

المحاضرة الاولى

إختلف الباحثون في تحديد مفهوم الخبر من عصر لآخر ومن مجتمع للآخر، ومن وسيلة إعلامية للأخرى سواء كانت مطبوعة أو مسموعة أو مرئية أو حتى بين ممتنهي الصحافة بأنفسهم لأن صياغة وكتابة الخبر تنطلق من خلفيات فكرية وعقائدية وقيم مجتمعية الى جانب خبرة ومعارف المكتسبة من طرف القائم بالإتصال وإهتماماته ودوره ووظيفته هي التي تحدد وتعطي للخبر معنى .

الخبر في اللغة العربية ما يأتي من أنباء عما نستخبر أو هو أن الخبر ما ينقل وما يحدث به قولاً أو كتابة أو قول يحتمل الصدق أو الكذب لذاته وجاء في معجم لسان العرب لإبن منظور الخبر مأتاك من نبأ عمن تستخبر عنه والخبر النبأ، والجمع أخبار وجمع الجمع أخابير.^[1] يلاحظ على المعنى المعجمي لكل من الخبر و النبأ أنه لا فرق بينهما إطلاقاً وأنهما يستعملان بمعنى واحد.^[2] وجاء في تاج العروس من جواهر القاموس أن "النبأ محركة الخبر وهما مترادفان^[3]" وفي القرآن الكريم ورد لفظ نبأ في أكثر من موقع ،حسب موقعها في الجملة أو القصة القرآنية.^[4]

يعتبر (روشكو) " أنه من السهل ملاحقة الخبر بدلا من تعريفه ،وهي خاصية يشترك فيها مع القيم المجردة مثل الحب و الحقيقة"^[5] تتحكم في بناءه خلفية إيديولوجية وسياقات إجتماعية لاينبغي الإفلات منها وبتالي الحديث عن ماهية الخبر أمر نسبي . زادت في تباين الهوية في تحديد تعريف شامل جامع له أي- الخبر- الإتجاهات الفلسفية والنظريات السائدة من بينها النظرية الليبرالية و المسؤولية الإجتماعية و الإشتراكية كما تشتق فلسفته من الممارسة الإعلامية فليس هناك تعريفات قاطعة للأخبار وإنما هناك تقاليد و حاجات متغيرة للسوق الإستهلاكية ،ومع ذلك توجد بالقطع مبادئ يطبقها رجال الأخبار عند تقييم قصة خبرية

[6]6. يوجد كم هائل من التعريفات المطروحة بطريقة يصعب حصرها وسردها وتزداد الصعوبة إذا علمنا أن الكثير منها مكرر وبعبارات تماثل عدد العاملين في ميدان الصحافة.[7]7

التعريف الاصطلاحي للخبر :

تعددت التعاريف و المفاهيم بخصوص وضع مفهوم موحد للخبر يقال يمكنك تحرير الخبر في حين يصعب ايجاد تعريف موحد للخبر .

يقصد به " نقل للأحداث و الوقائع من زاوية ما يراه المندوب الصحفي المتواجد بعين المكان طبقا للخط الإفتتاحي المنتهج من طرف الوسيلة الإعلامية ،تتداخل في صياغة الخبر في شكله النهائي عدة عوامل إجتماعية وتوجهات سياسية وضغوط مباشرة أو غير مباشرة ،تكون فيه الحيادية و المصادقية أمر نسبي .

بحسب (توتشمان) فإن الخبر هو "مورد إجتماعي ، تؤدي آليات تشكيله إلى إنتاج سلسلة من القيود و المحددات التي تؤطر بدورها أشكال المعرفة، التي يمكن إنتاجها وندعوها الواقع هذه النظرية في فهم الخبر ، تتجاوز بل تتقضى الصيغة المبسطة عن كونه مرآة للواقع فهي تستبدل فكرة المرآة بفكرة الإطار تلك التي عرفها ببراءة (أنتمان)، حينما أوضح أن صناعة الخبر ، هي عملية تأطير تقوم على إختيار جوانب معينة من واقع مدرك وجعل هذه الجوانب أكثر بروزا في النص الخبري .

بهذه الطريقة يوضع حدود معينة تتحكم في تعريف المشكلة وتفسيرها تفسيراً سببياً وتقويمها أخلاقياً وأيضاً في تصور سبل معالجتها "8[8] ويجيب (توماس باترسون ،1998) عن ذلك في كتابه الأدوار السياسية للصحفيين ، أن الأخبار عبارة عن بناء تتداخل فيه عدة عوامل من بينها الأعراف و الموثيق الصحفية مرورا بحراس البوابات والصحفيين .9[9] مع التأكيد على الطابع الإنتقائي.

تتحكم في ذلك عقود المهنية والعادات و المبادئ التوجيهية في كيفية جمع الأخبار وصياغتها ،ويكمن ذلك في مجال ترتيب الأخبار والتركيز على البعض وإهمال أخرى رغم أهميتها فالفائق على الوسيلة الإعلامية يقدر أهمية الأخبار ويعطي مساحة أو حيز لظهورها . والموضوعية إذنا هي شئ نسبي يعود إلى ضمير الصحفي وما تتطلبه أخلاقيات المهنة الصحفية ، ويقصد بها عدم تغيير الخبر بالإضافات أو بالحذف ويجب أن لا يتدخل في الخبر بصورة تغيير معنى الخبر أو تجعله يعطي تفسيراً مخالفاً لموضوعه، والصدق تعني إعلام المواطنين بالأخبار الصحيحة والموضوعية تقتضي تقديم الرأي والرأي الآخر. [10]10

ترتكز الموضوعية على مجموعة من المستلزمات أو الأسس الضرورية وهي: التجرد، الإرتكاز إلى الحقائق، موقف الإعلامي، مصادر المعلومات، السبق الصحفي، حق الرد، تصحيح الأخطاء و الاعتذار، الصياغة و المعالجة، تضارب المصالح، الإستقلالية، المسؤولية، العدالة. [11]11

يحدد ماكنير ثلاث سمات الموضوعية وهي [12]12:

1 -الفصل بين الحقيقة والرأي.

2 -العرض المتوازن للمناقشة.

3 -صحة البيانات الصحفية وشرعيتها بإسنادها إلى مصادر موثوق بها.

يوضح ماكنير ، ضرورة الفصل بين الحقيقة والرأي ليس معناه أن يتجرد الصحفي من آرائه والتعبير عنها، إنما المطلوب هنا هو التمييز الواضح بين جامع الأخبار الذي يقوم بنقل المعلومات وبين المعلقين عليها وبالتالي يتعامل الصحفي مع الأحداث و الأخبار كمرقب وليس مشاركا .

المحاضرة الثانية

انواع الخبر :

- **الخبر البسيط:** وهو الذي يتناول واقعة واحدة محددة في الزمان والمكان ويعتمد على مصدر واحد وبرقية واحدة . إن صياغة وكتابة الخبر البسيط سهلة إذ يكفي الإجابة على الأسئلة الست.
- مثال :

تراجعت أسعار النفط مع ارتفاع مخزونات الخام الأميركي بأكثر من المتوقع وتسجيل الإنتاج لرقم قياسي. وانخفضت العقود الآجلة لنهاية تعاملات الأربعاء ليغلق برنت عند 81 دولارا وخام تكساس عند 76.66 دولارا.

الخبر المركب : الخبر المركب: يتناول أكثر من واقعة بشرط أن تكون تلك الوقائع مرتبطة ببعضها ، ويعتمد هذا النوع من الخبر على مصادر كثيرة ونجد فيه تعدد الأزمنة والأمكنة، ويعتمد كذلك على برقيات كثيرة حسب عدد الوقائع.

- مثال :

أكدت وزيرة المالية الهندية نيرمالا سيتارامان -خلال فعالية اليوم الأربعاء في نيودلهي- أن حرب إسرائيل على قطاع غزة تثير المخاوف بشأن التحديات الجيوسياسية التي يواجهها الممر الاقتصادي متعدد الأطراف الذي تدعمه الولايات المتحدة وقالت سيتارامان إن "الصراع الدائر في إسرائيل وغزة دليل مقلق على التحديات الجيوسياسية التي يواجهها" الممر الاقتصادي

وفي سبتمبر/أيلول الماضي، أعلن زعماء عالميون اتفاقا للسكك الحديدية والموانئ يربط الشرق الأوسط وجنوب آسيا مع سعي الولايات المتحدة لمنافسة مبادرة الحزام والطريق الصينية التي تؤسس لبنية تحتية عالمية، بممر اقتصادي وتجاري جديد وسيمر الممر المقترح عبر إسرائيل التي تشن حربا على قطاع غزة منذ 40 يوما...

المحاضرة الثالثة : الأسئلة المرجعية للخبر :

يعتمد الصحفيون دليلاً يساعدهم على التأكد من اكتمال خبرهم واشتماله على القدر الكافي من المعطيات اللازمة لرواية قصة إخبارية، ويتكوّن هذا الدليل من ستة أسئلة "من، ماذا، متى، أين، كيف، لماذا" تشكل شبكة متماسكة من المعلومات وتعرف بالأسئلة الصحفية كما تسمى أيضاً بالأسئلة المرجعية ويرمز لها باللغة الإنجليزية بالرمز "W5+H":

الإجابة على سؤال "من؟ Who:"

وذلك من خلال ذكر الأطراف الرئيسية الفاعلة في الحياة العامة فغالبا ما يتعلق الخبر بشخص أو مجموعة أشخاص أو بمؤسسة وطنية أو دولية وهؤلاء هم الأطراف الفاعلة في الحياة العامة الذين تحدد هويتهم بالإجابة على سؤال من؟، ويتمثل الجانب الرئيسي من عمل الصحفي المخبر في رواية ما يقوله أولئك الفاعلون الرئيسيون أو ما يفكرون فيه أو ما يفعلونه من أفعال، تحركات، أعمال منجزة وما يقيمونه من علاقات مع الأطراف الرئيسية الأخرى وينبغي على الصحفي أن يكون قادرا بالنسبة إلى كل حدث، على تحديد مختلف الأطراف الفاعلة مباشرة في الحدث أو المعنية بالأحداث التي سيغطيها.

