

القيم الإخبارية في إدراجات موقع الفايستوك  
قناة الجزيرة أنموذجا

أ. فوزي شرطي  
جامعة قسنطينة - الجزائر

مقدمة :

يعتبر الخبر قاعدة المواد الصحفية وألوان التحرير في مختلف وسائل الإعلام على اختلاف أشكالها وتوجهاتها، وهي المكنة التي اكتسبها الخبر ضمن صيرورته التطورية بدءاً من العصور القديمة وتناقل الأخبار بين التجار والسفراء، إلى الصحف والإذاعات والقنوات التلفزيونية، تأكدت خلالها أهمية الخبر والحاجة لمعرفة ما استجد في حياة الأفراد والأمم، ومع ذلك فإن الإجماع حول تعريف موحد للخبر لا يزال أحد الصعوبات التي تواجه الباحثين وغيرهم من المهتمين بمجتل الإعلام والاتصال، ولا غرابة أن يكون ضمن هؤلاء الإعلاميون والصحفيون أنفسهم، وهذا نتيجة لتعدد مفاهيم الخبر وتنوع مرجعيات المتعاطين معه ( أفراد، مؤسسات إعلامية )، وفي هذا السياق كانت قد تشكلت العديد من الرؤى المختلفة عن مفهوم الخبر سواء في الدول المتقدمة أو في الدول النامية وكلها تضع محددات أو فواصل بين ما هو خبر، وبين ما هو غير ذلك، وظهرت خلال هذا الاختلاف تصنيفات عدة لأنواع الخبر والتي تشترك في مجملها حول محورية وسيلة الإعلام في تحديد نوع الخبر فهناك الخبر الإذاعي والخبر التلفزيوني والخبر الإلكتروني أيضاً، إلى جانب تصنيفات أخرى تتناول جغرافية الخبر ومكان وقوعه.

وبالتوازي مع هذه التصنيفات ظهرت تصنيفات أخرى تركز على دور الرسالة في تحديد مفهوم الخبر معتمدة على مضمون الخبر وموضوعه، فهناك الخبر السياسي والخبر الاقتصادي، .. وغيرها من التصنيفات الأخرى كالخبر الجاد والخبر الخفيف أو الخبر السليبي والخبر الإيجابي، وبالتالي تعاطم دور الرسالة في تحديد ماهية الخبر، وأصبح ما يقدم للجاهير من أخبار ومواد إعلامية أخرى لا يعتمد على ماهية الوسيلة بشكل مطلق، بل يخضع أيضاً لما يحمله الخبر من دلالات وأهمية بالنسبة لطرفي الاتصال ( الوسيلة، المتلقين ) وأن نجاح المراسلات الإعلامية في مختلف وسائل الإعلام لا

يتوقف فقط على مدى سرعتها في نقل الأخبار وتغطية الأحداث، بل يخضع أيضا لما توليه تلك الوسائل لموضوع الخبر وحجم القيم التي يتضمنها عند قيامها بنشره أو نقله لجمهورها، حفاظا على مستويات مرتفعة من تلك الجماهير التي تفرض هي الأخرى شروطها وأولوياتها على وسائل الإعلام.

### الإشكالية:

مع تنامي وقع تكنولوجيا الإنترنت وتأثيراتها على مختلف مراحل وأطراف العملية الاتصالية، كانت تلوح في الأفق العديد من القضايا والمسائل الإعلامية المهمة، والمتعلقة أساسا بحجم التحديات التي تفرضها تطبيقات الانترنت، لاسيما وسائل الإعلام الجديد على تلك الممارسات الإعلامية ومردودية أداء وسائل الإعلام التقليدي وقدرتها على الاحتفاظ بمكانتها كمصدر للأخبار، أمام تعاظم دور المتلقي وتمقصه لدور الوسيلة الإعلامية، حيث أصبح هو منتج الخبر والقائم بالاتصال في تلك النواقل الإعلامية الجديدة، وأمام هذا الوضع كان من المحتم على وسائل الإعلام التقليدية أن توظف هي الأخرى تلك الأشكال من وسائط الإعلام وتستخدمها في تعزيز أدائها وتنوع أدوارها وفتح نوافذ جديدة بينها وبين جماهيرها، غير أن ما يواجهها في هذا الإطار هو طبيعة التعاطي مع الوسائط الجديدة، وكيفية التعامل مع ما يفرضه من مبادئ عمل مستحدثة، ومدى التغيير أو الاستمرار في نفس النهج الذي تقدم به الأخبار والمعلومات لجماهيرها، ومعالجتها وتغطيتها للأحداث أو الطريقة التي ترتب وتصنف بها تلك الأخبار حسب القيم الإخبارية التي تتضمنها، ولا يختلف الأمر في هذا الإطار بين وسيلة وأخرى، سواء تعلق الأمر بصحيفة أو إذاعة أو حتى القنوات التلفزيونية .

وقناة الجزيرة كغيرها من القنوات الفضائية الإخبارية الأخرى التي سارعت لتوظيف وسائط الإعلام الجديد وعلى رأسها موقع الفايسبوك الذي يعتبر كوعاء إخباري مضاف لما تعرضه القناة التلفزيونية من أخبار على مدار الساعة، استطاعت من خلاله أن تجذب اهتمام عدد أكبر من مستخدمي الموقع ونسب عالية من المعجبين بصفحتها من شتى أنحاء العالم، والذين يتابعون ما ينشر من إدراجات ومواد إخبارية على تلك الصفحة ويتفاعلون معها من خلال الإعجاب أو التعليق وإعادة النشر، وهو ما يطرح قضية غاية في الأهمية تتمحور حول الطريقة التي يتم بها انتقاء تلك الإدراجات المنشورة على صفحة القناة في موقع الفايسبوك، ونوع المعايير والقيم الإخبارية التي يعتمدها القائمون على تلك الصفحة في تقديم إدراج معين دون آخر، وبالتالي يكون السؤال الرئيس لدراستنا هو:

ما هي أهم القيم الإخبارية التي تتضمنها إدراجات قناة الجزيرة في موقع الفايسبوك ؟

### التساؤلات الفرعية:

- هل التزمت قناة الجزيرة بمعايير القيم الإخبارية في اختيار ما ينشر على صفحاتها في موقع الفايسبوك؟
- هل تؤثر طبيعة الوسيلة الإعلامية في معايير ذلك الاختيار؟
- على أي أساس يتم اختيار قناة الجزيرة لإدراج معين دون آخر في موقع الفايسبوك؟
- هل هناك ثراء إخباري في إدراجات قناة الجزيرة على صفحات موقع الفايسبوك؟
- ما هي أهم المواضيع الإخبارية التي تدرجها قناة الجزيرة على موقع الفايسبوك؟
- ما هي المصادر التي تعتمد عليها إدراجات القناة؟
- ما هي اللغة التي يحرر بها الإدراج (الخبر) وما طبيعة الوسائط الإعلامية التي يقدم فيها؟

### أهمية الموضوع وأسباب اختياره:

تكمن أهمية الدراسة في كونها بادرت لإثارة جانب مهم من تلك القضايا التي يطرحها الاستخدام والتنامي المفرط في تطبيقات الإعلام الجديد وعلى رأسها موقع الفايسبوك في تقديم الخدمة الإخبارية، سواء تعلق الأمر بالمستخدمين الأفراد أو المؤسسات الإعلامية ومحورية ذلك الاستخدام في تدعيم العمل الإخباري الذي تقوم به المؤسسة، والتي لم يعد في استطاعتها الاستغناء عن مختلف تلك التطبيقات الإعلامية الجديدة، كما أن الدراسة تعتبر خطوة هامة في سبيل تعزيز التواصل واستمرارية البحث الإعلامي في اقتفاء مختلف الظواهر والمستجدات التي يعرفها الواقع الإعلامي العالمي، ويأتي اختيارنا لهذا الموضوع لما يحوزه من أهمية بالغة في عالم صناعة الأخبار ونشرها وتوزيعها بين عدد هائل من الجماهير، من خلال القيم الإخبارية التي يجب أن تتضمنها من جهة وتوظف مختلف الوسائل الممكنة بما فيها وسائل الإعلام الجديد، وما تفرضه هذه الأخيرة من ضرورة البحث والوقوف على مدى التغيرات المحتملة في التعامل مع الأخبار وترتيبها - تبعاً لقيمتها - من جهة ثانية .

## أهداف الدراسة :

- الوصول إلى تحديد أهم القيم الإخبارية وترتيبها، في عملية نشر الخبر، على صفحة قناة الجزيرة في موقع الفايسبوك.
- الوقوف على مدى التغير الممكن في اعتماد قناة الجزيرة على القيم الإخبارية في موقع الفايسبوك.
- التعرف على نوع المواضيع المدرجة ومصادرها.
- إعادة ربط اهتمامات البحث الإعلامي في وسائل الإعلام التقليدي بنظيره في وسائل الإعلام الجديد، وتوسيع دائرته بما يشمل مختلف الظواهر الإعلامية الجديدة.

## منهج الدراسة:

نظرا لطبيعة المشكلة ومجال البحث الذي تنتمي إليه وكذا الإمكانيات القليلة المتاحة لدى الباحث فقد اعتمدنا في دراستنا هاته على المنهج الوصفي، بهدف الوصول إلى أهم القيم الإخبارية التي احتوتها إدراجات قناة الجزيرة على صفحتها في موقع الفايسبوك، ووصفها وصفا دقيقا وتحديد خصائصها كيا وكيفا، حيث " يتعين في البداية أن نشير إلى أن المنهج الوصفي Descriptive Method قد وضع للباحث المستقصي حتى يجمع أكبر كم ممكن من المعلومات حول الظروف القائمة في الوضع الراهن، والأهداف الأساسية من وراء اتباع هذا المنهج هي وصف طبيعة الحالة كما هي في المجال الزمني للدراسة واكتشاف الأسباب الخاصة بالظاهرة، .. فالدراسات الوصفية تحدد وتصف الكيفية أو الوضعية التي توجد فيها الأشياء وباستطاعتها أن تقيس فقط الأشياء الموجودة " (1).

