3,29 والذي يمثل 65,8% من مجموع المبحوثين (انحراف معياري مقدر بـ 1,048).

- بينما يدفعهم الشريط الاخباري لتقرب المزيد من التفاصيل والتحليلات التي تقدمها النشرات الإخبارية بدرجة موافق على مقياس ليكرت، بمتوسط حسابي يقدر بـ 3,64 والذي يمثل 72,8% من مجموع المبحوثين (انحراف معياري مقدر بـ 0,812).

- وبحسب مقياس ليكرت يتضح أن مقروئية شريط الأخبار تساهم في زيادة حجم معارف المبحوثين بالأحداث الحاصلة يوميا بدرجة موافق، وذلك بمتوسط حسابي يقدر بـ 4,02 (وهو الأعلى) والذي يمثل أكثر من 80,0% من المبحوثين (انحراف معياري مقدر بـ 0,834).

- وبحسب مقياس ليكرت الخماسي دائما، يوافق أيضا أفراد العينة على كون أخبار الشريط المتحرك تعالج أهم القضايا والموضوعات المحلية والأجنبية، وذلك بمتوسط حسابي يقدر بـ 3,48 أي حوالي 70,0% من مجموع المبحوثين (انحراف معياري مقدر بـ 0,956).

- فيما نجد أن الحياد هو الغالب لدى المبحوثين فيما يتعلق بكون الشريط الاخباري كمصدر للمعلومات يتمتع بدرجة عالية من الموضوعية في أغلب القنوات الفضائية الجزائرية وذلك بمتوسط حسابي يقدر بـ 2,67 والذي يمثل 53,4% من مجموع أفراد العينة (انحراف معياري مقدر بـ 1,024).

- وأخيرا وبحسب مقياس ليكرت الخماسي يتضح أن المتوسط المرجح للأوزان للمحور الثالث إجمالا (علاقة مقروئية الشريط الاخباري بمتابعة جمهور الطلبة الجامعيين للنشرات الاخبارية وحجم الاطلاع على الأحداث) هو 3,42، وهو ما يمثل درجة الموافقة على وجود علاقة بين أخبار الشريط والنشرات الاخبارية (بحيث يدفعهم الشريط لتقرب مزيد من التفاصيل) وزيادة حجم الاطلاع على الأحداث من خلال شريط الأخبار.

جدول رقم (10): يمثل الموضوعات التي تثير اهتمام الطلبة المبحوثين أكثر من بين الموضوعات المتناولة في شريط الأخبار:

النسب حسب عدد الإجابات	الإجابات		الموضوعات التي تثير اهتمام الطلبة المبحوثين أكثر من بين هذه الموضوعات المتناولة في شريط الأخبار
	النسب حسب المبحوثين	التكرارات	
66,0%	26,2%	140	الموضوعات السياسية
62,7%	24,9%	133	الموضوعات الاجتماعية
41,0%	16,3%	87	الموضوعات الاقتصادية
33,5%	13,3%	71	الموضوعات الرياضية

¹ أمل البكري، نادية عجوز، علم النفس المدرسي، دار المعتز للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2013 ص. 218.

ISSN :1112-4377

مجلة المعيار

مجلد: 25 عدد: 58 السنة: 2021

حالة الطقس	76	14,2%	35,8%
موضوعات أخرى تذكر			
الموضوعات الصحية	7	1,3%	3,3%
الموضوعات العلمية	7	1,3%	3,3%
الموضوعات البيئية	6	1,1%	2,8%
الموضوعات التربوية	4	0,7%	1,9%
الموضوعات الدينية	3	0,6%	1,4%
المجموع	534	100,0%	251,9%

يوضح الجدول رقم (10)، أن أخبار الموضوعات السياسية هي الأكثر اهتماماً بها من بين موضوعات شريط الأخبار، وذلك بحسب ما يرى (66,0%) من أفراد العينة، تليها مباشرة الموضوعات الاجتماعية (62,7%)، ثم تأتي الموضوعات الاقتصادية بنسبة (66,0%)، ثم الموضوعات المتعلقة بحالة الطقس بنسبة (35,8%)، لتأتي في المرتبة الخامسة الموضوعات الرياضية من حيث درجة الاهتمام بها وذلك بنسبة (33,5%)، والتي قد تعود في المرتبة الخامسة بسبب غلبة فئة الاناث على مجموع المبحوثين.