الإجابة على سؤال "ماذا؟ What:"

جوهر الخبر أو الموضوع الرئيسي ماذا قال فلان؟، أي ما هو الموقف الذي عبّر عنه؟ وما هي الحركة التي أعلن عنها؟ مثال: "أعلن عدم ترشّحه للانتخابات الرئاسية القادمة، أو عبّر عن مساندته لقرار من قرارات الحكومة، أو انتقد خطة التوظيف...". أو الإجابة على سؤال ماذا جرى؟ وماذا وقع؟ مثال على ذلك: "اندلاع حريق أو حصول حزب أو جمعية على عدد من مقاعد مجلس النواب، أو إعلان عن نتائج البكالوريا."

يمكن أن يتفرع سؤال ماذا؟ إلى عدة أسئلة كأن يتفرع موضوع إعلان نتائج البكالوريا إلى نسبة النجاح العامة ونسبة نجاح الإناث ونسبة نجاح الذكور والعدد الإجمالي للناجحين وغيرها من المسائل.

" When: متى؟ " الإجابة على سؤال

ويشمل وضع الخبر في الإطار الزمني، حيث يجمع الصحفي الخبر اليوم ويقرؤه جمهور الجرائد الورقية في الغد لذلك على الصحفي أن ينتبه إلى صيغ ذكر الزمن في الخبر، وتختلف الوضعية بالنسبة لصحفي الوكالة أو المخبر الإذاعي أو الصحفي الذي ينشر أخباره في جريدة الكترونية فهم يجمعون الأخبار ويرسلونها في اليوم الواحد.

وتستعمل الجرائد مثل بعض الوكالات عبارات "اليوم" و"الأمس" و"غدا" لتحديد الوقت الذي وقع فيه الحدث المنقول، وتفضل الوكالات العالمية توضيح اليوم والأسبوع الذي وقع فيه الحدث "اللاثين، الثلاثاء..."، ويقوم هذا الاستعمال على أساس أن الوكالة عندما توضح اليوم من الأسبوع فإنها تعني كما هو مصطلح عليه أن الأسبوع المعني هو الأسبوع الجاري إلا أن ذكر عبارة "الثلاثاء الماضي" أو اليوم متبوعا بالتاريخ والشهر عندما لا يتعلق الأمر بالشهر الجاري، وإذا كان الحدث وقع قبل الأسبوع الجاري، فإنه يمكن حينئذ تحديد التاريخ واليوم بدقة عندما يكون ذلك ممكنا أو استعمال عبارات مثل: في بداية الشهر الجاري أو في بداية شهر جويلية أو أثناء النصف الأول من الشهر أو في آخر الشهر.

" Where: أين؟ " الإجابة على سؤال

ويشمل وضع الخبر في الإطار المكاني حيث يقع الحدث بمكان أو مبنى عام "البرلمان، قصر العدالة، مبنى وزارتي..." أو بمنطقة جغرافية محددة "بلد، ولاية، مدينة، شارع..."، وتحدد المدينة بوضعها الجغرافي "شمال البلاد" أو بعدد سكانها وينبغي أن يحدد البلد على مستوى القارة أو الجهة "بلد إفريقي، أحد بلدان إفريقيا الشرقية، أو على مستوى منطقة اقليمية "العالم الغربي، العالم الإسلامي، العالم العربي..." أما الشوارع والأنهج والساحات العامة فيمكن تحديدها جغرافيا بحسب موقعها في المدينة "وسط المدينة، شرقيها، بضاحيتها..."

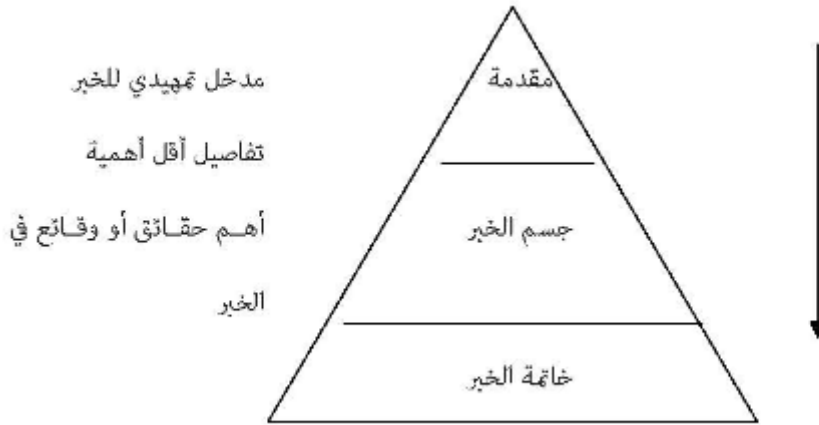
Why: لماذا؟ الإجابة على سؤال

قد لا تتوفر في العديد من الأخبار القصيرة إذ لا نعرف أسباب الحريق إلا بعد تحقيق فني وأمني يحتاج إلى أيام وأشهر وهو عنصر إثراء وتطوير للخبر عند وجوده، فمثلاً: ما هي أسباب تقديم الاستقالة؟ وما هي أسباب تكرار انقطاع الكهرباء؟ وما هي أسباب الإضراب؟.

المحاضرة الرابعة

القوالب الفنية للخبر :

قالب الهرم المعتدل :



يقوم تحرير هذا الخبر -وفق هذا النمط- على السرد التتابعي للأحداث من بدايتها إلى نهايتها، وينقسم الخبر وفقاً لهذا النمط إلى ثلاثة أجزاء: مقدمة تحتل قمة الهرم وهي مدخل يمهد لموضوع الخبر وإن كان يحتوي على أهم ما فيه، ثم يتلو المقدمة جسم الخبر وبه تفاصيل أكثر أهمية في الحدث وتندرج هذه التفاصيل حتى تصل إلى خاتمة الخبر التي تحتل قاعدة الهرم، وفي هذا النمط يبدأ الخبر بالتفاصيل الأقل أهمية ثم يتدرج بعد ذلك ليذكر التفاصيل الأكثر أهمية حتى يفاجئ القارئ في النهاية بأهم ما في الخبر أو النتيجة وذلك في خاتمة الخبر، ومن الأفضل أن يقتصر استخدام هذا القالب على الأخبار القصيرة بحيث يطول الانتظار على القارئ طويلاً لمعرفة الحدث.

قالب الهرم المقلوب:

يعد من أكثر الأشكال الصحفية شيوعًا واستخدامًا، لا سيما في أخبار وكالات الأنباء التي تبتث إلى المشتركين من مختلف الاتجاهات والأهداف، ويؤكد هذا القالب على أهمية الجمل الأولى القليلة من الخبر حيث توضع أهم العناصر في البداية أو القاعدة العريضة للهرم، أما المعلومات الأقل أهمية فتوضع في القاعدة السفلى من الهرم، فالملاحظ أن المعلومات توزع حسب تسلسل أو تدرج الأهمية ابتداءً من الأهم فالأقل أهمية.

الهرم المقلوب المتدرج :

المقدمة	أهم تصريح للمصدر
	أقوال مقتبسة
الجسم	ملخص يشرح جانب من التصريح
	أقوال
الخاتمة	ملخص وشرح
	أقوال
	ملخص وشرح

قالب الهرم المقلوب المتدرج

يقوم هذا القالب على أساس تشبيه البناء الفني للخبر الصحفي بالبناء المعماري وهو بذلك يأخذ شكل المستطيلات المتدرجة على شكل هرم مقلوب، بحيث يكون للخبر مقدمة تتضمن أهم تصريح فيه ثم يأتي بعدها جسم الخبر في شكل فقرات متعددة ليشرح ويلخص كل منها جانبًا من جوانب الخبر، وبين كل فقرة وأخرى يذكر نص تصريح لمصدر الخبر أو الشخصية التي يدور حولها الخبر، على أن ترتيب كل فقرة وما بينها من فقرات مقتبسة من أقوال المصدر حسب أهمية كل منها بحيث يبدأ بالتصريح الأهم، ثم التصريح المهم، ثم التصريح الأقل أهمية.

المحاضرة الخامسة

المحاضرة الخامسة : الاجزاء المكونة للخبر الصحفي

1.عنوان الخبر الصحفي

يعد العنوان أول نقطة تماس بين الخبر الصحفي والقراء، والمدخل الطبيعي والوحيد للولوج إلى الموضوع الصحفي، ومن ثم فكتابة عنوان صحفي غير محترف، قد يعرض الخبر الصحفي، الذي تكلف جهداً ووقتاً ليس بالهين، إلى خسارة فئة واسعة من الجمهور، لأنه العنوان لم يستطع التواصل معها بشكل فعال، فتحرير العنوان أصبح فناً قائماً بذاته.

تعريف عنوان الخبر

من الأشياء التي تجذب القارئ إلى قراءة مقال ثلاثة أمور هامة: أولها العنوان وثانيها طريقة العرض وثالثها كاتب الخبر، إضافة إلى جودة ما يكتب هي طريقة كتابة عنوان الخبر، وإن جاز أن نعرف العنوان فإننا نقول بأنه "السطر الأول أو مجموعة الأسطر التي تسبق موضوعاً أو قصة خيرية، وتلخص هذا الموضوع أو القصة الخيرية"، وهذا التعريف يشمل كل الوحدات التي تسبق صدور "جمع صدر" الأخبار والموضوعات التي تنشر عنها الصحيفة .

فالعنوان الجيد هو الذي يؤدي عدة وظائف في نفس الوقت ومنها: جذب اهتمام القارئ، وتلخيص الموضوع، وأن يكرس أسلوب الصحيفة ويجسد شخصيتها، وأن يكون موجزاً إلى أبعد درجة غير مخلة، ويجب أن يلبي حاجة القراء ويخلق في أذهانهم صورة أولية عن الموضوع وبالتالي يساعد في البيع .

من يحرر العنوان؟

الصحفي المخبر أو المندوب مطالب بتسليم موضوع كامل صالح للنشر وهو بالتالي مطالب بكتابة عنوان أو أكثر للموضوع ولكن المحرر الذي يراجع النص ويوافق على نشره له صلاحية تعديل لأنه أدرى بالمواضيع الأخرى لخلق انسجام خاص عند نشر الموضوع، وفي بعض الصحف خاصة العريضة تكلف صحفيا معنونا لكتابة ومراجعة العناوين.

فالمدرسة الأوروبية والأمريكية ترى بأن سكرتير التحرير هو من عليه تحرير العناوين، أما الاتجاه العربي فيرى أن المحرر هو من يقوم بتحرير عناوينه باعتباره هو الأجدر على استخلاص أهم قيم الخبر، وهناك اتجاه آخر يرى ضرورة ترك العناوين لقسم المراجعة من خلال تكليف صحفي مكلف بمراجعة العناوين.

