



ابستومولوجيا صناعة الأخبار في الفضائيات العربية الإخبارية Epistemology of the news industry in Arab satellite news channels

فرحاتي أمينة*¹، قراد راضية²

¹ جامعة الشيخ العربي التبسي تبسة (الجزائر)، amina.ferhati@univ-tebessa.dz

² جامعة الشيخ العربي التبسي تبسة (الجزائر)، Radhia.gherra@univ-tebessa

تاريخ النشر: 2024/06/30

تاريخ القبول: 2024/04/06

تاريخ الاستلام: 2023/10/19

DOI: 10.53284/2120-011-002-012

ملخص:

يهدف هذا المقال إلى البحث في العملية المعرفية التي تنتج عن عملية صناعة الأخبار، من خلال مناقشة حدود العلاقة بين ابستومولوجيا الأخبار وصناعة المحتوى الإخباري في الفضائيات العربية، مع إبراز آليات واستراتيجيات العمل الإخباري بالقنوات العربية، وكذا تسليط الضوء على خصوصية صناعة الأخبار بارتكازها على عوامل الانتقاء والقيم الإخبارية التي تميزها عن المحطات الغربية. وقد أبانت الدراسة عن كون صناعة الأخبار تعتمد على ابستومولوجيا الأخبار من حيث اعتمادها على عمليتي التأطير والمنظور السردية، بتوظيف كل منهما الصورة التي تعتمد على دلالتها الرمزية بكل أبعادها وأشكال توظيفها، والسرد اللغوي الذي يعتمد أساساً على توظيف بعض المفردات كسفرات لغوية تنبئ عن التحيز والإيحاء، وهي من الاستراتيجيات المنفردة التي تتباين فيما كل قناة عن الأخرى لإيصال رسائل معرفية هادفة.

كلمات مفتاحية: ابستومولوجيا الأخبار، صناعة الأخبار، الفضائيات الإخبارية العربية، التوظيف الإخباري، التأطير الإخباري

Abstract:

This article aims to investigate the knowledge process that results from the news industry process, by discussing the limits of the relationship between news epistemology and the news content industry in Arab satellite channels, while highlighting the mechanisms and strategies of news work in Arab channels, and highlighting the specificity of the news industry based on selection factors and values. news that distinguishes it from western stations.

The study showed that the news industry depends on the epistemology of the news in terms of its reliance on the two processes of framing and the narrative perspective, by employing each of them the image that depends on its symbolic significance and all its dimensions and forms of employment, and the linguistic narrative that depends mainly on the employment of some vocabulary as linguistic codes that predict bias and suggestion. It is one of the unique strategies in which each channel differs from the other to deliver meaningful knowledge messages.

Keywords: News epistemology, news industry, satellite news Arabic, news recruitment, news framing

*المؤلف المرسل



1. مقدمة:

تعتمد القيمة الإستيمية للأخبار أساساً على مجموعة المعارف التابعة عن عملية صناعة المحتوى الإعلامي، فالإعلام يُستخدم للدلالة على عمليتين في وقت واحد تكمن الأولى في استقاء واستخراج المعلومات والحصول عليها من خلال التواجد الفوري في موقع الحدث، بينما تتمثل العملية الثانية في الغوص في أعماق المعلومة طويلاً وعرضاً لاستخلاص وبناء الرسالة الإعلامية وفق الرؤى المحددة للقائم بالاتصال. وفي ظل هذه العملية (صناعة الأخبار) تبرز البُنى الدلالية والنموذج الفكري للخطاب الذي تتبناه الوسيلة الإعلامية والذي يعكس القيم المعرفية التي تبناها للجمهور، سيما وأن ما يعرفه المتلقي وما يفكر فيه وما يجب أن يفكر فيه يتشكل عبر التفاعل مع الكم الهائل للرسائل الإعلامية، وهذا ما يحلّل علاقة الاستومولوجيا بالصناعة الإخبارية من خلال تشاركهما في العملية المعرفية وصناعة المحتوى الإعلامي وهو ما يتفق مع وجهة نظر "ريجيس دوبري" حول الاستومولوجيا بأنها (عبارة عن تفكير حول العلوم، تدرس تكوين المعارف الصالحة) (ثاني محمد النذير، 2017)

هنا يطرح التساؤل نفسه حول ما إذا كانت هذه المعارف الناتجة من الأخبار هي معارف صالحة أم لا؟ وما مدى الحقيقة التي تعكسها القيمة الابتيمية للأخبار؟، فالأخبار هي مجموعة من الخطابات المتمثلة في رسائل إخبارية والتي يعتبرها صانعو الأخبار أنها مثيرة للاهتمام، فمختلف الحقائق التي تنقلها المحطات الإخبارية حول الأحداث الجارية من حروب وصراعات ونزاعات إقليمية وحروب أهلية وأزمات اقتصادية وسياسية واجتماعية وغيرها من الأحداث الكبرى، إنما هي مجموعة من المعلومات التي تكوّن فيما بعد معارف المتلقي، غير أن هذه المعارف كما عبّر عنها "فان دايك Van Dijk" (هي معارف عرضية) (Dijk & Teun, 2014)، أي أنها غير مستهدفة من قبل الجمهور فهولا يقصد معرفة علم من العلوم من خلال متابعة الأخبار، وإنما يبحث عن ضالته من المعلومات والأخبار حول الوقائع الكبرى أو غيرها، لكن هذه المعارف تُصاغ من قبل وسائل الإعلام بحسب (نموذج السياق الخبري) (Dijk & Teun, 2014) ووفق الرؤى الإعلامية لكل قناة. وهنا تظهر أهمية التأطير الإخباري والمنظور السردى أو النموذج الخطابي الذي تتبناه كل وسيلة إعلامية في معالجتها للأحداث والوقائع، ولعلّ هذا ما يفسّر الاختلاف المسجّل بين العديد من القنوات الإخبارية في طريقة معالجتها للأحداث رغم أنها تنطوي على نفس الأخبار، (فاستيعاب الخطاب حسب فان دايك لا يتعلق فقط بمعالجة المعنى والشكل والفعل، لكنه يفترض نطاقاً أوسع، يتمثل أساساً في اختلاف أسلوب المعالجة) (Dijk & Teun, The discourse -knowledge interface, 2003)، وبالتالي في هذا السياق فإنّ الفضائيات تعمل على خلق نوع من البيئة الصورية بين الإنسان والعالم الموضوعي الحقيقي، حيث أثبتت العديد من الدراسات أن قطاعات كبيرة من المجتمع تقبل الصور والمعاني والتفسيرات التي تقدمها وسائل الإعلام (خزعل، 2010)، عبر أطرها الخبرية ومنظورها السردى وهو ما أُصطلح عليه ب(ابستومولوجيا الأخبار) (Cartee & S, 2005)، أي طبيعة المعرفة التي تنتج عن عملية الصناعة الإخبارية.