فيما أتت التصنيفات الأخرى للموضوعات خارج الاقتراحات المدرجة على النحو التالي: الموضوعات الصحية ثم العلمية ثم البيئية بنسب لا تتجاوز (1,5%) فيما أتت الموضوعات التربوية والدينية كأقل الموضوعات اهتماماً بها من خلال شريط الأخبار. جدول رقم (11): يمثل مدى تلبية شريط الأخبار لاهتمامات الطلبة المبحوثين أثناء الأزمات والأحداث العاجلة:

هل يلي شريط الأخبار اهتماماتك أثناء الأزمات والأحداث العاجلة؟	التكرار	النسب
دائماً	51	24,1
أحياناً	138	65,1
نادراً	23	10,8
المجموع	212	100,0

نلاحظ من خلال الجدول رقم (11)، أن غالبية أفراد العينة (65,1%) ترى أن الشريط الاخباري أحياناً ما يلي اهتماماتهم أثناء الأزمات والأحداث العاجلة، بينما يرى ما نسبته (24,1%) من المبحوثين أن الشريط الاخباري دائماً ما يلي اهتمامات أثناء ذلك، فيما نجد النسبة الأقل من المبحوثين هي من ترى أنه من النادر أن يلي شريط الأخبار اهتماماتهم أثناء الأزمات والأحداث العاجلة (10,8%).

جدول رقم (12): يمثل الأطر الخيرية حسب درجة الاهتمام التي يوليها لها مضمون شريط الأخبار:

الرتبة	الإطار			
	إطار الصراع	إطار الاهتمامات الاقتصادية	الإطار الإنساني	الإطار الأخلاقي
الرتبة الأولى	التكرار	166	4	37
	النسب	78,3	1,9	17,5
الرتبة الثانية	التكرار	27	48	87
	النسب	12,7	22,6	41,0

ISSN :1112-4377

مجلة المعيار

مجلد: 25 عدد: 58 السنة: 2021

الرتبة الثالثة	التكرار	13	58	66	75
النسب	6,1	27,4	31,1	35,4	
الرتبة الرابعة	التكرار	6	104	22	80
النسب	2,8	49,1	10,4	37,7	

هناك خمسة أطر أساسية هي: الصراع، والجوانب الأخلاقية، والإنسانية، والاقتصادية، والمسؤولية (وقد ركزنا على أربعة أطر مهمة منهم) كما هو مبين في الجدول، ويتم استخدام الإطار على مستويين: الأول يهتم بقياس المحتوى غير الواضح أو ما يُعرف بالمحتوى الضمني، والثاني المؤثر في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القضية موضع الدراسة؛ فمن خلال تركيز وسائل الإعلام على جوانب معينة فهي تحدد لنفسها أطرًا خبرية تستطيع في النهاية أن تؤثر في تشكيل آراء واتجاهات الجمهور بشأن بعض القضايا.¹

من خلال الجدول رقم (12)، يتبين لنا أن إطار الصراع يحتل صدارة الأطر الخيرية بحسب أغلب المبحوثين، وهو ما يفسره تواجده في الرتبة الأولى بنسبة (78,3%) من مجموع اجاباتهم وبالتالي فهو الأقل نسبة في كل الرتب الأخرى، يليه مباشرة الإطار المتعلق بالاهتمامات الإنسانية والذي أتى في نفس الرتبة (الأولى) بنسبة (17,5%) وفي الرتبة الثانية بالنسبة الأكبر وهي (41,0%) من مجموع إجابات المبحوثين.

بينما في الرتبة الثالثة نجد الإطار الأخلاقي الذي كان الأكثر تمثلا في الرتبة الأولى والثانية بعد الاطارين السابقين، والأكثر تمثلا في الرتبة الثالثة بنسبة (35,4%). فيما نجد أن الإطار الاقتصادي هو الإطار الأقل اهتماما من بين الأطر المدرجة لدى أفراد العينة وهو ما تؤكدته نسبة (49,1%) التي أتى فيها في صدارة المرتبة الرابعة بحسب مجموع الاجابات.