يمكن أن يكتب العنوان في سطر واحد أو أن يكتب العنوان في سطرين كما في عنوان وكذلك يكتب العنوان في ثلاثة أسطر أو أربعة، وهناك بعض التسميات للعنوان والتي تسميها بالعنوان العلوي أو "المعلق" والعنوان السفلي "الفرعي" إضافة للعنوان الأصلي أو العنوان الرئيسي الذي يكون مكتوبا في العادة بخط من نوع الحجم الكبير يكون أكبر من الاثنين العلوي والسفلي.

2. طريقة كتابة العنوان

إن كتابة العنوان هي المهمة الرئيسية الثانية للمحرر بعد تنقيح النص وضبطه من النواحي الفنية كافة، ومن الضروري أن يتأكد المحرر من أن عنوانه قادر على جذب انتباه القارئ، والعناوين في الجريدة هي بمثابة الفهرس من الكتاب تمكن القارئ من معرفة المحتوى من نظرة بسيطة، فمن الناحية الوظيفية فإن عنوان الخبر هو الذي يخبر القراء بسرعة عن مضمون الخبر بصفة عامة أو عن أهم زاوية فيه. فالعنوان هو آخر جزء يكتب في أي عمل سواء أكان فنيا أم خبرا وحتى في المؤلفات والكتابات الإبداعية، وحتى في عالم الصحافة فإن الصفحة الأولى يمكن أن نسميها عنوان الجريدة إن جاز التعبير تبقى آخر صفحة ولا تختتم إلا عند الانتهاء منها بشكل تام، ولذلك فإذا كان العنوان أول ما يطالعه القارئ فإن آخر ما يحرره الصحفي في الخبر (حسني نصر، سناء عبد الحمان، التحرير الصحفي في عصر المعلومات الخبر الصحفي، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، 2009، ص 196)، لذلك على المحرر أن يحرر العنوان بعد الانتهاء من صياغة الخبر وكتابته لأنه يعتبر بمثابة المدخل الحقيقي للخبر، ولذلك يجب أن يكون واضحا من الناحية اللغوية ومختصرا، بعض كبار المحررين يضع أمامنا حكمة أو قاعدة ذهبية عن العنوان بقوله: "إن مساحة العنوان أعلى من أن تضيق

بتعميمات وكلمات غامضة"، وينبغي أن تكتب الأرقام في العنوان رقما لا حروفا باستثناء الرقم 1 أو 2 فالأفضل كتابتهما بالحروف.

شروط تحرير العنوان

يرى الدكتور "عبد الجواد سعيد ربيع" بأنه من أجل تحرير عنوان جيد للخبر الصحفي يجب مراعاة مجموعة من الشروط لخصها في النقاط التالية:

- أن يكون عنوان النص الإخباري إجابة عن أحد الأسئلة الستة.
 - أن يكون العنوان الخبري صادق الدلالة على الخبر الذي يحمله، وأن لا يكون مبالغا فيه.
 - أن يكون مركزا وبعيدا عن أي فعل حدثي، ويكون واضحا يستطيع القارئ استعابه.
 - أن يكون مضمونه الإخباري جديد وجذاب وعدم تكرار الكلمة داخل العنوان الواحد.
 - الاهتمام بان يكون كل عنوان يمثل فقرة واحدة أو جملة واحدة مستقلة بذاتها.
- وهناك من يضيف مجموعة من الخصائص الواجب على الصحفيين في قاعات التحرير أخذها بعين الاعتبار عند تحريرهم للعناوين، وهي على العموم:
- أن يشتمل العنوان على أهم حقيقة في الخبر أو الحقيقة الجوهرية فيه.
 - تركيز عبارات العنوان وتخليصه من الألفاظ الزائدة.
 - يفضل أن يكتب العنوان بالفعل المضارع.
 - أن يركز على أكثر الأحداث إثارة.
 - أن يكون معبرا عن المضمون ومرتبطا به وملائما له.
 - أن يكون مثيرا للانتباه و يبتعد عن التهويل أو المغالاة.
 - لا يظهر رأيا مسبقا تجاه الحديث.

أنواع العنوان

تتداول العديد من أقلام المنابر الصحفية العديد من أسماء العناوين الخاصة بمختلف الأخبار الصحفية، وهذا الاختلاف راجع لتعدد المدارس المنتهجة من قبل المحررين الصحفيين، وتختلف أنواع العنوان في الصحافة المكتوبة حسب معايير معينة:

أنواع العناوين حسب المضمون:

لكل مادة إعلامية عنوان خاص بها، فعنوان المقال مثلا غير عنوان الخبر، وعنوان الخبر الخاطف غير عنوان الخبر المطول وعنوان الخبر الخفيف غير الجاد وكذلك بالنسبة للخبر البسيط والمركب، وفي جميع هذه الأنواع من العناوين لكثرتها، وسنكتفي بأربعة منها هي:

-المانشيت: "العنوان العريض" وهو العنوان الكبير الذي يتصدر الصفحة الأولى من الجريدة أو غلاف المجلة ويسمى في هذه الحالة المانشيت الأولى يمتد على أعمدة الصفحة المتاحة "سنة أو سبعة"، أما المانشيت الداخلية فتتوج بها كل صفحة بحسب اختصاصها كصفحة السياسة المحلية و صفحة السياسة الخارجية و صفحة الأخبار الاجتماعية غيرها. ومن عادة الصحفيين أنهم يوجهون عناية خاصة إلى المانشيت باعتبارها مجالا لتفرد كل جريدة بأسلوبها، وتحتل المانشيت الأولى أهمية خاصة في الصحف المسائية "غالبا ما تكون بالألوان" ولذلك قيل المانشيت ميزان الرواج لهذه الصحف، وسميت صحف المانشيت. أما الصحف الصباحية الرصينة فتحرص على أن تأتي مانشيتها الأولى جذابة وأكثر إثارة، حيث يمكن القول بأن المانشيت هي المعبرة عن سياسة الجريدة واتجاهها العام. مثلا: فإذا قالت المانشيت: "الجيش الفلاني يواصل عدوانه على مدينة ما" كانت سياسة الجريدة ضد هذا الجيش. وإذا قالت: "الجيش الفلاني يواصل تقدمه الظافر إلى مدينة كذا" كان موقفها مؤيدا لهذا الجيش. وإذا قالت: "الجيش الفلاني يواصل هجومه على مدينة كذا أو يواصل زحفه" دل ذلك على موقف محايد.

-عنوان المقال: فإذا كانت المانشيت جملة تتوج بها المادة الإخبارية الأساسية، ومرآة تعكس الأحداث فإن عنوان المقال هو عبارة يتوج بها المقال كما أنه يعكس رأي الكاتب وموقفه واستنتاجاته، كما أن مجال التنفن فيه أوسع لما يتاح فيه من سبل التصوير والمجاز والإيحاء ويتاح في عنوان المقال الاستعانة بالقصص الشائعة أو الأقوال المأثورة أو عناوين الإثارة المشهورة. ومن شروط استغلال الأمثال أن تكون مطابقة لمقتضى الحال مطابقة تامة.

-عنوان التحقيق والخبر: يحد في عنوان التحقيق أن يكون بعيدا عن البلاغة يتصف بالفصاحة في المضمون والدقة في المعلومات والواقعية في الأداء، أما عنوان الخبر يجب أن

يكون بسيطاً لا يكتنفه الغموض ولا يشوبه التعقيد وسهلاً بمفرداته مثال ذلك: " 20 ألف مهجر و 3 آلاف بيت مهدم يكتبون مأساة الجنوب."

أنواع العناوين حسب الشكل:

تندرج في نماذج أساسية أهمها:

العنوان الخبري: وهو الذي يحمل إلى القارئ معلومات عن الموضوع بحيادية خالية من أي رأي أو تقييم أو انفعال، مثل: "انتهاء عملية اختطاف ركاب طائرة."

العنوان التقريري: ويختلف العنوان التقريري عن العنوان الخبري في أنه يقدم عناصر الموضوع مضافاً إليها رأي الصحيفة أو تقييم الكاتب أو المحرر، وقد يكون هذا الرأي حكيمًا، سلبيًا، إيجابيًا، ويتناس هذا النوع من العنوان مع الأخبار السياسية مثل "الدول الغربية تسترجع الدولارات النفطية من فوهات المدافع العربية."

- **العنوان الاستفهامي:** ويسمى أيضا العنوان الاستفساري، وهو ما بني على صيغة السؤال مثل: "لماذا بكى الرئيس ليلة انتخابه رئيسا للجمهورية؟".

- **العنوان التحريضي:** وهو الذي يتضمن نوعاً من أنواع التحريض للجمهور، مثل: "استقل أيها المسؤول."

- **العنوان الاقتباسي:** وهي جملة قوية مؤثرة على لسان مسؤول مثل: "وزير الدفاع: لا تهاون في أمن الوطن."

- **العنوان الوصفي:** وصف عادي بألفاظ قوية معبرة، فالخبر الرياضي يناسب العنوان الوصفي مثل عنوان: "النسر الأسود يلحق في سماء العرب."

وحسب الدكتور "عبد العالي رزاق" هناك خمسة أنواع من العناوين وهي:

- عنوان إشارة، وهو يجيب على سؤال من أسئلة الخبر.

- عنوان رئيسي مفرد، ويأتي في شكل جملة اسمية خبرها جملة فعلية.

- عنوان معلق، وهو أكثر العناوين استخداماً في الصحافة المكتوبة.

-العنوان الفرعي: و يكاد يفتقد في الأخبار والتقارير في الصحافة الوطنية.

-العنوان الخبري: يجمع بعنوانات، وله تشكيلات فنية في الجريدة منها: التشكيلة الهرمية، وتشكيلة المتوازيات أو الموحد البداية أو النهاية أو الاثنين معا.

مقدمة الخبر الصحفي

تعد المقدمة بمثابة الاستهلال ومدخل القارئ إلى الخبر، لها أهمية كبيرة في بناء الخبر الصحفي وتشارك مع العنوان في جذب القارئ إلى الخبر أو إبعاده عنه، ولذلك لا بد أن تتوفر لها كل الإمكانيات التي توفر لها الجاذبية لاستهواء القارئ وجره لمتابعة الخبر حتى النهاية، ويمكن تعريف المقدمة حسب جورج هاو بأنها: "بداية الخبر وتتألف من جملة واحدة تكون مستقلة ضمن فقرة معينة.

