

الفصل الأول : الخبر ومصادره

ماهية الخبر

لا تختلف نوعية الأخبار التي نطلع عليها اليوم أو نشاهدها بدرجة كبيرة عما كان ينشر في الماضي ، فالكم الأكبر من مواد وسائل الاتصال الجماهيرى يدور حول الأنشطة الرسمية والمسائل الاقتصادية . ولكن الفرق يتركز فى أن جمهور وسائل الاتصال الحديثة أكثر عددا وأكثر تنوعا عما كان عليه الأمر فى الماضى . وقد استتبع ذلك ضرورة تنوع الأخبار لارضاء القطاع الأكبر من القراء والمستمعين والمشاهدين . كذلك فإن الحياة الاجتماعية أصبحت شديدة التعقيد ، مما يستلزم قيام وسائل الاتصال بوضع الانباء فى اطار مفهوم لرجل الشارع . وقد أدى ذلك كله ، إلى ازدياد صعوبة مهمة رئيس التحرير عما كانت عليه فى الماضى ، لأن واجبه يتطلب تقديم نشرة متوازنة ومفهومة ترضى قطاعات مختلفة من الجمهور . ويعتمد استمرار ونجاح أية وسيلة اعلامية فى المقام الأول على كسب ثقة ورضاء هذا الجمهور ، والا انصرف عنها إلى وسيلة أخرى .

والخلاف القائم حتى اليوم حول مفهوم الخبر ، مشير للدهشة ، ولا يعطيه الكثيرون مع ذلك القدر الكافى من الأهتمام . فالأمر يبدو هينا فى الظاهر كما لو كان لا يستحق مجرد المناقشة ، ولكنه فى واقع الأمر اختلاف ايديولوجى بالدرجة الأولى ، فالقول بأن الأخبار نسبية News is Relative قول صحيح إلى حد بعيد .

تذكر اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الإعلام المعروفة بـ لجنة ماكبرايد - وقد كان من بين المهام الموكلة لها وضع تعريف لماهية الخبر - أن الأنباء التي يتم نشرها تعكس واقع وقيم المجتمع الذي تنشر فيه (١) . بمعنى ان النظام السياسي والاجتماعي والثقافي يلعب دورا كبيرا في تقرير الأنباء التي تنشر أولا وتنشر وطريقة تحريرها وعرضها .

يتركز الخلاف حول مفهومين رئيسيين للخبر . فترى دول الغرب الصناعي أن هناك طريقة واحدة ثابتة لصنع النبأ وهي نقل الظاهرة أو الحدث الذي يثير الاهتمام والذي يكون ذا طبيعة غير مألوفة ، بطريقة شاملة وصادقة وموضوعية . بينما ترى دول الشرق أن لكل مجتمع احتياجات مختلفة للأنباء ، وطريقة تناولها وأن القيمة التي تعطى لنوعيات الأنباء تختلف من مجتمع لآخر ، وأنه ينبغي بالتالي توسيع مفهوم النبأ بحيث لا يشمل نقل حدث واحد ، بل نقل عملية كلية تتضمن مجموعة الأحداث المكونة لها . فالجوع مثلا يعتبر عملية في حين يعتبر الاضراب عن الطعام حدثا ، ويعتبر حدوث فيضان في دولة ما حدثا ، في حين تعتبر معركة الإنسان لمقاومة آثار الفيضان عملية . وعلى ذلك ينبغي على وسائل الاعلام أن تركز على وصف العملية الكلية بحيث تتساوى القيمة الأخبارية للأحداث الطيبة مع القيمة الأخبارية للأحداث السيئة (٢) .

وحتى لا ندخل في متاهات الخلافات الأيديولوجية ، يكفي أن نذكر أن معظم رجال الأخبار في الغرب يوافقون على مفهوم الخبر الذي تبلور مع تطور الصحافة الشعبية كما قدمه شارلز دانا ، وهو الذي رأس تحرير النيويورك صن من ١٨٦٩ إلى ١٨٩٧ . يقضى هذا التعريف بأن الخبر هو أي شيء . يهتم الجزء الأكبر من جمهور المجتمع المحلي Community ، ولم يسبق له أن علم به . على أن هذا التعريف يشير عدة مشاكل . فالعديد من الدراسات تشير إلى أن وسائل الاعلام تشترك بدرجة كبيرة

Mac Bride , S . et al . "Many Voices - One World : Communication (١) and Society - Today and Tomorrow ." Report by the ICSCP, London : Kogan, 1983, p . 158.