جدول رقم (13): يمثل الموضوعات التي لا تحظى بالاهتمام المستحق في شريط الأخبار رغم أهميتها من وجهة نظر الطلبة المبحوثين:

الموضوعات التي لا تحظى بالاهتمام المستحق في شريط الأخبار رغم أهميتها	التكرار	النسب
الموضوعات الثقافية والفنية	52	24,5
الموضوعات الدينية	36	17,0
الموضوعات التربوية	19	9,0
الموضوعات البيئية	15	7,1
الموضوعات العلمية والتكنولوجية	18	8,5
الموضوعات الصحية	17	8,0
الموضوعات الاجتماعية	26	12,3
الموضوعات الاقتصادية	2	0,9
الموضوعات القومية والدولية	27	12,7
المجموع	212	100,0

¹ أشرف جلال، أطر المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب في الاعلام المصري، مرجع سابق، ص. 5-6.

يوضح الجدول رقم (13)، أن أكثر الموضوعات التي لا تحظى بالاهتمام في شريط الأخبار رغم أهميتها هي الموضوعات التي من الممكن أن نصنفها ضمن الموضوعات الثقافية والفنية وذلك بحسب ما يرى ربع الباحثين، تليها مباشرة الموضوعات الدينية لحوالي (17,0%) من الباحثين، ثم الموضوعات القومية والدولية، والموضوعات الاجتماعية، لتأتي بعد ذلك الموضوعات التربوية، والموضوعات العلمية والتكنولوجية، والموضوعات الصحية والموضوعات البيئية على الترتيب بنسب متقاربة، فيما تأتي الموضوعات الاقتصادية كأقل الموضوعات التي لا تحظى بالاهتمام في شريط الأخبار وذلك بنسبة لا تصل لـ 1%، ما يدل على أن الأخبار ذات البعد الاقتصادي تحظى بالاهتمام الجيد في شريط الأخبار بحسب الغالبية الساحقة للمبحوثين.

المصدر: مصدر جميع الجداول (13 جدول) عمل شخصي من الباحث.

10. النتائج العامة للدراسة:

-مقروئية شريط الأخبار عند أكثرية جمهور الطلبة الجامعيين تكون من حين لآخر (أحيانا)، وتكون هذه المقروئية بشكل دائم لدى (29%) منهم، بينما تمثل المقروئية بشكل نادر النسبة الأضعف، ما يعني أن هناك تجاوب في قراءة اخبار الشريط سواء بشكل دائم أو من حين لآخر.

- تمثل جودة الأخبار وقربها المكاني والعاطفي بالإضافة في شريط الأخبار أهم عوامل الجذب التي تدفع جمهور الطلبة الجامعيين لقراءة الشريط الإخباري، وهو عامل صادق عليه حوالي نصف المبحوثين، يليه مباشرة مصداقية القناة التي يعرض من خلالها شريط الأخبار. وبنسبة أقل تمثل نقطة تناول الشريط الاخباري لأهم اخبار النشرات عامل جذب مهم آخر لدى جمهور الطلبة الجامعيين.

- يعتبر عامل التهويل والتسرع في نقل الأخبار قبل التأكد من صحتها أهم العوامل المؤثرة في اقبال أو تركيز جمهور الطلبة الجامعيين على قراءة شريط الأخبار، ثم العامل المتعلق بإدراج بعض الأخبار المكررة والتي لا أهمية كبيرة لها، وبنسبة أقل لعامل الأخطاء اللغوية والعيوب المتعلقة بالإبراز والجمالية.

-يفضل جمهور الطلبة الجامعيين (نصف المبحوثين) قراءة شريط الأخبار من خلال القنوات الفضائية المتخصصة في الاخبار، بينما يفضل ثلثهم قراءتها في القنوات الخاصة بصفة عامة، سواء كانت متخصصة في الأخبار أم لا، وبالتالي فإن غالبيتهم لا تفضل قراءة الشريط الإخباري من خلال القنوات العمومية الجزائرية.

- هناك درجة من الحياد (بحسب مقياس ليكرت الخماسي) لدى جمهور الطلبة الجامعيين فيما يتعلق بكون الشريط الاخباري قد يدفعهم لعدم متابعة النشرة الإخبارية المفصلة لما يقدمه من أخبار متواصلة وبشكل آني (مع التذكير أن 41,0% من جمهور الطلبة المبحوثين كانت اجابتهم حوب هذه النقطة بأوافق).

-بينما هناك درجة من الموافقة: بكون الشريط الاخباري يدفعهم لتزقب المزيد من التفاصيل والتحليلات التي تقدمها النشرات الإخبارية، ولكون مقروئية شريط الأخبار تساهم في زيادة حجم معارفهم بالأحداث الحاصلة يوميا، وأيضا لكون أخبار الشريط المتحرك تعالج أهم القضايا والموضوعات المحلية والأجنبية.

