

القيم الإخبارية في إدراجات موقع الفايسبوك

صفحة قناة الجزيرة أنموذجا

NewsValues in Facebook Posts

Al-jazeera Channel as a model

أ.فوزي شريطي

جامعة غرداية

البريد الإلكتروني : fawzic561@gmail.com

الملخص :

تبعاً للتحديات الحاسمة التي فرضتها وسائط الإعلام الجديد و تطبيقاته على وسائل الإعلام التقليدي و طبيعة الوظائف و الأدوار التي تقوم بها ، إضافة للتغيرات العميقة التي أحدثتها على مستوى الأداء و الممارسة الإعلامية ، كان من المحتم أن تنتج المزيد من الانعكاسات التي تسائل بقوة ، هذه المرة ، محتوى المادة الإعلامية و نوع المضمون الإخباري على مساحاتها الواسعة ، لاسيما الكيفية التي يصاغ ويقدم بها لجمهور المتلقين ، ومن خلال هذه الدراسة التي عكفت على الوصول لأبرز القيم الإخبارية المتضمنة في إدراجات قناة الجزيرة من على صفحتها في موقع الفايسبوك ، تمحور الاهتمام حول الطريقة التي ترتب بها الأخبار و المعايير المعتمدة في ذلك ، وبالاعتماد على أدبيات المنهج الوصفي و توظيف أداة تحليل المحتوى لإدراجات قناة الجزيرة طيلة أسبوع كامل و التي بلغ عددها 274 إدراجا ، استطعنا أن نخلص إلى أن قناة الجزيرة تركز بشكل كبير على قيمتي الجودة و الاهتمام الانساني بالتوازي مع قيمتي الصراع و القرب ، كما يغلب على مواضيع أخبارها المضمون السياسي في عرض و ترتيب أخبار معينة على أخرى ، و إلى جانب ذلك اعتمدت القناة على مصادرها الخاصة في تقديم الأخبار وتحصيلها ، مستعينة من حين لآخر بمصادر أخرى ، بينما تدرج أغلب تلك الأخبار عبر وسائط إعلامية متعددة و بلغة عربية فصحي .

الكلمات الدلالية : الأخبار ، الإعلام الجديد ، القيم الإخبارية ، قناة الجزيرة ، الفايسبوك .

Abstract:

The new media applications has created a set of challenges to traditional media ,both in terms of functions and roles ,or through the information practice . with this media reality more

challenges had been raised concerning the nature of content and news published on its wide area , especially the news values that control the process of arranging and selecting news.

This study aims to reach the most important news values contained in Al-jazeera entries of facebook page. with the implementation of the descriptive method and the content analyses tool of 274 posts during one week , the study showed that Al-jazeera Channel focus on the timeliness and human interest values in addition to the conflict and proximity values , While the size of political topics rise more than other subjects and the channel , also, relies on its own sources , by the inclusion of news across multimedia and edit it in classical arabic .

Keywords : News , New Media , News Values ,Al-jazeera Channel ,Facebook.

- مقدمة :

يعتبر الخبر قاعدة المواد الصحفية و ألوان التحرير في مختلف وسائل الإعلام على اختلاف أشكالها و توجهاتها ، وهي المكانة التي اكتسبها الخبر ضمن صيرورته التطورية بدءاً من العصور القديمة و تناقل الأخبار بين التجار و السفراء ، إلى الصحف و الإذاعات و القنوات التلفزيونية ، تأكدت خلالها أهمية الخبر و الحاجة لمعرفة ما استجد في حياة الأفراد و الأمم ، ومع ذلك فإن الإجماع حول تعريف موحد للخبر لا يزال أحد الصعوبات التي تواجه الباحثين و غيرهم من المهتمين بحقل الإعلام و الاتصال ، و لا غرابة أن يكون ضمن هؤلاء ، الإعلاميون و الصحفيون أنفسهم ، وهذا نتيجة لتعدد مفاهيم الخبر و تنوع مرجعيات المتعاطين معه (أفراد ، مؤسسات إعلامية) ، وفي هذا السياق كانت قد تشكلت العديد من الرؤى المختلفة عن مفهوم الخبر سواء في الدول المتقدمة أو في الدول النامية وكلها تضع محددات أو فواصل بين ما هو خبر ، وبين ما هو غير ذلك ، وظهرت خلال هذا الاختلاف تصنيفات عدة لأنواع الخبر و التي تشترك في مجملها حول محورية وسيلة الإعلام في تحديد نوع الخبر فهناك الخبر الإذاعي و الخبر التلفزيوني و الخبر الإلكتروني أيضا ، إلى جانب تصنيفات أخرى تتناول جغرافية الخبر و مكان وقوعه .

و بالتوازي مع هذه التصنيفات ظهرت تصنيفات أخرى تركز على دور الرسالة في تحديد مفهوم الخبر معتمدة على مضمون الخبر و موضوعه ، فهناك الخبر السياسي و الخبر الاقتصادي ، .. ، و غيرها من التصنيفات الأخرى كالخبر الجاد و الخبر

الخفيف أو الخبر السلبي و الخبر الايجابي ، وبالتالي تعاضل دور الرسالة في تحديد ماهية الخبر ، و أصبح ما يقدم للجماهير من أخبار ومواد إعلامية أخرى لا يعتمد على ماهية الوسيلة بشكل مطلق ، بل يخضع أيضا لما يحمله الخبر من دلالات و أهمية بالنسبة لطرفي الاتصال (الوسيلة ، المتلقين) و أن نجاح الممارسات الإعلامية في مختلف وسائل الإعلام لا يتوقف فقط على مدى سرعتها في نقل الأخبار وتغطية الأحداث ، بل يخضع أيضا لما توليه تلك الوسائل لموضوع الخبر وحجم القيم التي يتضمنها عند قيامها بنشره أو نقله لجماهيرها ، حفاظا على مستويات مرتفعة من تلك الجماهير التي تفرض هي الأخرى شروطها وأولوياتها على وسائل الإعلام .

