

جامعة الوادي

كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

قسم الاعلام والاتصال

السداسي: الخامس

المستوى والتخصص: الثالثة إعلام

محاضرات في مقياس: فنيات التحرير في الصحافة الالكترونية

المحاضرة العاشرة: القيم الخبرية في الصحافة الالكترونية

يزخر العالم سواء على الصعيد المحلي أو العالمي سواء على الصعيد السياسي أو الثقافي أو الديني أو الرياضي أو الاجتماعي أو العسكري بالأحداث لدرجة إنه يمكن ملاحظتها ولا يمكن نشرها كلها في صفحات الصحف أو بثها في نشرات الأخبار الإذاعية والتلفزيونية وحتى مواقع الإنترنت، حيث يجب اختيار بعضها فقط وترشيحه للنشر ورفض نشر الأحداث الأخرى.

ورغم أن المواقع الواب لا تعاني من مشكلة ضيق المساحة أو ضيق مدة البث، بل لا بد للأحداث أن تتوفر فيها بعض المواصفات لكي تصبح صالحة للنشر، وهي التي نسميها القيم الخبرية.

إن القيم الخبرية في عصر الإنترنت هي نفسها التي تحكمت في العمل الصحفي في مرحلة ما قبل الإنترنت، يعني الخصائص الإعلامية للإنترنت أضفت عليها بعدا آخر. فالقيم الخبرية هي التي تجعل هذا الحدث صالحا للنشر والآخر غير جديد به.

تعريف القيم الخبرية:

يعرف محمد العقاب القيم الخبرية بأنها: هي الميزان الذي يزن به الصحفي أو رئيس التحرير أو المؤسسة الإعلامية الأحداث والوقائع، أي أنها المقياس الذي تتم على أساسه عملية المفاضلة بين خبر وآخر عند النشر.

في حين ذهب الدكتور عبد العالي رزاق إلى اعتبار القيم الخبرية خصائص أو صفات أو عناصر أو مقاييس أو أسس. أو مبادئ أو مواصفات أو معايير أو مفاهيم أو سمات تحدد موقع الخبر في المؤسسة الإعلامية ومكانته في نشر الأخبار.

إن هناك عدة عوامل تتدخل في تشكيل القيمة الخبرية، فمنها ما هو نفسي أو سياسي أو ديني أو أيديولوجي، ومنها ما يتعلق بملكية وسيلة إعلامية، كما أن التنشئة الثقافية للصحفي تلعب دورا مهما

وطبيعة النظام السياسي للدولة، والعقائد والديانات تؤثر تأثيرا بالغا، وطبيعة الملكية تحدد مصير الخبر هل ينشر أم لا .

قائمة عامة بالقيم الخبرية العالمية:

1- الإثارة:

تعني هذه القيمة أن كل ما هو مثير وغريب وطريف يستحق النشر لأن الناس تنجذب إليها وتقرأها وتدفع الثمن من أجلها مثل الأخبار المتعلقة بالفضائح المالية والجنسية والجرائم، ويطلق على الصحف التي تهتم فقط بهذا النوع من الأخبار تسمية الصحافة الصفراء..، حيث ان هناك مقولة شهيرة هي: "عندما يعض الكلب رجلا ليس خبرا، ولكن عندما يعض الرجل كلبا، هذا هو الخبر".

2- الحدائثة:

إن الخبر الصالح للنشر يجب أن يكون جديدا، إنه الحدث الذي يجري الآن خلال النشرة أو خلال تحريره أو الذي لم يمر وقت طويل من وقوعه، يقول الروائي الفرنسي إندريه جيد: إن الخبر هو كل شيء يصبح غدا أقل أهمية وإثارة من اليوم، لذلك أصبحت الصحف والقنوات التلفزيونية والمواقع الإلكترونية تتفنن في لفت انتباه القراء والمشاهدين والمستمعين للأخبار الحديثة والجديدة بقولها: خبر عاجل، آخر خبر، خبر خاص بالجريدة أو القناة، وحصريا.

وفي المواقع الإلكترونية، عادة ما يضاف لها وقت نشر الخبر ووقت تحديث الموضوع ليس بتاريخ اليوم فقط، بل بالساعة والدقيقة وحتى الثانية.