ISSN :1112-4377

مجلة المعيار

مجلد: 25 عدد: 58 السنة: 2021

-فيما نجد أن هناك درجة من الحياد لدى جمهور الطلبة الجامعيين فيما يتعلق بتمتع الشريط الاخباري للقنوات الفضائية الجزائرية (كمصدر للمعلومات) بدرجة عالية من الموضوعية (مع العلم أن 38,7% من جمهور الطلبة المبحوثين كانت اجابتهم بلا أوافق).

-يمكن القول (حسب الأسئلة أو العبارات الخمس السابقة التي تمثل المحور الثالث للاستبيان) إجمالاً بأن هناك درجة من الموافقة حول وجود علاقة لدى جمهور الطلبة الجامعيين بين حجم الاطلاع على الأحداث من خلال الشريط الاخباري وحجم الاطلاع على هذه الأحداث من خلال النشرات الإخبارية بحيث تدفعهم أخبار الشريط لترقب مزيد من التفاصيل والتحليلات التي تقدمها النشرات الاخبارية.

-جمهور الطلبة الجامعيين أكثر اهتماماً بأخبار الموضوعات السياسية من خلال شريط الأخبار، تليها مباشرة أخبار الموضوعات الاجتماعية وأخبار الموضوعات الاقتصادية. فيما تعد أخبار الموضوعات المتعلقة بحالة الطقس والأخبار الرياضية هي الأقل اهتماماً بها من بين الموضوعات المقترحة. فيما كانت أخبار الموضوعات البيئية والتربوية والدينية أقل الموضوعات اهتماماً بها من خلال شريط الأخبار إجمالاً لدى جمهور الطلبة المبحوثين.

-يحتل إطار الصراع بشكل واضح صدارة الأطر الخيرية في شريط الأخبار، يليه مباشرة الإطار المتعلق بالاهتمامات الإنسانية. بينما في الرتبة الثالثة نجد الإطار المتعلق بالاهتمامات الأخلاقية.

-يعد الإطار الاقتصادي الإطار الأقل اهتماماً من بين الأطر الأربعة المدرجة لدى أفراد العينة.

-يلبي الشريط الاخباري اهتمامات غالبية جمهور الطلبة الجامعيين أثناء الأزمات والأحداث العاجلة، وذلك من حين لآخر "أحياناً" (65,1%) أو بشكل "دائم" (24,1%) فيما ترى الأقلية المتبقية منهم أنه من النادر أن يلبي شريط الأخبار اهتمامهم أثناء ذلك.

-تعد الموضوعات الثقافية والفنية أكثر الموضوعات التي لا تحظى بالاهتمام في شريط الأخبار رغم أهميتها (بالنسبة للمبحوثين)، تليها الموضوعات الدينية ثم الموضوعات القومية والدولية، والموضوعات الاجتماعية،

-تعد الموضوعات الاقتصادية أقل الموضوعات التي لا تحظى بالاهتمام في شريط الأخبار (بالنسبة للمبحوثين) أي أنها تحظى بالاهتمام الجيد من خلاله.

11. خاتمة:

تمثل الأخبار أحد أهم الحاجات التي يسعى الجمهور بصفة عامة وجمهور الطلبة بصفة خاصة للحصول عليها سواء بقصد أو من دونه، لذا تعتمد المؤسسات الإعلامية على تقديم هذه الحاجة لجمهورها بالطريقة التي تحقق لها أكبر قدر ممكن من التأثير المباشر أو العرضي، ويعد شريط الأخبار واحد من أسهل الطرق وأسرعها لبث الأخبار أو استقاءها، إذ يحظى بإقبال جيد لقراءة مضمونه الخيري من طرف جمهور الطلبة الجامعيين سواء بشكل دائم أو من حين لآخر.

حيث يساهم الشريط الاخباري في تزويد هذه الفئة من الجمهور بالوقائع والأحداث فور وقوعها أو صدورها، وبالتالي فهي تساهم زيادة معارفهم وفي تأطير اهتمامهم بالقضايا المختلفة، خاصة السياسية منها أو تلك المتعلقة بأوجه الصراع المتعددة (الدبلوماسي أو العسكري أو الرياضي أو الفني...). وهذا بشكل آني دون الحاجة الماسة لانتظار المواعيد الإخبارية، كما أنه يساهم أحياناً في تحفيز هذه الفئة من الجمهور لترقب النشرة الرئيسية للحصول على المزيد من التفاصيل الإخبارية حول الأحداث الحاصلة.