- الإشكالية :

مع تنامي وقع تكنولوجيا الإنترنت و تأثيراتها على مختلف مراحل و أطراف العملية الاتصالية ، كانت تلوح في الأفق العديد من القضايا والمسائل الإعلامية المهمة ، و المتعلقة أساسا بحجم التحديات التي تفرضها تطبيقات الإنترنت ، لاسيما وسائل الإعلام الجديد على تلك الممارسات الإعلامية ومردودية أداء وسائل الإعلام التقليدي و قدرتها على الاحتفاظ بمكانتها كمصدر للأخبار ، أمام تعاضل دور المتلقي وتقمصه لدور الوسيلة الإعلامية ، حيث أصبح هو منتج الخبر و القائم بالاتصال في تلك النواقل الإعلامية الجديدة ، و أمام هذا الوضع كان من المحتل على وسائل الإعلام التقليدية أن توظف هي الأخرى تلك الأشكال من وسائط الإعلام و تستخدمها في تعزيز أدائها و تنوع أدوارها وفتح نوافذ جديدة بينها و بين جماهيرها ، غير أن ما يواجهها في هذا الإطار هو طبيعة التعاضل مع الوسائط الجديدة ، و كيفية التعامل مع ما يفرضه من مبادئ عمل مستحدثة ، ومدى التغيير أو الاستمرار في نفس النهج الذي تقدم به الأخبار و المعلومات لجماهيرها ، و معالجتها وتغطيتها للأحداث أو الطريقة التي ترتب وتصنف بها تلك الأخبار حسب القيم الإخبارية التي تتضمنها ، ولا يختلف الأمر في هذا الإطار بين وسيلة و أخرى ، سواء تعلق الأمر بصحيفة أو إذاعة أو حتى القنوات التلفزيونية .

وقناة الجزيرة كغيرها من القنوات الفضائية الإخبارية الأخرى التي سارعت لتوظيف وسائط الإعلام الجديد وعلى رأسها موقع الفايستوك الذي يعتبر كوعاء إخباري مضاف لما تعرضه القناة التلفزيونية من أخبار على مدار الساعة ،

استطاعت من خلاله أن تجذب اهتمام عدد أكبر من مستخدمي الموقع و نسب عالية من المعجبين بصفتها من شتى أنحاء العالم ، و الذين يتابعون ما ينشر من إدراجات ومواد إخبارية على تلك الصفحة و يتفاعلون معها من خلال الإعجاب أو التعليق و إعادة النشر ، وهو ما يطرح قضية غاية في الأهمية تتمحور حول الطريقة التي يتم بها انتقاء تلك الإدراجات المنشورة على صفحة القناة في موقع الفايسبوك ، و نوع المعايير و القيم الإخبارية التي يعتمدها القائمون على تلك الصفحة في تقديم إدراج معين دون آخر ، و بالتالي يكون السؤال الرئيس لدراستنا هو : ما هي أهم القيم الإخبارية التي تتضمنها إدراجات قناة الجزيرة في موقع الفايسبوك ؟

- التساؤلات الفرعية :

- هل التزمت قناة الجزيرة بمعايير القيم الإخبارية في اختيار ما ينشر على صفحتها في موقع الفايسبوك ؟

- هل تؤثر طبيعة الوسيلة الإعلامية في معايير ذلك الاختيار ؟

- على أي أساس يتم اختيار قناة الجزيرة لإدراج معين دون آخر في موقع الفايسبوك ؟

- هل هناك ثراء إخباري في إدراجات قناة الجزيرة على موقع الفايسبوك ؟

- ما هي أهم المواضيع الإخبارية التي تدرجها قناة الجزيرة على موقع الفايسبوك ؟

- ما هي المصادر التي تعتمد عليها إدراجات القناة ؟

- ما هي اللغة التي يحرر بها الإدراج (الخبر) و ما طبيعة الوسائط الإعلامية التي

يقدم فيها ؟

- أهمية الموضوع وأسباب اختياره :

تكمن أهمية الدراسة في كونها بادرت لإثارة جانب مهم من تلك القضايا التي يطرحها الاستخدام و التنامي المفرط في تطبيقات الإعلام الجديد وعلى رأسها موقع الفايسبوك في تقديم الخدمة الإخبارية ، سواء تعلق الأمر بالمستخدمين الأفراد أو المؤسسات الإعلامية و محورية ذلك الاستخدام في تدعيم العمل الإخباري الذي تقوم به المؤسسة ، و التي لم يعد في استطاعتها الاستغناء عن مختلف تلك التطبيقات الإعلامية الجديدة ، كما أن الدراسة تعتبر خطوة هامة في سبيل تعزيز التواصل و استمرارية البحث الإعلامي في اقتفاء مختلف الظواهر و المستجدات التي يعرفها الواقع الإعلامي العالمي، ويأتي اختيارنا لهذا الموضوع لما يحوزه من أهمية

بالغة في عالم صناعة الأخبار ونشرها وتوزيعها بين عدد هائل من الجماهير ، من خلال القيم الإخبارية التي يجب أن تتضمنها من جهة و توظيف مختلف الوسائل الممكنة بما فيها وسائل الإعلام الجديد ، وما تفرضه هذه الأخيرة من ضرورة البحث والوقوف على مدى التغيرات المحتملة في التعامل مع الأخبار وترتيبها - تبعاً لقيمتها - من جهة ثانية .

- أهداف الدراسة :

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

- منهج الدراسة :

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

- أدوات الدراسة :

تبعاً لموضوع الدراسة وارتباطه بضرورة تشخيص طبيعة القيم الإخبارية ، و الذي يقتضي توظيف أداة بحث تكون أكثر دقة في الحصول على أكبر قدر من المعلومات ،

اعتمدنا على أداة تحليل المحتوى دون غيرها من الأدوات الأخرى ؛كونها الأمثل في تحقيق أهداف الدراسة و الإجابة على تساؤلاتها ، و تعتبر هذه الأداة حسب ما حدده Weber " أحد أساليب و تقنيات البحث ، المتبعة في الحصول على استدلالات قابلة للتكرار من النصوص أو أي مواد أخرى ذات معنى في السياق الذي استخدمت فيه " (2) .

- وحدات التحليل :

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

- فئات التحليل :

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

- عينة الدراسة وحدودها :

تعتبر فكرة العينة مجموعة الطرق العلمية التي تتناول بالدراسة بعضا يمثل الكل ، والعينة Sample في ميدان البحث العلمي " هي جزء من المجتمع الكلي The Total Population المراد تحديد سماته ، ممثلة بنسبة مئوية يتم حسابها طبقا للمعايير الإحصائية وطبيعة مشكلة البحث ومصادر بياناته و المجتمع الكلي " (6) و بالنسبة للمجتمع الكلي للدراسة فهو يتكون من جميع إدراجات قناة الجزيرة على صفحاتها في موقع الفايسبوك ، لكن ولكبر حجم هذا المجتمع وقلة الإمكانيات و ضيق الوقت أمام الباحث و التي لا تسمح بإنجاز هذه الدراسة و تحليل جميع محتويات تلك الإدراجات ، فقد لجأنا لأسلوب العينة و ذلك باختيار حد زمني لمدة أسبوع من 2013/01/12 إلى غاية 2013/01/18 معتمدين على تقنيات العينة القصدية ؛ لإدراكنا المسبق ومعرفتنا الجيدة لمجتمع البحث ، حيث مثلت تلك الفترة الجوانب المستهدفة بالبحث أكثر من الفترات الأخرى التي سبقتها أو لحقتها بأسابيع ، نظراً لما شهدته تلك الفترة من أحداث عالمية وعربية ، كتواصل العمليات العسكرية بين الثوار والنظام السوري ، الحرب الفرنسية على مالي ، العملية الإرهابية على محطة الحياة (تيقنتورين) في الصحراء الجزائرية وغيرها من الأحداث ، .. ، حيث بلغ عدد الإدراجات الإخبارية في تلك الفترة 274 إدراجا ؛ أي بمعدل 39 إدراجا في اليوم الواحد .