## أدوات الدراسة:

تبعنا لموضوع الدراسة وارتباطه بضرورة تشخيص طبيعة القيم الإخبارية، والذي يقتضي توظيف أداة بحث تكون أكثر دقة في الحصول على أكبر قدر من المعلومات، اعتمدنا على أداة تحليل المحتوى دون غيرها من الأدوات الأخرى: كونها الأمثل في تحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها، وتعتبره هذه الأداة حسب ما حدده Weber " أحد أساليب وتقنيات البحث، المتبعة في الحصول على استدلالات قابلة للتكرار من النصوص أو أي مواد أخرى ذات معنى في السياق الذي استخدمت فيه " (2).

## وحدات التحليل:

فيما يخص وحدات التحليل أو الشيء الذي يتم عده فعلا، فقد اعتمدنا على وحدة الموضوع كوحدة أساسية في عملية التحليل، والذي يمكن أن يكون كلمة واحدة أو رمزاً أو اتجاهها عاما Theme (تأكيد معين على أحد الموضوعات)، وقد تصل وحدة التحليل هذه إلى المقالة أو القصة الكاملة<sup>(3)</sup> والتي تمثل المقابل لوحدة الإدراج أو المنشور Post في تحليل محتوى صفحات موقع الفاييسبوك، وتعتبر وحدة الموضوع أو المعنى العام أو التأكيد Theme or Assertion من "الكثير وحدات تحليل المضمون استخداما، والمعنى العام يعرف على أنه جملة بسيطة أو تأكيد على موضوع معين"<sup>(4)</sup> بينما تركزت وحدة العد على التكرارات التي تعبر عن عدد مرات ورود الموضوع وظهوره ضمن اهتمامات القناة من خلال صفحتها على موقع الفاييسبوك.

## فئات التحليل:

أما فيما يخص عملية تحديد فئات التحليل Catégories التي يقصد بها "العناصر الرئيسية أو الثانوية التي يتم وضع وحدات التحليل فيها (كلمة أو موضوع أو قيمة، ..) والتي لا يمكن وضع كل صفة من صفات المحتوى فيها"<sup>(5)</sup> فقد جاء تركيزنا على أهم تلك الفئات التي تخدم أهداف الدراسة وتجب على تساؤلاتها من جهة، وصعوبة الإلمام بها جميعا، وبالتالي تناولنا - إضافة إلى فئة القيم الإخبارية - الفئات التالية المتعلقة بفتي المضمون (ماذا قيل؟) وفئة الشكل (كيف قيل؟) والتي تندرج ضمنها فئات فرعية أخرى، مراعين في ذلك ضرورة الالتزام بالشروط الواجب توفرها عند تلك الخطوة البحثية، كالثقة Reliable والشمول Exhaustive والتخصيص Exclusive ومن أهم تلك الفئات (الملاحق المرفق).

## عينة الدراسة وحدودها:

تعتبر فكرة العينة مجموعة الطرق العلمية التي تتناول بالدراسة بعضا يمثل الكل، والعينة Sample في ميدان البحث العلمي "هي جزء من المجتمع الكلي The Total Population المراد تحديده سببته، ممثلة بنسبة مئوية يتم حسابها طبقا للمعايير الإحصائية وطبيعة مشكلة البحث ومصادر بياناته والمجتمع الكلي"<sup>(6)</sup> وبالنسبة للمجتمع الكلي للدراسة فهو يتكون من جميع إدراجات قناة الجزيرة على صفحاتها في موقع الفاييسبوك، لكن ولكبر حجم هذا المجتمع وقلة الإمكانيات وضيق الوقت أمام الباحث والتي لا تسمح بإنجاز هذه الدراسة وتحليل جميع محتويات تلك الإدراجات، فقد لجأنا لأسلوب العينة وذلك باختيار حد زمني لمدة أسبوع من 2013/01/12 إلى غاية 2013/01/18

معمدين على تقنيات العينة التصدية ؛ لإدراكنا المسبق ومعرفتنا الجيدة لمجتمع البحث، حيث مثلت تلك الفترة الجوانب المستهدفة بالبحث أكثر من الفترات الأخرى التي سبقتها أو لحقتها بأسابيع، نظراً لما شهدته تلك الفترة من أحداث علمية وعربية، كتواصل العمليات العسكرية بين الثوار والنظام السوري، الحرب الفرنسية على مالي، العملية الإرهابية على محطة الحياة في الصحراء الجزائرية وغيرها من الأحداث، ..، حيث بلغ عدد الإدراجات الإخبارية في تلك الفترة 274 إدراجاً ؛ أي بمعدل 39 إدراجاً في اليوم الواحد.

وقد تم اختيار قناة الجزيرة، تبعاً لاختيار موقعها الإلكتروني كأقوى موقع إخباري في الوطن العربي لسنة 2012، من طرف مجلة فوربس **Forbes** العالمية<sup>(7)</sup>، وتصدر القناة لاكثر صفحات القنوات الإخبارية العربية جاهيرية على موقع الفاييسبوك وفقاً لقاعدة التحليل الإحصائي الخاص بشبكات التواصل الاجتماعي في نفس السنة، كما تحتل المرتبة 59 فيما يخص أكثر صفحات وسائل الإعلام جاهيرية في العالم هذا العام<sup>(8)</sup> فضلاً عن تزايد التحديات التي يفرضها موقع الفاييسبوك وغيره من وسائل الإعلام الجديد في تقديم الخبر ونشره بين عدد هائل من الجماهير.

### الدراسات المشابهة:

نظراً لعدم وجود دراسات علمية أكاديمية، حسب اطلاعي، تناولت موضوع القيم الإخبارية على صفحات موقع الفاييسبوك الخاص بقناة الجزيرة أو باقي وسائل الإعلام الجديد، بقي لنا أن نعتمد ونستشهد بالدراسات المشابهة التي تمس محاور قريبة من موضوعنا ومن أهم تلك الدراسات:

- دراسة ابراهيم حسين عبيد الله العزازمة بعنوان القيم الإخبارية في صحيفة الغد الأردنية (2009-2010): حاول الباحث من خلال دراسته التعرف على المعايير التي يتحول بمقتضاها حدث ما إلى خبر صحفي يحظى بالنشر في صحيفة الغد، معمداً بشكل أساسي على ما تتضمنه الصفحة الأولى في الجريدة، وأهميتها في إبراز الأخبار والموضوعات ذات الأولوية في النشر، موظفاً أدبيات المنهج الوصفي، وأسلوب تحليل المضمون كأداة أساسية في جمع المعلومات من عينة بحثه، عن طريق الاعتماد على أسلوب الدورة، حيث حصل على 91 عدداً من مجموع 730 عدداً، وقد اختار وحدة الموضوع كوحدة تحليل وقياس نفس الوقت، وحدد مجموعة من الفئات والتي منها 10 قيم إخبارية، ليصل في الأخير إلى مجموعة من النتائج المهمة منها: أن صحيفة الغد تهتم بشكل كبير على قيمة الجودة تليها قيمة الأهمية في اختيار ما ينشر على صفحاتها من أخبار،

بينما تتأخر نسبة اعتماد الصحيفة على قيم الصراع والشهرة والإثارة حيث أولت الصحيفة - حسب الباحث - اهتماما كبيرا لتفضيلات الجماهير وميولاتهم .

- دراسة: المعالجة الخبرية التلفزيونية العربية بين المتطلبات المهنية والتوجهات السياسية: أشرف على الدراسة الدكتور المنصف العياري، وشارك فيها ثلة من الباحثين، حيث تمحورت إشكالياتها حول الكيفية التي تتم بها معالجة القنوات التلفزيونية العربية لمادة الخبر، ومدى التزامها بالمتطلبات المهنية وقواعد الممارسة الصحفية، وقد شملت الدراسة 8 قنوات تلفزيونية من مختلف البلدان العربية، وتم اعتماد العينة القصدية من النشرات الإخبارية الرئيسية التي تم بثها على القنوات التلفزيونية المعتمدة خلال الفترة من 24 إلى 30 جانفي 2005 وقد خلصت الدراسة إلى أن القنوات التلفزيونية الخاصة في الوطن العربي أكثر اعتمادا على قيم الاتية، الاهتمامات الإنسانية، مقارنة بالقنوات الحكومية، مما يجعلها أكثر قربا من الجماهير التي تخاطبها، كما أن هناك نوعا من النسبية والانتقائية في الاعتماد على تلك القيم، بين قناة تلفزيونية وأخرى، وذلك نتيجة لمجموعة من العوامل منها الفضاء الاجتماعي بمختلف أبعاده الاقتصادية، السياسية، .. إضافة للسياسة التحريرية للقناة وطبيعة ملكية الوسيلة وغيرها من العوامل.