Aggarwala, N . "Press Freedom : A Third World Veiw." (٢) Exchange, Vol . XIII, No. 3, Winter 1978, PP . 10-19.

فى تحديد الأولويات للجمهور ، فيما يعرف بدراسات ال Agenda Setting . وهى تعنى باختصار شديد ، أن ما ينشر فى وسائل الاتصال يصبح محور أحداث الناس . وبالتالي فإن هذه الوسائل هى التى تحدد اهتمامات الجمهور أو توجهها وليس العكس . بل وتذهب بعض الأبحاث إلى ما هو أبعد من ذلك ، فتذكر أن وسائل الاتصال تسهم بدرجة كبيرة فى تحديد رؤية الناس إلى الواقع أو إلى الحياة . ويتم ذلك بطبيعة الحال بشكل غير مباشر عن طريق المواقف التى تتخذها وسائل الاتصال من مختلف القضايا ، أو تلك المفاهيم التى تتبناها فى معالجتها لمختلف الموضوعات .

على أى حال ، فإن معظم التعريفات الخاصة بالخبر تركز بشكل خاص على احتياجات الجمهور باعتباره مستهلك الرسائل التى تقدمها له وسائل الاعلام ، وان قبالة على احدها علامة نجاح واعراضه عنها دليل فشل . ولكن المشكلة تتمثل مرة أخرى فى أن معرفة القائمين بالاتصال بهذا الجمهور الذين يتوجهون إليه قليلة إلى حد يثير الدهشة كما تشير أبحاث عديدة (٣) .

وتركز وسائل الاعلام الغربية على ضرورة أن يعرف الجمهور بسرعة وأولا بأول ما يقوم به المسئولون من إجراءات حتى يمكنه اتخاذ موقف من القرارات التى تمس حياته . وتعتقد وسائل الاعلام هذه أنها بعملها تقوم بتدعيم أسس ما يسمى بالديمقراطية الغربية . ورجال السياسة فى الغرب بدورهم كثيرا ما يستغلون هذا الموقف ، بتسريب بعض الأنباء عن مشروعات قرارات تجاه موضوعات معينة ، فإذا لقيت معارضة سارعوا بالاعلان عن عدم صحة هذه الأنباء ، ويطلق على هذه العملية بالونات الاختبار Trial Balloons .

وعلى الناحية المضادة ، فإن مفهوم الخبر فى المعسكر الشرقى على النقيض تماما . فالخبر عندهم هو ما يخدم مصالح الطبقة العاملة ويؤدى إلى تدعيم المكاسب الاشتراكية . أما فيما عدا ذلك فلا يشكل أى أهمية . وتنعكس الفلسفة السياسية لهذه البلدان على أسلوب وسائل الاعلام الذى يتسم بالتحيز الواضح والتركيز على النواحي الايجابية ، بمعنى اظهار النظام فى غير صورته الحقيقية . وهناك بعض الأحداث التى لم تنشر إلا بعد وقوعها بشهور ، لأنها لم تشكل وقتها فى رأى

(٣) Tunstall, Jeremy. "Journalists at Work." London: Constable, 1971.

المستولين مغزى خاص .

أما الدول النامية ، فإن موقفها يقع فى الوسط من النقيضين ، فالرأى الغالب أن الخبر هو مجموع الأحداث التى تؤثر على حياة أفراد الجمهور أو تلك التى لها مدلول اجتماعى . فافتتاح مصنع جديد فى قرية نائية له مدلول أكثر من حادث فردى شاذ مهما بلغت درجة شدوذه . ويعنى هذا التعريف رفض لأسلوب الاعلام الغربى فى التركيز على ما هو غير مألوف ، أى النواحي السلبية التى ترضى غريزة خاصة عند جمهور وسائل الاعلام .

وجدير بالذكر أن موقف الدول النامية هذا قد جاء كرد فعل لما تقوم وسائل الاعلام الغربية بنشره من صور سلبية عن هذه الدول ، مما أدى إلى تشبث ودعم الفكرة الثابتة لدى الجمهور الغربى عن العالم الثالث . وهى فكرة فى مجموعها لاتعبر عن حقيقة المجهودات التى تقوم بها للحاق بركب التطور ورفع مستوى المعيشة . على أن الدافع الرئيسى لشكوى دول العالم الثالث يرجع إلى متطلبات التنمية بها . فهى ترى أن المعلومات التى يجب أن تنشر فى صحفها هى التى لاتصرف المواطنين عن أهدافهم القومية ، والتى تشجع المساهمة فى خطط التنمية والتى لاتتعارض مع المعايير الثقافية والاخلاقية المحلية .