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

- الدراسات المشابهة :

نظرا لعدم وجود دراسات علمية أكاديمية ، حسب اطلاعي ، تناولت موضوع القيم الإخبارية على صفحات موقع الفايسبوك الخاص بقناة الجزيرة أو باقي وسائل

الإعلام الجديد، بقي لنا أن نعتد ونسترشد بالدراسات المشابهة التي تمس محاور قريبة من موضوعنا ومن أهم تلك الدراسات :

- دراسة ابراهيم حسين عبيد الله العزازمة بعنوان القيم الإخبارية في صحيفة الغد الأردنية (2009-2010) : حاول الباحث من خلال دراسته التعرف على المعايير التي يتحول بمقتضاها حدث ما إلى خبر صحفي يحظى بالنشر في صحيفة الغد ، معتمدا بشكل أساسي على ما تتضمنه الصفحة الأولى في الجريدة ، وأهميتها في إبراز الأخبار والموضوعات ذات الأولوية في النشر ، موظفا أدبيات المنهج الوصفي ، و أسلوب تحليل المضمون كأداة أساسية في جمع المعلومات من عينة بحثه ، عن طريق الاعتماد على أسلوب الدورة ، حيث حصل على 91 عددا من مجموع 730 عددا ، وقد اختار وحدة الموضوع كوحدة تحليل و قياس نفس الوقت ، وحدد مجموعة من الفئات و التي منها 10 قيم إخبارية ، ليصل في الأخير إلى مجموعة من النتائج المهمة منها : أن صحيفة الغد تهتم بشكل كبير على قيمة الجودة تلها قيمة الأهمية في اختيار ما ينشر على صفحاتها من أخبار ، بينما تتأخر نسبة اعتماد الصحيفة على قيم الصراع و الشهرة و الإثارة حيث أولت الصحيفة - حسب الباحث - اهتماما كبيرا لتفضيلات الجماهير وميولاتهم .

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

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

أولا : القيم الإخبارية :

1- تعريف القيمة :

القيمة في اللغة العربية واحدة القيم ، وما له قيمة ، إذا لم يدم على شيء ، و قَوِّمْتُ السلعة و استقيمته : ثمنته ، و استقام اعتدل ، و قومته عدلته فهو قويم و مستقيم (9) وقد وردت كلمة قيمة في القرآن الكريم في عدة مواضع وتشير كلها إلى الدين المستقيم بمعنى الإسلام ، ومع ذلك يمكننا القول أن معظم التعاريف عن القيم لا يمكنها أن تخرج عن أربعة مقتربات حصرها Adleur في (10) :

- المقترب الذي ينظر للقيم في جوهرها كالأفكار الخالدة أو كالمطلق أو كجزء إلهي
- المقترب الذي يرى القيم كقوى ملازمة للحاجات التي نسعى إلى تحقيقها أو الرغبات التي نود تلبيتها
- المقترب الذي يعتبر القيم سوى مجموعة من التفضيلات الموروثة أو التي تعلمها الفرد

- المقترب الذي يربط القيم بالنشاط و تحديد قيم الأفراد يتم عن طريق تحليل النشاط

2- تعريف الخبر :

تأتي كلمة الخبر في اللغة العربية بمعنى النبأ وجمعها أخبار وأخبار ، وأخبره خُبراً أنبأه ما عنده ، و المَخْبَرَةُ والمُخْبِرَةُ العلم بالشيء كالاختبار والتخبر (11) والخبر واحد الأخبار ، واستخبره سألته عن الخبر وطلب أن يخبره (12) ومع التقارب بين كلمتي خبر ونبأ فإن هناك من يرى فرقاً كبيراً بينهما حيث أن الخبر لا يكون إلا بالإخبار عما لا يعلمه المخبر ، وهو أكبر درجة و شأناً من النبأ ، بينما هذا الأخير يمكن أن يكون بما يعلمه وما لا يعلمه المخبر .

أما اصطلاحاً فالخبر - باستثناء باقي القوالب الأخرى - حظي باهتمام بالغ ، و وضعت له العديد من التعاريف التي تعبر عن رؤى و مدارس و توجهات فكرية ، إعلامية مختلفة ، ومن بين التعاريف المقدمة لهذا الفن الصحفي تعريف كارل وارين الذي اعتبره " بعض وجوه النشاط الإنساني الذي يهتم الرأي العام ويسليه ، و يضيف إلى معلوماته جديداً ، و تعريف داون برادلي الذي عرفه بأنه الرواية الأمنية وغير المنحازة للأحداث ذات الأهمية أو النفع بالنسبة للجمهور " (13) و بالتالي فعندما يقرر المندوبون و المحررون ما هو الخبر ، فإنهم في الواقع إنما يعرفون ما في مصلحة الجمهور أن يعرفه ، ومع ذلك فإن تحديد الخبر يصعب أن يكون علماً دقيقاً ، فعندما يتحدث الصحفيون عن المصلحة العامة ، ففي ذهن كل منهم جمهور مختلف و مصلحة مختلفة ، و هو ما يدفعنا للقول بأنه ليست هناك تعريفات قاطعة للخبر ، و إنما هناك تقاليد و حاجات متغيرة للسوق الاستهلاكية ، ومع ذلك فإنه توجد بالقطع مبادئ يطبقها رجال الأخبار عند تقييم قصة خبرية ما (14) .