ويمكن للاستهلال أن يتألف أكثر من جملة واحدة وقد يصل إلى عدة فقرات في الأخبار الطويلة"، ويرى البعض بأنها: "المدخل أو الزاوية التي يمهد بها الكاتب لموضوعه، ويجب أن يكون هذا المدخل قويا، ومنطقيا وقريبا من اهتمام القارئ وتفكيره حتى يتمهد تمهيدا جيدا لبقية المقال" (إسماعيل إبراهيم، فن المقال الصحفي الأسس الفكرية والتطبيقات العملية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2000، ص 152)، فوكالة أنباء الاسوشيتد برس (AP) فقد شبهت المقدمة بالمقبلات التي تركي الشهية ولا تقدم وجبة .

خصائص ووظائف المقدمة

هناك مجموعة من الخصائص على المحرر الصحفي مراعاتها عندما يكون بصدد تحرير مقدمات الأخبار الصحفية وهذا من أجل أن تؤدي دورها المنوط بها، نذكر من بين هذه الخصائص:

-أن يذكر مصدر الخبر في بداية أو سطر من المقدمة " صحفي، مراسل، مندوب، وكالة أنباء. وفي الصحافة الجزائرية نجد كتابة اسم صاحب الخبر أو الموضوع يأتي بين المقدمة وجسم الخبر.

-أن تكون المقدمة قصيرة مختصرة تتناسب مع حجم ومضمون الخبر ليس هناك تحديد لعدد الأسطر أو الكلمات في كتابة الاستهلال ولكن مقدمة الخبر لا تزيد عن ثلاثين كلمة بمعدل ثلاثة أسطر في العادة .

-أن تكون واضحة ودقيقة وأن لا تكون مزدحمة بالمعلومات.

-أن تقدم بموضوعية دون إبداء الرأي أي يجب عدم الإيحاء للقارئ بشيء.

-أن تجيب المقدمة على أهم سؤال لموضوع الخبر وهذا حسب طبيعة الموضوع، فإذا كانت المقدمة تتعلق بالأشخاص فإنها تجيب عن سؤال من؟ سواء كان شخصاً حقيقياً أم معنوياً، وممكن أن تكون مقدمة تفسيرية فتجيب عن سؤال لماذا؟ أي الدافع وراء الخبر أو أن تكون توضيحية للزمان فتجيب على سؤال متى؟، أو للمكان فتجيب على سؤال أين؟ أو للكيفية فتجيب على سؤال كيف؟، وأخيراً يمكن أن تكون توضيحية للحدث نفسه فتجيب على سؤال ماذا؟ وهو الأكثر شيوعاً في الصحافة العربية.

الوظائف:

أفضل المقدمات هي التي تفتح شهية القارئ إلى الاستزادة من القراءة، ويجب أن تتراوح مفردات المقدمة الناجحة ما بين 20 إلى 30 كلمة ويجب أن تكون هذه المفردات: موجزة وواضحة ودقيقة، فالمطلوب من هاته المفردات العشرين أو الثلاثين أن تؤدي الوظائف التالية لتكون مقدمة جيدة:

-تعرض ملخصاً للموضوع.

-تكشف عن هوية الأشخاص والأماكن من ذوي العلاقة.

-تبرز الطابع المميز للخبر.

-تعطي آخر التفاصيل عن الحدث.

-تثير اهتمام القارئ لمتابعة قراءة الخبر.

أنواع المقدمات

إذا كانت أساليب كتابة مقدمة الخبر متباينة من صحيفة إلى أخرى ومن وكالة أنباء إلى أخرى فإنه من الطبيعي أن تتعدد أنواع هذه المقدمات في الصحف، وهو أمر إيجابي للقارئ الذي يرغب أن يقرأ تنوعاً في الخبر تبعاً لتنوع الثقافات والاهتمامات والميول، ويمكن حصر أنواع مقدمات الخبر الصحفي فيما يلي:

-المقدمة التلخيصية:

يحاول هذا النوع من المقدمات الإجابة على أكبر عدد ممكن -إن لم نقل كلها- وهي الأسئلة الستة المشهورة (w+h5،) كما تعد من أبسط أنواع المقدمات وهي التي تلخص بوضوح وبساطة أهم المعلومات التي يحتويها الخبر، أي هي المقدمة التي تحشد جميع عناصر الإثارة في الجملة الأولى، وتستخدم غالبا في قوالب الهرم المقلوب، ومن ميزات هذه المقدمة: تلبية حاجات القراء الذين يقرؤون الأخبار من عناوينها فلما أن تجذبهم الفقرة الأولى إلى بقية الخبر أو أن تحولهم إلى خبر آخر.

-مقدمة الاقتباس:

وتكون عبارة عن اقتباس فقرة من تصريح أو حديث كما وردت دون تحريف أو تحرير، ويلجأ إليه كاتب الخبر لتأكيد مصداقية المعلومات التي يوردها في الخبر، إن اقتباس زبدة الخبر ووضعها في جملة موجزة غالبا ما يفي بالغرض ويعطي فكرة واضحة عن الخبر:مثلا "لا ارتفاع في سعر طابع جواز السفر" تصريح وزير الداخلية والجماعات المحلية نور الدين بدوي مشيرا إلى أن قانون المالية المقبل لا يتضمن زيادة في سعر طابع جواز السفر."

- مقدمة المجاز:

أي استخدام الكلمات بمعاني مجازية مثال: "الحكومة تفتح النار على أحزاب المعارضة، فمن المعلوم لم يقف وزير الداخلية ممسكا برشاشه لإطلاق النار على أي من الأحزاب، كما أن أحدا من تلك الأحزاب لم يصب بأذى جسدي"، فهذه المقدمة تتضمن كلمات ومعاني مجازة على أن الحكومة بدأت تهاجم المعارضة.

-المقدمة المشوقة "الغرابية أو الطرفية:"

رغم أن كل مقدمة يجب أن تكون مشوقة وجذابة فإن هذا النوع من المقدمات يعتمد على عنصر التشويق أساسا في صياغته وفكرته، وتنطوي تحت هذه المظلة الأخبار التي تحمل عنصر التشويق والجدة والغرابية أحيانا، حيث تشير إلى مفارقة غير عادية أمثلة: "أم تضع تسع توائم."

-المقدمة الوصفية:

وهي المقدمة التي تصف الخبر أو الحدث أو ترسم صورة له مثال: "كانت الساعة تشير إلى الثانية من بعد الظهر، كل شيء في الطائرة يتسم بالهدوء، الركاب منشغلون بالقراءة أو استماع الموسيقى عندما ظهر فجأة شاب ملثم ليعلن اختطاف الطائرة."

-المقدمة الاستفهامية:

وتسمى مقدمة السؤال وهي التي تبدأ بسؤال يشير إلى موضوع الخبر مثال: "هل تقف الحكومة عاجزة أمام ظاهرة الاعتداء على المال العام؟...إلى متى يتهرب التجار وأصحاب المطاعم من دفع الضرائب المستحقة عليهم."

-المقدمة الحوارية:

وهي المقدمة التي تحاول إيجاد نوع من الحوار بين أطراف الخبر أي الابتعاد عن الطرق التقليدية في نقل الخبر: "نائب معارض: هناك تجاوزات إدارية كبيرة في مختلف الوزارات. وزير التنمية الإدارية: نحن أو من نعاني من هذه التجاوزات ونحاول جاهدين للقضاء عليها". أنت دكتاتور - نائب في البرلمان - بل أنت الذي يريد أن يزايد - رئيس الحكومة.-

-مقدمة التناقض "المفارقة":

وفي هذا النوع من المقدمات يتم الاعتماد على المفارقات والتناقضات، كما يقابل المحرر بين المفارقات والأضداد كمقابلة الكبير والصغير والملهاة والمآسة والماضي والحاضر

-مقدمة المثل أو الحكمة:

وهي التي تتضمن مثل أو حكمة معروفة لدى القراء ثم يورد بعدها الخبر الحقيقي والذي يجب أن يكون له علاقة مباشرة بالمثل أو الحكمة مثلا: "ليس كل ما يلمع ذهباً"، "اتق شر من أحسنت إليه."

- المقدمة الساخنة "القنبلة":

غالبا ما تكون في جملة واحد قصيرة ومختصرة ولكنها مفاجئة وتحمل خبرا هاما يوازي بضخامته انفجار القنبلة، أو الحديث عن شيء عظيم وهام، مثال: "اغتيال رئيس الوزراء اللبناني رفيق الحريري في بيروت صباح اليوم."

وإلى جانب المقدمات السابقة وهي الأكثر استخداما توجد هناك العديد من أنواع المقدمات التي لا تصلح إلا مع أنواع معينة من الأخبار كالأخبار العلمية والطبية والفنية.

جسم الخبر

يشتمل جسم الخبر الصحفي على تفاصيل الحدث أو الواقعة ويمثل هذا الشق صميم كتابة وصياغة موضوع الخبر، إذ يتضمن على أهم المعلومات بالتفصيل المناسب، وتسرد هذه المعلومات في فقرات منفصلة قائمة بذاتها بحيث يكون لكل خبر أسلوبه المتميز في الصياغة.

المحاضرة الخامسة

المحاضرة الخامسة : القيم الخبرية و العوامل التي تتحكم في إنتقاء الأخبار

• العوامل التي تتحكم في انتقاء الاخبار

أ- عوامل متعلقة بطبيعة الخبر نفسه (القيم الإخبارية، وصفات الخبر): تأتي عملية إنتقاء ونشر الأخبار طبقا لمعايير ، يطلق عليها القيم الإخبارية ويتم إستخدام هذه القيم أو المعايير للحكم على صلاحية الأخبار للنشر بواسطة حراس البوابات ، كما يتم إستخدامها في الحكم على صلاحية تفاصيل معينة في الخبر للنشر.^{[2]14}

ب - عوامل تتعلق بالإعتبارات المهنية و الذاتية التي تعمل في ظلها الوسيلة الإعلامية : إذا ما تم الإنتقال إلى المستوى التنظيمي ، فإننا نصل إلى مصفيات أرفع وأكثر رهافة ويتعين الإقرار بأن بنية أو هيكل تنظيم التلفزيون يؤثر تأثيرا هائلا على عرض الأخبار المتلفزة ^{[3]15}.