وقد أدى عدم الاتفاق على تعريف محدد للخبر ، بالبعض إلى وضع تعريفات على شكل أمثلة مبسطة . فيقول ليستر ماركل

- أن نقول أن الكرملين شن حملة سلام فهذا نياً .
- أن نقول لماذا شن الكرملين حملة سلام فى هذا الوقت بالذات ، فهذا تحليل .
- أن نقول أنه ينبغى على الحكومة الأمريكية أن تؤيد وتدعم حملة السلام التى شنها الاتحاد السوفيتى فهذا تعليق (٤) .

والواقع أن أى خبر من الأخبار يضم هذه العناصر مجتمعة ، فلا يوجد أى خبر يخلو من التحليل والتعليق فى نفس الوقت . وأعلم مقدما وأنا أخط هذه الكلمات أنها ستشير اعتراض الكثيرين . ولكن الواقع يثبت ما يلى :

(٤) نقلا عن ابراهيم وهبى ، " الخبر الاذاعى " ، القاهرة : دار الفكر العربى ١٩٨٢ ، ص ٦٨ .

١ - لا يقتصر أى خبر على الاجابة على الأسئلة الخمسة أو الستة المعروفة متى ، ومن ، وأين ، وغيرها التى مل طلاب الاعلام من سماعها وترديدها . فلكى يكون الخبر مفهوما ، أو لمجرد أن يلقى وقعا لدى الجمهور فهناك نوعا من التحليل العارض ، وهو قد يشرح الأسباب التى أدت إلى وقوع هذا الحدث وقد يضيف اليها النتائج المترتبة عليه . وقد يقتصر الأمر على جملة واحدة تأتى بطريقة عرضية فى ثنايا تقديم عناصر الخبر . وعلى أى حال ، فإن الاجابة على "كيف" وقع الحدث تتضمن تحليلا سواء أردنا أم لم نرد .

٢ - لا يعنى التعليق صياغة عبارات واضحة تعبر عن موقف أو وجهة نظر فإن طريقة تناول الخبر وتقديمه ، والأسلوب واختيار الكلمات نفسها كلها تتضمن وجهة نظر محددة . فعندما نستخدم كلمة "فدائيون" ، ويطلق عليهم هم أنفسهم من على الطرف الآخر "الأرهابيين" فهذا تعليق سواء أردنا أو لم نرد .

وبصفة عامة عندما ينقل لك أى فرد روايته لواقعة ، فهو ينقلها كما رآها أو سمعها ، ولا يشترط بالضرورة أن يكون ذلك ما حدث فى الواقع بالضبط . والدليل على ذلك ، انه إذا حضر عشرة أشخاص احدى الوقائع ، وطلبت من كل واحد منهم تقديم تقرير بما رآه ، فسوف تحصل على عشر روايات مختلفة . وتفسير ذلك يرجع إلى ان القيم والاتجاهات الشخصية تؤثر على ادراكنا ورؤيتنا للأحداث حتى لو كنا على وعى كامل بهذا وحاولنا " تحييد " أنفسنا . فالحدث هو ما ينقل الينا من خلال أعين وأذان الصحفيين ، وهذه ليست آلات تصوير وتسجيل صماء .

وقد يتساءل البعض ، ما هو الحال بالنسبة للخبر الاذاعى حيث يتم نقل الصوت والصورة مباشرة . واجابتنا تتلخص فى أن الذين يقومون بتشغيل هذه الأجهزة بشر لهم تحيزاتهم الشخصية . فعندما تختار زاوية معينة للكاميرا ، أو عدسة معينة ، فأنت لاتراعى فقط النواحي الفنية والجمالية ولكنك تعبر عن موقف . ويظهر ذلك بوضوح أكبر خلال عملية الايديتنج أى عملية اختبار اللقطات التى ستذاع ، وتسلسلها وطريقة الربط بينها .