وتتمرّ صناعة الأخبار بالعديد من المراحل، تخضع كل مرحلة إلى مجموعة من العوامل والأسس التي تميّز كل قناة. فقد تختلف المحطات الإخبارية في عوامل انتقاءها للأخبار بحسب الرؤية الإعلامية التي تعتمدها، كما تختلف القيم الإخبارية المعمول بها من قناة لأخرى، مع الإشارة إلى الثوابت من القيم الإخبارية الأساسية والتي انفصل فيها فيما بعد. لكن الاختلاف الأكبر قد يكون في طبيعة التأطير الإخباري والمنظور السردى لكل حدث، فقد نشاهد نقلاً لنفس الحدث عبر شاشات العديد من القنوات الإخبارية



التلفزيونية، لكن يختلف نقل المعنى والمعلومة والشكل حسب أسلوب المعالجة من خلال عملية التبئير لبعض جوانب الموضوع وتجاهل أخرى بحسب الرؤى التي تبين أيديولوجيا منتج الرسالة الإعلامية. وبناء على هذا سيؤدي الأمر إلى عملية بناءٍ للواقع، وصفه "جونسون كارتى Johnson Cartee" (بالواقع الوسيط وهو واقع الإعلام بامتياز) (Cartee & S, 2005, p. 147) ، وهذا في إشارة منه إلى أهمية عمليات التأطير وطريقة معالجة الأحداث من قبل وسائل الإعلام، فالأحداث لا تتمثل كلها في اللحظات التي تنقلها لنا المحطات الإخبارية، وإنما هي مجرد زوايا وجوانب محدّدة من موضوع الحدث.

وتأسيسا على ما سبق تأتي ورقتنا البحثية هذه للتفصيل في طبيعة المعرفة المنتجة عن عملية الصناعة الإخبارية في الفضائيات الإخبارية العربية، وكيف يتم إنتاجها؟ من خلال التعمق في تساؤل الدراسة الرئيسي والممثل في:

ما هي الأبعاد المعرفية الناتجة عن صناعة الأخبار في الفضائيات الإخبارية العربية؟

وللإجابة عن هذا التساؤل الرئيسي، ارتأينا الغوص في حيثيات الموضوع والتفصيل فيه وتحليل عناصره من خلال إيجاد إجابة علمية للتساؤلات الفرعية التالية:

- ماذا نعني باستمولوجيا الأخبار؟

- ما حدود العلاقة بين المجال الاستمولوجي ومجال الصناعة الإخبارية؟

- ما هي آليات واستراتيجيات إنتاج الأخبار في الفضائيات الإخبارية العربية؟

- وكيف تتم عملية التأطير من خلال عملية التوظيف الإخباري للعناصر المرئية والخطاب اللغوي في بناء النشرة الإخبارية؟

- وهل حقا المعرفة الناتجة عن الصناعة الإخبارية هي معرفة مقصودة ومنشودة من قبل القائم بالاتصال أم هي معرفة عرضية؟

وللإجابة عن التساؤلات السابقة، أرادت الباحثة تقسيم الدراسة إلى محاور ثلاث وهي:

المحور الأول: استمولوجيا الأخبار بين التأطير الإعلامي والمنظور السردى

المحور الثاني: الصناعة الإخبارية في الفضائيات الإخبارية العربية

المحور الثالث: التوظيف الإخباري للعناصر المرئية والخطاب اللغوي في بناء النشرة الإخبارية في الفضائيات الإخبارية العربية.



المحور الأول: ابستومولوجيا الأخبار بين التأطير الإعلامي والمنظور السردى

1- علاقة ابستومولوجيا بعلم الإعلام:

اعتنت ابستومولوجيا بالعديد من العلوم منذ بداية ظهورها في القرن العشرين، كعلم نقد العلم وبطرح تساؤل ماذا بعد؟، فهي علم يبحث في طبيعة المعرفة الناتجة عن العلوم وما مدى منفعتها من خلال البحث في الأسس العلمية والسياقات التاريخية والمرجعية العلمية لكل مجال بحث علمي، بما في ذلك الإعلام باعتباره علم حديث أصبح يضم العديد من المداخل النظرية والأسس العلمية القائمة. وباعتبار الإعلام مجال بحثٍ عن المعلومات (من معارف وأخبار وقيم ثقافية وخلفيات تاريخية وسياسية للأحداث ونقل للعادات والأعراف الاجتماعية) إلى أعداد كبيرة من الجماهير، فإن ابستومولوجيا تلاقحت مع هذا المجال من خلال الاشتراك في تحليل العملية المعرفية وكيفية صناعة المحتوى الإعلامي ونخص بالذكر هنا الصناعة الإخبارية لأنها ضالة هذه الدراسة. وهو ما يقودنا إلى ما اصطلح عليه "بابستومولوجيا الأخبار".

قبل تناول ماهية ابستومولوجيا الأخبار، لا بد من أن نعرِّج على المداخل الفكرية والنظرية لعلم الإعلام بوصفه علماً أخذ قسطاً متزايداً من الاهتمام من قبل العلماء والباحثين والمهتمين بالمجال الإعلامي سيما بعد التطورات التكنولوجية الحاصلة، والتي ألقت بظلالها على كل المفصل التي يتكئ عليها علم الإعلام.

فقد تعددت المقاربات الفكرية والنظرية لعلم الإعلام، أبرزها التيار الوظيفي "Fonctionnalisme" إلي اعتنى بدراسة وظائف الميديا الجماهيرية وتأثيرها في المجتمع، ويسلم هذا التيار أن الأفكار لا تنتشر في المجتمع ولا تتحول إلى قوّة فاعلة دون وسائل الإعلام، كما لا يجيز الاعتقاد بالتأثير المطلق لوسائل الإعلام. بينما تناول التيار النقدي "Theorie Critique" الانحراف الحاصل على حدّ تعبيرهم في وظائف وسائل الإعلام، والمتمثل في دعمها لمراكز الهيمنة في المجتمع، فيما اعتنى التيار اللساني البنيوي Structuralisme "Linguistique" باستخراج المستويات التحليلية للمضامين الإعلامية. ويعتبر التيار البراغماتي Pragmatique الممثل في أعمال ساندرس بيرس فتحاً مهماً في إدراك ما يسمّه بسيرة المعنى ضمن المنطق السيميائي يستوعب كل الظاهر. من جهة أخرى اهتم التيار الفلسفي الحديث بدراسة مسألة صناعة الواقع التي تحدثها وسائل الإعلام (الحيدري، 2017)

نرى من خلال ما أدلى به علماء وباحثو علم الإعلام في مجال تأثير وسائل الإعلام من نظريات ومقاربات فكرية، يتلاقى مع حدود اهتمامات ابستومولوجيا في نقطة تشكيل المعارف عند المتلقي وكيف يتم ذلك من خلال بناء واقع وصفه جونسون كارتى " بواقع وسيط" عبر معارف تُبنى بمهنية فائقة في مجال صناعة الأخبار.



2- ما معنى إبستومولوجيا الأخبار؟

تنبني إبستومولوجيا الأخبار (The Epistemology of News) على نظريتي الأطر الإخبارية والمنظور السردية، وهنا يتعين النظر إلى الأخبار، كما يرى عالم الاجتماع "روبرت بارك" باعتبارها معرفة أو مصدرا للمعرفة، لأن الكثير مما يعرفه الجمهور حول العالم يرتبط بما قرأه أو شاهده من أخبار، كما أن العالم الذي يتعامل يجب أن يتعامل معه سياسيًا يظل بعيدا عن متناوله وأنظاره وخارج إدراكه (S و Cartee، 2005، صفحة 148). حيث تعتبر وسائل الإعلام كوسائط لنقل المعرفة التي تعتبر بعيدة المنال عن الجماهير في قوالب إخبارية متنوعة ومختلفة وهذا ما يتفق مع رؤية "فان داك Van Dijk" حيث يرى أن (اكتساب المعرفة ومشاركتها واستخدامها من قبل الناس عبر عملية التفاعل من خلال المجموعات والمؤسسات والمنظمات) (Dijk و Teun، - The discourse knowledge interface، 2003)