- دراسة الباحث بانو يوتيليا Panu Uotila: تغير قوالب الأخبار في الصحف الالكترونية والورقية: تمحورت إشكالية الدراسة حول: ماهي القيم الإخبارية والسمات التي تميز عرض الأخبار في الصحف الالكترونية عن الصحف الورقية ؟ وقد سعى من خلالها الباحث لتشخيص مختلف القوالب وأشكال عرض الأخبار في الصحف الالكترونية مقارنة بنظيرتها الورقية، في ثلاثة بلدان هي فنلندا، بريطانيا، الولايات المتحدة الأمريكية، وذلك من خلال الاعتماد على مقياسين هما: القيم الإخبارية وبناء القصة الخبرية، وقد اعتمد الباحث على أداة تحليل المحتوى موظفا أسلوب الدورة ( الأسبوع الصناعي ) في اختيار العينة من النسخ الورقية والالكترونية لأربعة صحف فنلاندية : Helsingin Sanomat Aamulehti, Iltalehti و International Herald Tribune وصحيفة Guardian البريطانية، وذلك في الفترة من 25 أبريل إلى 5 جوان 2010، وقد خلصت الدراسة إلى أن الصحف الالكترونية تعتمد بشكل أكبر على قيم الصراع والشهرة وذلك للتأثير على مشاعر الجماهير، وأن اعتمادها على كلا القيمتين ناتج عن تنامي المنطق التجاري على عملية نشر الأخبار وتداولها.

أولا: القيم الإخبارية:

## 1-تعريف القيمة:

القيمة في اللغة العربية واحدة القيم، وما له قيمة، إذا لم يدم على شيء، وقومتُ السلعة واستقمته: ثمنته، واستقام اعتدل، وقومته عدلته فهو قويم ومستقيم<sup>(9)</sup> وقد وردت كلمة قيمة في القرآن الكريم في عدة مواضع وتشير كلها إلى الدين المستقيم بمعنى الإسلام، ومع ذلك يمكننا القول أن معظم التعاريف عن القيم لا يمكنها أن تخرج عن أربعة مقتربات حصرها Adleur في<sup>(10)</sup> :

- المقرب الذي ينظر للقيم في جوهرها كالأفكار الخالدة أو كالمطلق أو كجزء إلهي
- المقرب الذي يرى القيم كقوى ملازمة للحاجات التي نسعى إلى تحقيقها أو الرغبات التي نود تليتها
- المقرب الذي يعتبر القيم سوى مجموعة من التفضيلات الموروثة أو التي تعلمها الفرد
- المقرب الذي يربط القيم بالنشاط وتحديد قيم الأفراد يتم عن طريق تحليل النشاط.

## 2-تعريف الخبر:

تأتي كلمة الخبر في اللغة العربية بمعنى النبأ وجمعها أخبار وأخبار، وأخبره خُبرة أنبأه ما عنده، والمخبرُ والمخبرة العلم بالشيء كالاختبار والتخبر<sup>(11)</sup> والخبر واحد الأخبار، واستخبره سأله عن الخبر وطلب أن يخبره<sup>(12)</sup> ومع التقارب بين كلمتي خبر ونبأ فإن هناك من يرى فرقا كبيرا بينهما حيث أن الخبر لا يكون إلا بالإخبار عما لا يعلمه المخبر، وهو أكبر درجة وشأنا من الخبر، بينما هذا الأخير يمكن أن يكون بما يعلمه وما لا يعلمه المخبر.

أما اصطلاحا فالخبر - باستثناء باقي القوالب الأخرى - حظي باهتمام بالغ، ووضعت له العديد من التعاريف التي تعبر عن رؤى ومدارس وتوجهات فكرية، إعلامية مختلفة، ومن بين التعاريف المقدمة لهذا الفن الصحفي تعريف كارل وارين الذي اعتبره " بعض وجوه النشاط الإنساني الذي يهيم الرأي العام ويسليه، ويضيف إلى معلوماته جديداً، وتعريف داون برادلي الذي عرفه بأنه الرواية الأمانة وغير المنحازة للأحداث ذات الأهمية أو النفع بالنسبة للجمهور"<sup>(13)</sup> وبالتالي فعندما يقرر المندوبون والمحروون ما هو الخبر، فإنهم في الواقع إنما يعرفون ما في مصلحة الجمهور أن يعرفه، ومع ذلك فإن تحديد الخبر يصعب أن يكون علما دقيقا، فعندما يتحدث الصحفيون عن المصلحة العامة، ففي ذهن كل منهم جمهور مختلف ومصالح مختلفة، وهو ما يدفعنا للقول بأنه ليست هناك

تعريفات قاطعة للخبر، وإنما هناك تقاليد وحاجات متغيرة للسوق الاستهلاكية، ومع ذلك فإنه توجد بالقطع مبادئ يطبقها رجال الأخبار عند تقييم قصة خبرية ما<sup>(14)</sup>.

### 3- القيم الإخبارية:

تأتي عملية انتقاء ونشر الأخبار في جميع الصحف ووسائل الإعلام في العالم كله، طبقاً للمعايير أطلق عليها القيم الإخبارية News Values ويتم استخدام هذه القيم أو المعايير في الحكم على صلاحية الأخبار للنشر بواسطة حراس البوابات، كما يتم استخدامها في الحكم على صلاحية تفاصيل معينة في الخبر للنشر<sup>(15)</sup> فبعد أن تتوافر المعلومات عن وقائع وأحداث، .. يتم اختيار زاوية لتقديمها على الروايات أو العناصر الأخرى وهذا الاختيار يتوقف على معايير متعددة منها ما يخص الصحيفة كنوعيتها ودورياتها واثرائها وسياستها التحريرية، ومنها ما يتعلق بالخبر بما يتضمنه من قيم<sup>(16)</sup> وبالتالي تكون القيم الإخبارية هي المعيار الذي بموجبه يمارس المحترفون في وسائل الاتصال أحكامهم التقويمية وتفضيلاتهم لشيء على شيء، مما يوجه عملية جمع الأخبار وانتقائها وتقديمها<sup>(17)</sup> وأن توافرها ضمن العملية الإخبارية لأي وسيلة دليل على احترافيتها وتفوقها في إنتاج الخبر، ويرجع الفضل في وضع هذه المعايير لكل من Galtung & Ruge عام 1965 حيث قاما بتحديد 12 قيمة تتحكم في عملية ترتيب الأخبار ونشرها (18)، واحدى الملاحظات المهمة التي يمكننا أن نسجلها في هذا الإطار هي قدر التداخل بين بعض تلك القيم التي حددها كل منها؛ فالقيم التي تشير إلى نخبة من الأمم أو الأشخاص أو شخص واحد (reference to elite nation, people, persons) كان من الممكن إدراجها ضمن قيمة واحدة فقط، وإضافة إلى ذلك فقد لقيت تلك القيم العديد من النقد والرفض من طرف الكثير من المهتمين والباحثين، وأحد تلك الاتهامات الموجهة لها هي اعتبارها غير مناسبة لطبيعة " صناعة الخبر " في بلدان معينة دون أخرى؛ فهي تحمل في طبيعتها ثقافة وعقلية المجتمعات الغربية التي نشأت فيها، وكما يرى البعض فإن هذه القيم قد تم وضعها لتؤدي أهدافها التجارية الربحية بالتوازي مع أهدافها السياسية والثقافية<sup>(19)</sup>.

ومن خلال هذا الطرح ارتأينا أن نركز على أهم تلك القيم التي حظيت بالاهتمام في العديد من الدراسات والبحوث، ونالت الكثير من القبول والموافقة على الأقل في المجتمعات العربية، مع أن التغير الكبير الذي مس طرق الأداء الإخباري وتنوع وسائله قد لا يفرض ضرورة لذلك:

أ- الجدة والحالية **Freshness or Newsness**: والتي تعني أن الخبر الأولي بالنشر هو الخبر الذي يكون جديداً، لم يفقد قيمته، أي لم يسبق وأن نشر من قبل.

ب- الإثارة **Excitement**: والتي تعني خصوصية الخبر وقدرته على مخاطبة عاطفة الإنسان وإثارة غرائزه.

ج- الشهرة **Prominence**: وتعني الأخبار التي تتضمن حياة المشاهير والشخصيات ذات الصيت الواسع في المجتمع، وغيرها من المضامين المعروفة لدى فئات واسعة من العالم.

د- القرب **Proximity**: وتتفرع هذه القيمة ليقصد بها القرب الجغرافي والنفسي والثقافي للخبر، فكلما كان الخبر أقرب إلى ( قارئه، سامعه، مشاهده ) حظي بأولية واهتمام كبيرين.

هـ- الصراع **Conflict**: وهي الدرامية والمنافسة التي تتضمنها الأخبار، ولا تقتصر هذه الأخير على الحروب فقط بل تشمل أخبار المنافسات الرياضية والسياسية وغيرها.

و- الطرافة والغرابة **Novelty**: وهي الوقائع غير المألوفة والتي لم يتعود على سماعها أو مشاهدتها والتي تخاطب خيال المتلقي.

ز- الاهتمام الإنساني **Human Interest**: وهي الأخبار التي تخاطب الجوانب المشتركة بين بني البشر والتي يتقاسمون فيها الاهتمام بعيدا عن انتماءاتهم ومعتقداتهم.

ح- الضخامة **Size**: ويقصد بها اتساع رقعة المعنيين بالخبر أو الواقعة، وبالتالي يحمل أكبر قدر من الجماهير على الاهتمام به.

ط- الاستمرارية **Continuity**: ويقصد بها تكرار الخبر وضرورة متابعته نظرا لما يتضمنه من عنصر الاستمرارية والدوام.

#### 4- صحافة المواطن:

تأخذ التسمية عدة أوصاف في اللغة الانجليزية فهي الصحافة التشاركية **Participatory Journalism** أو المستخدم منتج المحتوى **User-generated Content**، ... وتندرج صحافة المواطن **The Citizen Journalism** بصفة عامة، وفقا لتقسيم **لاسيكا Lasica** إلى الفئات التالية: (20)

أ- مشاركة الجماهير في منافذ الأخبار الرئيسية والتي تتضمن ( المدونات الشخصية، مواقع الأخبار التي تمنح الأفراد إمكانية التدوين فيها، منتديات الحوار، تقارير قراء الصحف الإلكترونية، الصور والفيديو والأخبار التي يرسلها الأفراد )

ب- مواقع الأخبار المستقلة .