وليس فيما نقوله تشكيك فى أمانة القائم بالاتصال ، ولكن هذه العملية تتم بدون ادراك منه ، وقد أشرنا أن الوعى بالتحيز الشخصى يمكن أن يقلل من أثره ولكنه

لايلغيه بالكامل . يقول دياز بورديناف Diaz - Bordenave ، وهو من أبرز الباحثين فى حقل الاعلام فى أمريكا اللاتينية :

(نحن مناورون Manipulators . ولا يمكن أن نكون غير ذلك . أكرر مرة أخرى نحن مناورون . نحن عملاء وصناع للتأثير . حينما نقوم بعملية الاتصال ، فائنا نريد من جمهورنا ان يفهم أن بعض التفسيرات التى نقدمها صحيحة كما نراها نحن ، وأن ما عداها غير صحيح . نحن نتصل لنتاور . نحن نتصل لنقوم بالتغيير . ان الذى يقول أنه لايقصد المناورة أو الاقناع ، أو احداث تعديل لدى الجمهور ، اما أنه يحاول اخفاء قصده الحقيقى ، أو أن يظهر عدم وعيه بطبيعة العملية الاتصالية)^(٥) .

هناك إذا من يحاول تعريف الخبر بتقديم الأمثلة التى تعبر عن طبيعة الخبر بحيث يتم تمييزه عن التحليل والتعليق . والواقع أن هذا غير كاف فى حد ذاته ، لأن المدلول الاجتماعى للخبر ، أى تأثيره على حياة الفرد والجماعة ، هو الذى يضى على الخبر معنى ، ويجعله واقعا متحركا وملموسا . غير أن البعض يرى أنه من الأفضل تعريف الخبر بتحديد عناصر القيمة الاخبارية ، تجنبنا للنواحي الخلافية .

القيم الاخبارية :

نعنى بالقيمة الاخبارية تلك العناصر التى إذا توفرت فى أحد الاخبار كلما زادت فرصته فى النشر أو الاذاعة . ومن الواضح أن وسائل الاعلام تركز على نوعية خاصة من الأخبار ، وهى الأخبار الحديثة Soft News ، أى تلك الأخبار التى يتحقق فيها عنصر المجددة أو الحداثة ، أو تلك التى تشكل ما اصطلح على تسميته بالسبق الصحفى .

يرى ابراهيم وهبى أن الخبر بالنسبة للراديو والتلفزيون هو تاريخ اللحظة المقبلة، إذ أن ما وقع بالأمس يمكن أن يكون خيرا بالنسبة للصحيفة ، ولكنه بالنسبة للاذاعة

Diaz - Bordenave, J . "Communication of Agricultural Innovations (٥) in Lation America ." Communication Research, 3 : 2, April, 1976.

يخرج عن نطاق الأخبار عادة وينزلق فى مصاف التاريخ الحديث . " وأما ما يقع الآن توا فهو يشكل نبأ من أنباء الاذاعة ، وبعد لحظات من وقوعه قد تعتبره الاذاعة تاريخا ونقول (قد) لأنه قديظل نبأ طول اليوم ، ولكن من المؤكد أن هذا النبأ سيكون غدا بالنسبة للاذاعة مجرد تاريخ ، ولهذا يكون الخبر الاذاعى هو تسجيل لما سيعتبر غدا تاريخيا . " (٦) .

تشير هذه العبارات إلى أن طبع الصحيفة يبدأ فى الليلة السابقة لصدورها مما يحتم اعداد موادها قبلها بعدة ساعات . ومن الصحيح أنه يمكن ايراد الأخبار المتأخرة فى الطبعة الثالثة أو الرابعة ، إذا كانت الصحيفة تصدر عدة طبعات ، ولكن قدرة الراديو بشكل خاص فى نقل آخر التطورات لاتعادلها أية وسيلة اتصال أخرى . فمعظم الخدمات الاذاعية العامة تعمل فى المتوسط ثمانى عشرة ساعة ، وبعضها يعمل بشكل متواصل على مدار الليل والنهار . وهناك ملخص اخبارى يذاع فى العادة كل ساعة بالاضافة إلى النشرات الرئيسية ، مما يسمح باذاعة أى نبأ خلال فترة وجيزة من وقوعه . ويمكن بطبيعة الحال قطع الاذاعة فى الأحوال غير العادية ، لبث الخبر على الفور بدون انتظار لموعد الموجز أو النشرة . ولهذا فاننا نلاحظ أنه خلال الأزمات والحروب وما يشابهها فإن معظم أفراد الجمهور يلجأون إلى الراديو لمتابعة تطورات الأحداث .