3-الآنية والفورية:

تعني الآنية نشر الخبر بأسرع ما يمكن بغية تحقيق السبق الصحفي، فسرعة نقل الخبر تعكس مدى احترافية الصحفيين ووسيلة الإعلام، وتعزز الإنترنت فرصة الآنية إلى أقصى ما يمكن، حيث لا يكفي أن يكون الخبر جديدا، بل يجب نشره الآن وفورا.

4-القرب:

القرب معناه أن تكون الأحداث قريبة من القارئ في الزمان والمكان، واجتماعيا وعاطفيا، والقرب يأخذ أربعة مفاهيم هي:

- القرب الزمني: يهتم بالأحداث القريبة منه في الزمن.

- **القرب الجغرافي:** إن القارئ يهتم بالأحداث القريبة منه جغرافيا في الحي الذي يسكن فيه شارعه مدينته قريته بلده، هذه هي الجغرافيا التي تستهدف القارئ.
- **القرب الاجتماعي:** كل ما يتعلق بالمحيط الاجتماعي ومشاكل المجتمع في زمن معين أو منطقة معينة، العمل التسلية، السكن إلى آخره. فالقارئ يهتم ما يحدث لعائلته ولزملائي في العمل وأصدقائه في الحي أكثر من اهتمامه بالقضايا التي تهم أناسا بعيدين عنه اجتماعيا.
- **القرب العاطفي:** تركز فيه الصحف، على القضايا العاطفية مثل الحب والموت والمرض والمال والمخدرات...إلخ.

5-الصراع:

كلما كانت الأخبار والأحداث عبارة عن صراعات ونزاعات وحروب وانقلابات ومظاهرات، وإضرابات وما شابه ذلك تصبح مثيرة، وبالتالي لديها قابلية للنشر.

6-الشهرة:

تخص هذه القيمة الأشخاص والأماكن والأشياء، فالأشخاص المشهورون يستحقون الجدارة الإخبارية، والأماكن التاريخية وغيرها، وحتى الأشياء قد تكون مشهورة مثل الكتب، اللوحات الفنية، الألبسة، القطع الأثرية، فكلما كان الشخص أو المكان أو الشيء مشهورا يستحق الجدات الإخبارية.

7-الصفوة أو النخبة:

نقصد بالصفوة أو نخبة القادة أو علية القوم. مثل نجوم الرياضة والفن والسينما وكبار القادة السياسيين، والصفوة لا تقتصر فقط على الأشخاص وإنما تمتد للأحزاب والجمعيات والأندية الرياضية. كما نعني بصفوة كبار الدول مثل: الولايات المتحدة وروسيا وبريطانيا وفرنسا، اليابان، ألمانيا، الصين وكندا، كما تمتد صفوة إلى المنظمات الدولية الهيئات التابعة للأمم المتحدة مثل مجلس الأمن واليونسكو واليونسيف ومنظمة الصحة العالمية/ فضلا عن المؤسسات الدولية مثل البنك الدولي وصندوق النقد الدولي والمنظمات الدولية لحقوق الإنسان.

8-السلبية:

نقصه بالسلبية، الأخبار السيئة لأن الأصل في الحياة أن تكون مليئة بالإيجابية وبالتالي يجب التركيز على الأخبار السلبية لنقدها وأخذ موقف منها، كما أن هذه الأخبار تحمل طابع الإطالة والغرابة والتشويق، لذلك قيل إن الأخبار السلبية هي دائما الأخبار جيدة. Negative news is often good news.

ومن جهة أخرى، فإن وسائل الإعلام ترى أن مهمتها هي القيام بدور كلب الحراسة، وبالتالي يتعين عليها نشر الأخبار السلبية وليس وظيفتها التسويق لأنظمة الحكم والمسؤولين بنشر الأخبار الإيجابية فقط. لذلك، قيل إن الأخبار الإيجابية لا تعد أخبارا.

9- الأهمية:

تعني الأهمية اشتراك عدد كبير من الجمهور في خبر معين، بمعنى أن الخبر يهمه أكبر عدد ممكن من جمهور وسائل الإعلام، وهو ما يجعله قابلا للنشر.

إلى أهمية الخبر يمكن أن تفسر على أساس أن الخبر يكون مصيريا للجمهور، فالانتخابات الرئاسية في أي بلد تعتبر مصيرية وبالتالي هامة كما أن نشرت الأحوال الجوية التي تتحدث عن عاصفة محتملة يعتبر خبرا مهما لأنه يمس حياة الناس ومصالحهم.