ج- مواقع الأخبار التشاركية الكاملة، كموقعي ohmynews.com و indymedia.org

د- مواقع التشارك والتعاون الإعلامي كموقعي slashdot.org و everything2.com

هـ- أنواع أخرى من المواقع التي تقدم مواد إعلامية غنية.

و - مواقع البث الشخصية بالفيديو كموقع daytonabeach-live.com إضافة إلى البث الإذاعي.

وعلى الرغم من أن التسمية كانت قد أثرت قبل أن يظهر موقع الفايسبوك ويتعاطم دوره في تكريس مفهوم المواطن الصحفي، إلا أنه من المؤكد أن مختلف تطبيقات شبكة الانترنت من مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي انعكست، في طبيعتها ومبدأ عملها، على دور المتلقي وطريقة تفاعله مع الرسالة، حيث تمكن من أين يصبح منتجاً للخبر الصحفي ومصدراً للمعلومات، لا تقل أهميته عن كبرى القنوات الإخبارية ووكالات الأنباء، حيث كان له الأثر البالغ في نقل الأحداث من مكان وقوعها نضا وصورة وفيديو .

## 5- نحو علاقة تكاملية بين الإعلام التقليدي والجديد:

بعد التحديات التي فرضتها وسائط الإعلام الجديد على وسائل الإعلام التقليدي، وفي مستويات عدة من الممارسة الإعلامية، كان لزاماً على مختلف القنوات التلفزيونية والصحف، والإذاعات، .. أن تواجه تلك التحديات وتطور أو تخلق نهجا آخر يمكنها من أن تستمر في أداء رسالتها وتحتفظ بقدر من جاذبيتها وسحرها أمام وسائط الإعلام الجديد في الوقت الذي تأكدت فيه حمية التعايش بين هذه الوسائل وقابليته للاستمرار حتى مع ما قد تعج به الفضاءات الإعلامية والتكنولوجية من مستجدات، وفي خضم هذه الحركة التي عرفها العمل الصحفي، وتنامي دور المتلقي - الذي لم يعد سلبيا كما كان سابقا - حاولت العديد من المؤسسات الإعلامية زيادة حجم تفاعلها مع جمهورها ومتابعيها، وأخذت توظف المزيد من التطبيقات الإعلامية الجديدة التي تخلق منافذ ومساحات للتفاعل مع المؤسسة الإعلامية وتوسيع مساحات تواجدها من خلال ما ينشر أو يتم تبادله بين المستخدمين.

## 6- تعريف الفايسبوك:

أنشئ الموقع سنة 2004 من طرف الطالب **مارك زوكربيرغ** Mark Zuckerberg تحت الرابط الإلكتروني **thefacebook.com** حيث كان التسجيل في الموقع مقتصرًا فقط على طلبة

جامعة هارفرد Harvard، غير أنه وفي أواخر العام 2006 أصبح في إمكان أي شخص امتلاك حساب شخصي على الموقع، بعد أن تم تغيير الرابط، وإضافة العديد من التحسينات عليه، وتتلخص أهم خدماته في تكوين شبكات تواصلية بين الأفراد عبر أنحاء العالم، من خلال إتاحة فرص نشر معلومات في قوالب ومواد مختلفة ( نص، صور، رابط، .. ) وإمكانية بناء مجموعات تواصلية والانخراط فيها، إضافة لتبادل الرسائل العامة والخاصة، والمحادثة الفورية وغيرها من التطبيقات التي تجعل منه مساحة تواصلية تختلف عن غيره من المواقع المماثلة كوقعي مايسبيس Myspace وتويتز Twitter، ..<sup>(21)</sup> وفي أواخر العام 2012 كان هناك 1 مليار مستخدم للموقع عبر أنحاء العالم<sup>(22)</sup> حيث ساهمت كل تلك الخدمات التي يقدمها في ربط الأفراد والعائلات والمجتمعات المتعددة الثقافات ببعضها البعض، في أن يتصدر مراتب متقدمة بين أكثر المواقع زيارة في العالم، وزيادة على ذلك كان للاهتمام الإعلامي الذي حظي به الموقع في مختلف وسائل الإعلام العالمية، والأرباح التي حققها، أثر كبير في شيوع الموقع وتوسع استخداماته التي تجاوزت التعبير عن اليوميات ونشر الصور الشخصية إلى اهتمامات أخرى تتعلق أساسا بتوظيف الموقع في الحملات الانتخابية، والدعوة الدينية، وغيرها من الاستخدامات التي رافقت تنامي تطبيقات الموقع وزيادة عدد مستخدميه.

#### 7- موقع الفايسبوك كمصدر للحصول على الأخبار:

لا يتوقف دور الفايسبوك في مجرد ربط الأفراد وإبقائهم على تواصل دائم فيما بينهم، أو حتى تشكيل اجتماعيتهم على نحو جديد، بل يتسع من خلال الخدمات التي يقدمها والوظائف التي يؤديها إلى اعتباره مصدراً إعلامياً يحصل من خلاله المستخدمون على مجموعة من المعلومات والأخبار التي تختلف تبعاً لموضوعها ومضمون المحتوى الإخباري الذي تتضمنه ( سياسي، اقتصادي، علمي، .. ) وبالتالي يثير الموقع مسألة غاية في الأهمية؛ وهي قدرة شبكات التواصل الاجتماعي على تزويد المستخدمين بمختلف الأخبار، كنتيجة لقدرة الموقع على احتواء كم هائل من المعلومات وتناقها بين المستخدمين بسرعة، وفعالية ذلك التواصل الاجتماعي في تعزيز الرصيد المعرفي للمستخدمين، وبالتالي فإن الموقع يشكل لدى الكثير منهم مساحة إعلامية يجدون فيها معلومات متنوعة، حتى وإن اختلفت الطريقة التي يتم بها الحصول على تلك المعلومات والأخبار، أو القوالب التي تتضمن تلك المواد الإعلامية، حيث أثبتت الدراسة التي أجرتها مؤسسة البحث الوطني الأمريكية (NRC) أن " 1 من بين 5 أمريكيين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على أخبار طبية، و41٪ من المرضى يحصلون على المحتوى الطبي من على موقع الفايسبوك، في حين عبر 94٪ منهم أنهم كانوا قد تحولوا لاستخدام الموقع من أجل تلك الغاية " (23) وإلى جانب ذلك فإن الموقع يعتبر مساحة

لإنتاج الخبر وفرصة واسعة لمساهمة " المواطن الصحفي " في الإعلام والإخبار عن ما يدور حوله من أحداث ووقائع، وفي هذا السياق تقول Lindsay Hoffman أستاذة الإعلام والاتصال بجامعة Delaware في دراستها حول موقع الفايستوك كمصدر للمعلومات السياسية "أن هناك شيء واحد مؤكد، وهو أن شبكات التواصل الاجتماعي تلعب دوراً كبيراً في الطريقة التي ينشر بها المواطنون الأخبار ويتبادلونها فيما بينهم، كما فرضت تحدياً حاسماً على وكالات الأنباء في مواكبة العالم الرقمي المتواصل (من التواصل) أين تشكل مواقع شبكات التواصل الاجتماعي ممراً رئيسياً للأخبار" (24)، كما أكدت الدراسة التي أجرتها مؤسسة Mass-Relevance توظيف قناة CNN لموقع الفايستوك "أن القناة ومن خلال صفحاتها على موقع الفايستوك استطاعت أن تنقل الأخبار والوقائع، لاسيما السياسية، على موقع الفايستوك وقت وقوعها كما سجلت تعاطياً وتفاعلاً كبيرين معها، حيث حصلت الإدراجات الخمسة الأولى على معدل 2500 معجب" (25).

### عرض النتائج:

الجدول رقم (01): يوضح نوع مواضيع الإدراجات على صفحة قناة الجزيرة في موقع الفايستوك.

الموضوع	سياسي	اقتصادي	ديني	رياضي	ثقافي	اجتماعي	علمي	أحداث	أخرى	المجموع
التكرار	91	9	2	3	-	15	32	104	18	274
النسبة	33.21%	3.28%	0.72%	1.09%	-	5.47%	11.67%	37.95%	6.56%	100%

إن القراءة المتأنية لوحدة التحليل المجدولة أعلاه تترجم حجم الاهتمام الإخباري لقناة الجزيرة على صفحاتها في موقع الفايستوك، حيث تشير النسب المئوية العامة لارتفاع واضح في نشر وإدراج المواضيع المتعلقة بالأحداث والوقائع التي تشهدها الساحتين العربية والدولية، وذلك بنسبة 37.95٪ من الإدراجات، والمتعلقة أساساً بتغطية القناة لبؤر التوتر في سوريا، الجزائر، مصر ومختلف المناطق الأخرى، لاسيما وأن الدراسة قد تزامنت وتنامي تداعيات الحرب بين النظام السوري والجيش الحر، وكذا ما شهدته العمليات العسكرية على مالي وما أحدثته عملية اختطاف الرهائن في الجنوب الجزائري وغيرها من الأحداث العالمية الأخرى التي ترتبت عنها خسائر مادية بشرية اكتسبت تلك الأخبار أهمية لنشرها، غير أن ما تجب الإشارة إليه في هذا السياق هو ارتفاع مواضيع الأخبار السياسية واعتماد القناة عليها بشكل كبير، وهذا إدراكاً من القائمين على صفحة القناة في موقع الفايستوك لأهمية هذه