3- القيم الإخبارية :

تأتي عملية انتقاء و نشر الأخبار في جميع الصحف و وسائل الإعلام في العالم كله ، طبقاً لمعايير أطلق عليها القيم الإخبارية News Values و يتم استخدام هذه القيم أو المعايير في الحكم على صلاحية الأخبار للنشر بواسطة حراس البوابات ، كما يتم استخدامها في الحكم على صلاحية تفاصيل معينة في الخبر للنشر (15) فبعد أن تتوافر المعلومات عن وقائع و أحداث ، .. ، يتم اختيار زاوية لتقديمها على الزوايا أو العناصر الأخرى وهذا الاختيار يتوقف على معايير متعددة منها ما يخص الصحافة كتنوعيتها ودورياتها و انتماءاتها و سياستها التحريرية ، و منها ما يتعلق بالخبر بما

يتضمنه من قيم (16) وبالتالي تكون القيم الإخبارية هي المعيار الذي بموجبه يمارس المحترفون في وسائل الاتصال أحكامهم التقويمية و تفضيلاتهم لشيء على شيء ، مما يوجه عملية جمع الأخبار وانتقائها وتقديمها " (17) وأن توافرها ضمن العملية الإخبارية لأي وسيلة دليل على احترافيتها وتفوقها في إنتاج الخبر ، ويرجع الفضل في وضع هذه المعايير لكل من Galtung & Ruge عام 1965 حيث قاما بتحديد 12 قيمة تتحكم في عملية ترتيب الأخبار ونشرها (18) ، وإحدى الملاحظات المهمة التي يمكننا أن نسجلها في هذا الإطار هي قدر التداخل بين بعض تلك القيم التي حددها كل منهما ؛ فالقيم التي تشير إلى نخبة من الأمم أو الأشخاص أو شخص واحد (reference to elite nation , people , persons) كان من الممكن إدراجها ضمن قيمة واحدة فقط ، وإضافة إلى ذلك فقد لقيت تلك القيم العديد من النقد والرفض من طرف الكثير من المهتمين و الباحثين ، وأحد تلك الاتهامات الموجهة لها هي اعتبارها غير مناسبة لطبيعة " صناعة الخبر " في بلدان معينة دون أخرى ؛ فهي تحمل في طبيعتها ثقافة و عقلية المجتمعات الغربية التي نشأت فيها ، وكما يرى البعض فإن هذه القيم قد تم وضعها لتؤدي أهدافها التجارية الربحية بالتوازي مع أهدافها السياسية و الثقافية (19) .

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

1- **الجدة و الحالية Freshness or Newsness**: والتي تعني أن الخبر الأولي بالنشر هو الخبر الذي يكون جديدا ، لم يفقد قيمته ، أي لم يسبق و أن نشر من قبل .

2- **الإثارة Excitement**: و التي تعني خصوصية الخبر و قدرته على مخاطبة عاطفة الإنسان و إثارة غرائزه .

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

4- القرب Proximity : وتتفرع هذه القيمة ليقصد بها القرب الجغرافي و النفسي و الثقافي للخبر ، فكلما كان الخبر أقرب إلى (قارئه ، سامعه ، مشاهده) حظي بأولية واهتمام كبيرين .

5- الصراع Conflict : وهي الدرامية و المنافسة التي تتضمنها الأخبار ، و لا تقتصر هذه الأخير على الحروب فقط بل تشمل أخبار المنافسات الرياضية و السياسية و غيرها .

6- الطرافة و الغرابة Novelty: وهي الوقائع غير المألوفة و التي لم يتعود على سماعها أو مشاهدتها و التي تخاطب خيال المتلقي .

7- الاهتمام الإنساني Human Interest: وهي الأخبار التي تخاطب الجوانب المشتركة بين بني البشر و التي يتقاسمون فيها الاهتمام بعيدا عن انتماءاتهم و معتقداتهم .

8- الضخامة Size : و يقصد بها اتساع رقعة المعنيين بالخبر أو الواقعة ، و بالتالي يحمل أكبر قدر من الجماهير على الاهتمام به .

9- الاستمرارية Continuity : و يقصد بها تكرار الخبر و ضرورة متابعته نظرا لما يتضمنه من عنصر الاستمرارية و الدوام .

- ثانيا : الفايستوك و صناعة الخبر في الفضاءات الإعلامية الجديدة .

1- صحافة المواطن :

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

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

2- مواقع الأخبار المستقلة .

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

4- مواقع التشارك و التعاون الإعلامي كموقعي slashdot.org و everything2.com

5- أنواع أخرى من المواقع التي تقدم مواد إعلامية غثة .

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

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

2-نحو علاقة تكاملية بين الإعلام التقليدي و الجديد :

بعد التحديات التي فرضتها وسائط الإعلام الجديد على وسائل الإعلام التقليدي ، و في مستويات عدة من الممارسة الإعلامية ، كان لزاما على مختلف القنوات التلفزيونية و الصحف ، و الإذاعات ، .. أن تواجه تلك التحديات و تطور أو تخلق نهجا آخر يمكنها من أن تستمر في أداء رسالتها وتحافظ بقدر من جاذبيتها وسحرها أمام وسائط الإعلام الجديد ، في الوقت الذي تأكدت فيه حتمية التعايش بين هذه الوسائل وقابليته للاستمرار حتى مع ما قد تعج به الفضائات الإعلامية و التكنولوجيا من مستجدات ، و في خضم هذه الحركية التي عرفها العمل الصحفي ، وتنامي دور المتلقي- الذي لم يعد سلبيا كما كان سابقا - حاولت العديد من المؤسسات الإعلامية زيادة حجم تفاعلها مع جمهورها ومتابعيها ، و أخذت توظف المزيد من التطبيقات الإعلامية الجديدة التي تخلق منافذ ومساحات للتفاعل مع المؤسسة الإعلامية و توسيع مساحات تواجدها من خلال ما ينشر أو يتم تبادلته بين المستخدمين .

3-تعريف الفايسبوك :

أنشئ الموقع سنة 2004 من طرف الطالب مارك زوكربيرغ Mark Zuckerberg تحت الرابط الإلكتروني thefacebook.com حيث كان التسجيل في الموقع مقتصرأ فقط على طلبة جامعة هارفرد Harvard ، غير أنه وفي أواخر العام 2006 أصبح في إمكان أي شخص امتلاك حساب شخصي على الموقع ، بعد أن تم تغيير الرابط ، و إضافة العديد من التحسينات عليه ، وتتلخص أهم خدماته في تكوين شبكات

تواصلية بين الأفراد عبر أنحاء العالم ، من خلال إتاحة فرص نشر معلومات في قوالب ومواد مختلفة (نص ، صور ، رابط ، ..) وإمكانية بناء مجموعات تواصلية والانخراط فيها ، إضافة لتبادل الرسائل العامة والخاصة ، و المحادثة الفورية و غيرها من التطبيقات التي تجعل منه مساحة تواصلية تختلف عن غيره من المواقع المماثلة كموقعي ماي سبيس Myspace و تويتر Twitter ، ... (21) وفي أواخر العام 2012 كان هناك 1 مليار مستخدم للموقع عبر أنحاء العالم (22) حيث ساهمت كل تلك الخدمات التي يقدمها في ربط الأفراد والعائلات والمجتمعات المتعددة الثقافات ببعضها البعض ، في أن يتصدر مراتب متقدمة بين أكثر المواقع زيارة في العالم ، و زيادة على ذلك كان للاهتمام الإعلامي الذي حظي به الموقع في مختلف وسائل الإعلام العالمية ، و الأرباح التي حققها ، أثر كبير في شيوع الموقع و توسع استخداماته التي تجاوزت التعبير عن اليوميات ونشر الصور الشخصية إلى اهتمامات أخرى تتعلق أساسا بتوظيف الموقع في الحملات الانتخابية ، و الدعوة الدينية ، وغيرها من الاستخدامات التي رافقت تنامي تطبيقات الموقع وزيادة عدد مستخدميه .