تمر عملية صناعة الأخبار وفق الباحث عبد الستار جواد بثلاث مراحل^{[4]16} تتمثل في جمع وصياغة وتوزيع الأخبار ويستثمر في ذلك ،نتائج البحوث العملية في مجال الإقناع و التأثير ،فيوظف الأساليب الفنية في صياغة الرسالة لتحقيق التأثير المراد منه على المتلقين .

عند دراسة الأخبار هناك ثلاث مفاهيم مرتبطة ببعضهما البعض وهي حراس البوابة، ترتيب الأولويات والقيم الإخبارية حيث يتأثر كل من العاملين الأول و الثاني بالعامل الثالث.^{[5]17} وسنأتي إلى ذلك بالتفصيل في باقي مباحث الدراسة .

1- جمع الأخبار: تبدأ بعملية جمع المعلومات والمعطيات الخاصة بالموضوع المراد إعداده .

2- صياغة الأخبار: حيث تمر هذه المعلومات ، بوحدات إنتقاء وتكرار وإختبارات عديدة إلى غاية وصوله إلى شكله النهائي، يتبع في ذلك كل التقنيات الحديثة والأساليب الفنية في مجال التحرير الصحفي من حيث المضمون وسبل ترقية والإهتمام بشكل المادة الإعلامية المعروضة ، خصوصا على مستوى وسائل الإعلام الثقيلة أين يتميز التلفزيون بجاذبية أكبر .

3- توزيع الأخبار: بعد الإنتهاء من صياغة الخبر وفق الشروط المطلوبة، تقوم المؤسسة الاعلامية بعملية توزيع او بث الخبر .

المحاضرة السادسة

دور القيم الخبرية في تحديد مسار الخبر :

تعرف القيم الإخبارية على أنها خصائص أو صفات أو عناصر أو مقاييس أو مبادئ أو أسس أو معايير أو مفاهيم أو سمات تحدد موقع الخبر في المؤسسة الإعلامية ومكانته في نشرات الأخبار.^{[6]18}

فمجال التوظيف ، يعود حسب طبيعة ملكية كل مؤسسة إعلامية وانتماءاتها الإيديولوجية وأجندتها وأولوياتها المطروحة ، فهي ليست مدونة مكتوبة ، بقدر ما يكتسبها الصحفيون في سياق نشاطهم وممارستهم اليومية وتوجيهات الدائمة و المستمرة لأعضاء هيئة التحرير .

تتظر الوسيلة الإعلامية أو القائم بالاتصال على أن القيم الإخبارية .

1- ينظر إلى القيم الإخبارية ، على أنها معايير أفضلية بين خبر وآخر و هي العناصر التي إذا توفرت بخبر ما ، زادت من فرصته في النشر أو البث .^{[7]19} وقد تتوفر أكثر من قيمة في خبر واحد يمكن إختيار القيمة الأكثر ظهورا .

2- القيم الإخبارية هي التي تحدد أولويات المؤسسات الإعلامية ، إبراز لهذا الخبر أو ذاك وهي السمات التي يفترض بها أن توفر أكبر عدد ممكن من العناصر التي تؤهل الخبر للتنافس في تقديمه ، ويعد توفر عدد من القيم الإخبارية في قصة خبرية واحدة عامل أفضلية ، يزيد من فرص تقديمها في معظم الأحيان مع أن توفر قيمة واحدة في القصة الخبرية ، يعد كافيا لإختيارها في أحيان أخرى .^{[8]20} بموجب ذلك يمارس المحترفون في وسائل الإتصال

أحكامهم التقويمية ونفضياتهم لشيء على شيء، مما يوجه عملية جمع الأخبار وإنتقاءها وتقديمها . [9]21

3- القيم الخبرية متشابهة ، مرتبط مجال توظيفها بالتطورات المختلفة في الجانب المهني الإعلامي وما يشهده الإتصال من تطورات تكنولوجية سريعة من جهة والتطورات المتعددة التي تشهدها الحياة البشرية من جهة ثانية. [10]22 فضلا عن البيئة المحيطة بالوسيلة الإعلامية وبإهتمامات الجمهور دون أن نهمل موقف القائم بالإعلام الذي يتصرف في هذه القيم بأن يقدم واحدة عن أخرى بالإضافة إلى النظام الذي تعمل في إطاره الوسيلة أو الإيديولوجية و السياسة العامة التي تتبناها . [11]23 المؤسسة الإعلامية دون إهمال الظروف النفسية و الإجتماعية التي تحيط بالصحفي وغيرها من نقاط تقاطع التي تسهم في ترجيح قيمة إخبارية عن أخرى .

4- يتم إستخدام هذه المعايير من قبل حراس البوابات، كما يتم إستخدامها في الحكم على صلاحية تفاصيل معينة في الخبر للنشر . [12]24

5- القيم الإخبارية متغيرة ومتجددة ، لإرتباطها بالتطورات المختلفة في الجانب المهني الإعلامي وما يشهده الإتصال من تطورات تكنولوجية سريعة من جهة ، وهو ما يفسر بروز بعض القيم الإخبارية من دون غيرها من تسلسل أولويات القائمين بالعملية الإتصالية بين حين وآخر وكذلك إختفاء بعض القيم وظهور أخرى جديدة . [13]25

يرجع الفضل في وضع وتحديد القيم الخبرية للباحثان (ريج وقلتينغ) 1965 بوضع 12 قيمة [14]26، للفت الإنتباه للحدث جدير بالمتابعة .من بينها (التواتر ،الإستهلاكية ،عدم الغموض ،الفحوى المعنوية ،النخبوية و السلبية [15]27)، وقد أهملت بعض الصفات وأبقيت على أخرى ، كما سيأتي لاحقا حسب طبيعة كل مؤسسة إعلامية وخلفياتها وإتجاهاتها الإيديولوجية

والمصلحية ، وكما يرى البعض أن هذه القيم قد تم وضعها لتؤدي أهداف تجارية ربحية بالتوازي مع أهدافها السياسية و الثقافية .^{[16]28}

يشير (الآن) في حديثه عما أسماه "شيفرى الجدوى الخبرية " إلى أن وسائل الإعلام الإخبارية ، تأخذ بعين الاعتبار عدة عوامل عند تقدير جدوى القصة الخبرية ،من أهمها الطابع الصراعي في الخبر ،التوقيت ،قابلية الشخصنة ،عنصر المفاجأة ،الإستمرارية والتركيبة ، الطابع النخبوي ،وهذه الإفتعالية في صنع الأخبار تغدو بمرور الوقت ، طبيعية عبر التكرار ونمط الخطاب المستخدم بشكل يومي .^{[17]29} لدرجة أضحت قيم مألوفة ومقبولة لدى المتلقي للرسالة الإعلامية .

يمكن التنبيه قبل سرد قائمة القيم الخبرية بناءا ماجاءت به البحوث و الدراسة ، أن عديد القيم غير ملائمة أو مناسبة في بعض البلدان التي تتميز بتقاليد وعادات خاصة ، كما أن بعضها يعبر عن ثقافة وعقلية المجتمعات الغربية التي نشأت فيها ،فيما تتداخل بعض القيم الإخبارية مع بعضها البعض .

يقسم البعض القيم الإخبارية إلى فيئتين هما^{[18]30}:

أ-القيم الإخبارية الأساسية:وهي القيم التي تتوفر في الخبر ولا يكون الحدث خبرا بدونها ومنها الجدة ،الحالية ،و الأهمية . وهي في الغالب تحكم فن الخبر زمنيا وتدعى القيم الزمنية ، إنطلاقا من هذه القيم يتم إنتقاء الخبر ومدى صلاحيته، بل أكثر من ذلك فإن هذه المعايير تتحكم في التفاصيل الدقيقة للخبر والمعلومة بوجه عام.^{[19]31}

1-قيمة الحالية أو التواقئية :

إن كلمة (NEWS) آتية من أصل الكلمة (NEW) في اللغة الإنجليزية وتعني الجديد حيث أن عنصر الزمن ،هو جانب من جوانب التي يوزن بها الخبر حيث أن الخبر أسرع مادة معرضة للتلف و الفساد بمجرد مرور ساعات قليلة على وقوعه ^{[20]32}.

وفق القاعدة المعمول بها ما يعد خبرا اليوم لا يكون خبرا غدا^{[21]33} وينتظر الجمهور دائما الحديث عن الأخبار المحلية و العالمية ،حتى أن كلمة " نيوز " بالإنجليزية معناه الجديد.^{[22]34} وعلى هذا الأساس ، ترفع الكثير من المؤسسات الإعلامية وعلى الخصوص الفضائيات بعض الشعارات على سبيل المثال لا الحصر (كن أول من يعلم) ،(تصلك الأخبار حيث ما كنت) (الأخبار أول بأول) ، (جديد الأخبار) وغيرها من الشعارات التي ترمي إلى بلوغ السبق الإخباري ،حيث تعطى لها الأولوية القصوى عند عرضها .

ترتبط هذه القيمة الإخبارية بمدى السرعة في نقل الأحداث على المباشر وهي تتشكل وتتكون وتكتسب هذه القيمة أهمية كبيرة ، حين نقارنها بالأزمة التلفزيونية المركبة من عدة مستويات ،وتقترب هذه القيمة من الزمن الحقيقي الذي يؤدي إلى الإقتراب من زمن الصورة وزمن الحديث أو السرد التواقيتي ويصبح هنا زمن التلفزيوني هو الزمن المشاهد ^{[23]35} .

تترجم هذه القيمة حقيقة المزايا التي باتت توفرها التكنولوجيا من بينها الأقمار الصناعية في إيصال مجريات الأحداث وقت وقوعها وحدثها ، مالم يكن متاح في السابق لتلفزيون والأمتلة كثيرة ومتعددة من بينها نقل وتغطية مباشرة لعدة أحداث من بينها الحروب و النزاعات المسلحة في الوطن العربي في العراق ،ليبيا ،سوريا ،اليمن ،مصرع معمر القذافي ،إزدحام الذي وقع بمشعر منى ..وغيرها من الأحداث الدامية والقضايا العالقة ، مما أعطى دفعا قويا لمسألة آنية الأخبار وجدتها.