كما أن القيمة الإبستيمية (المعرفية) للأخبار تعتمد أساسا على نظرتها للحقيقة، فالأخبار الجيدة هي الأخبار الدقيقة. إلا أن معيار الدقة، على ضرورته، ليس كافيا لإعطاء الأخبار قيمتها المعرفية، بل يجب أن تكون صادرة أيضا عن مؤسسة صحفية (صحيفة، قناة إخبارية، موقع إخباري...) تنتج الدقة بصفها قيمة ثابتة لما هو صالح للنشر، الأمر الذي يجعل أي محتوى تتبناه يتسم بالضرورة بشرط الدقة، فيمنحه الموثوقية اللازمة، فلا يمكن النظر للخبر بمعزل عن المؤسسة الصحفية التي نشرته (أمكور، 2021)

غير أن هذه المعرفة التي مصدرها الأخبار تتسم بنوع من (التحيز) نظرا لخضوع الأحداث إلى عملي الانتقاء والبروز التي تنبني عليها نظرية التأطير الإخباري، فالصحفي في الميدان أو القائم بالاتصال يقوم بعملية اختيار زوايا معينة من الحدث ويبرزها بالاستعانة بوسائل الإيضاح والإخراج، وهذا ما يحيلنا على فكرة "السياق" التي توضع فيها الأحداث. فالسياق يعتبر الأهم بعد وضع الأحداث في الأطر المختارة، لأنه يبرز مدى تمثيل الأحداث والوقائع وهو الذي يشكل القصة الخبرية انطلاقا من تحديد الحدث ومشكلاته وتفسير أسبابها ومحاولة معالجة أبعادها. ولعل هذا ما يقوم عليه النموذج التفسيري للأطر الخبرية ل"روبرت انتمان" الذي يقوم على أربعة وظائف أساسية تكشف الأبعاد الإبستيمية للتغطية الإخبارية للقضايا العربية وهي (الميلادي و جماعي، 2016):

1- تحديد جوهر المشكلة 2- تشخيص الأسباب والقوى الفاعلة في القضية أو الحدث 3- تحديد القيم الأخلاقية للقضية 4- الحلول المقترحة للقضية ومعالجتها.

وتبرز عملية التأطير الإخباري في القنوات الإخبارية العربية من خلال تبنيها رؤية إعلامية تختلف حسب الحدث والقضية التي تتعاطى معها إعلاميًا، فقد تتفق العديد من القنوات في نقل أحداث قضية عربية أو إقليمية أو دولية معينة، كما قد تتفق في نقل بعض جوانب الموضوع وتجاهل جوانب أخرى. فمن خلال الملاحظة الاستكشافية برز الاختلاف في أسلوب المعالجة ونقل المعاني في العديد من القضايا العربية من خلال عملية التبئير التي تختلف من قناة عربية لأخرى. وهذا ما كان جليًا على سبيل المثال في تغطية "حرب اليمن" بين قناتي الجزيرة والعربية، على غرار عدة أزمات أخرى كالأزمة الخليجية بين الدوحة والرياض وأبوظبي، فضلا عن اختلافات التغطية المسجلة في العديد من الأحداث المتعلقة بالشأن العربي أو الإقليمي.



ويستند البعد المعرفي للأخبار المرتكز على عملية التبئير (التأطير الإخباري) في القنوات الإخبارية العربية من خلال الاهتمام المتزايد بكل ما يتعلق بالمنطقة العربية من أحداث وقضايا ونزاعات وحروب، ونقل ما يهم المشاهد العربي وفق الرؤية الإعلامية لكل قناة (عبر تحديد مسار الجدل حول جوهر القضية) (Gamson & Modigliani, 1987) ، وبالتالي يصبح الإطار الإخباري هو المحدد لمختلف العمليات التي يقوم بها القائم بالاتصال في عملية صناعة الأخبار بداية من انتقاء الخبر وتصنيفه وتفسيره ووضعها في السياق المناسب لإعطاء الحدث بعدا معرفيًا محددًا، فالأخبار كما يؤكد أستاذ تاريخ سوسيولوجيا الإعلام "مايكل شودسون" (تلعب دورا مهمًا في البناء المعرفي للجمهور عبر النشر الواسع للمعتقدات المشتركة حول الأحداث العامة والأماكن والفاعلين)) (الميلادي & جماعي , 2016, p. 244)

أما المنظور السردى، الذي يمثل الفعل الخطابى أو الممارسة الخطابية لإبستومولوجيا الأخبار، فهو البناء الشكلي أو البناء التركيبي للقصة الخبرية، ويسميه "فان دايك" ب (نحو القصة) أو (قواعد القصة) التي تشير إلى نسق القواعد الذي يميز مجموع الفئات السردية النمطية ويعين نظام بنائها في القصة (Dlik, 1988) ويكشف المنظور السردى القدرة الإبداعية للأفكار والتخيل، وأيضا يبين القدرة على تحقيق التسلسل، الوحدة، الانسجام، وقوة التعبير والرؤية إلى الزمان والمكان أثناء تمثيل الأحداث والوقائع (Cartee & S, 2005, p. 153)

يتمثل البعد المعرفي من المنظور السردى في الفضائيات الإخبارية العربية من خلال عدة عناصر لعل أبرزها الخطاب الإعلامي الذي يميز كل قناة، وبرز اختلاف الخطاب الإعلامي في البنى الدلالية للكلمات والمعاني التي تريد كل قناة تبنيها في عملها الإخباري، ويتحقق ذلك من خلال البناء السردى أو القصصي للحدث وبتناغم لغوي مما يوحي بوحدة الفقرة أو القصة. ففي الكثير من الأحيان نسمع تقريرا تلفزيونيا لحدث ما ربما نعيد سماعه مرّات عديدة نظرا لقوة التعبير وجمالية الصياغة اللغوية المستعملة مع طريقة السرد الجاذبة، وهذا ما لا يتحقق ربّما بتقرير لنفس الحدث في قناة أخرى. وهنا يكمن نجاح قناة على أخرى في إيصالها لمعارف محدّدة حول حدث ما وفق منظورها الأيديولوجي للقضية.

إذن تشكل ابستومولوجيا الأخبار في القنوات الإخبارية العربية، البنيات الدلالية لخطابها الإعلامي أثناء تغطيتها للقضايا العربية، فقد تتوافق وسائل الإعلام العربية في نقلها نفس الأحداث والوقائع بالمنطقة العربية، غير أنها تختلف دون أدنى شك في كيفية بناء رسالتها الإخبارية التي ترتكز كما أشرنا سابقا على الأطر الخبرية المعتمدة وكذا السياق المدرجة فيه الأحداث، إضافة إلى المنظور السردى الذي بنيت عليه القصة الخبرية لكل حدث، ولعلّ هذا ما يفسّر للمشاهد العربي مدى الاختلاف المسجّل بين القنوات العربية في سردها لأحداث المنطقة رغم أنها نفس الأحداث لكن بنسق مختلف يعتمد على مدى البناء المعرفي الذي تريد كل قناة أن تزود به الجمهور العربي.



المحور الثاني: خصوصية الصناعة الإخبارية في الفضائيات الإخبارية العربية

لقد حظيت الأخبار في السنوات الأخيرة باهتمام كبير من قبل صانعي الأخبار، لذلك قيل (ليس هناك أبعث على الشعور الدرامي من رؤية الأحداث وقت حدوثها) (عطوان، 2011)، وهذا ما جعل مجال الأخبار صناعة قائمة بحد ذاتها، تعززت وتطورت مثلها مثل الصناعات الأخرى بالتقدم التكنولوجي والتقنيات العالية المتزايدة. فمن الإنترنت إلى الوسائط المتعددة إلى تنوع شبكات التواصل الاجتماعي، حيث تسعى وسائل الإعلام التقليدية تطوير مضامينها الإخبارية بما يتناسب مع خصوصية هذا الزمن، حتى أنّ الأخبار لم تعد محلية أو قومية بل أصبحت على حدّ تعبير "تيرهي رانتانن" (كوزموبوليتانية) (رانتانن، 2015)، والتي تقصد بها بعالمية الأخبار، باعتبار أن المواطن اليوم أصبح مواطن عالمي، يهتم بالشأن العالمي ككل بغض النظر عن انتماءه الجغرافي أو القومي.