4- موقع الفيسبوك كمصدر للحصول على الأخبار :

لا يتوقف دور الفيسبوك في مجرد ربط الأفراد وإبقائهم على تواصل دائم فيما بينهم ، أو حتى تشكيل اجتماعيتهم على نحو جديد ، بل يتسع من خلال الخدمات التي يقدمها والوظائف التي يؤديها إلى اعتباره مصدراً إعلامياً يحصل من خلاله المستخدمون على مجموعة من المعلومات والأخبار التي تختلف تبعاً لموضوعها ومضمون المحتوى الإخباري الذي تتضمنه (سياسي ، اقتصادي ، علمي ، ...) و بالتالي يثير الموقع مسألة غاية في الأهمية ؛ وهي قدرة شبكات التواصل الاجتماعي على تزويد المستخدمين بمختلف الأخبار ، كنتيجة لقدرة الموقع على احتواء كم هائل من المعلومات وتناقلها بين المستخدمين بسرعة ، وفاعلية ذلك التواصل الاجتماعي في تعزيز الرصيد المعرفي للمستخدمين ، و بالتالي فإن الموقع يشكل لدى الكثير منهم مساحة إعلامية يجدون فيها معلومات متنوعة ، حتى وإن اختلفت الطريقة التي يتم بها الحصول على تلك المعلومات والأخبار ، أو القوالب التي تتضمن تلك المواد الإعلامية ، حيث أثبتت الدراسة التي أجرتها مؤسسة البحث الوطني الأمريكية (NRC) أن " 1 من بين 5 أمريكيين يستخدمون شبكات التواصل

الاجتماعي للحصول على أخبار طبية ، و 41 ٪ من المرضى يحصلون على المحتوى الطبي من على موقع الفاييسبوك ، في حين عبر 94 ٪ منهم أنهم كانوا قد تحولوا لاستخدام الموقع من أجل تلك الغاية " (23) وإلى جانب ذلك فإن الموقع يعتبر مساحة لإنتاج الخبر و فرصة واسعة لمساهمة " المواطن الصحفي" في الإعلام والإخبار عن ما يدور حوله من أحداث و وقائع ، وفي هذا السياق تقول Lindsay Hoffman أستاذة الإعلام والاتصال بجامعة Delaware الأمريكية في دراستها حول موقع الفاييسبوك كمصدر للمعلومات السياسية " أن هناك شيء واحد مؤكد ، وهو أن شبكات التواصل الاجتماعي تلعب دوراً كبيراً في الطريقة التي ينشرها المواطنون الأخبار و يتبادلونها فيما بينهم ، كما فرضت تحدياً حاسماً على وكالات الأنباء في مواكبة العالم الرقمي المتواصل (من التواصل) أين تشكل مواقع شبكات التواصل الاجتماعي ممراً رئيسياً للأخبار " (24) كما أكدت الدراسة التي أجرتها مؤسسة Mass-Relevance حول توظيف قناة CNN لموقع الفاييسبوك " أن القناة ومن خلال صفحتها على موقع الفاييسبوك استطاعت أن تنقل الأخبار والوقائع ، لاسيما السياسية ، على موقع الفاييسبوك وقت وقوعها كما سجلت تعاطياً و تفاعلاً كبيرين معها ، حيث حصلت الإدراجات الخمسة الأولى على معدل 2500 معجب " (25) .

ثالثاً - عرض النتائج ومناقشتها :

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

موقع الفاييسبوك .

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

إن القراءة المتأنية لوحدات التحليل المجدولة أعلاه تترجم حجم الاهتمام الإخباري لقناة الجزيرة على صفحتها في موقع الفاييسبوك ، حيث تشير النسب المئوية العامة لارتفاع واضح في نشر و إدراج المواضيع المتعلقة بالأحداث و الوقائع التي تشهدها الساحتين العربية والدولية ، وذلك بنسبة 37.95 ٪ من الإدراجات ، و المتعلقة أساساً بتغطية القناة لبؤر التوتر في سوريا ، الجزائر ، مصر و مختلف

المناطق الأخرى ، لاسيما و أن الدراسة قد تزامنت و تنامي تداعيات الحرب بين النظام السوري و الجيش الحر ، وكذا ما شهدته العمليات العسكرية على مالي و ما أحدثته عملية اختطاف الرهائن في الجنوب الجزائري و غيرها من الأحداث العالمية الأخرى التي ترتبت عنها خسائر مادية و بشرية أكسبت تلك الأخبار أهمية لنشرها ، غير أن ما تجب الإشارة إليه في هذا السياق هو ارتفاع مواضيع الأخبار السياسية واعتماد القناة عليها بشكل كبير ، وهذا إدراكا من القائمين على صفحة القناة في موقع الفايسبوك لأهمية هذه الأخبار عند طبقات واسعة من المجتمع ، و ارتفاع الإقبال الجماهيري لمتابعتها مهما اختلفت الوسيلة ، حيث لا يختلف الأمر بالنسبة لحوامل إعلامية أخرى كالصحف و الصحف الإلكترونية أو الإذاعات و غيرها من الوسائل الإعلامية الأكثر جماهيرية ، على الأقل ، في الوطن العربي ، و هو ما أكدته الدراسة التي أجريت على 22 صحيفة إلكترونية في الوطن العربي ، والتي كشفت أن المواضيع السياسية احتلت نسبة 52.85٪ مقارنة بالمواضيع الأخرى في الصحف الإلكترونية (26) كما لا يختلف الأمر كذلك بالنسبة للصحف الورقية حيث كشفت الدراسة التي أجريت على عينة من أعداد صحيفة الغد الأردنية ، أن الأخبار السياسية تحتل الصدارة و ذلك بنسبة 29.6٪ بين المواضيع الأخرى (27) ، وهو المؤشر الذي يدفعنا للقول بأن توجه القناة من خلال صفحتها على موقع الفايسبوك هو توجه سياسي ، كما أن الصفحة لا تعدو أن تكون مجرد مساعد ومساهم لبقية الوسائل الأخرى التي تعتمد عليها الجزيرة في تكريس سياستها التحريرية ، من خلال توظيفها البث التلفزيوني أو اعتمادها على تطبيقات أخرى كموقع تويتر أو يوتيوب و غيرها ، وهذا يأتي إدراكا لقدرة هذه التطبيقات وتفوقها في نشر الأخبار وتوزيعها بين عدد هائل من الجماهير ومستخدمي الإنترنت ، في بيئة أكثر تواصلية و تفاعلية عن غيرها من الوسائل الإعلامية الأخرى من خلال إتاحتها التعليق و تبادل النقاش المباشر حول مختلف المواضيع السياسية المنشورة ، و بالتالي فإن القناة تحرص على تنويع قنوات توزيع الأخبار و تماشيها مع نوع الوسيلة المستخدمة .