الأخبار عند طبقات واسعة من المجتمع، وارتفاع الإقبال الجماهيري لمتابعتها مما اختلفت الوسيلة، حيث لا يختلف الأمر بالنسبة لحوامل إعلامية أخرى كالصحف والصحف الإلكترونية أو الإذاعات وغيرها من الوسائل الإعلامية الأكثر جماهيرية، على الأقل، في الوطن العربي، هو ما أكدته الدراسة التي أجريت على 22 صحيفة إلكترونية في الوطن العربي، والتي كشفت أن المواضيع السياسية احتلت نسبة 52.85٪ مقارنة بالمواضيع الأخرى في الصحف الإلكترونية<sup>(26)</sup>، كما لا يختلف الأمر كذلك بالنسبة للصحف الورقية حيث كشفت الدراسة التي أجريت على عينة من أعداد صحيفة الغد الأردنية، أن الأخبار السياسية تحتل الصدارة وذلك بنسبة 29.6٪ بين المواضيع الأخرى<sup>(27)</sup>، وهو المؤشر الذي يدفعنا للقول بأن توجه القناة من خلال صفحتها على موقع الفايسبوك هو توجه سياسي، كما أن الصفحة لا تعدو أن تكون مجرد مساعد ومساهم لبقية الوسائل الأخرى التي تعتمد عليها الجزيرة في تكريس سياستها التحريرية، من خلال توظيفها البث التلفزيوني أو اعتمادها على تطبيقات أخرى كموقع تويتر أو يوتيوب وغيرها، وهذا يأتي إدراكا لقدرة هذه التطبيقات وتفوقها في نشر الأخبار وتوزيعها بين عدد هائل من الجماهير ومستخدمي الإنترنت، في بيئة أكثر تواصلية وتفاعلية عن غيرها من الوسائل الإعلامية الأخرى من خلال إتاحتها التعليق وتبادل النقاش المباشر حول مختلف المواضيع السياسية المنشورة، وبالتالي فإن القناة تحرص على تنوع قنوات توزيع الأخبار وتماسها مع نوع الوسيلة المستخدمة.

الجدول رقم (02): يوضح توزيع القيم الإخبارية في إدراجات قناة الجزيرة على موقع الفايسبوك.

القيمة	الجددة	الأهمية	الإثارة	الشهرة	الصراع	القرب	الاستمرارية	الغرابة	الضخامة
التكرار	271	250	38	31	200	209	156	16	138
النسبة	98.90٪	91.24٪	13.86٪	11.31٪	72.99٪	76.27٪	56.93٪	5.83٪	50.36٪

تفصح النتائج التي تعبر عنها البيانات المجدولة عن ميزة أساسية في إدراجات قناة الجزيرة على صفحتها في موقع الفايسبوك وهي تعدد القيم أو الثراء القيمي في الخبر Newsworthy حيث تحتوي جميع الإدراجات نسب مرتفعة من القيم، ما يصنع حجم الإقبال الكبير على التفاعل مع الخبر من قبل المتلقين، من خلال متابعتهم والتفاعل معه بالإعجاب به أو بإعادة نشره على صفحاتهم الخاصة وغيرها من أشكال تأثير ثراء الخبر في جمهور المتلقين.

والى جانب ذلك تكشف وحدات التحليل التي عالجنا بها البيانات الإحصائية عن ارتفاع نسبة قيمة الجدة والانية في الأخبار التي تحملها إدراجات قناة الجزيرة على صفحتها في موقع الفايبيوك، حيث تتصدر نسبة القيم الأخرى بنسبة 98.90٪ من الأخبار المدرجة في الفترة الزمنية للدراسة، وهو ما يعبر عن الحرص المفرط للقناة ومسايرتها في نشر الأخبار التي لم يسبق لها وأن نشرت، سواء على صفحاتها أو صفحات القنوات التلفزيونية الأخرى وباقي وسائل الإعلام، كما أن في ذلك إشارة واضحة لما أصبحت تشكله وسائل الإعلام الجديد وخاصة موقع الفايبيوك من تحديات اتجاه وسائل الإعلام الأخرى ( جرائد، إذاعات، قنوات تلفزيونية، .. ) من خلال الانفراد باحتواء الأخبار الجديدة، وسرعة نشرها وتداولها بين جماهير واسعة " فالمنافسة الصحفية على نقل ما جرى وما حدث بالفعل، تقابلها منافسة أشد من الوسائل الاتصالية الأخرى التي لا ترتبط بوقت محدد للصدور وفي ضوء هذه المنافسة المزدوجة، تعمل الصحيفة على نقل الخبر فور وقوعه بأقصى سرعة في أولى طبعاتها على أن توالي تقديم التفاصيل أولا بأول في طبعتها المتتالية .. فعنصر الزمن هنا أو التوقيت له أهميته" (28).

كما أن في ذلك إشارة ضمنية لاعتبار موقع الفايبيوك كمصدر للحصول على المعلومة، وبالتالي فإن الموقع يشكل لدى الكثير منهم مساحة إعلامية يجدون فيها معلومات متنوعة، حتى وإن اختلفت الطريقة التي يتم بها الحصول على تلك المعلومات، أو القوالب التي تتضمن تلك المواد الإعلامية، حيث "يأتي موقع الفايبيوك في المرتبة الثانية بعد موقع Wikipedia في نسبة الاعتماد عليه كمصدر للحصول على المعلومة وفق الدراسة التي أجراها كل من الباحثين Head, A.J. & Eisenberg" (29) لكن بالمقابل، يمكن أن يفهم ذلك على أنه نزول عند رغبة وسلطة متابعي القناة والمعجبين بها، من خلال صفحتها على موقع الفايبيوك والذين هم في حاجة للإطلاع على ما هو جديد ولم يسبق لهم أن وجدوه في صفحات أو مصادر إعلامية أخرى.

وبالتوازي مع تركيز قناة الجزيرة على قيمة الجدة في تطعيم أخبارها وإدراجاتها المنشورة على صفحة الفايبيوك، تولى عناية خاصة بقيمة الاهتمام الإنساني لمواضيع تلك الأخبار والإدراجات، حيث تأتي في المرتبة الثانية ضمن أكثر القيم الإخبارية ملازمة لتفريق وترتيب ما ينشر أو لا ينشر بنسبة (91.24٪)، أي أن القائمين على صفحة القناة يدركون تماما قدر هذه القيمة الإخبارية في جذب الجماهير وشد انتباههم، بمعنى آخر أن يكون مضمون تلك الإدراجات عن الناس ومن أجلهم، وذلك من خلال تقييم الخبر والحكم عليه وتحليل مسبق لمدى أهميته وحجم تلك الأهمية من عددها، بمعنى أن يكون مضمون تلك الإدراجات عن الناس ومن أجلهم .

وإضافة إلى قيمة الأهمية، تخضع أولوية نشر الأخبار وإدراجها على صفحة قناة الجزيرة في موقع الفايسبوك لقانون القرب، أو قيمة القرب، حيث تعتبر هذه الأخيرة أهم القيم الإخبارية التي تغني الخبر وتعطيه وزنه ضمن ما ينشر وينداع، حيث تجمع قناة الجزيرة في إدراجها على موقع الفايسبوك بين أنواع وُيعاد تلك القيمة (كلقرب الجغرافي والعاطفي والاجتماعي) غير أن ملامح القرب الجغرافي تبدو أكثر تجليا بين القيم الأخرى، وهو ما يتماشى وسياسة القناة التحريرية في تركيزها على الأخبار المتعلقة بالمنطقة العربية حيث تأتي الأخبار المتعلقة بالشأن العربي أو الأقرب للجماهير العربية في المقدمة ثم بعدها تتوالى إدراجات الأخبار المتعلقة بالمناطق الأبعد، كإحدى أولويات تغطيتها الإخبارية، وما تملكه القناة - إضافة للمصادر الأخرى - من مكاتب، وفي هذا السياق تؤكد الدراسة التي أجرتها قناة NBC الأمريكية أن " الأخبار المحلية تأتي بصفة أساسية من المناطق القريبة التي تملك فيها القناة مكاتب " (30) كما أن تركيز القناة على قيمة القرب قد ينبع من خصوصية المنطقة العربية جغرافيا وتقاسمها للباضي المشترك ما يجعلها أقرب ثقافيا واجتماعيا بين مناطق العالم الأخرى، " فقمة القرب في بلد ك: فيلندا أهم بالنسبة لوسائل الإعلام من القيم الأخرى، وذلك نظراً لعزلة المنطقة واهتمامات جماهيرها عن بقية أنحاء العالم " (31) في حين استعانت القناة بقيمة الضخامة في توسيع نطاق الاهتمام بأخبارها وإدراجها، حيث أن نصف الأخبار والإدراجات 50.36٪ تعني فئات واسعة من المجتمع سواء في المنطقة العربية أو في غيرها، وبالتالي فالموقع يعتبر تعزيزاً واثراً للمحتوى الإخباري العربي الذي قد لا يحظى بالاهتمام اللازم ضمن اهتمام القنوات التلفزيونية العلمية وتغطياتها الإخبارية أو باقي وسائط الإعلام الجديد الأخرى، كما يمكن أن يصاغ أو وفق توجه يعبر عن سياسة تلك القناة أو الوسيلة .

ومع أهمية قيمة القرب فإن قناة الجزيرة، ومن خلال صفحتها على موقع الفايسبوك، لم تكشف في ضمان نجاح إدراجها على تلك القيمة فقط بل ركزت اهتمامها على قيمة الصراع في شد انتباه جماهيرها والمعجبين بصفحتها، حيث تحتوى نسبة 72.99 ٪ من أخبارها على تلك القيمة من أبسط صورها مجسدة في أخبار المنافسات الرياضية إلى أعنفها وأكثرها ضرراً كالحروب وجبهات القتال في سوريا ومالي " إن تركيز الأخبار الصحفية على عنصر الصراع، ما هو إلا مجرد انعكاس لافتتان النفس البشرية بهذا الشيء نفسه، والافتتان الإنساني بالصراع قد يكون ببساطة ناتجا عن إثارة متولدة من الاندماج أو التعمص وتنفيس عاطفي من جانب الأفراد في المجتمع " (32).