وهذا ما انعكس بظهور القنوات التلفزيونية الإخبارية تُعنى بالصناعة الإخبارية فقط، ولم تكن المنطقة العربية بمنأى عن هذا التحوّل، فقد ظهرت العديد من الفضائيات الإخبارية العربية تحاكي القنوات الإخبارية من حيث المهنية والاحترافية، واعتنت بالصناعة الإخبارية بكل مفاصلها سيما في ظل ما يعج به العالم عامة والمنطقة العربية خاصة في السنوات الأخيرة من الأحداث والقضايا والتزايد المستمر للأخبار. وهو الوضع الذي زاد من حدّة المنافسة بين مختلف القنوات الإخبارية العربية بغية بسط كل قناة رؤاها الإعلامية المختلفة حول الأحداث والقضايا وسعيها منها لتشكيل معارف محدّدة موجهة للمتلقّي أو المشاهد العربي.

ولأنّ الصناعة الإخبارية مجال واسع النطاق، بتعدّد ميادين وعناصره من عوامل انتقاء الأخبار المعتمدة في المحطات الإخبارية إلى تنوع المضامين الإخبارية إلى القيم الإخبارية المعتمدة في الأدبيات الإعلامية عامّة، فإنّنا هنا سنقوم بتسليط الضوء بصفة أوسع على الجانب الذي يميّز العمل الإخباري في القنوات الإخبارية العربية عن غيرها من القنوات الغربية، وذلك بالحديث عن القيم الإخبارية المعتمدة في صناعة الأخبار في الفضائيات الإخبارية العربية والتي تنفرد بها عن مثيلتها الغربية.

2- القيم الخبيرة المعتمدة من قبل الفضائيات الإخبارية العربية:

قد تختلف معايير انتقاء الأخبار من مجتمع لآخر وفقا لاعتبارات سياسية واجتماعية وثقافية السائدة فيه، ومع ذلك فإنّ هناك مقاييس للخبر متفق عليها في مختلف التقاليد الإعلامية، فالخبير يكون خبيرا إذا تم مراعاة البعد الزمني فيه أي مدى حدائته وجدّته، إلى جانب بعض القيم الخبيرة الأخرى والمتعارف عليها مصطلح الضخامة والقرب الجغرافي والصراع.

والجدير بالذكر أن القيم الخبيرة لا تحمل صفة الانتظامية ضمن قوانين وأسس إعلامية تدرّس في الجامعات، بل هي مجموعة من المعايير أصبحت متداولة في الأدبيات الإعلامية، ويعرّفها البعض بأنّها (أساليب مهنيّة تدخل في اختيار وبناء الأخبار وتشكيلها سواء في الصحافة أو الإذاعة، تكون نتيجة تفاعل العديد من العوامل التي تسهم في بناء القصة الإخبارية، فهي ليست صفة خاصة بالصحفيين أو أساليبهم) (العبادي، 2020)



ابستومولوجيا صناعة الأخبار في الفضائيات العربية الإخبارية

لذا حظيت القيم الإخبارية بدراسات عديدة من قبل الباحثين والمختصين الغربيين، ومن أكثر البحوث التي تناولت عناصر الخبر جدلا ما ذهب إليه "كالتونك" و "ماري روج" في الدراسة التي نشرت في كتاب (صناعة الأخبار) لمؤلفيه "كوهين وبونك"، حيث يرى هذان الباحثان النرويجيان أن هناك احتمالا أكبر لنشر الأحداث إذا كانت تتوفر على بعض القيم الآتية (نسبة الحدث/ الوضوح/ الألفة/ التماثل/ الدهشة/ الاستمرارية/ التركيب)، ويضيف "وولتر ليبمان" في كتابه (الرأي العام 1992) قيما إخبارية أخرى كالغرابية والدهشة بمعنى عنصر الإثارة/ القرب الجغرافي/ الصراع) (جواد، 2002)

بينما تنفرد صحافة العالم الثالث حسب بعض الباحثين بقيم إخبارية محددة، والتي تؤكد على التنمية الاقتصادية والثقافة الوطنية وإبراز الصورة المشرفة عن العالم الثالث، ومن أبرز هذه القيم يذكر الباحثان (التنمية/ المسؤولية الاجتماعية/ التكامل الوطني / الثقيف/ قرب المكان/ الاهتمام اشخصي) (عبد الرؤوف، 1988)

إن هذا المعطى حول القيم الإخبارية بالعالم الثالث لا يُستثنى منه الدول العربية، فرغم قلّة البحوث الأكاديمية العربية حول القيم الإخبارية إلا أنه أشارت إحدى الدراسات خلال السبعينيات من القرن الماضي إلى قيمة (القومية الإقليمية) باعتبارها على قمة العناصر الإخبارية التي تتدخل في اختيار الأخبار في ذلك الوقت (ميلر، 2010)، وذلك نظرا لاعتبارات عديدة على رأسها حداثة استقلال العديد من الدول العربية إضافة إلى مناهضة الأيديولوجيات التي تدعو إلى الإمبريالية فضلا عن الخطط التنموية التي تعد من العوامل المؤثرة في انتقاء الأخبار وتجميعها.

في السابق تجسدت قيمة (القومية العربية) في الأخبار العربية من خلال إذاعة القاهرة التي انطلقت عام 1953 من خلال برنامج (صوت العرب)، وسرعان ما تحوّل هذا البرنامج إلى محطة إذاعية قائمة بذاتها تبثّ على مدار ثماني عشرة ساعة يوميا (سيب، 2011). كانت رسائل الإذاعة تتمثل في نشر القومية العربية التي يدعو لها جمال عبد الناصر آنذاك من خلال نشر أفكار حول الاشتراكية ومناهضة الاستعمار.

لقد تغيرت فكرة (القومية العربية) بتغير المشهد الإعلامي في العالم العربي، والذي صاحبه ميلاد العديد من الفضائيات الإخبارية في المنطقة، وكانت أولى تلك القنوات المتخصصة في صناعة الأخبار "قناة الجزيرة" التي عُنت بالقضايا العربية وبكل خير يتعلق بها كان على رأس الأحداث التي تُبث عبر قنواتها، سيما ما يتعلق بالقضية الفلسطينية بغية من القناة بث روح القومية العربية في الشعوب العربية على اختلاف انتماءاتها الجغرافية، وفي هذا السياق كتب "توماس فريدمان" عام 2002 (سيب، 2011، صفحة 35): (يمكن ملاحظة تلك التغييرات في الانفجار الحاصل في القنوات الفضائية العربية ومواقع الانترنت التي تنقل صورا سريعة من الانتفاضة الفلسطينية وتبثها مباشرة إلى الأجيال العربية الإسلامية الشابة. فإذا تربى مليون عربي مسلم على تلك المشاهد فإن إسرائيل لن يكتب لها البقاء).