أما التلفزيون فيذيع فى المتوسط ست ساعات يوميا فى الفترة المسائية وهو بالرغم من ذلك متفوق عن الصحافة المطبوعة ، لأنه يذيع أخبار نفس اليوم ، وليس أخبار اليوم السابق . وهو بطبيعة الحال يتفوق من ناحية عنصر الحركة التى يمكن أبرازها من خلال الشاشة الصغيرة .

تجتهد وسائل الاعلام على مسايرة الأحداث أولا بأول لسبب هام للغاية ربما لايلتفت إليه الكثيرون . وهو يتلخص فى الأساس فى اعطاء الجمهور الاحساس بالمشاركة Participation . فالمشاهد أن الأفراد فى المجتمعات الحديثة يعيشون فى عزلة شديدة الوقع خاصة فى ضوء تفكك العلاقات الأسرية فى المراكز الحضرية . ولذلك تؤدى وسائل الاعلام وظيفه حيوية للأفراد بمراقبة البيئة المحيطة ، وللمجتمعات عن طريق تزويد النظام الاجتماعى بالمعلومات اللازمة له . وإذا كان الأفراد يتصفون

بالسلبية الشديدة فى مجتمعاتنا المعاصرة بسبب هذه العزلة ، فإن اطلاعهم على أحداث تطورات الأنباء ، أى معرفتهم بما يدور فى العالم ، من شأنه اعطائهم هذا الاحساس الكاذب بالمشاركة . بمعنى أنهم ليسوا فقط جزء من هذه الأحداث ، ولكنهم يشاركون فى صنعها . هذه الحاجة النفسية هى التى تفسر جزئيا كيف أن وسائل الاعلام أصبحت جزءا هاما من حياة الأفراد .

على أية حال ، فإن الخبر مهما كانت أهميته ، ومهما كانت هوية الأشخاص الذى يتناولهم ، فإن أهميته تقل مع مرور الوقت . ولذلك تفرص وسائل الاعلام المطبوعة على استخدام صيغة المضارع فى صياغتها للأنباء . ولا يلتفت معظم الناس إلى تاريخ اليوم السابق الذى يبدأ به الخبر . لأننا فى العادة نجهل تاريخ اليوم على وجه الدقة ، فالفارق بين السابع والثامن من الشهر لايشكل أهمية خاصة لمعظم الأفراد . والواقع أن تكرار كلمة " اليوم " فى الصحافة المطبوعة أمر يدل على استهانة واضحة بعقلية الجمهور .

يقول اندريه جيد الكاتب الفرنسى المبدع فى تعريفه للصحافة بأنها تشكل كل ما سيكون أقل اثارا للأهتمام غدا عما هو عليه اليوم . وقد يكون محقا فى ذلك لأن التنافس بين وسائل الاعلام فى الحصول على أحدث الأنباء والأفراد بها ، تنافس شديد الضراوة . وقد استطاعت محطات الراديو أن تقف على قدميها مرة أخرى ، بعد أن كان التلفزيون قد سحب من تحتها البساط بأن توصلت إلى فورمات جديدة . فالمحطات التى لاتذيع سوى أخبار على مدى الأربع والعشرين ساعة All day all news تلقى رواجاً لم تلقه فى أوج عصر الراديو الذهبى .

كان عنصر الجودة ، أو الحدائة ، هو أول عناصر القيمة الأخبارية التى تتفق حولها معظم كتب الاعلام ، بل وتعطيها الأولوية المطلقة باعتبار ان الأخبار سلعة سريعة التلف كما أشرنا . وهناك عدد آخر من عناصر القيمة الأخبارية نجملها فيما يلى:-

١ - **التأثير Impact** : ويعنى أنه كلما أهتمت قطاعات كبيرة من الجمهور بمضمون الخبر ، كلما كانت فرصته فى النشر أكبر . فالخبر عن زيادة أسعار سلعة أساسية يهم بالتأكيد قطاعات أكبر من زيادة الضرائب على الدخول الكبيرة . وكذلك

فإن الخبر الذي يؤثر على سكان منطقة جغرافية ، قد لا يهتم قاطنى المناطق الأخرى .
ويعنى التأثير بشكل خاص أن معرفة الجمهور بخبر معين يجعل الأمر مختلفا لهم عما
لو لم يعلموا به .