- الجدول رقم (02) : يوضح توزيع القيم الإخبارية في إدراجات قناة الجزيرة على

موقع الفايسبوك .

القيمة	الجدة	الأهمية	الإثارة	الشهرة	الصراع	القرب	الاستمرارية	الغربة	الضخامة
--------	-------	---------	---------	--------	--------	-------	-------------	--------	---------

138	16	156	209	200	31	38	250	271	التكرار
% 50.36	% 5.83	% 56.93	% 76.27	% 72.99	% 11.31	% 13.86	% 91.24	% 98.90	النسبة

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

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

كما أن في ذلك إشارة ضمنية لاعتبار موقع الفايسبوك كمصدر للحصول على المعلومة ، و بالتالي فإن الموقع يشكل لدى الكثير منهم مساحة إعلامية يجدون فيها معلومات متنوعة ، حتى و إن اختلفت الطريقة التي يتم بها الحصول على تلك المعلومات ، أو القوالب التي تتضمن تلك المواد الإعلامية ، حيث " يأتي موقع الفايسبوك في المرتبة الثانية بعد موقع Wikipedia في نسبة الاعتماد عليه كمصدر

للحصول على المعلومة وفق الدراسة التي أجراها كل من الباحثين Head, A.J. & Eisenberg " (29) لكن بالمقابل ، يمكن أن يفهم ذلك على أنه نزول عند رغبة وسلطة متابعي القناة والمعجبين بها ، من خلال صفحتها على موقع الفيسبوك ، و الذين هم في حاجة للإطلاع على ما هو جديد ولم يسبق لهم أن وجدوه في صفحات أو مصادر إعلامية أخرى .

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

و إضافة إلى قيمة الأهمية ، تخضع أولوية نشر الأخبار وإدراجها على صفحة قناة الجزيرة في موقع الفيسبوك لقانون القرب ، أو قيمة القرب ، حيث تعتبر هذه الأخيرة أهم القيم الإخبارية التي تغني الخبر وتعطيه وزنه ضمن ما ينشر ويذاع ، حيث تجمع قناة الجزيرة في إدراجاتها على موقع الفيسبوك بين أنواع و أبعاد تلك القيمة (كالقرب الجغرافي و العاطفي و الاجتماعي) غير أن ملامح القرب الجغرافي تبدو أكثر تجليا بين القيم الأخرى ، وهو ما يتماشى و سياسة القناة التحريرية في تركيزها على الأخبار المتعلقة بالمنطقة العربية حيث تأتي الأخبار المتعلقة بالشأن العربي أو الأقرب للجماهير العربية في المقدمة ثم بعدها تتوالى إدراجات الأخبار المتعلقة بالمناطق الأبعد ، كإحدى أولويات تغطيتها الإخبارية ، وما تملكه القناة - إضافة للمصادر الأخرى - من مكاتب ، وفي هذا السياق تؤكد الدراسة التي أجرتها قناة NBC الأمريكية أن " الأخبار المحلية تأتي بصفة أساسية من المناطق القريبة التي تملك فيها القناة مكاتب " (30) كما أن تركيز القناة على قيمة القرب قد ينبع من خصوصية المنطقة العربية جغرافيا و تقاسمها للماضي المشترك ما يجعلها أقرب ثقافيا و اجتماعيا بين مناطق العالم الأخرى ، " فقيمة القرب في بلد ك :

فيلندا أهم بالنسبة لوسائل الإعلام من القيم الأخرى ، وذلك نظراً لعزلة المنطقة واهتمامات جماهيرها عن بقية أنحاء العالم " (31) في حين استعانت القناة بقيمة الضخامة في توسيع نطاق الاهتمام بأخبارها وإدراجاتها ، حيث أن نصف الأخبار والإدراجات 50.36٪ تعني فئات واسعة من المجتمع سواء في المنطقة العربية أو في غيرها ، و بالتالي فالموقع يعتبر تعزيزاً وإثراءً للمحتوى الإخباري العربي الذي قد لا يحظى بالاهتمام اللازم ضمن اهتمام القنوات التلفزيونية العالمية وتغطياتها الإخبارية أو باقي وسائط الإعلام الجديد الأخرى ، كما يمكن أن يصاغ أو يذاع وفق توجه يعبر عن سياسة تلك القناة أو الوسيلة .

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

غير أن ما يسجل على القيم الإخبارية في إدراجات قناة الجزيرة على صفحتها في موقع الفيسبوك ، هو تراجع و تأخر اهتمام القائمين على تلك الصفحة بقيمتي الشهرة و الإثارة حيث تحتل كل منهما نسبة 11.31٪ ، 13.86٪ على التوالي ، بين القيم الإخبارية الأكثر حضوراً ضمن إدراجات القناة ، فعلى الرغم من قدرتهما على جذب انتباه الجماهير و توجيه اهتمامهم إلا أن القناة أثرت توجيهها الإخباري السياسي عن ما يمكن أن يحيد أو ينزلق بها إلى سياسات و مذاهب تحريرية أخرى ، بمعنى أن القناة ركزت على موضوع الخبر أكثر من تركيزها على الشخصيات التي يمكن أن تصنع ذلك الخبر ، كما لم تعتمد بالتوازي مع ذلك على قيمة الغرابة أو الطرافة 5.83٪ ، وعلى الرغم من احتواء بعض الأخبار على كل من قيم (الإثارة ، الشهرة ، الغرابة) إلا أن ذلك يعبر عن نوع من التوازن في تناول القيم الإخبارية ، ومحاولة إحداث نوع من الانسجام القيمي في الأخبار والإدراجات المنشورة على