يبدو أن قيمة "القومية العربية" حاضرة بقوة في الأخبار التي تبث عبر الفضائيات الإخبارية العربية على غرار قناتي الجزيرة والعربية، فكل ما يتعلق بالشأن العربي من أحداث وقضايا ونزاعات وحروب، يكون محل اهتمام القنوات العربية من حيث التغطية الوافية



والشاملة، وقد أكد مدير قناة الجزيرة السابق محمد جاسم العلي في بدايات انطلاق القناة على اعتبار أنها أول قناة إخبارية عربية على مدى اهتمام الجزيرة بالقومية العربية قائلا (الأحمد آل ثاني، 2011): (أن القناة حريصة على أن تكون قناة كل العرب ولسانهم في كل مكان، والفرق بيننا وبين سي أن أن ليس فقط أنها تتحدث الانجليزية ونحن العربية، ولكن الفارق الحقيقي أن الجزيرة تُعنى بالأخبار والشؤون الإخبارية، التي تهم المواطن العربي بالدرجة الأولى، وبمعالجة الأخبار من منظور عربي للعالمية والإقليمية). وتعتبر القضية الفلسطينية محور القضايا العربية والتي تحظى باهتمام خاص من قبل القنوات العربية الإخبارية.

إن هذه القيمة "القومية العربية" تسلتزم حضور قيمة أخرى من القيم الإخبارية التي يعتبر توفرها من القيم الإخبارية التي توجب بثه، وهي قيمة القرب الجغرافي أو المكاني، وهو ما يفسر اهتمام المحطات الإخبارية العربية بالأحداث الجارية بالمنطقة القريبة من الشرق الأوسط، كالأخبار المتعلقة بالملف الإيراني أو الباكستاني أو الأفغانستاني وغيرها من الوقائع القريبة. وهنا يبرز أيضا عنصر "الصراع" كقيمة خبرية هامة في اختيار الخبر في وسائل الإعلام العربية.

تعتبر قيمة "التأثير" من القيم الخبرية الحاضرة بقوة في القنوات الإخبارية العربية من خلال الاهتمام بالجوانب الإنسانية، وقد عبّر القائمون عن قناة الجزيرة بوصف هذه القيمة أنها من أولويات القناة التي امتد اهتمامها إلى الجوانب الإنسانية وكل ما يرتبط بها من مآسي، كالتغطية الخبرية حول كارثة تسونامي ومجاعة النيجر والصومال (الأحمد آل ثاني، 2011، صفحة 392)، كما كانت القنوات العربية حاضرة من خلال نقل معاناة السوريين في الخيم، ومجاعة أطفال اليمن.

إن نسبة توظيف قيمة إخبارية عن الأخرى يتحكم فيها اختلاف سياسة عمل كل قناة ومفهومها للخدمة الإخبارية بصفة عامة، وهذا ما تؤكدته دراسة للباحثة ليندة مسعود ضيف حول عملية بناء نشرة الأخبار في كل من القناتين الجزيرة والعربية، (حيث برزت قيمة الفورية والآنية في نشرات الأخبار بقناة الجزيرة أكثر من قناة العربية، بينما تنتهج قناة العربية إلى اعتماد قيمة الإيجابية في تعاطيها الإعلامي مع الأحداث والأخبار، في حين تبنت الدراسة تقارب القناتين في اعتماد بعض القيم الإخبارية على غرار قيمة الصراع، الإنسانية، التأثير، الشهرة والفائدة، وهي المعايير الأساسية لانتقاء الأخبار بالنسبة للعمل الإخباري عموما) (ضيف، 2015)

لقد تأثرت القيم الخبرية بالتطور التقني الذي صاحب كل عمليات إنتاج الأخبار، وأفرز هذا التطور بعضا من القيم الجديدة على الخبر، ولم تكن القنوات الإخبارية العربية بمنأى عن هذا التطور طبعاً، فقد كان انطلاق هذه القنوات محاكيا لقنوات الأجنبية في أدق تفاصيله. هذا التماثل انسحب أيضا على القيم الخبرية الحديثة، ولعلّ من أبرز هذه القيم قيمة "الآنية" التي تغير مفهومها وأصبح مرتبطا بصفة "الاستعجالية"، وهو ما نجده في الأخبار العاجلة التي تُبث على الشريط العاجل في كل القنوات الإخبارية. ومن بين أبرز القيم التي أفرتها الثورة التكنولوجية في المجال الإخباري أيضا، قيمة "التمشهد" (والتي يقصد بها كل العناصر المرئية المشكلة للصورة في شاشة النشرة الإخبارية من استبدال لخلفية المذيع وتقسيم الشاشة إلى عدة صور أثناء الاتصال مع المحللين بصورة مكبرة "DIAPO" والتي تخلق جسرا للتواصل بين الأستوديو والعالم الخارجي، إضافة إلى اعتماد العناصر الجرافيكية من رسومات وخرائط لتوضيح مكان الأحداث جغرافيا) (العياضي، 2001)



ابستومولوجيا صناعة الأخبار في الفضائيات العربية الإخبارية

اتخذت الفضائيات الإخبارية العربية قيما خبرية تميّزها عن المتداولة في الأدبيات الإعلامية الغربية بالرغم من اتفاقها معها في معظم القيم الخبرية المعروفة كالحالية والجدة في الخبر، الضخامة والصراع. فقد كانت قيمة "القومية العربية" من أبرز القيم الخبرية التي يتم مراعاتها أثناء اختيار صلاحية بث الخبر عبر شاشاتها. بينما يختلف تجسيد قيمة "الإثارة" في القنوات العربية عن مفهومها في القنوات الغربية من خلال توجه القنوات العربية نحو الاهتمام بالجوانب الإنسانية خاصة ما يتعلق منها بالمواطن العربي ويثير اهتمامه. فيما برزت "قيمة التمشهد" كقيمة أفرزتها التطورات التكنولوجية والتقنية إلى جانب قيمة "الأنية" وهما من القيم التي أصبحت من الثوابت في العملية الصناعة الإخبارية.

المحور الثالث: التوظيف الإخباري للعناصر المرئية والخطاب اللغوي في بناء النشرة الإخبارية في الفضائيات الإخبارية العربية.

تعدّ الصورة واللغة من العناصر الأساسية التي يركز عليها العمل الإخباري، بل من دونهما لا يكتمل معنى الخبر ولا تتضح صورة الأحداث عند المتلقي. ويذهب معظم الباحثون والمهتمون بالإعلام إلى أن طرق توظيف الصورة واللغة في الحدث الخبري والسياق المسخّر لهما هما المحددان الرئيسيان لأهمية الخبر ومدى تأثيره في المشاهد، وفي هذا السياق يقول "جون هرتلي" (ميلر، 2010، صفحة 165): (إن الحدث الخبري ليس ذا أهمية إخبارية في حد ذاته بل التقرير أو القصة التي تكتب عنه، وهي معالجته في صورة قصة لها مغزاها تم إعدادها بعناصر لغوية هي نفسها العناصر المكونة للخطاب). إن هذا الحديث يؤكد على أهمية اللغة في كتابة الخبر ومدى الدور الذي تؤديه في إيصال الرسالة وتحقيق الأثر المنشود من خلال انتقاء كلمات وألفاظ لغوية مع مراعاة السياق الذي توضع فيه بأسلوب معالجة معين ومحدد من قبل القائم بالاتصال. بينما يرى "جلال الدين الحمامصي أنّ (المقدمة الصحفية تبخّر مهما كانت ألفاظها قويّة ومعبرة بعكس الصّورة فإنّها تظلّ راسخة الأذهان) (أحمد صالح، 2019)

وتأسيسا على ما تقدم، فإنّ اللغة والصورة من العناصر الأساسية في عملية التوظيف الإخباري التي يركز عليها العمل الإعلامي في الفضائيات الإخبارية، ومن المعروف أن عملية التوظيف تعتبر من العمليات الواضحة في الإعلام فهي التي تدفع العملية الاتصالية باتجاه معين لتؤدي أهدافا خاصة ومحددة. ووفقا "لتوتشمان Tuchman" (فإن عملية التوظيف تنجز بطرق جمع الأخبار ومكان المادة الخبرية ونغمة التقديم والعناوين المرافقة والمؤثرات البصرية والتصنيف الاجتماعي والمفردات) (Tuchman, 1973)

لقد حدد توتشمان عناصر التوظيف الإخباري إلى جانب الصورة واللغة باستخدامه عبارات (المؤثرات البصرية والمفردات) وطريقة توظيفهما في عملية صناعة الرسالة الخبرية.