وتأتى أهمية تفسير النتائج المترتبة على حدث ما من أن آثار هذا الحدث قد
لا تظهر بشكل مباشر ، أو أن الفرد العادى قد لا يدرك خطورة عواقبها . فالزيادة
الطفيفة فى سعر إحدى العملات الرئيسية ، تعنى المزيد من الأعباء على الدول
المستدينة ، وقد تعنى اضافة ضرائب جديدة أو زيادة أخرى فى الأسعار ، وكلها
تنعكس على الفرد العادى . أما نشر الخبر مجردا فإنه لا يعنى شيئا فى حد ذاته فى
أحوال كثيرة .

٢ - الشهرة Prominence : وهذه قد تعنى شخصية معروفة أو مؤسسة
مفتوحة على الجمهور ، وقد تعنى أيضا دولة ذات وزن خاص . وهناك قول مأثور فى
هذا المجال بأن الأسماء تصنع الأخبار ، وهذا حقيقى من ناحية أن أقبال الجمهور على
الأخبار التى تتناول المشاهير من الأفراد أمر منطقى ، لأن أحلام الفرد العادى تتركز
فى الوصول إلى المكانة والشهرة التى يتمتع بها هؤلاء . ففضوله لمعرفة حركاتهم
وسكناتهم ، فضول لا يشبع ولا يقف عن حد . والهالة Glamor التى تحيط بالمشاهير
وخصوصا فى مجالات معينة كالفنون تجذب الجمهور كما يجذب الضوء الفراش تماما .

أما شهرة المؤسسات والدول فيرجع تأثيرها إلى ما قد يكون لهذه الجهات فى
ذهن الجمهور من وزن سياسى واقتصادى أو غيره قد يتوافق أو لا يتوافق مع الحقيقة .
وقد تكون المسألة فى أحيان كثيرة مجرد انبهار مشابه للذى تحدثه حياة وتصرفات
الأفراد المشاهير .

وهناك مثال شائع فى الكتب الدراسية الأمريكية مؤداه انه عندما يقوم مدير بنك
باختلاس مائة دولار ، فهذا خبر هام ، وأما إذا اختلس موظف بسيط مائة ألف ، فهذا
أمر عادى . ولا نستطيع أن نوافق على مثل هذا الاسراف فى التركيز على موقع
الأفراد أو مكانتهم كعنصر من عناصر القيمة الاخبارية . فشهرة الفرد وحدها ليست
كافية ، فيجب أن نسأل أنفسنا هل تستوجب أفعال أو أقوال هذا الفرد الأهتمام بسبب
أهليته أو لمجرد سمعته ؟ فالملاحظ أنه عندما يصل فرد من الأفراد إلى درجة معينة

من الشهرة فإن وسائل الاعلام تجعل من كل كلمة مأثورة وكل تحرك يقوم به عبقرية نادرة . ويتمثل هذا فى كثير من البرامج الاذاعية بشكل خاص ، وأكثرها مدعاة للسخرية عندما يطلب من فنان التعبير عن رأيه فى مشكلة دولية معقدة أو ظاهرة اجتماعية تختلف حولها الآراء .

٣ - **القرب Proximity** : وليس المقصود به القرب الجغرافى فقط ولكنه يمتد إلى القرب السيكولوجى أو العاطفى . فالمعروف أن الأفراد يهتمون بالدائرة المباشرة المحيطة بهم ، وكلما بعدت هذه الدائرة كلما قل الاهتمام بها . فبال تأكيد سيثير ذعرك حادث السرقة الذى وقع فى الشقة الملاصقة لك ، وستثير اهتمامك السرقة التى وقعت فى نفس الشارع الذى تسكن به ، وقد تلفت نظرك إذا كانت وقعت فى منطقة أخرى من نفس الحى الذى تقيم به . أما إذا وقعت فى مدينة أخرى ، فالأغلب أنك لن تعبرها أى اهتمام .

ولهذا نجد أن نشرات الأخبار تبدأ باستمرار بالأخبار المحلية قبل الخارجية ، وهى طريقة جيدة للاستحواذ على انتباه الجمهور ، على ان تتوافر فيها شروط أخرى سنتناولها فى حينها . هذا القرب الجغرافى يمكن أن نطبقه على مستويات متعددة فساكن المنطقة العربية سيهتمون بالضرورة بأخبار المنطقة قبل المناطق الأخرى ، وساكن افريقيا بأخبار القارة قبل القارات الأخرى ، إلى آخره .