10- الضخامة:

تعني قيمة الضخامة الحجم أو العدد، فالمبالغ الهامة التي ترصدها الحكومة للتنمية وعدد ضحايا انقلاب عسكري أو ضحايا زلزال وفيضانات أو حادث مرور وغيرها تصبح قيمة خبرية.

11- الغرابة والطفرة:

إن الأشياء غير المألوفة وغير المعتادة تصبح أكثر إثارة للاهتمام القارئ من الأشياء المعتادة. فالأشياء الطريفة والغريبة تستحق النشر، لأنها مثيرة ولديها قراء وجمهور، مثل نوم وزير عندما كان الرئيس يلقي خطابا.

12- التأثير:

إن الصحفي يركز على الأحداث والمعلومات الذي لديه التي لديها تأثير على جمهور عريض، لذلك يعتبر تحطم الطائرة الذي يخلف 180 قتيلًا أهم بالنسبة للقارئ من حادث مرور خلف قتيلين، وارتفاع سعر الخضار والفواكه يهيم نسبة كبيرة من المجتمع أكثر من ارتفاع أسعار المواد الغذائية للكلاب.

تعتبر هذه القيم، من بين قائمة طويلة بالقيم الإخبارية، ولا تزال هناك قيم أخرى لا يتسع المجال لشرحها وذكرها، ولكن يمكن أن نلخصها في:

البعد الإنساني. الأخبار المسلية والمنوعات. الحالية. العدالة، التأكد، التماثل، التوقع الموضوعية. التقدم والنجاح. الوضوح. صحة الأخبار ودقتها.

العوامل المؤثرة في اختيار الأخبار:

بالإضافة إلى ما سبق ذكره من قيم إخبارية، توجد عوامل تؤثر في اختيار الأخبار ومعالجتها. منها.

1- الحس الإخباري للمحرر:

حيث ان المحرر الإخباري نتيجة خبرته الطويلة من المفترض أن يعرف الأخبار حين يراها ويميز بين ما يصلح للنشر أو الإذاعة وما لا يصلح.

2- طبيعة الجمهور:

لا بد أن تعرف الوسيلة الإعلامية طبيعة الجمهور ورغباته واحتياجاته ونوعية الأخبار التي يسعى لمعرفتها حتى تلي احتياجات كافة فئات الجمهور، ويأتي ذلك من خلال دراسات ميدانية تجرى على الجمهور.

3- فلسفة الوسيلة: يخضع اختيار الأخبار الصالحة، للنشر أو الإذاعة لفلسفة الوسيلة وتوجهاته الفكرية والسياسية.

4- ضغوط النشرين أو مالكي القناة:

يعرف أغلب المحررين الإخباريين اتجاهات مالكي قنواتهم لذلك يفرضون على أنفسهم رقابة ذاتية حتى يتم معالجة الأخبار بما يتلاءم مع آراء مالكي الوسيلة.

5- تأثير المعلنين:

يضطر المحررون لعدم اختيار الأخبار التي يحتمل أن تضر بمصالح المعلنين أو قد يعالجونها بما يتناسب مع مصلحة المعلن.

6- الخليط أو المزيج الإخباري:

يحاول المحرر تحقيق التوازن بين كم الأخبار المحلية والإقليمية والدولية، المنشورة من ناحية، وكم الأخبار الجادة والخفيفة من ناحية أخرى حتى تتناسب المادة الإخبارية مع كافة فئات الجمهور.

7- المنافسة بين وسائل الإعلام:

تتنافس كل وسائل الإعلام في مجال الأخبار وكل وسيلة لها عناصر وقوة وعناصر ضعف في تغطية الأخبار المختلفة، وتحاول كل وسيلة تحقيق السبق الصحفي على الوسائل الأخرى، ولكن قد يؤثر ذلك على مدى صدقية وموضوعية المعالجة الإخبارية نتيجة عنصر السرعة.

المراجع:

- رضوان بلخيري، مدخل إلى الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الطبعة الأولى، جسر للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.
- محمد لعقاب، مهارات الكتابة للإعلام الجديد، دار هومة، الجزائر، 2013.
- نهى عاطف العبد، صناعة الاخبار في عصر البث التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، 2008.