يبدو أن ماهية وأساليب التوظيف الإخباري يتلاقى في نقاط عديدة مع ماهية وطرق التأطير الإخباري إلى جانب عملية ترتيب الأولويات، ولعلّ من الأساليب المشتركة بين هذه العمليات الثلاث نذكر أسلوب الانتقاء والبروز من خلال العمل على اختيار جوانب وزوايا محددة في الحدث الخبري والعمل على إبرازها باستخدام عمليات فنية معروفة في العمل الإخباري، كما تشترك العمليات السابقة في فكرة الترتيب والتي نعني بها ترتيب الأخبار في النشرة من خلال تصدر بعض الأخبار وبثها في أول النشرة وهذا ما يضيف عليها طابع الأهمية لدى المشاهد وإعطاءه انطبعا بأهميتها وجعلها من القضايا ذات الأولوية لديه. إضافة إلى أنّ توظيف الصورة



واللغة من الأساليب المحورية في عملية صناعة الرسالة الإخبارية، وهي من العناصر التي سنفصل في كيفية توظيفها في العمل الإخباري لمعرفة الدور المنوط بهما ومدى التأثير الذي يحدثانه في العملية الإخبارية ككل.

1- التوظيف الإخباري للصورة في النشرة:

تكتسي الصورة أهمية بالغة في العمل التلفزيوني فهي ركيزته الأساسية ومحور عمله. هذا التلازم بين الصورة والتلفزيون جعل المحطات التلفزيونية سيما الإخبارية منها تتسابق للاستحواذ على صور للأحداث الكثيرة التي يعيجهما العالم، فمن دونها لا يصبح للعمل الإخباري أي قيمة أو وظيفة. لكن مكانة الصورة من قبل لم تكن بهذه الأهمية في بداية انفتاح الفضاء الإعلامي وتعدد المحطات الإخبارية، فعندما دخل التلفزيون إلى العالم العربي، قدم الرعيل الأول من الصحفيين من عالم الصحافة المطبوعة، لذا كان الاعتقاد السائد لديهم أن الصورة تكملة أو إضافة فقط للخبر دون إعطاءها دورها الحقيقي والوظيفي اللازم.

لكن مع تعاضد أهمية الصورة وقوة تأثيرها في المتلقي، أصبح صحفيو التلفزيون اليوم يتعاملون معها بمنطق المقولة الشهيرة "رَبِّ صورة أبلغ من ألف كلمة"، فأفسحوا لها المجال في التقارير الإخبارية لتؤدي وظيفتها بالتناسق مع النص المكتوب وبقية العناصر ووفق السياق المسطر من قبل القائم بالاتصال. فالمعروف أن من مميزات الصورة الإخبارية أنها (تخاطب العواطف والمشاعر أكثر من مخاطبتها للعقل، ومن طبيعة الصورة أنها سهلة الإدراك والفهم، فضلا عن أنها تخاطب الجانب الأيسر من الدماغ أي تشجع الكسل، وتتوخى مخاطبة العاطفة على العقل، وكل هذا لا ينفي دور القصة الخبرية ومضمون التقرير الإخباري لأنه يشرح ويفسر ما يعرض للمتلقي) (الزعيبي، 2006)

ومن المؤكد أن صحفيي الميدان يحصلون على مادة بصرية جيدة، وهنا نسأل: كيف يتم استخدامها؟ وهل يكفي أن نلتقط مجموعة من اللقطات والصور الجيدة حتى نوثق قصة خبرية جيدة؟ هنا يجب بعض المهتمين بدلالة الصورة في القصة الخبرية بالقول (إدلين وآخرون، 2012): (أن الصورة لا تكتسب دلالتها إلا عندما تكون مبنية وفق مستوى تراتبي تترابط وحداته مع بعضها البعض ضمن نسق واحد)، إن هذا الكلام يقودنا إلى مدى أهمية عملية المونتاج والانتقاء للصور الذي يفرض نمط ترتيب معين للصور، وهنا نستحضر مبدأ السينمائي الروسي "ليف كوليشوف" القائم على أن الصورة يختلف معناها باختلاف الصور التي تأتي قبلها أو بعدها. كما أن الصورة الإخبارية تحمل وجهان (الأول يكون دالاً على الأخبار، وهو ما يمكن أن تلتقطه العين المبصرة خارج المقاصد الممكنة، أما الثاني فيحتضن الرمز بكل امتداداته)، وهو ما يتوافق مع المفهوم السيميائي للصورة وما طرحه رائد السيميولوجيا رولان بارث في أن للصورة مستوى تعييني أي الوجه الأول والمستوى التضميني أي الوجه الثاني.

كما أن القاعدة العامة لاختيار الصور في أخبار التلفزيون هي أن تتضمن اللقطات قيما إخبارية، وهذا يفرض اختيار المشاهد ذات الدلالة والأهمية، وعلى الرغم من ذلك فإن هناك اعتبارات في اختيار تلك اللقطات في الفيلم الإخباري، أهمها الحركة وتسلسل اللقطات (غويبي، 2012)، وهنا يتضح أن عملية توظيف الصورة في صناعة الخبر عملية معقدة تحتاج إلى صدقها بالدرجة الأولى إلى جانب التركيز الكبير في اختيار ما يتوافق من اللقطات والمشاهد مع الأفكار المراد إبرازها في الصور، وهذا ما أكدته "أديب خضور" في أنّ



ابستومولوجيا صناعة الأخبار في الفضائيات العربية الإخبارية

(نجاح الصورة أو فشلها متوقف على مدى تزييفها للواقع أو الحقيقة أو مدى صدقها في نقل ذلك الواقع، لأن تكوينها عملية معقدة لها قوانينها الفكرية والنفسية والاجتماعية والاتصالية) (خضور، 1999)

وتتوافق عملية انتقاء الصور مع عملية انتقاء الأخبار في النشرة من حيث العوامل المؤثرة، حيث تخضع هي بدورها لمعايير متعددة منها ما يتلق بالقائم بالاتصال واعتناقه لأيديولوجيات معينة وكذا أهدافه ومرجعياته الفكرية والاجتماعية والثقافية وحتى العقائدية، وكذا السياسة الإعلامية والتحريرية للمؤسسة، إضافة إلى السياق الذي توضع فيه وعامل الوقت كما أشرنا سابقا الذي يعد من محددات بناء الأخبار في قالب النشرة.