لكن أمام تعدد حوامل نقل الإعلام يرى الباحث (نصرالدين العياضي) السرعة غاية في حدّ ذاتها وليست وسيلة، فالجمهور يشعر وكأن وسائل الإعلام تسعى لتجاوز ماهي بصدد الحدوث لمعرفة مآله ونقل هذا المآل قبل بقية وسائل الإعلام .^{[24]36}

تصبح وفق هذه القيمة كما يرى (فورست سيرس) تصبح المعلومة ، أقل قيمة لو عرفها الجمهور غدا بدل اليوم^{[25]37} وأن كانت بعض الأخبار قد تعود للسطح وتأخذ أهميتها الخبرية في وقت لاحق ، فعلى سبيل المثال لازالت بعض الإكتشافات عن الحرب العالمية الثانية و أسرار الفاعلين تطفو إلى السطح . و الحالية لاتعني فقط جدة الموضوع أو حدائته بل تتعداه إلى جدة التناول و المعالجة فقد تبدو للإنسان العادي بعض الموضوعات قديمة ،ولكن القائم بالإعلام بإمكانه أن يمنحها فرصة أخرى لكي تطفو على سطح الأحداث وتصبح محل متابعة من قبل المهتمين ومن قبل الجمهور في الوقت ذاته .^{[26]38} مثل ماهو الشأن لمقابر الجماعية المكتشفة في البوسنة و الهرسك ستجعل من الواقعة موضوعا جديدا .

تحلل الفورية القيمة الأولى ضمن منظومة القيم الخبرية في زمن أضحى فيه الخبر يموت بمجرد حدوثه ، نظرا لسرعة تداوله ونقله عبر مختلف الدعائم الإعلامية على حساب الدقة وتحديد المصدر وربط الخبر بمصادر غير واضحة، بعبارات متعددة مثل "مصادر مؤكدة ،متطابقة ،نقلا عن شهود عيان ،وغيرها من الألفاظ المتداولة إعلاميا فرضه عامل الفورية و السرعة للإنسلاخ من الدقة والوقوع في مصيدة بريق السبق الصحفي .

يرى (فرنسيس بال) أن الاهتمام بها من قبل وسائل الاعلام تعرض لأكبر المخاطر ويمارس على ما يتلقاه تأثير الإنصعاق بالمعنى الطبي للعبارة .^{[27]39} وبرغم ذلك تظل اللحظية أو الفورية؛ أي تسجيل الأحداث والتعليق عليها فور وقوعها من أهم مبادئ الصحافة الأمريكية وأكثرها تجيلاً.

2-قيمة الجودة :

وهي من القيم المرتبطة بالزمن و الآنية ، التي تحتل أهمية قصوى من قبل وسائل الإعلام والتي تمثل جوهر الإثارة لأن كل جديد وحديث من شأنه لفت غريزة الإطلاع و المتابعة، و يتزايد أهمية هذه القيمة وقت حدوث الأزمات وترتبط هذه القيمة مع قيمة أخرى تتعلق بسرعة نقل الخبر وسط منافسة شديدة من قبل وسائل الإعلام التي تمتلك تكنولوجيات إعلام حديثة فأي تأخر من شأنه إضعاف مفعول الخبر لدى المتلقي الذي يكون قد إستقاه من وسيلة إعلامية أخرى .

يجب في ذات السياق أن تبدأ النشرة الاخبارية ، بخبر له قيمة إخبارية مرتفعة للغاية ، والعنصر الأهم في هذه الحالة هو مدى حداثة أو جدة الخبر ، حيث يحظى الخبر الجديد الذي يتعلق بأحداث تقع لأول مرة أو قد لا تحدث إلا مرة واحدة فقط أو على فترات متباعدة -مثل حادث كسوف الشمس - تكون أكثر أهمية من باقي الأخبار.^{[28]40} وأهم قيمة ترتبط بالجدة أو الحالية هي قيمة السرعة بالتقاط الأخبار ونشرها، والتي تمكن من تحقيق السبق الصحفي واستقطاب مزيد من الجمهور .

3-قيمة الأهمية :

تعد هذه القيمة أحد أهم المعايير في عرض الأخبار ، لكون الخبر عبارة عن سلعة لا بد أن يجلب العرض زبائن لإقتناءها ، فالحدث يزن بمدى أهميته وقبوله من طرف الجمهور ، وتتولد الأهمية من إتحاد عدة قيم منها الفائدة و الصراع و المصلحة و من إتحاد قيم التشويق مع قيمة الشخصية (الشهرة) أو الشهرة و الصراع و الضخامة وغيرها من القيم.^{[29]41}

قد لا يكون الخبر في حد ذاته هاما لكن نتائج المترتبة عليه هي الأكثر أهمية ، حيث إن خبر عن ظهور فيروسات الكمبيوتر قد يكون خبرا عاديا لكن تأثير ذلك الخبر قد يكون ضخما على قطاع المال و البنوك وذلك هو الخبر الأكثر أهمية^{[30]42} .

ب -القيم الإخبارية التفضيلية :وهي القيم التي يعني توافرها في خبر ما ، لزيادة نسبة ترجيحه او إذاعته ،فهي معايير يتم على أساسها ، تفضيل خبر على آخر و الحكم بصلاحيته

للنشر أو الإذاعة ومنها القرب، الضخامة، الغرابة، الشهرة و الصراع ويصطلح على تسميتها بالقيم المهنية التي تخص الخبر في جانبه الحرفي .

1- قيمة القرب :

يقصد بالقرب هي المسافة الفاصلة بين الجمهور وطبيعة الموضوعات أو القضايا المطروحة عبر وسائل الإعلام ومدى إرتباط الجمهور بذلك جغرافيا ونفسيا أو عاطفيا ، لأن طبيعة النفس البشرية تتجذب إلى الأخبار القريبة التي تعد محور إهتمامهم والعكس يكون صحيحا بالنسبة للأخبار التي تحدث في أماكن بعيدة .

تسعى وسائل الإعلام ، لأخذ بعين الإعتبار قيمة القرب، بل تعطيها الأولوية من حيث التغطية ومعالجتها ، يمكن تشبيه ذلك بمدى إهتمام شخص ببيئته وما يجري في قريته فكل صغيرة أو كبيرة تعنييه عكس المواقع الأخرى المنتشرة عبر أرجاء المدينة ، فكلما إتسع المجال تقلص الإهتمام ونفس الأمر ينطبق على باقي وسائل الإعلام .

إن الناس يهتمون بما يجري على مقربة منهم أكثر مما يجري بعيداً عنهم ويؤثر في غيرهم.^{[31]43} لأن الجمهور يعنيه ما يدور وما يحدث في بيئته ، قبل غيرها فهم يريدون وقبل كل شئ معرفة ماذا يحدث في مجتمعهم المحلي^{[32]44} وقد يكون القرب مكانيا أو زمنيا أو سيكولوجيا .

بناء على ذلك تكثف وتركز وسائل الإعلام في تغطيتها الإعلامية على المناطق القريبة جغرافيا من حيث حجم التغطية و الإهتمام بتفاصيل الخبر لساعات طويلة ، فالمتتبع للأخبار بالفصائيات العربية ، يلاحظ على سبيل المثال ، إهتمام متزايد بالأخبار الجارية في العراق ، وفلسطين واليمن ، وعديد المناطق التي تشهد بؤر من الصراع ، لأنها لها إمتداد جغرافي وتحظى بميل عاطفي وعليه تحرص هذه الأخيرة على إعطاءها مساحة زمنية أكبر وتتصدر طبيعة النشرات الإخبارية ، حيث يوظف في بناء النشرة القرب المكاني والنفسي و الزماني .

2- الضخامة أو الحجم :

ترتبط هذه القيمة بحجم الجمهور المستهدف وقياس مدى متابعتهم وإهتمامهم لمضمون الخبر وليس معناه التهويل ،ويمكن لتكنولوجيات القياس الحديثة المثبتة على أجهزة التلفزيون، تحديد كتلة الجمهور ،وتزيد مساحة المتابعة وتأثير كلما كان الخبر يحمل في طياته معاني الحزن و الألم بصرف النظر عن موقع حدوثها .

فعلى سبيل المثال حقق نشر وبث حادثة غرق الطفل الكردي ("الان) الذي فشل في عبور الضفة في متابعة وتعاطف ملايين الناس بإختلاف أعراقهم وجنسياتهم ،حيث ساهم هذا التعاطف في تدخل بعض الشخصيات السياسية في أوروبا من أجل التكفل بالاجئين السوريين .

إن الأحداث الضخمة ، هي الأحداث الكبيرة التي يتأثر بها أكبر عدد ممكن من الناس أي أن ضخامة الحدث تستمد هذه الصفة من حيث اهتمام الناس بها بصرف النظر عن موقع حدوثها سواء كان داخليا أو خارجيا .^{[33]45} وكلما زاد حجم الشخصيات أو حجم الأرقام اكتسب الخبر قيمة إخبارية في المجتمعات الغربية مثل عدد الجرحى و القتلى وقيمة الخسائر وعدد الأهداف في المباراة وقيمة الأرباح ،فالحجم من المعايير الأساسية التي تتحكم في إذاعة أو عدم إذاعة الأخبار .^{[34]46}

3-قيمة الغرابة :

تعني قيمة الغرابة ، الخروج عن المألوف ورصد الوقائع والأحداث نادرة الوقوع مثيرة للإهتمام و التساؤل من شأنها إستقطاب عدد من المتابعين ،ويجد هذا النوع طريقه بسرعة لوسائل الإعلام نشره أو إذاعته أو بثه على الهواء ، وتحرص نشرات الأخبار على بث أخبار الغرابة و الطرافة للتخفيف من الطابع الجدي للأخبار السياسية و الإقتصادية وتسلية المتلقي و الترفيه عنه ولشد إنتباهه^{[35]47} .

يرى بعض الباحثين أن قيمة الغرابة تقترب نوع ما من قيمة الإثارة ، لكونه يجعل المتلقي في حالة ترقب لإكتساب المزيد من التفاصيل ،وتعد أخبار التي تتميز بالغرابة ، عبارة

عن فاكهة خصوصا لنشرات الأخبار تحمل عنوان رئيسي في بعض الأحيان ويترك التفاصيل في الأخير من أجل شد إنتباه المشاهدين .