غير أن ما يسجل على القيم الإخبارية في إدراجات قناة الجزيرة على صفحتها في موقع الفايسبوك، هو تراجع وتأخر اهتمام القارئ على تلك الصفحة بقيمتي الشهرة والإثارة حيث تحتل كل منها نسبة 11.31 ٪، 13.86 ٪ على التوالي بين القيم الإخبارية الأكثر حضوراً ضمن إدراجات

القناة، فعلى الرغم من قدرتها على جذب انتباه الجماهير وتوجيه اهتمامهم إلا أن القناة آثرت توجيهها الإخباري السياسي عن ما يمكن أن يجيد أو يزلق بها إلى سياسات ومذاهب تحريرية أخرى، بمعنى أن القناة ركزت على موضوع الخبر أكثر من تركيزها على الشخصيات التي يمكن أن تصنع ذلك الخبر، كما لم تعتمد بالتوازي مع ذلك على قيمة الغرابة أو الطرافة 5.83٪، وعلى الرغم من احتواء بعض الأخبار على كل من قيم (الإثارة، الشهرة، الغرابة) إلا أن ذلك يعبر عن نوع من التوازن في تناول القيم الإخبارية، ومحاولة إحداث نوع من الانسجام القيمي في الأخبار والإدراجات المنشورة على صفحاتها في موقع الفاييسبوك حتى لا تكون هناك رتابة وروتين في العملية الإخبارية، وبغية من القائمين على الصفحة في الانزواء بمتابعي إدراجات القناة أو المعجبين بها إلى أخبار أخرى تختلف عن ما هو سياسي أو اقتصادي، ..، بينما تحرص القناة بالمقابل على إبقاء هؤلاء (الجماهير) على اتصال دائم ومتابعة مستديمة لأخبارها وإدراجاتها من خلال تركيزها على قيمة الاستمرارية في عرض الأخبار وإبراز مستجداتها، وليس غريبا اعتماد القناة على هذه القيمة طالما أنها سمة أساسية في وسائل الإعلام الجديد، كما أن قناة الجزيرة باعتمادها على هذا هذه القيمة تكون قد سايرت واقع التعااطي مع الأخبار الذي تشهده باقي وسائل الإعلام الجديد في مختلف مناطق العالم. حيث كشفت العديد من الدراسات أن "توظيف وسائل الإعلام الجديد في صنع الأخبار ونشرها وتوزيعها، في بريطانيا، أظهرت محورية قيمة الاستمرارية ومدى اعتبارها كقوة في المحيط الرقمي الذي تتداول فيه الأخبار"<sup>(33)</sup>.

وبصفة عامة تكون قناة الجزيرة ومن خلال صفحاتها على موقع الفاييسبوك، قد أظهرت نوعا من التوازن والثراء في القيم الإخبارية التي تناولتها إدراجاتها، وبالتالي استطاعت أن تصل إلى مصف القنوات الإخبارية العالمية وقدرتها على التعامل مع الأخبار وتوظيفها بما يخدم سياستها التحريرية وجماهيرها في الوقت نفسه، وفي هذا السياق يرى البعض أن القيم الإخبارية في الوطن العربي تظهر نوعا من الخصائص التي تميز وسائل الإعلام الأمريكية، وهذا التشابه يمكن أن يرجع إلى ارتفاع المستوى المهني لجيل الإعلاميين الجدد من الصحفيين، كما أن هذا التطور لا يمكن أن يرجع إلى تنامي تأثيرات العولمة وحدها<sup>(34)</sup>.

الجدول رقم (03): يوضح مصدر الإدراجات على صفحات قناة الجزيرة في موقع الفايسبوك.

المصدر	القناة نفسها	وكالات أنباء أو قنوات أخرى	مصدر غير محدد	المجموع
التكرار	106	36	70	274
النسبة	38.68%	13.13%	25.54%	100%

إن القراءة المتأنية لبيانات الجدول أعلاه تفصح عن ارتفاع اعتماد قناة الجزيرة على مصادرها الخاصة من مراسلين ومندوبين صحفيين وغيرها من مكاتبها المتواجدين في مختلف أنحاء العالم، حيث أن ما نسبته 38.68% من الإدراجات مصدرها القناة نفسها، وهو ما يعبر عن مدى احترافية القناة وإمكانياتها، واتساع نطاق حضورها وتواجدها كشاهد على مختلف الأخبار والأحداث التي تعرفها الساحتين العربية والعالمية، وبالتالي فإن تلك الممارسة الإعلامية على موقع الفايسبوك لا تحيد عن طبيعتها كقناة تلفزيونية، يعطي صحيفوها أهمية بالغة للحصول على الأخبار والأحداث من مكان وقوعها، وتحقيق سبق الصحفي في الكثير من الأحيان، بل يصل الأمر لمنافستها وكالات الأنباء العالمية، وفي هذا الإطار كشفت دراسة أجريت على عينة من نشرات الأخبار في قناة الجزيرة إبان الحرب على العراق أن " قناة الجزيرة اعتمدت، بالدرجة الأولى في تغطيتها، على مراسليها في مختلف مناطق العراق وكذلك في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي دول أخرى وهذا بنسبة 61.50% من مجموع المصادر الأخرى " (35) غير أنها استعانت بالمقابل بمصادر أخرى كوكالات الأنباء أو قنوات تلفزيونية (عربية، أجنبية) أخرى وذلك بنسبة 13.13% من إدراجاتها، لكن بالمقابل تثير نسبة الإدراجات أو الأخبار المنشورة على صفحة القناة في موقع الفايسبوك، دون تحديد أو إشارة لمصادرها، العديد من الأسئلة المتعلقة أساساً بما يعرف في أبحاث مهنية العمل الإعلامي والإخباري بالمصدقية، فذكر مصدر الخبر يخدم بقوة صحة الخبر وصدقه، سواء تعلق الأمر بوسائل الإعلام التقليدي أو الجديد، إن كان تحديد المصدر في هذا الأخير أكثر إلحاحاً، خصوصاً في بيئة الإنترنت التي تشهد عدة اختراقات وقرصنة مستمرة من جهة، وبروز ظاهرة تقمص هوية صفحات موقع الفايسبوك الخاصة بالقنوات التلفزيونية ومن ثم نشر وتنسيق أخبار وإدراجات لتلك القنوات، وبالتالي فإن ذكر المصدر مهم جداً في التغطية الإخبارية على تلك الوسائط الإعلامية الجديدة نظراً لما قد تشكله تلك الممارسات من نزع الثقة وإثارة الشك أمام المعجبين بصفحة قناة تلفزيونية معينة .

الجدول رقم (04): شكل النشر في إدراجات قناة الجزيرة على موقع الفايسبوك.

شكل الإدراج	نص	صورة	صوت	رابط	فيديو	وسائط متعددة
التكرار	17	4	-	-	12	241
النسبة	٪ 6.2	٪ 1.45	-	-	٪4.37	٪87.95

إن وحدات التحليل المجدولة هي التكرارات والنسب المتوية من مجتمع الدراسة، والتي تجسد أشكال الوسائط الإعلامية الحاملة للمحتوى الإخباري على صفحة قناة الجزيرة في موقع الفايسبوك، في حين تستثنى القيم المدومة والمرموز لها بالرمز (-) والتي تعبر عن عدم اعتماد قناة الجزيرة على نشر إدراجات وأخبار على صفحاتها في صيغة صوت أو رابط إلكتروني فقط، وذلك لتفوق باقي الوسائط الإعلامية، وقدرتها على تقديم المعلومة أو الخبر بشكل أسرع وأوضح، وبالتالي فقد جاءت نتائج الدراسة لتكشف نسبة اعتماد القناة على الوسائط المتعددة، والتي تجمع في هيكلها بين مختلف الوسائط الأخرى، وبذلك تكون أكثر قابلية لاختزال المعاني والدلالات التي تتضمنها الأخبار، وقدرتها على التعبير عنها، أي أن اعتماد القناة على الجمع بين مختلف تلك الوسائط في نشر أخبار على صفحة الفايسبوك، يأتي من إدراك القناة لمحدودية تلك الوسائط وحاجتها لأن تدعم وتعزز، حتى تكتمل الرسالة الإعلامية ويكتمل معها هدفها في تقديم أكبر قدر ممكن من المعلومات لمتابعي صفحاتها، وزيادة على ذلك فإن أهمية توظيف الوسائط المتعددة في نشر الأخبار، له أثر في نفسية المتلقي، ويترك انطبعا قويا لديه من خلال تعدد الوسائط من (نص، صورة، صوت، فيديو) مما لو كان المحتوى نصيا فقط، فضلا عن اعتبار تلك الوسائط إحدى الحوافز المهمة للإقبال على قراءة الأخبار وتصفح الإدراجات، أكثر مما لو كانت الوسيلة الإعلامية جريدة أو إذاعة، .. "ففي بيئة الوسائط المتعددة Multimedia، لدينا العديد من إمكانيات التعبير، بحيث نستطيع أن نضيف الصورة التوضيحية لنصوصنا، أو إضافة مقاطع موسيقية للقطات فيديو، .. في مجتمعنا هي أشكال إبداعية جدا للتعبير لديها أثر على معتقداتنا، آرائنا السياسية، وعلاقتنا الاجتماعية، لكن غالبا ما يتم التقليل من شأنها، في حين نحن البشر ليس لدينا مشكلة في مزج هذه الوسائط، واستنتاج الرسائل والتفسيرات منها"<sup>(36)</sup>.