ومن أوجه استخدام الصورة في أساليب التوظيف الإخباري ما يسمى "بتشكيل اللقطة الخلفية" (العبادي، 2020، صفحة 124)، حيث تعتمد المحطات الإخبارية إلى تصميم خلفية تظهر خلف مقدمي الأخبار، لتكون معبرة عن وجهة نظرها عن القضية التي يجري بثها في النشرة، وتستخدم تلك القنوات صورا معينة ومدمجة ومصممة لتكوّن لوحة معبرة عن الحدث المذاع. وعادة ما يتم اختيار الصور الموحية بالجوانب الإنسانية، ولعلّ هذا ما رصدناه في طريقة العرض الإخباري للعديد من القنوات الإخبارية العربية، وهو ما ظهر بشكل جلي في التغطيات الإخبارية للأحداث التي جرت بالمنطقة العربية والتي ما أطلق عليها تسمية "ثورات الربيع العربي"، فقد شاهدنا اختلاف وتغير اللقطة الخلفية للمذيع عند كل تغطية لحدث مغاير، حيث تتماشى الصور مع الأحداث الجارية لكل بلد.

وعادة ما يجري توليد الإيحاءات في اللقطة الخلفية المشكّلة وفقا لإجراءات ترتبط بالخيار حول ما تحتويه الصورة والطرق التي أنتجت بها والتي تحدد بدورها الطريقة التي يجري بها فهم اللقطة المشكّلة، ويؤثر ذلك في معنى الصورة وكيفية قراءة الإيحاءات التي تظهرها، فضلا عن السياق الذي توضع فيه الصورة والذي يعتمد على الصلة بين علاماتها الداخلية والخارجية.

إن عملية التوظيف الإخباري للصورة يستدعي من القائم بالاتصال معرفة آليات توظيفها والطرق والأساليب الفنية لمختلف الجوانب المتعلقة بفن الصورة وتأثيرها في المتلقي، وذلك بوضع حدود لمعاني الصورة المراد إيصالها من خلال عملية الانتقاء والقطع والتركيب وهو ما يعرف في العمل التلفزيوني "بالمونتاج"، من خلال إبعاد صور وإبراز أخرى بما يتماشى والتأثير المرجو تحقيقه في المشاهد ومن ثم تحقيق الهدف الذي تسعى إليه القناة وتسويق الفكرة المعبرة عن رؤيتها للأحداث.

2- توظيف اللغة في صناعة الأخبار:

كثيرا ما ننظر إلى الأخبار على أنها أنباء تردنا وحسب، تزودنا بمعلومات وأخبار لحظية عن ما يقع في العالم، دون أن نتفطن لمدى تأثيرها الواسع على مداركنا ومعرفتنا بالأحداث الجارية وخلفياتها التاريخية، لكن ما لا نعرفه هو أن الخبر يتبع التقاليد المعروفة في صياغة الأخبار يؤسس إطارا ترتبط وفقه عناصره السابقة التحديد لتكوّن خبرا. ومن بين أهمّ العناصر البنائية للخبر "اللغة المستخدمة والمفردات اللغوية" المنتقاة لصياغة الأحداث في شكل أخبار تصلح للبث، حتى أن "جون هرتلي" يرى أنّ (على الإنسان أن يفرّق بين الأحداث التي تصنع محتوى الأخبار وأسلوب المعالجة الذي يصاحب الأحداث Code. فهو لا يعرف الخبر وفقا لطبيعة الحدث الذي يجعل منه مادة ذات أهمية إخبارية، بل طبقا للشّفرة اللغوية المستخدمة في الإخبار عنه) (ميلر، 2010)



وبناء على سبق فإن هناك فرق بين محتوى الأخبار وأسلوب المعالجة المصاحبة للأحداث، فالعديد من المحطات الإخبارية لا تستند على طبيعة الحدث في تعاطيها مع الخبر، وإنما لسلسلة العلاقات التي تربط بين المفردات اللغوية المستخدمة والتي تكون على نسق محدد ومنسجم لإكسابها أهمية إخبارية وفق رؤية القناة، وهو الأمر الذي يعطي للأحداث في الكثير من الأحيان أبعاداً إخبارية مغايرة تماماً لطبيعة الحدث في حد ذاته، وذلك بالتركيز على زوايا وجوانب معينة من الحدث وإغفال جوانب أخرى وفق إستراتيجية الانتقاء والإبراز التي تعتمدها القناة. ويحصل هذا وفقاً لانتمان Entman ضمن مستويين، (يتمثل الأول بتحديد مرجعية تساعد في عملية تمثيل المعلومات واسترجاعها من الذاكرة، ويتعلق الثاني بوصف السمات التي تمثل محور الاهتمام في النص الإعلامي، ومن خلال التكرار والتدعيم يتم إبراز صياغة معينة للقصة الإخبارية تتضمن تفسيرات محددة تصبح أكثر قابلية للإدراك والفهم من الجمهور الذي يتعرض للاستمرار للوسيلة الإعلامية) (Entman, 1991)

وتستخدم المفردات والألفاظ اللغوية القوية في سبيل التهويل والتخويف، وحتى الإغراء والاجتذاب، بطريقة تثير صوراً إيحائية لمخيلة المشاهد. فالإيحاء باستخدام "الشفرات اللغوية" من الطرق الذكية التي تلجأ إليها بعض القنوات التلفزيونية من أجل خدمة أفكارها وإيصال رسائلها المسطرة حول الأحداث والوقائع.

وربما أصبح المتلقي الآن أكثر ذكاءً من ذي قبل في ظل الزخم الذي يعرفه الفضاء الإعلامي وكثرة القنوات الإخبارية، فقد أصبح المشاهد يلاحظ مدى اختلاف هذه الفضائيات الإخبارية في تعاطيها مع العديد من الأحداث على رأسها القضايا العربية، ويعقد مقارنة بين تغطية كل قناة لنفس الأحداث من خلال استخدام كل قناة أساليب إيحائية تنبأ بمدى تحيزها لطرف على الآخر. فاستخدام مفردات معينة في التغطيات الإخبارية يعكس مدى التحيز في صناعة الأخبار، (حيث تمارس القنوات التلفزيونية ضمن أساليب التوظيف الإخباري عملية إضفاء تسميات محددة للأحداث أو الأشخاص أو القوى السياسية المتأزمة مثل: الثورة، التمرد، العمليات الإرهابية، المعارضة المعتدلة وغيرها... وتبغى من وراء ذلك تسويقها للجمهور بما يجعله متأثراً بتلك التسميات التي تحمل دلالات معينة في وصف أحداث أو جهات تحاول القناة تشكيل نمط معين من الصفات يغلف شكلها الذي تقدمه للجمهور) (العبادي، 2020، الصفحات 121-122)

وهنا نفرد مثالا لأكثر كلمة تم استخدامها وتداولها من قبل القنوات الإخبارية وهي كلمة "إرهابي/ إرهاب"، فهي من الكلمات التي يختلف إطلاق تسميتها على منظمات وأحزاب وشخصيات وجهات معينة وفق الرؤية الإعلامية لكل قناة، بل أصبحت من أكثر الكلمات التي تثير جدلاً واسعاً في التغطيات الإعلامية بين وسائل الإعلام. وربما نلاحظ استخدام هذه الكلمة أكثر شيوعاً في الأوساط الإعلامية الغربية خاصة عندما يتعلق الأمر بشخصيات أو جهات وجماعات إسلامية، وفي هذا يقول "نور الدين الميلادي" في دراسته لتغطية قناة الجزيرة أن (القناة نأت بنفسها منذ البداية عن استخدامها لكلمة "إرهاب" حتى في الإشارة إلى الجماعات المتمردة أو الجماعات التي تقاتل من أجل الحرية، أو حتى الجماعات التي تستخدم القوة كوسيلة للتغيير الاجتماعي، وفي هذا المقام نجد أن الخط التحريري للقناة يتقيد دائماً بالاسم الذي تعرف به كل جماعة عن نفسها) (الميلادي وجماعي، 2016)