يعطي الأستاذ (محمد حسنين هيكل) مثال يجمع فيه عدة عناصر في كتابه الموسوم كلام في السياسة ،إنطلاقا من إحدى الدورات التكوينية التي أجراه في جامعة كولومبيا ، أن الأستاذ المحاضر توصل إلى صيغة الخبر المثالي الذي يضم خاصية الغرابة في الخبر على النحو الآتي " أن الملكة صاحت يا إلهي إن الأميرة حامل .فمن الذي فعلها (!!ثم مضى في الشرح فقال : حين بدأ الخبر بذكر الملكة فإنه إستدعى شيئا من الملكية، وحين نادى يا إلهي فإنه إستدعى شيئا من الدين، وحين قرر على لسان الملكة أن إبنها حامل فإن ذلك إستدعى شيئا من الجنس وأخيراً فإنه حين تساءلت من فعلها إستدعى شيئا من الغرابة والسرية والجريمة أيضا ..والظاهر أن أساتذة هذه المدرسة في الصحافة وأتباعها وقراءها يجدون أقرب إلى إيقاع العصر^{[36]48} .

4- الشهرة والبروز_التشخيص

تزايد إهتمام وسائل الإعلام في عصرنا الحالي،الإهتمام بأخبار الأسماء و الشخصيات الفاعلة في الساحة السياسية و الفنية والرياضية وفي مختلف المجالات التي تتقاطع مع إهتمامات الناس ،وكلما كانت الشخصية بارزة في موقع إجتماعي أو ذات نفوذ سياسي أو موقع إداري ، حصلت على مزيد من الإهتمام و المتابعة .

من الأمثلة التي يمكن أن نسوقها في هذه القيمة الخبرية التي استغلتها وسائل الاعلام في سنوات القليلة الماضية قضية التحرش الجنسي لمدير الصندوق النقد الدولي (دومينيك ستراوس) الذي شغل المنصب بين 2007-2011 بخادمة من أصول غينية في فندق بنيويورك في 14 ماي 2011 ،وقد تناقلت وسائل الإعلام الخبر بسرعة البرق تحت عناوين مختلفة ، لكن في المقابل يوجد أشخاص عاديون يظهرون في خضم الأحداث فيتحولون بعد ذلك إلى مشاهير يصنعون الأنباء في مثل حالة الخادمة التي ظهرت في أكثر من وسيلة إعلامية ،كما إنفردت بحوارات خاصة مع كبريات المؤسسات الإعلامية في العالم .،فالأسماء إذن تصنع الخبر بل هي نفسها الأخبار.^{[37]49}

تتسجم هذه القيمة مع قيمة أخبار النخبة ، التي تركز على ذوي النفوذ أو الشهرة من الناس وتفترض أن هذه الأخيرة معروفة لدى قطاع كبير من الجماهير، مما ينبغي لها أن تحظى بتغطية إعلامية واسعة باعتبارها شخصيات عامة ، ففي الدول الغربية يتم تسليط الضوء على حياة الشخصية ، للشخصيات البارزة أو القادة ، بحجة أن الناس من حقهم أن يعرفوا كل شيء عن هذه الشخصيات .^{[38]50}

5-الصراع :

إن تركيز الأخبار على عنصر الصراع *^{[39]51}، ماهو إلا مجرد إنعكاس لإفتتان النفس البشرية بهذا الشيء نفسه ،والإفتتان الإنساني بالصراع ، قد يكون ببساطة ناتجا عن إثارة متولدة من الاندماج أو النقص وتنفيس عاطفي من جانب الأفراد في المجتمع .^{[40]52}

تحظى هذه القيمة بالعناية الكبيرة من طرف وسائل الإعلام خصوصا الفضائيات ، إذ تعتبر تعتبر مادة دسمة تتناولها عبر مختلف مواعيدها الإخبارية ، بينى و يلبس الخبر بالصور الترجيدية والمؤثرات الطبيعية أو الإصطناعية المحشوة بالخوف والرجاء لإحداث صدمة لدى المتلقي .

من بين الأخبار التي يتوافر فيها عنصر الصراع ما يتعلق بالمعارك الحربية أو المباريات الرياضية أو بالتنافس بين الأحزاب^{[41]53}السياسية أو بالجرائم الإنسانية...وغيرها من خلال تقديم الأحداث في صورة درامية.^{[42]54}

يقول الصحفي (أوتيس بايك) من صحيفة نيوز داي بالقول :إذا لم يكن الشيء مرعبا أو موقعا في النفس رهبة، فإنه لا يصلح أن يكون خبر^{[43]55} ، ويخير (هارتمان ومازبانند) ، بين نوعين من الخصائص التي تجعل الأحداث ذات أهمية إخبارية ، فطبقا لما يقال فإن الصراع

أو التهديد و الإنحراف هي العناصر التي تشكل الأخبار، فالمعلومات عن (الصراع و الإنحراف) تعتبر ذات أهمية حقيقية للمجتمع ويستمتع الناس بالقراءة عنها لأسباب عدة.^{[44]56} كذلك فإن وجود الصراع في ثنايا الأخبار الروتينية يعطيها أهمية أكبر ويحتاج إبراز الصراع إلى مهارة كبيرة من جانب المندوب حتى يشعر به المتلقي ويثير إهتمامات الجمهور .^{[45]57}

تعتمد وسائل الإعلام من جهة ثانية حسب (ربورت ميرتون) إلى نقل المعلومات وأنباء تنير الفتنة داخل الدولة أو نشر العداء قوة أجنبية أو محلية أو مناخ أو الصراع أو الحرب أو قد تعتمد على خدمة أغراض حاكم أو جماعة محددة ، ممن يهيمنون على وسائل الإعلام^{[46]58}

فالصراع إذن يمكن تغذيته إعلاميا والدفع به إلى أتون الحرب والتدخل المباشر ،من خلال إستغلال التصريحات ومحاولة تشويها وإضفاء عليها المزيد من التحويلات وردود الفعل من هنا وهناك واستعطاف الجمهور ، عبر الأصداء التي يتم جمعها لتكوين وجهة نظرا مشحونة بمشاعر الحقد و الكراهية التي تترجم إلى سلوك عنيف ، كما يسعى بعض الإعلاميين إلى بناء أو نسج قصة إخبارية من أجل الإثارة وتحقيق سبق الصحفي على حساب المشاعر الإنسانية .

6- قيمة الإثارة

تلعب قيمة الإثارة، دور في جذب الإنتباه عن طريق تضخيم الحدث وإبراز جوانبه الدرامية التي تعد مثيرا حقيقيا للغريزة الإنسان ، بحيث تركز على جرائم القتل والإغتصاب والجنس ومختلف الفضائح الأخلاقية، فعادة ما تستعمل بعض وسائل الإعلام ، عبارات وتوظيف مصطلحات للإثارة أكثر ما يستحقه مضمون الخبر ويظهر ذلك في العناوين الرئيسية وعلى سبيل المثال ما جاء في يومية النهار الجزائرية، بتاريخ الثالث نوفمبر 2015 على صدر الصفحة الأولى بالبنت العريض وبصورة للضحية (فدية أمين باريشان 27 مليارا

..والخاطفون سجلوا له فيديو عاريا).^{[47]59} إلى جانب أربعة عناوين فرعية تصب في نفس المعنى .

فالإثارة هي المعيار الرئيسي لقيم الأخبار خصوصا في المجتمعات الغربية، إذا تركز وسائل الإعلام على ما يريده الناس وليس ما يحتاجون إليه ، وتشير نتائج المسوح في المجتمعات الغربية إلى أن الناس يحبون الأحداث الحية والترفيه ونشرات الأخبار الدرامية المليئة بالحركة و الجنس و الجريمة و المأسي، كما أن الناس يتجنبون القضايا الجادة و المعقدة في العالم ، هذا الشكل البسيط ينتشر في نشرات أخبار التلفزيون التي تعتبر المصدر الرئيسي للأخبار بالنسبة للمجتمع الأمريكي .^{[48]60}

7-قيمة السلبية و الإيجابية :

إن الأحداث السلبية بالنسبة لوسائل الإعلام ، تمثل مادة جديرة بالإهتمام و المتابعة أكثر من الأخبار الإيجابية ، سواء من ناحية المعالجة فضلا على الحيز الذي يتم تخصيصه ، سواء المكاني بالنسبة للصحافة الورقية و الإلكترونية أو زمني لوسائل الإعلام المرئية و المسموعة .

إن لأخبار السيئة هي بمثابة أخبار حميدة تستفز هذه الأخيرة وتلقى قبول لدى الجمهور رغم قساوتها ، إلا أنه يقبل عليها على مضض ، كأخبار الجريمة والصراعات العنيفة و الكوارث الطبيعية وحوادث عارضة مثل الانفجارات وحوادث المرور وكل حادث يؤثر على حياة وإستقرار الناس وغيرها وهي قيمة تصنف لدى وسائل الإعلام بالدول الغربية ، قيمة أساسية .

فالأخبار السلبية هي أخبار جيدة أو حميدة كما يعبر عنها بعض الإعلاميين ، تحظى بالأولوية والقبول عن غيرها من المواضيع التي تعرض للمعالجة اليومية وفق ورقة الطريق التي تضبطها هيئة التحرير لأسباب متعددة :

-المنافسة القائمة بين وسائل الإعلام في معالجة مختلف القضايا وأي تأخير أو تجاهل للوسيلة الإعلامية للحدث يفقد نسبة من جمهورها .

- يشعر منتجو نشرات الأخبار بأنهم مجبرون على تغطية القصص التي ظهرت في باقي وسائل الإعلام الأخرى.

-الأخبار السلبية في نظر بعض الصحفيين تحقق عائداً مالياً للوسيلة من جهة وتثير إهتمام أكبر للجمهور . [49]61

من المعروف أن الاخبار السلبية ، تعمل على زيادة حجم مبيعات وسائل الإعلام^{[50]62} بفضل المعلنين الجدد الذين يبحثون عن أكبر نسبة مشاهدة تلفزيونية ،ولتحقيق هذا الغرض تحاول القنوات الإخبارية تسليط الضوء على كل حدث وخصوصا الحروب و الكوارث الطبيعية و المشاكل السياسية ثم تضيف من عندها الكثير من عوامل الإثارة الصوتية وإدخال التحاليل السياسية التي غالبا ما تكون مبرمجة مسبقا لإيصال وجهة النظر التي ترغب بها إلى المشاهد وبسبب هذا التركيز على الجوانب السلبية في الحياة .