إن توظيف الوسائط المتعددة، وعلى نطاق واسع، هو أحد سمات التغطية الإخبارية في وسائل الإعلام الجديد، ومع ذلك فهذا لا يمكن أن يعني أن باقي الوسائل لا تسعى لتوظيف مختلف تلك الوسائط على مساحاتها الإعلامية، أو أن صفحة قناة الجزيرة على موقع الفايسبوك تنفرد بهذه الممارسة الإعلامية بل لنا تأكيد أهمية تنوع الوسائط الحاملة والناقلة للخبر مما تعددت الوسيلة .

الجدول رقم (05): يوضح مستوى اللغة المستخدمة في إدراجات قناة الجزيرة على صفحاتها في موقع الفايسبوك .

مستوى اللغة	اللغة العربية الفصحى	اللغة العربية العامية	أخرى	المجموع
التكرار	274	-	-	274
النسبة	% 100	-	-	% 100

تحمل وحدات التحليل المجدولة أعلاه العديد من المؤشرات والدلالات حول المستوى اللغوي لإدراجات قناة الجزيرة في صفحاتها على موقع الفايسبوك، حيث يغلب استعمال اللغة العربية الفصحى في جميع إدراجاتها وذلك بنسبة 100 %، والتي يبدو أنها لا تزيغ عن المستوى اللغوي في بثها الأخبار ونشر المعلومات باللغة العربية الفصحى على قناتها التلفزيونية الإخبارية، وبأني هذا الخيار تعبيراً عن إدراك القائمين على القناة لمدور اللغة العربية الفصحى في مخاطبة أكبر عدد من الجماهير وتبليغ الرسالة الإعلامية لا أكبر قدر ممكن من مستخدمي الإنترنت أو المعجبين بصفحة القناة على موقع الفايسبوك، حيث تقف اللغة العامية في هذا السياق كحاجز يحول دون استكمال العملية الإعلامية نظراً للتمايز الحاصل بين اللهجات العربية من منطقة عربية وأخرى، وبالتالي فاعتماد القناة في إدراجاتها على اللغة العربية الفصحى لتعبر عن المعاني التي تحملها الأخبار يشكل فارقاً بينها وبين العديد من وسائل الإعلام التي كثيراً ما اهتمت بتشويه اللغة العربية الفصحى؛ سواء تعلق الأمر بكثرة الأخطاء النحوية فيها أو المزج بينها وبين اللغات الأجنبية أو حتى هيمنة هذه الأخيرة على العديد من مسميات المنابر الإعلامية العربية التي تخاطب جماهير عربية أيضاً، وبالتالي ليس غريباً أن نجد صفحات جرائد بأكملها باللغة العامية أو قنوات تلفزيونية عربية بأساء أجنبية وغيرها من مظاهر سوء توظيف اللغة واستخدامها لتتناسب المحتوى وتساعد على نشره بصيغة تضمن له تحقيق أهدافه وغاياته .

غير أن هذا التوجه الذي انتهجته قناة الجزيرة في تحرير أخبارها وإدراجاتها، قد يعتبر ضرورياً من جانب آخر، نظراً لما تفرضه طبيعة المحتوى والمضمون التي تحملها الأخبار، فاللغة العربية الفصحى هي اللغة الاتصالية في وسائل الإعلام التقليدية بوجه عام كالإذاعة مثلاً، لأنها أثبتت قدرتها على التعبير عن أسمى العواطف والمشاعر الإنسانية، أما العامية فهي لا تقوى على أن تكون لغة العلم والأدب لأنها لا تقوم على قواعد وأصول مكتوبة وليس لها نحو خاص<sup>(37)</sup> .

## الإجابة على أسئلة الدراسة :

لقد تمكنا، بعد الدراسة التحليلية، من الإجابة على أهم التساؤلات الفرعية التي تتناول جوانب عدة من مسألة القيم الإخبارية في وسائط الإعلام الجديد، وبشكل خاص في موقع الفايسبوك، فنيا يخص التساؤل الأول والمتعلق بمدى التزام القناة بمعايير القيم الإخبارية في اختيار ما ينشر على صفحتها في موقع الفايسبوك، فقد كشفت الدراسة عن احترافية القناة في التعامل مع القيم الإخبارية وتوظيفها فيما يخدم سياستها وتوجهها باعتبارها قناة إخبارية بالدرجة الأولى من جهة، وخدمة جمهورها ومتابعيها الذين يعتمدون على القناة كمصدر للحصول على المعلومة من جهة ثانية، حيث تركز اهتمام القناة على نشر الأخبار ( الأحداث والوقائع ) الآتية والتي تحظى باهتمام كبير لدى غالبيتهم، في حين يتجلى التزام القناة وتعاطيها مع القيم الإخبارية من خلال محاولتها تحقيق نوع من التوازن القيمي الذي يقتضي تناول مختلف تلك القيم مع ما يتناسب وطبيعة القناة، ومن خلال التساؤل الثاني، لم تظهر الدراسة أي مؤشر دال على تأثير موقع الفايسبوك في معايير اختيار القيم الإخبارية أو ترتيب الأخبار والإدراجات على نحو مختلف عن ما هو ماثل في قناة الجزيرة التلفزيونية. بل أكدت الدراسة أن الموقع لا يعدو أن يكون مساهما ومعززا للأداء الإعلامي في القناة التلفزيونية، وذلك من خلال استمرار السياسة أو التوجه الذي تسلكه قناة الجزيرة في تقديم الخدمة الإخبارية لجمهورها، ما يدفعنا للقول بأن طبيعة القناة وجمهورها، ونوع المادة الإخبارية التي تقدمها، هو من يؤثر في طريقة التعامل مع القيم الإخبارية وترتيب ما ينشر.

أما التساؤل الثالث والمتعلق بالأسس التي تعتمدها قناة الجزيرة في اختيار إدراج معين دون آخر لنشره على صفحتها في موقع الفايسبوك، فقد أوضحت الدراسة أن حداثة الإدراج وجدته، وارتباطه بالأحداث التي تتضمن صراعا أو موضوعا سياسيا يكون قريبا من اهتمام جماهيرها والمعجبين بصفحتها، هو الإدراج الذي ينال الأولوية في النشر والتوزيع.

ومع ذلك فقد أكدت الدراسة، وكإجابة عن التساؤل الرابع، أن هناك ثراء في القيم الإخبارية التي تتضمنها إدراجات قناة الجزيرة على موقع الفايسبوك، حيث أن معظم إدراجاتها تتضمن أكثر من قيمة واحدة، وهو ما يعطي دفعا قويا لذيق تلك الأخبار وتعاطي الجماهير معها، وبالتالي إيصال الرسائل والأهداف الكامنة وراء نشرها وإذاعتها.

وفي هذا السياق أظهرت الدراسة، في إجابتها عن التساؤل الخامس، أن مواضيع الأحداث والوقائع التي شهدتها العالم، لاسيما المنطقة العربية كاحتدام المعارك بين الجيش السوري الحر ونظام بشار الأسد، أو العمليات العسكرية الفرنسية في مالي، تداعيات احتجاز الرهائن في الجزائر، ..

نالت اهتماماً أكبر بين المواضيع الأخرى ( العلمية، الاقتصادية، الرياضية، .. ) وبجانب ذلك حظيت المواضيع السياسية بنصيب وافر من الإدراجات على صفحة القناة في موقع الفيسبوك، ويرجع ذلك ربما لكون الجزيرة تخصص قناة تلفزيونية وصفحات أخرى على موقع الفيسبوك لكل موضوع من المواضيع كالإقتصاد، والرياضة، ... وغيرها.

أما بخصوص التساؤل السادس، والمتعلق بمصدر تلك الأخبار والإدراجات التي تنشرها القناة على صفحتها في موقع الفيسبوك، فقد كشفت الدراسة أن الجزيرة تعتمد على مصادرها الخاصة بها، من مراسلين ومندوبين ومختلف المكاتب التي تملكها عبر أنحاء مختلفة من العالم، وهو ما أهلها لتحقيق سبق الصحفي في الكثير من الأحيان، وجذب عدد أكبر من المتابعين والمعجبين الذي أصبحوا يعتمدون على القناة كمصدر للحصول على الأخبار.

وبالتوازي مع ذلك، وكإجابة عن التساؤل السابع، فإن أغلب إدراجات القناة على صفحتها في موقع الفيسبوك تصاغ بلغة عربية فصحي، تناسب، على الأقل، مستوى فئة واسعة من مستخدمي موقع الفيسبوك أو المعجبين بصفحة القناة، في حين تقدم تلك الأخبار والإدراجات عبر وسائط إعلامية متعددة، يتم الجمع فيها بين النص والصورة والفيديو، ما يعطي مساحة أوسع لاحتواء مضمون الخبر وطبيعة المعاني والدلالات التي يتضمنها، وإيصالها للمتلقين .

#### خاتمة:

تعتبر هذه الدراسة، على تواضعها، محاولة هامة في سبيل فحص وتحليل طبيعة القيم الإخبارية التي تعتمد عليها وسائل الإعلام على اختلافها في سعيها لتوسيع نطاق تواجدها وحضورها، وقد استطعنا من خلالها خوض غمار البحث والتحليل لإحدى أهم وسائط الإعلام الجديد والقنوات التلفزيونية انتشاراً وتأثيراً في عالم اليوم، والمتمثلين في موقع الفيسبوك وقناة الجزيرة، من خلال اعتماد هذه الأخيرة، كمؤسسة إعلامية، على الموقع في نشر وتقديم الأخبار لجمهورها .