ابستومولوجيا صناعة الأخبار في الفضائيات العربية الإخبارية

وفي أساليب أخرى لتوظيف اللغة في النشرات الإخبارية، عملت العديد من القنوات التلفزيونية لاسيما العربية الإخبارية منها على تكوين صيغ لشعارات كانت مرافقة لعدة قضايا، ولعلّ أبرزها الأحداث التي عرفتها المنطقة العربية خلال العشرية السابقة (2020/2010) من أحداث ساخنة عُرفت بما أطلق عليها الإعلام بثورات الربيع العربي، حيث أصبح من اللافت للمشاهد رصد شعارات في ركن من الشاشة يصاحب القضية التي يتم تغطيتها، وأحيانا يأخذ وصفا لبعيدٍ من تطورات لقضية ما، ويستمر عرض الشعار لعدة أيام ضمن التغطية المستمرة لتلك الأحداث، مثل: "غزة تحتّرق"، ليبيا الثورة، مظاهرة بمهد الثورة السورية، حديث الثورة، وغيرها من الشعارات التي عُرفت بها العديد من القنوات لتمرير وجهة نظر القناة حول الحدث أو القضية.

يبدو أن التوظيف الإخباري للمفردات والألفاظ ضمن الشفرة اللغوية لقناة ما ليس دائما بريئا، ففي الكثير من الأحيان تعمل المحطات التلفزيونية لاسيما الإخبارية منها على تكوين قاموس لغوي خاص بها يتضمن كلمات ومصطلحات وتسميات خاصة بالقناة، تعبر عن رؤيتها وسياستها وتوجهاتها تجاه كل قضية تعمل على تغطيتها بتمرير رسالة تحاول من خلالها التأثير على المتلقي، وبالتالي تجعل من تلك التسميات والمفردات لصيقة بالجهات والأفراد والأحداث في أذهان الجمهور.

خاتمة:

تعتبر عملية صناعة الأخبار عملية فكرية وديناميكية معقدة كونها عملية منتجة للمعارف، هذه المعارف التي تركز على عمليتين بارزتين هما الانتقاء والبروز، واللذان تعتبران ركيزتا عملية التأطير الإخباري. حيث تعمل المحطات الإخبارية بصورة عامة على توظيف كل من العناصر المرئية واعتبار الصورة كوحدة أساسية فيها تأخذ دلالتها من امتدادها الرمزي، والخطاب السردي الذي يعتمد على الشفرة اللغوية المناسبة، على نحو تتماشى فيه هذه العناصر والرؤية الإعلامية والأيدولوجيا الفكرية الخاصة بكل قناة إخبارية، وتتسم عملية التوظيف هذه بالتحيز والإيحاء قصد تمرير رسائل إعلامية معرفية بارزة لإحداث التأثير المراد في المتلقي، ومن ثمّ الوصول للهدف المنشود والمسطر من قبل القائم بالاتصال.



قائمة المراجع

- 1-Cartee, J., & S, K. (2005). *News Narratives and news framing*. USA: Rowman and Littlefield Publishers.
- 2-Dijk, V., & Teun, A. (2014). *A Discourse and knowledge A Sociocognitive approach*. Britain: Cambridge University Press.
- 3- Dijk, V., & Teun, A. (2003). *The discourse -knowledge interface*. Britain: Macmillan Publishers Limited.
- 4-Djik, V. (1988). *News as Discourse: Lawrence Erlbaum Associates*. New Jersey.
- 5-Entman, M. (1991). Framing us coverage of international news. *Journal of communication* , p. 43.
- 6-Gamson, W., & Modigliani, A. (1987). *The changing culture of affirmative action, Vol 3*. Braungart: Research in political Sociology.
- 7-Tuchman, G. (1973). Making news by doing work -routinizing the Unexoected-. *American Journal of Sociology* , p. 110.
- 8-أحمد صالح، ث. ج. (2019). *وظيفة الصورة الخبرية في الصحافة الكردية*، ط 1. القاهرة: المكتب العربي للمعارف.
- 9-إدلين، ف. &، وآخرون. (2012). *بحث في العلامة المرئية من أجل بلاغة الصورة*، ترجمة سمر محمد سعد. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- 10-الأحمد آل ثاني، ف. ب. (2011). *إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية بالتطبيق على قناة الجزيرة الفضائية*، ط 1. المملكة العربية السعودية: دار وجود للنشر والتوزيع.
- 11-الحيدري، ع. ا. (2017). *ابستمولوجيا علوم الإعلام والاتصال. المجلة العربية للإعلام* (العدد 17).
- 12-الزغبى، س. ف. (2006). *صورة العرب في الإعلام الأمريكي*، ط 1. عمان، الأردن: دار ورد للنشر والتوزيع.
- 13-العبادي، ا. خ. (2020). *التوظيف الإخباري للآزمة السورية في الفضائيات الدولية*. الجمهورية التركية: دار نشر ريمار أكاديمي.
- 14-العباضي، ن. ا. (2001). *الإخراج التلفزيوني للأخبار في القنوات التلفزيونية العربية -التفاوت بين الشكل والمضمون -مجلة الإذاعات العربية* (العدد 40، p. 1).
- 15-الميلادي، ن. ا. &، جماعي، ت. (2016). *التغطية الإخبارية في عالم مضطرب -الجزيرة في عشرين عاما، الطبعة الأولى*. لبنان، الدوحة: الدار العربية للعلوم ناشرون، مركز الجزيرة للدراسات.
- 16-أمكور، ع. (2021، 12 5). *أخبار سيئة، أخبار جيدة...قراءة في كتاب "ابستمولوجيا الأخبار الزائفة" مجلة الصحافة 5*. Consulté le 20, 2023, sur <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/1692>.
- 17-ثاني محمد النذير، ع. ا. (2017). *ابستمولوجيا علوم الإعلام والاتصال*. الامارات العربية المتحدة: منشورات دار الأديب.



- 18- جواد، ع. ا. (2002). فن كتابة الأخبار. عمان، الأردن.
- 19- خزعل، ع. ا. (2010). فن تحرير الأخبار والبرامج في الفضائيات التلفزيونية والقنوات الإذاعية. بيروت: دار النهضة العربية.
- 20- خضور، أ. (1999). صورة المرأة في الإعلام العربي. دمشق: المكتبة الإعلامية.
- 21- رانتانن، ت. (2015). الأخبار-نشأتها وتطورها، ترجمة كوثر محمود محمد، ط. 1. القاهرة، مصر: مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة.
- 22- سيب، ف. (2011). تأثير الجزيرة -كيف يعيد الإعلام العالمي الجديد تشكيل السياسة الدولية-، ترجمة عز الدين عبد المولى، ط. 1. بيروت، الدوحة: الدار العربية للعلوم ناشرون، مركز الجزيرة للدراسات.
- 23- ضيف، ل. م. (2015). الإعلام الإخباري في الفضائيات "الجزيرة والعربية أنموذجا"، ط. 1. عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 24- عبد الرؤوف، ك. (1988). دليل الصحفي في العالم الثالث. الدار الدولية للنشر والتوزيع.
- 25- عطوان، ف. (2011). الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، ط. 1. عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 26- غويقي، غ. (2012). الصورة -المكونات والتأويل -، ترجمة سعيد بنكراد، ط. 1. الدار البيضاء، المغرب: المركز الثقافي العربي.
- 27- ميللر، ن. (2010). صناعة الأخبار العربية، ترجمة حنان عبد الرحمان الصفتي، الطبعة الأولى. القاهرة، المركز القومي للترجمة.