12. قائمة المراجع:

• المؤلفات العربية:

- أحمد زكرياء أحمد، نظريات الاعلام: مدخل لاهتمامات وسائل الاعلام وجمهورها، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، المنصورة، 2009، الصفحة 219.
- أحمد زكرياء أحمد، نظريات الاعلام: مدخل لاهتمامات وسائل الاعلام وجمهورها، مرجع سابق، الصفحة 253.
- أسماء فريد الرجال، تلقي الخطاب الديني: القنوات... السياق... الأثر، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2020، الصفحة 120.
- أمل البكري، نادية عجوز، علم النفس المدرسي، دار المعتز للنشر والتوزيع، عمان، 2013، الصفحة 218.
- بركات عبد العزيز، المادة الإخبارية في الراديو والتلفزيون، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2013، الصفحة 170.
- خالد محمد الدين محمد، صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية: دليل إنتاج النشرات التلفزيونية، دار الأمين للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، الصفحة 119.
- رحيم يونس العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار دجلة، عمان، 2007، الصفحة 8.
- زهرة بوجفجوف، صناعة الأخبار التلفزيونية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2018، الصفحة 5.
- ستيوارد آلان، ثقافة الأخبار، ترجمة: هدى فؤاد، مجموعة السيل العربية، القاهرة، 2008، الصفحة 123.
- سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، العين، 2017، الصفحة 152.
- سعد سلمان المشهداني، نفس المرجع السابق، الصفحة 153-154.
- شريف حميد السعدي، الفضائيات وارتدادات التأثير: دراسات-نظريات-انعكاسات، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2018، الصفحة 246-247.
- عاطف عدلي العبد، نحى عاطف العبد، نظريات الاعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2008، الصفحة 349.
- عبد ارزاق محمد الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الواحد والعشرين، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2006، الصفحة 163.
- غادة البطريق، المواقع الإخبارية والحراك السياسي، دار أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، القاهرة، 2017، الصفحة 79.
- ماكس ماكومز وآخرون، الاخبار والرأس العام: تأثير الاعلام على الحياة المدنية، ترجمة: محمد صفوت حسن، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، الصفحة 74-75.

ISSN :1112-4377

مجلة المعيار

مجلد: 25 عدد: 58 السنة: 2021

- محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، مجلد3، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004، الصفحة 959.
- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2000، الصفحة 77.
- محمود أحمد أبو سمرة، محمد عبد الاله الطيطي، مناهج البحث العلمي من التبيين إلى التمكين، دار اليازوري العلمية، عمان، 2019، الصفحة 45.
- مجموعة باحثين عرب، دراسات في الاعلام الالكتروني: الإشكاليات المنهجية، الممارسة ومرحلة ما بعد الاعلام الالكتروني، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2019، الصفحة 233.
- مجموعة من الباحثين، دراسات في لغة الاعلام والصحافة، ألفا للوثائق، قسنطينة، 2019، الصفحة 24.
- مصطفى يوسف كافي وآخرون، نظريات الاعلام والاتصال الجماهيري، دار الاعصار العلمي، عمان، 2016، الصفحة 247.
- منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، الصفحة 139-140.
- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية: تدريبات علمية، ط 2، ترجمة: بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون، دار القصبه للنشر، 2006، الصفحة 204.
- نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية، الجزائر، 2009، الصفحة 143.
- وليدة حدادي، الاعلام والنخبة المثقفة في عصر الميديا، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2019، الصفحة 14.

● المؤلفات الأجنبية:

- Bergard Stellner, Readability of quarterly reports: do companies mislead investors?, Anchor Academic Publishing, Hamburg, 2013, page 22.
- De Isadore Newman, Keith A. McNeil, Keith MacNeil, Conducting Survey Research in the Social Sciences, University Press of America, New York, 1998, page 39.
- Dion Goh, Schubert Foo, Social Information Retrieval Systems: Emerging Technologies and Applications..., IGI Global, Hershey 2008, page 41.