وقد استطعنا أن نصل إلى أن موقع الفيسبوك، وباعتباره تطبيق إعلامي جديد، يساعد مضمون القناة التلفزيونية على النفاذ إلى الجماهير من خلال ما يدرج في صفحتها، وأن القناة أيضاً تعتمد القيم الإخبارية ذاتها في تغطيتها للأحداث والوقائع في وسيلة التلفزيون، فهي تركز على قيمتي الجودة والاتنية، وتهتم بنشر الأخبار ذات المواضيع السياسية، وما يحدث من صراعات تشهددها الساحتين العربية والعالمية، وكل ما هو أقرب لاهتمامات متابعيها، ما يدفعنا للقول بأن طبيعة الوسيلة الحاملة

للخبر لم يكن لها التأثير الكبير أمام ثقله وأهمية المواد الإعلامية التي ترى القناة ضرورة لنشرها وتقديمها للمعجبين بصفتها على موقع الفايسبوك.

ومع ذلك فإن دراستنا لا تدعي الإحاطة بجميع جوانب وتحليلات القيم الإخبارية على صفحة القناة التلفزيونية في موقع الفايسبوك، وحسبنا أن تكون عوناً وخطوة نحو المزيد من البحوث والدراسات الإعلامية الجديدة.

### التوصيات والاقتراحات:

تبعاً لنتائج الدراسة، وكشفها عن أبرز القيم الإخبارية المعقدة على صفحة قناة الجزيرة في موقع الفايسبوك، والتي تحتاج هي الأخرى لمزيد من البحوث التي تثير جوانب مختلفة من تلك التحليلات يوصي الباحث بـ:

- ضرورة إحياء وإثارة جوانب جديدة من الدراسات الإعلامية بما يتماشى والتغير الحاصل في طبيعة العمليات الاتصالية والإعلامية التي أنتجتها وسائط الإعلام الجديد .
- تصويب الاهتمام البحثي نحو مضمون المادة الإعلامية والإخبارية، بنفس الوتيرة التي تعرفها بحوث الرأي العام وجمهور وسائل الإعلام، ..
- الإسراع في تشخيص مختلف التحديات والظواهر التي فرضتها وسائل الإعلام الجديد، خصوصاً على مستوى الممارسة الإعلامية ومهنتها .
- تتبع الأداء الإعلامي لمختلف وسائل الإعلام التقليدية وحجم استفادتها من خدمات الإعلام الجديد وتطبيقاته، ثم تقييم هذا الأداء وكشف مدى التزامه بمبادئ وأسس العمل الإعلامي والإخباري بشكل خاص.
- فتح باب جديد من سلسلة الدراسات الإعلامية المقارنة، وإثراء حقلها البحثي بمزيد من القضايا والمسائل الإعلامية التي تثيرها تطبيقات الإعلام الجديد .

- (1) - Consuelo G.Sevilla , et al , *Research Methods* , REX , Manila , 2007 , p93 .
- (2) - Daniel Riffe , Stephen Lacy ,Frederick G.Fico , *Analyzing Media Messages: Using Quantitative Content Analysis In Research* , Lawrence Erlbaum Associates , New York , 2005 , p23 .
- (3) - د.أحمد بدر، مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام الدولي، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1998، ص 42
- (4) - د.أحمد بدر، نفس المرجع، ص43
- (5) - رشدي طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، مفهومه، أسسه، استخداماته، دار الفكر العربي، القاهرة، 2008، ص 62 .
- (6) - محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار الشروق، القاهرة، 2009، ص91 .
- (7) - Forbes Middleeast , <http://www.forbesmiddleeast.com/view.php?list=44464> , 26/12/2012
- (8) - Socialbakers Platform , <http://www.socialbakers.com/facebook-pages/media/page-2> , 31/12/2012
- (9) - مجد الدين الفيروزآبادي، القاموس المحيط، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط8، 2005، ص 382
- (10) - السعيد بومعينة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر، 2006، 143 .
- (11) - مجد الدين الفيروزآبادي، المرجع السابق، ص 1152 .
- (12) - ابن منظور، لسان العرب، دار الكتب العلمية، المجلد 3، بيروت، ط1، 2005، ص 547.
- (13) - محمود أدهم، الأسس الفنية للتحليل الصحفي العام، دار النشر الثقافية، القاهرة، 1984، ص 91
- (14) - كارولين ديانا لويس، التغطية الإخبارية التلفزيونية، ترجمة شكري العدوى، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، ط1، 1993، ص33-34
- (15) - عبد الجواد سعيد ربيع، فن الخبر الصحفي، دراسة نظرية وتطبيقية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2005، ص 68
- (16) - مرعى مذكور، الصحافة الإخبارية، دار الشروق، القاهرة، ط1، 2002، ص39

(17) - ساري حلمي خضر، صورة العرب في الصحافة البريطانية، ترجمة عطا عبد الوهاب، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1988، ص 183

(18) Peter A. Cramer , *Controversy as news discourse* , springer , New York ,2011 , p 69 .

(19) - سليمان صالح، صناعة الأخبار في العالم المعاصر، دار النشر الجامعي، القاهرة، ط1، 1998، ص 70

(20) J.D.Lasica , *what is participatory journalisme ?* , Ausc ANNENBERG online journalism review , August 7 .2003, <http://www.ojr.org/ojr/workplace/1060217106.php> , 06/01/2013,22 ;34

(21) - Wikipedia the free encyclopedia , facebook, <http://en.wikipedia.org/wiki/Facebook>, 03/01/2013:22:41

(22) forbes web site , 1Billion Facebook Users On Earth: Are We There Yet? 04/01/2013,20:15

(23) National Research Corporation , *1 in 5 Americans Use Social Media for Health Care Information*, <http://hcmg.nationalresearch.com/public/News.aspx?ID=9> ,29/01/2013,21:46

(24) Lindsay Hoffman , *Facebook as News Source ?* [http://www.huffingtonpost.com/lindsay-hoffman/social-media-news\\_b\\_1504775.html](http://www.huffingtonpost.com/lindsay-hoffman/social-media-news_b_1504775.html) , 29/01/2013,21:48

(25) Mass-Relevance Company, *CNN uses Facebook Conversations as a Barometer to Visualize Election Trends*, <http://massrelevance.wpengine.netdna-cdn.com/wp-content/uploads/CNN-+-Facebook-Mass-Relevance-Case-Study.pdf> , 29/01/2013

(26) بن جاب الله سعاد، الهوية الثقافية العربية من خلال الصحف الالكترونية، دراسة وصفية لعينة من الصحف الالكترونية العربية، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، 2006، ص 252

(27) إبراهيم حسين عبيد الله العزازمة، القيم الإخبارية في صحيفة الغد الأردنية، دراسة تحليلية في الصفحة الأولى، مذكرة ماجستير غير منشورة، 2012، ص 71

(28) مرعى مذكور، المرجع السابق، ص 41

(29) Kyung-Sun Kim , et al , *Social Media as Information Source: Undergraduate use and Evaluation Behavior* , [http://www.asis.org/asist2011/posters/283\\_FINAL\\_SUBMISSION.pdf](http://www.asis.org/asist2011/posters/283_FINAL_SUBMISSION.pdf)

(30) Herbert J. Gans , *deciding what's news: a study of CBS evening news, NBC nightly news newweek and time* , New York , 2004,p124 .

(31) Craig E. Carroll , *corporate reputation and the news media* , New York ,2011, p 55.

(32) عبد الفتاح عبد النبي، سوسيولوجيا الخبر الصحفي، دراسة في انتقاء ونشر الأخبار، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1989، ص 49

(33) Christopher H. Sterling, *Encyclopedia of Journalism*, Volume 1, SAGE , New York ,2004,p207 .

(34) Noha Mellor , *The Making Of Arab News*, Rowman & Littlefield ,New York ,2005,p3.

(35) الزهرة بلعلبا، التغطية الإعلامية لحرب الخليج الثالثة من خلال قناة الجزيرة، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، 2006، ص 121

(36) Marie-Francine Moens , *Information Extraction:The Power of Words and Pictures* , Journal of Computing and Information Technology - CIT 15, 2007, p 295, <http://hrcak.srce.hr/file/69236> , 16/11/2011 , 01:01

(37) د.مصطفى محمد الحسناوي، واقع لغة الإعلام المعاصر، دار أسامة، عمان، ط1، 2011، ص 307

ملحق: استارة تحليل المحتوى الخاصة بفتي المضمون والشكل .

أ- فئة المضمون :

أ-1- فئة الموضوع:

1-1- موضوع سياسي	2-1- موضوع اقتصادي	3-1- موضوع ديني
4-1- موضوع رياضي	5-1- موضوع ثقافي	6-1- موضوع اجتماعي
7-1- موضوع علمي	8-1- أحداث	9-1- مواضيع أخرى

أ-2- فئة القيم الإخبارية :

1-2- الجدة والحالية	2-2- الأهمية	3-2- الإثارة
4-2- الشهرة	5-2- الصراع	6-2- القرب الجغرافي
7-2- الاستمرارية	8-2- الغرابة والطرافة	9-2- الضخامة

أ-3- فئة المصدر:

1-3- القناة نفسها	2-3- وكالات أنباء أو قنوات أخرى
3-3- مصدر غير محدد .	

ب- فئة الشكل:

ب-1- شكل النشر:

1-1- نص	2-1- صورة	3-1- صوت
4-1- رابط	5-1- فيديو	6-1- وسائط متعددة

ب-2- فئة اللغة المستخدمة :

1-2- لغة عربية عامية	2-2- لغة عربية فصحي	3-2- لغات أخرى
----------------------	---------------------	----------------