صفحتها في موقع الفايسبوك حتى لا تكون هناك رتابة وروتين في العملية الإخبارية ، و بغية من القائمين على الصفحة في الانزواء بمتابعي إدراجات القناة أو المعجبين بها إلى أخبار أخرى تختلف عن ما هو سياسي أو اقتصادي ، .. ، بينما تحرص القناة بالمقابل على إبقاء هؤلاء (الجماهير) على اتصال دائم ومتابعة مستديمة لأخبارها وإدراجاتها من خلال تركيزها على قيمة الاستمرارية في عرض الأخبار وإبراز مستجداتها ، وليس غريبا اعتماد القناة على هذه القيمة طالما أنها سمة أساسية في وسائل الإعلام الجديد ، كما أن قناة الجزيرة باعتمادها على هذا هذه القيمة تكون قد سايرت واقع التعاطي مع الأخبار الذي تشهده باقي وسائل الإعلام الجديد في مختلف مناطق العالم ، حيث كشفت العديد من الدراسات أن " توظيف وسائل الإعلام الجديد في صنع الأخبار ونشرها وتوزيعها ، في بريطانيا ، أظهرت محورية قيمة الاستمرارية ومدى اعتبارها كقوة في المحيط الرقمي الذي تتداول فيه الأخبار "(33).

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

- الجدول رقم (03) : يوضح مصدر الإدراجات على صفحة قناة الجزيرة في موقع

الفايسبوك .

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

إن القراءة المتأنية لبيانات الجدول أعلاه تفصح عن ارتفاع اعتماد قناة الجزيرة على مصادرها الخاصة من مراسلين ومندوبين صحفيين و غيرها من مكاتبها

المتواجدة في مختلف أنحاء العالم ، حيث أن ما نسبته 38.68٪ من الإدراجات مصدرها القناة نفسها ، وهو ما يعبر عن مدى احترافية القناة وإمكانياتها ، واتساع نطاق حضورها و تواجدها كشاهد على مختلف الأخبار و الأحداث التي تعرفها الساحتين العربية والعالمية ، و بالتالي فإن تلك الممارسة الإعلامية على موقع الفايسبوك لا تحيد عن طبيعتها كقناة تلفزيونية ، يعطي صحفيوها أهمية بالغة للحصول على الأخبار والأحداث من مكان وقوعها ، وتحقيق السبق الصحفي في الكثير من الأحيان ، بل يصل الأمر لمنافستها وكالات الأنباء العالمية ، وفي هذا الإطار كشفت دراسة أجريت على عينة من نشرات الأخبار في قناة الجزيرة إبان الحرب على العراق أن " قناة الجزيرة اعتمدت ، بالدرجة الأولى في تغطيتها ، على مراسليها في مختلف مناطق العراق وكذلك في الولايات المتحدة الأمريكية ، وفي دول أخرى وهذا بنسبة 61.50 ٪ من مجموع المصادر الأخرى " (35) غير أنها استعانت بالمقابل بمصادر أخرى كوكالات الأنباء أو قنوات تلفزيونية (عربية ، أجنبية) أخرى وذلك بنسبة 13.13 ٪ من إدراجاتها ، لكن بالمقابل تثير نسبة الإدراجات أو الأخبار المنشورة على صفحة القناة في موقع الفايسبوك ، دون تحديد أو إشارة لمصادرها ، العديد من الأسئلة المتعلقة أساسا - بما يعرف في أبجديات مهنية العمل الإعلامي والإخباري - بالمصداقية ، فذكر مصدر الخبر يخدم بقوة صحة الخبر و صدقه ، سواء تعلق الأمر بوسائل الإعلام التقليدي أو الجديد ، وإن كان تحديد المصدر في هذا الأخير أكثر إلحاحا ، خصوصا في بيئة الإنترنت التي تشهد عدة اختراقات وقرصنة مستمرة من جهة ، و بروز ظاهرة تقمص هوية صفحات موقع الفايسبوك الخاصة بالقنوات التلفزيونية ومن ثم نشر و تنسيب أخبار و إدراجات لتلك القنوات ، و بالتالي فإن ذكر المصدر مهم جدا في التغطية الإخبارية على تلك الوسائط الإعلامية الجديدة نظراً لما قد تشكله تلك الممارسات من نزع الثقة و إثارة الشك أمام المعجبين بصفحة قناة تلفزيونية معينة .

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

الفايسبوك.

شكل الإدراج	نص	صورة	صوت	رابط	فيديو	وسائط متعددة
التكرار	17	4	-	-	12	241

النسبة	6.2%	1.45%	-	-	4.37%	87.95%
--------	------	-------	---	---	-------	--------

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

إن توظيف الوسائط المتعددة ، و على نطاق واسع ، هو أحد سمات التغطية الإخبارية في وسائل الإعلام الجديد ، ومع ذلك فهذا لا يمكن أن يعني أن باقي الوسائل لا تسعى لتوظيف مختلف تلك الوسائط على مساحاتها الإعلامية ، أو أن

صفحة قناة الجزيرة على موقع الفايسبوك تنفرد بهذه الممارسة الإعلامية ، بل لتأكيد أهمية تنوع الوسائط الحاملة و الناقلة للخبر مهما تعددت الوسيلة .

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

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

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

غير أن هذا التوجه الذي انتهجته قناة الجزيرة في تحرير أخبارها وإدراجاتها ، قد يعتبر ضرورياً من جانب آخر ، نظراً لما تفرضه طبيعة المحتوى والمضمون التي تحمله

الأخبار ، فاللغة العربية الفصحى هي اللغة الاتصالية في وسائل الإعلام التقليدية بوجه عام كالإذاعة مثلا ، لأنها أثبتت قدرتها على التعبير عن أسى العواطف و المشاعر الإنسانية ، أما العامية فهي لا تقوى على أن تكون لغة العلم و الأدب لأنها لا تقوم على قواعد و أصول مكتوبة وليس لها نحو خاص (37) .

رابعا - الإجابة على أسئلة الدراسة :

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

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

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

وفي هذا السياق أظهرت الدراسة ، في إجابتها عن التساؤل الخامس ، أن مواضيع الأحداث و الوقائع التي شهدها العالم ، لاسيما المنطقة العربية كاحتدام المعارك بين الجيش السوري الحر و نظام بشار الأسد ، أو العمليات العسكرية الفرنسية في مالي، تداعيات احتجاز الرهائن في الجزائر ، .. ، نالت اهتماما أكبر بين المواضيع الأخرى (العلمية ، الاقتصادية ، الرياضية ، ..) و بجانب ذلك حظيت المواضيع السياسية بنصيب وافر من الإدراجات على صفحة القناة في موقع الفايسبوك ، و يرجع ذلك ربما لكون الجزيرة تخصص قناة تلفزيونية و صفحات أخرى على موقع الفايسبوك لكل موضوع من المواضيع كالإقتصاد ، و الرياضة ، ... أما بخصوص التساؤل السادس ، و المتعلق بمصدر تلك الأخبار و الإدراجات التي تنشرها القناة على صفحتها في موقع الفايسبوك ، فقد كشفت الدراسة أن الجزيرة تعتمد على مصادرها الخاصة بها ، من مراسلين و مندوبين و مختلف المكاتب التي تملكها عبر أنحاء مختلفة من العالم ، و هو ما أهلها لتحقيق سبق الصحفي في الكثير من الأحيان ، و جذب عدد أكبر من المتابعين و المعجبين الذي أصبحوا يعتمدون على القناة كمصدر للحصول على الأخبار .