توافق قيمة السلبية قيمة اللاتوقعية ، بإمكان الأحداث غير المتوقعة كالزلازل و الفيضانات و الانفجارات الهائلة المدمرة ، بإمكانها إغراق الشاشة على حساب أخبار كانت تشغل الرأي العام ، إذ تنصدر الواجهة وتنسجم مع قيمة الفورية أو الحالية أو ما يسمى التوافقية في متابعة كل ما هو جديد ، ويقصد بها ما يحتمل وقوعه ترتيبا على وقوع حادثة ما .

تقاس أهمية الخبر الصحفي بما يمكن أن يثيره لدى القارئ من توقع لما ينتج عنه أو ما يثيره من إحتتمالات وإيحاءات أو ما يعرضه في ذهن القارئ أو مجتمعه ووطنه.^{[51]63} حين ينظر إلى هاتين القيمتين بمنظورين مختلفين أو قد يكون سلبي في ثقافة ما إيجابيا في ثقافة أخرى فمثلا يعتبر الإسرائيليون المقاومة الفلسطينية عبر وسائل الإعلام إرهابا كمقابل للسلبي ، الذي يخيف ويرهب ويهدم في حين تكون المقاومة إيجابية لدى الفلسطينيين والأمر نفسه ينطبق على الإعلام الغربي في تغطيته لأحداث العالم النامي ، فما تراه أمريكا متماشيا مع منظور العولمة وتصورها للعالم فهو إيجابي.^{[52]64} و العكس صحيح .

8-الإهتمامات الإنسانية:

تهتم مختلف وسائل الإعلام ، مهما كانت إنتماءاتها الأيديولوجية بهذه القيمة الخبرية، التي يطلق عليها الأخبار ذات الزاوية الإنسانية أو الأخبار المستمدة من مجال الحياة، وهي القيمة التي تخاطب أو تحرك أو تثير كل ما يمس العاطفة أو الإحساس عند القارئ أو المشاهد من خوف أو حب أو كره أو شفقة أو أي من المشاعر الإنسانية المتباينة ، ويطلق على هذه القيمة بالمصالح البشرية لأنها تهتم بما يحدث للجنس البشري .^{[53]65} ولهذا لا يمكن كتابة أخبار الكوارث والحروب بخفة دم^{[54]66}.

أمام هذه القيم الإخبارية ،المصنفة في سياق القيم الأساسية والتفضيلية هناك قيم أخرى،تتنوع ما بين قيم التركيب، لتحقيق التوازن في نشر الأخبار ومنها التوازن ما بين نسبة الأخبار المحلية و الإقليمية والدولية والتوازن ما بين نسبة الأخبار الجادة و الخفيفة .^{[55]67} من جهة وقيمة التماثل والتي تعني درجة إنتقاء الأحداث مع توقعات الجمهور وتنبؤاته،قيمة العدالة بالنسبة لمصادقية وإكتمال عناصر الخبر والحياد في العرض ،وقيمة التأكد ، التي تتجلى دافعية في تفاعل الجمهور مع الأخبار غير معروف نهايتها و العكس صحيح وغيرها من القيم التي يحصيها الباحثون في مجال الإعلام و الإتصال .

رغم إستنباط هذا الكم من القيم الإخبارية ، إلا أن مجال توظيفها في صياغة الأخبار تختلف من منطقة لأخرى ومن وسيلة إعلامية لأخرى، تتقاطع فيها كما أشرنا في معرضنا حديثنا مع الإيديولوجية والخط الإفتتاحي للوسيلة الإعلامية التي تنشط في بيئة إتصالية قد تختلف مع بيئات أخرى ويمكن أن نرصد مجال إستخدامها وتوظيفها حسب طبيعة المجتمعات و الثقافات التي تنتمي إليها .

-القيم الإخبارية في المجتمعات الغربية :

إن فلسفة الإعلام في البلدان الغربية ، تقوم على أساس الحرية في حق المعرفة و الإعلام والوصول إلى مصادر الخبر بدون قيود أو عراقيل ، مما يجعل المعلومة متوفرة ومتاحة للجميع يكون فيها حق الرد مضمون ،فوسائل الإعلام عبارة عن ملتقى مفتوح على مختلف الأصعدة و الجبهات ، مضمرا للسباق للحصول على الخبر حسب قدرة كل وسيلة إعلامية في التأثير وإستقطاب المزيد من الجمهور ،تختلف كل وسيلة في طرق معالجة الخبر وتوظيف قيمه .

يعتبر كل من نورثكليف، تشارلز دانا، وبوليتزر، وجيرالد جونسون، ورائد ولف هيرست، وبيار ألبير، وغيرهم من الذين إرتبطت صحافة" الإثارة " أو الصحف الشعبية "أو " الصحف الصفراء "بأسمائهم من المنظري الأوائل لهذا الإتجاه ، لكن مع بداية النصف الثاني من القرن العشرين، تعرضت نظرية الحرية لإنتقادات شديدة، أسفرت عن إعادة النظر في مفهوم الحرية وإلى ضرورة وضع مفهوم جديد لها يضمن توجيهها نحو خدمة المجتمع.

تصنف النظرية الليبرالية الخبر كمنتوج ينبغي توظيفه وتسوقه بشكل لائق ، فالماء يقول الباحث (حسن عماد مكاوي) لايعتبر بضاعة ، إلا إذا عبأناه في زجاجات وأصبح بضاعة قابلة للتسويق ، فمن بين ملايين الأحداث التي تقع في كل لحظة في العالم ،يختار المندوب الصحفي عدد قليل منها ، مثل الصائغ الذي يختار الأحجار الكريمة ويقوم بتلميعها ويعرضها للبيع^{[56]68}.

ينحصر مجالها في الإثارة ،الضخامة والشهرة و البروز ،والصراع ،والسلبية كلها قيم من شأنها إستقطاب الجمهور ، خصوصا إذا توافقت هذه القيم مع القيم الزمنية كما أشرنا لتحقيق سبق صحفيا . وهو ما أكده (ناريندر اجاروالا) بالقول إن أكثرية أخبار العالم الثالث في الإعلام الغربي ذات سمة سلبية وهي تركز على ما يتعلق بالعجز و المجاعة و الكوارث الطبيعية و الصراعات السياسية و العسكرية .^{[57]69}

-القيم الإخبارية في الأنظمة الشمولية :

إن تعاطي مع الأخبار في الأنظمة الشمولية، تمليه الإيديولوجية الحزبية و المنظمات التابعة له ،نجد عشرات الأمثلة عن المواد و التشريعات و الخطب الرسمية التي تشير إلى

ضرورة أن ينصهر القائم بالإعلام وكذا وسائل الإعلام في خدمة أهداف الثورة وضمن هدف واحد هو بناء المجتمع الإشتراكي .^{[58]70} وغالبا ما تأتي هذه الأخبار معلبة وجاهزة للعرض ، تخضع للتمحيص وتمر عبر عدد من البوابات للموافقة أو الإمتناع عن بثها .

ترتبط القيم الإخبارية المتبناة في وسائل الإعلام في البلدان الإشتراكية ، بما يهم مصلحة العليا للنظام الحاكم وليس ما تتطلبه الممارسة الإعلامية ، قلما تنتشر أخبار ذو محتوى سلبي أو عنيف .

-القيم الإخبارية في الوطن العربي :

إرتبطت قيم الأخبار في دول العالم الثالث ، بالتنمية التي تمثل ضرورة ملحة لهذه المجتمعات للخروج من التبعية والتخلف و الركود^{[59]71} والتنقيف ، بالنظر لحجم القطاعات المحرومة من التعليم والتنقيف النظامي ومن ثم بات لزاما على هذه الدول الإعتماد على وسائل الإعلام في مرحلة من مراحل تأسيسها ، بعد خروج أغلبها من إستعمار مدمر لبنيتها الثقافية وهويتها الحضارية ، الإعتماد على وسائل الإعلام لتلبية حاجياتها .، المعرفية والثقافية^{[60]72} .

يرى (جون مارتن وأنجو جروفنر شودري) أن دول العالم الثالث، تركز على وظيفة الإخبار وليس على ماهية الأخبار، إن الغرض من الأخبار بالنسبة لهم هو التوجيه والتأثير في الناس، وليس الغرض هو إمتاعهم وذلك لأنهم لا يحاولون بيع الأخبار، ولكنهم يستخدمونها لغرض معين.

فالأخبار في الوطن العربي في المراحل الأولى من إستقلالها وإسترجاع سيادتها ، كانت تستهدف تعليم الجماهير وتساعد على بناء الأمة^{[61]73} .و التركيز على الأخبار الإيجابية وتعزيز الوحدة الوطنية ،فالخبر منبع لتلاحم أفراد المجتمع وشعورهم بالإنتماء للوطن وتقويض الصراعات والمشاكل وتضييق الخلافات الهامشية ، التي تدفعها الأمية و الجهل إلى السطح .

من بين أهم القيم الخيرية في الدول النامية: التنمية، المسؤولية الاجتماعية، التكامل الوطني، الإيجابية والقرب الإقليمي.^{[62]74} لكن هذه القيم الخيرية، ظلت غير مستقرة مقارنة بالقيم الإخبارية في البلدان الغربية .

على ضوء التغيرات التي حدثت في الوطن العربي ، تعمل الكثير منها على (نمذجة) أخبارها وفقا للمفهوم الغربي للأخبار ، في طريقة تحرير وتقديم النشرات^{[63]75} والتعاطي مع الأحداث والإنسياق وراء القيم الغربية ، كالإثارة والصراع والسلبية في مختلف المضامين الإعلامية .

هذا التقليد ، أثر بشكل سلبي على إستقرار المنطقة و إنسجام الشعوب ، لأن التركيبة الاجتماعية ، لازالت هشّة وذهنية الأفراد وتكوينهم المعرفي غير مؤهل لفهم خلفيات وأهداف الرسالة الإعلامية، إنطلاقا من أن الخبر ليس بريء ، بل صناعة يحمل كافة مواصفات المعامل الحديثة في عمليات جمع المواد الأولية وغربلتها وتوظيفها وتسويقها في حلة لائقة، يحمل الوسم علامة تجارية للقناة، ولايمكن تجاهل هذا المعطى لكونه تجارة رائجة تدر أموالا طائلة وسلطة مؤثرة تلعب دورا محوريا في توجيه آراء وتفكير الشعوب .