● المقالات:

- أحمد جاسم هلال، شايع سعود الشايع، مستوى مقروئية كتب الرياضيات للصف الثاني عشر بدولة الكويت، مجلة العلوم التربوية، المجلد 24، العدد 1، الجزء 1، 2016، الصفحة 305.
- أشرف جلال، أطر المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب في الاعلام المصري، مركز الجزيرة للدراسات، 2015، الصفحة 4.
- أشرف جلال، أطر المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب في الاعلام المصري، مرجع سابق، الصفحة 5-6.
- رعد جاسم الكعبي، إيمان عبد الرحمان، بناء الشريط الاخباري "الستيتل" في القنوات العربية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 4، مارس 2008، الصفحة 113.
- رعد جاسم الكعبي، إيمان عبد الرحمان، بناء الشريط الاخباري "الستيتل" في القنوات العربية، مرجع سابق، الصفحة 114.

ISSN :1112-4377

مجلة المعيار

مجلد: 25 عدد: 58 السنة: 2021

-نصير بوعلي، أثر الفضائيات الغربية على الأنساق القيمية، والهوية الوطنية للمتلقين، مجلة الدراسات الإعلامية القيمية المعاصرة، المجلد 1، العدد 2، 2012، الصفحة 28.

• المواقع الالكترونية:

-خالد حسين أبو عمشة، المقروئية: ماهيتها وأهميتها وكيفية قياسها، شبكة ألوكة، 2015، تاريخ المعاينة: 10-06-2020، العنوان الالكتروني: <https://www.alukah.net/library/0/83809/>

13. قائمة الملاحق: (استمارة استبيان)

استمارة استبيان حول دراسة بعنوان:

مقروئية شريط الأخبار ودورها في تأطير اهتمامات جمهور الطلبة الجامعيين "دراسة ميدانية على طلبة الإعلام بجامعة عنابة"

المحور الأول: البيانات الأولية

1-الجنس:	ذكر <input type="checkbox"/>	أنثى <input type="checkbox"/>
2-الفئة العمرية:	أقل من 20 سنة <input type="checkbox"/>	من 20 إلى 25 سنة <input type="checkbox"/>
	أكبر من 25 سنة <input type="checkbox"/>	
3-التخصص:	سنة ثالثة ليسانس "اعلام" <input type="checkbox"/>	
	مستر 1 اعلام إذاعي وتلفزيوني <input type="checkbox"/>	مستر 2 اعلام إذاعي <input type="checkbox"/>
	مستر 1 اتصال جماهيري <input type="checkbox"/>	مستر 2 اتصال جماهيري <input type="checkbox"/>

المحور الثاني: مقروئية جمهور الطلبة الجامعيين لشريط الأخبار في الفضائيات الجزائرية

4-هل تحرص على قراءة شريط الأخبار في الفضائيات الجزائرية؟

دائما أحيانا نادرا

5-ماهي عوامل الجذب التي قد تدفعك لقراءة شريط الأخبار؟

<input type="checkbox"/>	-الأسلوب التحريري الجذاب من حيث اللون والحجم والبروز
<input type="checkbox"/>	-جدة الأخبار (العواجل) وقرمها المكاني والعاطفي
<input type="checkbox"/>	-أهمية وقيمة الأخبار المحررة
<input type="checkbox"/>	-مصادقية القناة المقدمة للمحتوى الاخباري
<input type="checkbox"/>	-سهولة الاطلاع على الأخبار في أي وقت

ISSN :1112-4377

مجلة المعيار

مجلد: 25 عدد: 58 السنة: 2021

- تناول الشريط الاخباري لكل الأخبار المتناولة في النشرة الإخبارية
- 6-ما هي أهم عيوب شريط الأخبار التي قد تؤثر على رغبتك أو تركيزك في قراءته؟
- عيوب متعلقة بالشكل والابراز (حجم الشريط، لون الخبز، سرعة تحركه...)
- أخطاء في اللغة الاعلامية المخرر بما
- إدراج أخبار دون أهمية كبيرة ومكررة
- التهويل والتسرع في نقل الأحداث قبل التأكد من صحتها
- 7-هل يساهم تخصصك الجامعي في الحرص على الحصول على المزيد من المعلومات من خلال اعتماد شريط الاخبار كمصدر؟
- نعم لا
- 8-إذا كانت اجابتك بنعم، اشرح كيف يكون ذلك.....
- 9-ماهي القنوات الفضائية الجزائرية التي تفضل قراءة شريط الأخبار من خلالها؟
- القنوات الفضائية العمومية (الحكومية)
- القنوات الفضائية المتخصصة في الأخبار
- المحور الثالث: علاقة مقروئية الشريط الاخباري بمتابعة جمهور الطلبة الجامعيين للنشرات الاخبارية وحجم الاطلاع على الأحداث
- 10-أجب على الجدول التالي ب: موافق بشدة-موافق-محايد-غير موافق-غير موافق بشدة:

العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة	موافق
1-شريط الأخبار التلفزيونية يدفعني لعدم متابعة النشرة الإخبارية المنفصلة بشكل دائم					
2-يدفعني شريط الأخبار لترقب المزيد من التفاصيل والتحليلات التي تقدمها النشرات الإخبارية					
3-مقروئية شريط الأخبار تساهم في زيادة حجم معارفي بالأحداث الحاصلة يوميا					
4-أخبار الشريط المتحرك تعالج أهم القضايا والموضوعات المحلية والأجنبية					
5-شريط الأخبار كمصدر للمعلومات يتمتع بدرجة عالية من الموضوعية في أغلب القنوات الفضائية الجزائرية					

المحور الرابع: دور شريط الأخبار في تأطير اهتمامات جمهور الطلبة الجامعيين

11-رتب الموضوعات التي تثير اهتمامك أكثر من بين هذه الموضوعات المتناولة في شريط الأخبار:

الموضوعات السياسية الاجتماعية الاقتصادية

ISSN :1112-4377

مجلة المعيار

مجلد: 25 عدد: 58 السنة: 2021

حالة الطقس

الرياضية

موضوعات أخرى أذكرها.....

12- هل يعطي شريط أخبار الفضائيات الجزائرية اهتماماتك أثناء الازمات والحالات العاجلة؟

أحيانا

دائما

13-رتب الأطر الخيرية التالية حسب درجة الاهتمام التي يوليها لها مضمون شريط الأخبار:

-الصراع: "أفراد، مؤسسات" (سياسي، رياضي...)

-الاهتمامات الإنسانية

-الإطار الأخلاقي (رسالة)

-إطار اقتصادي (النتائج الاقتصادية للحدث)

14-أذكر الموضوعات التي لا تحظى بالاهتمام المستحق في شريط الأخبار رغم أهميتها من وجهة نظرك:

.....



Full Name : Seyfeddine Batsi

Title : Framing news bulletins in Algerian satellite channels :

Comparative Analytical Study

A Thesis Submitted for the PhD Degree

In Information and Communication Sciences

Abstract:

The twenty-first century has seen a great revolution in the field of media, especially in satellite broadcasting which produced thousands of satellite channels of multiple contents and directions, because the news role is one of the most important media roles, satellite channels have taken care of it and focused on it through news bulletins and news programs. This news is subject to a number of factors in selecting and highlighting before its broadcast, all of this is called -framing- process, that is, focusing intentionally on certain meanings of the news and neglecting others, and these frameworks vary according to what the channel or the communicator wants.

This study belongs into descriptive studies that depend on analysis and comparison, as it relied on the content analysis form as a tool for collecting and analyzing information and comparing it within the framework of public and private media. In the last decade, the Algerian media knew competition in the field of news after the emergence of private satellite channels as a new phenomenon on the media scene.

We concluded through this study to confirm that: the health and social frameworks are dominant in the two channels' bulletins. An-Nahar channel linked its news to members of society, while Channel Three News linked its news to government projects and its members more. The neutral trend prevailed over the news framing on Al-Nahar channel, and the support trend on the TV3. (The ownership of the two channels has a role), and the framework of responsibility and human interests topped the list of the most important media frameworks contained in the two channels' bulletins. The frameworks of bias on Al-Nahar channel centered around the prevailing cultural and social values, while the TV3 featured more bias frameworks related to political activity, The difference also prevailed in the order of news priorities in the two channels' bulletins. Al-Nahar channel started all its bulletins with one or more news related to the epidemic and health, while TV3 started its bulletins with one or more news about the political diplomatic issues. About evident in the props accompanying the news, Al-Nahar channel did not rely on the news tape of the news that the announcer read, TV3 news channel relied on it as an independent means to support the news, while An-Nahar tv relied more on still images than TV3 news channel.

key words: Framing – Satellite channels – News bulletins – The audience.

Supervisor: Hamid Bouchoucha – University of Costantine3

July 2022