أما القرب العاطفى فلا يتعلق بمنطقة دون غيرها . فنحن كمسلمين يهمنى بالتأكيد المعاناة التى يلقاها اخواننا فى الدين فى جبال أفغانستان أو احراش الفلبين ، بالرغم من بعد الشقة بيننا وبينهم . والقرب العاطفى بدوره يمكن تطبيقه على مستويات مختلفة كما هو الحال بالنسبة للقرب الجغرافى .

وقد تتغلب عوامل أخرى على عنصر القرب الجغرافى أو العاطفى ، ونعنى بذلك خاصة الروابط الاقتصادية . فزيادة اسعار النفط فى بورصات العالم البعيدة سوف تستأثر بالتأكيد على انتباه أبناء الدول المنتجة للبتترول ، بالرغم من بعد المسافة وانتفاء العلاقات العاطفية .

٤ - **الصراع Conflict** : أى حوادث تتضمن صراعا بين أشخاص أو مؤسسات أو دول . وقد يكون صراعا ماديا ، ولكن الأكثر احتمالا أن يكون اختلافا

بين الآراء . والتاريخ الإنسانى عبارة عن صراع مستمر ان لم يكن بين أفراد أو دول ، فهو صراع مع الطبيعة ، أو صراع بين الخير والشر . والواقع أن معظم الأتباء تحمل فى طياتها صراعا غير منظور . فعندما تصدر وزارة الاسكان فى احدى الدول التى تعانى من مشكلة السكن ، قرارا ببناء عدد من الوحدات السكنية فهو نتيجة لضغوط الأفراد الذى يعانون من هذه المشكلة ، فى الوقت الذى تحتاج فيه الدولة إلى توجيه مواردها لعلاج مشاكل اقتصادية أكثر الحاحا .

والحروب نفسها نتيجة تراكم صراع اقتصادى أو أيديولوجى بين الدول . وينطبق نفس الأمر على جميع المسائل إذا فكرنا فيها من هذا المنظور . على أن وسائل الاعلام تميل إلى التركيز على العناصر الظاهرة فقط من هذا الصراع أو الأشكال المباشرة له فى غياب أى تحليل للظروف البنائية السابقة للحدث . ويعنى ذلك ، تقديم الأحداث كما لو كانت نتيجة أفعال أفراد ، وليست محصلة للصراع الاجتماعى .

وتفضل نشرات التلفزيون نتيجة لاهتمامها بالسماط البصرية للوسيلة ، ما يسمى بمشاهد الحركة Action Scenes التى تؤدى بالضرورة إلى تركيز الاهتمام على الشكل المباشر للحدث ومجاهل ما يعنيه والنتائج المترتبة عليه . ويذكر أحد الرؤساء السابقين لشبكة التلفزيون الأمريكية (CBS) أن التلفزيون وسيلة درامية -Televi- sion is Drama وأن ما ينطبق على الكل ينطبق على الجزء أيضا ، فنشرات الأخبار بدورها دراما . والواقع أن هذا التأكيد المستمر على الصراع قد يكون له تأثيرات ضارة للغاية من ناحية خلق التوتر المستمر فى نفوس المشاهدين والاحساس بعدم الأمان ، وابرار الاختلاف دون التوافق . وهذه نفس أحاسيس الكثيرين الذين أقاموا فترة فى الولايات المتحدة وتابعوا برامج التلفزيون فيها . وتعالج نشرات التلفزيون هذه الانطباعات بشكل قد يكون مبتذلا عندما تقوم بتخصيص الفقرة الأخيرة من النشرة لحدث طريف ليعيد البسمة لوجوه المشاهدين .

الهام فى ذلك كله ، أنه كلما كان الصراع ظاهرا فى أى حدث من الأحداث كلما زادت فرصته فى النشر ، أى كلما زادت قيمته الاخبارية . ولذلك تجد أخبار المظاهرات والاضطرابات والحروب مجالا خصبا فى وسائل الاعلام .