و بالتوازي مع ذلك ، و كإجابة عن التساؤل السابع ، فإن أغلب إدراجات القناة على صفحتها في موقع الفايسبوك تصاغ بلغة عربية فصلى ، تناسب ، على الأقل ، مستوى فئة واسعة من مستخدمي موقع الفايسبوك أو المعجبين بصفحة القناة ، في حين تقدم تلك الأخبار و الإدراجات عبر وسائط إعلامية متعددة ، يتم الجمع فيها بين النص و الصورة و الفيديو ، ما يعطي مساحة أوسع لاحتواء مضمون الخبر و طبيعة المعاني والدلالات التي يتضمنها ، و إيصالها للمتلقين .

- خاتمة :

تعتبر هذه الدراسة ، على تواضعها ، محاولة هامة في سبيل فحص وتحليل طبيعة القيم الاخبارية التي تعتمد عليها وسائل الإعلام على اختلافها في سعيها لتوسيع نطاق تواجدها وحضورها ، وقد استطعنا من خلالها خوض غمار البحث والتحليل لإحدى أهم وسائل الإعلام الجديد والقنوات التلفزيونية انتشاراً وتأثيراً في عالم اليوم ، و المتمثلين في موقع الفايسبوك وقناة الجزيرة ، من خلال اعتماد هذه الأخيرة ، كمؤسسة إعلامية ، على الموقع في نشر وتقديم الأخبار لجماهيرها . وقد توصلنا إلى أن موقع الفايسبوك ، وباعتباره تطبيق إعلامي جديد ، يساعد مضمون القناة التلفزيونية على النفاذ إلى الجماهير من خلال ما يدرج في صفحاتها ، و أن القناة أيضاً تعتمد القيم الاخبارية ذاتها في تغطيتها للأحداث و الوقائع في وسيلة التلفزيون ، فهي تركز على قيمتي الجودة والآنية ، وتهتم بنشر الأخبار ذات المواضيع السياسية ، و ما يحدث من صراعات تشهد لها الساحتين العربية والعالمية ، وكل ما هو أقرب لاهتمامات متابعيها ، ما يدفعنا للقول بأن طبيعة الوسيلة الحاملة للخبر لم يكن لها التأثير الكبير أمام ثقل و أهمية المواد الإعلامية التي ترى القناة ضرورة لنشرها وتقديمها للمعجبين بصفحتها على موقع الفايسبوك . ومع ذلك فإن دراستنا لا تدعي الإحاطة بجميع جوانب و تجليات القيم الاخبارية على صفحة القناة التلفزيونية في موقع الفايسبوك ، وحسبنا أن تكون عوناً وخطوة نحو المزيد من البحوث والدراسات الإعلامية الجديدة .

- قائمة المراجع :

- (1) Consuelo G. Sevilla , et al , *Research Methods* , REX , Manila , 2007 , p93 .
- (2) Daniel Riffe , Stephen Lacy , Frederick G. Fico , *Analyzing Media Messages: Using Quantitative Content Analysis In Research* , Lawrence Erlbaum Associates , New York , 2005 , p23 .
- (3) د. أحمد بدر ، مناهج البحث في الاتصال و الرأي العام و الإعلام الدولي ، دار قباء للطباعة و النشر و التوزيع ، القاهرة ، 1998 ، ص 42
- (4) د. أحمد بدر ، نفس المرجع ، ص 43
- (5) رشدي طعيمة ، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية . مفهومه ، أسسه ، استخداماته ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 2008 ، ص 62 .

⁽⁶⁾ محمد عبد الحميد ، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام ، دار الشروق ، القاهرة ، 2009 ، ص 91 .

⁽⁷⁾ Forbes Middleeast, <http://www.forbesmiddleeast.com/view.php?list=44464> , 26/12/2012

⁽⁸⁾ Socialbakers Platform <http://www.socialbakers.com/facebook-pages/media/page-2>, 31/12/2012

⁽⁹⁾ مجد الدين الفيروزآبادي ، القاموس المحيط ، مؤسسة الرسالة ، بيروت ، ط 8 ، 2005 ، ص 382 .

⁽¹⁰⁾ السعيد بومعيزة ، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب ، دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية ، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، جامعة الجزائر ، 2006 ، 143 .

⁽¹¹⁾ مجد الدين الفيروزآبادي ، المرجع السابق ، ص 1152 .

⁽¹²⁾ ابن منظور ، لسان العرب ، دار الكتب العلمية ، المجلد 3 ، بيروت ، ط 1 ، 2005 ، ص 547 .

⁽¹³⁾ محمود أدهم ، الأسس الفنية للتحرير الصحفي العام ، دار النشر الثقافية ، القاهرة ، 1984 ، ص 91

⁽¹⁴⁾ كارولين ديانا لويس ، التغطية الإخبارية التلفزيونية ، ترجمة شكري العدوى ، المكتبة الأكاديمية ، القاهرة ، ط 1 ، 1993 ، ص 33-34

⁽¹⁵⁾ عبد الجواد سعيد ربيع ، فن الخبر الصحفي ، دراسة نظرية وتطبيقية ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ط 1 ، 2005 ، ص 68

⁽¹⁶⁾ مرعى مذكور ، الصحافة الإخبارية ، دار الشروق ، القاهرة ، ط 1 ، 2002 ، ص 39

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

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

⁽¹⁹⁾ سليمان صالح ، صناعة الأخبار في العالم المعاصر ، دار النشر الجامعي ، القاهرة ، ط 1 ، 1998 ، ص 70

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

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

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

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

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

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

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

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

⁽²⁸⁾مرعى مذكور ، المرجع السابق ، ص 41

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

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

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

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

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

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

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

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

⁽³⁷⁾د.مصطفى محمد الحسناوي ، واقع لغة الإعلام المعاصر ، دار أسامة ، عُمان ، ط1،

2011، ص307