٥ - **الحالية Currency** : وهي تختلف عن الجدة إذ تتعلق بالأحداث التي تكون مجرى حديث الناس . وقد تكون وسائل الاعلام نفسها هي التي أثارت موضوعا ما وأبرزته حتى يكسب صفة الحالية . ويحدث ذلك عندما ترى احدى هذه الوسائل أن وجها من أوجه الحياة الاجتماعية يستحق تغطية خاصة . فتقوم بتعيين أحد المحررين أو مجموعة منهم لتغطية هذا الجانب ، ثم يتحول الأمر إلى حملة اعلامية تجذب بقية وسائل الاتصال للمشاركة فيها طالما أصبح الموضوع محل اهتمام الناس . وهناك لبعض نوعيات الأحداث قوة دفع ذاتية تجعلها محور أهتمام الجمهور لفترة من الوقت ، بمعنى أنها تولد أنباء تلقائيا لاكتسابها صفة الحالية . ويطلق على هذه الظاهرة

• Steamroller Effect

والأمثلة لهذه النوعية من الأحداث متعددة سواء في الداخل أو الخارج وهناك حالتان معروفتان بصفة خاصة للمواطن العربي ، أولهما قضية أوراق البنتاجون ، والثانية فضيحة ووترجيت ، وكلاهما وقع في الولايات المتحدة . والحالة الثانية هي التي أدت إلى استقالة الرئيس الأمريكى نيكسون كما هو معروف . وهي تتعلق بتجسس الحزب الجمهورى على الحزب الديمقراطى وقيامه ببث أدوات تصنت في مقر اجتماعات للحزب الأخير التي عقدت في فندق ووترجيت . وقد أنكر نيكسون معرفته بهذا الأمر ، ثم لما اتضح كذبه اضطر للاستقالة من منصبه .

المهم في هذه الحالة أن تجسس الحزبين الأمريكيين كل على الآخر مسألة معروفة تماما لكل العاملين بوسائل الاعلام ، ولكن تصعيد الحملة بهذا الشكل الذى حدث والتطورات التي نتجت عنها مثال للحالات التي تقوم وسائل الاتصال فيها باثارة موضوع يصعب محل اهتمام الجمهور ثم يتحول إلى شبه حملة صحفية تنتج تلقائيا سيلا من الأخبار التي تتصف بالحالية .

والمثال الذى عايشناه في المنطقة العربية منذ وقت قريب هو موضوع انتشار المخدرات . وهو موضوع مفتعل إلى حد ما لأن المشكلة قائمة في بعض البلدان وان لم يكن بالشكل الذى صورته لنا وسائل الاعلام بالتأكيد . اتخذت هذه المشكلة شكل حملة اعلامية على كافة المستويات وأصبحت مشكلة الادمان هي الغول المخيف الذى يهدد أمن وسلامة المنطقة . وأنتج سيلا من الأفلام والمسلسلات والبرامج التي تتناول

قضية الساعة هذه ، ثم خمد الموضوع فجأة كأن شيئا لم يكن . هذا الموضوع أثارته فى الأصل وسائل الاعلام واكتسب صفة الحالية بمعنى أنه أصبح مثار الاهتمام ، وصار كل ما يتعلق به خيرا يجد طريقه للنشر .

٦ - *الغربة* The Bizarre : أى تلك الأحداث التى تخرج عن المألوف أو عن نطاق الخبرة اليومية للأفراد . ولا يمكن تفسير شهية وسائل الاتصال لهذه النوعية من الأنباء إلا بأنها استجابة لدافع سيكولوجى لدى الكثيرين من الناس . ويمكن وصفه بأنه نوع من الملل والرغبة فى الأثارة الناتجة عن ركود وتكرار المشاهد والأحداث اليومية . وقد وصف أرسطو هذه الحالة بأنها تفريغ عن الانفعالات والرغبات الدنيا المكبوتة لدى الأفراد Catherisis Theory ، وإن أوعز إلى المسرح الفضل فى تنقية نفوس المشاهدين . والمسألة اعقد من هذا بكثير ، ولكن الذى يهمنا فى هذا المجال أن وسائل الاعلام أغرقت فى هذا الاتجاه بحيث أصبحت موضعا للانتقاء الشديد . ولعلنا نذكر هذا التعريف السخيف للخبر بأنه إذا عض كلب شخصا فليس هذا بخبر ، ولكن عندما يقوم رجل بعض كلب ، فنحن أمام خبر ، وهو اغراق فى السخف لأن وسائل الاتصال لو اقتصرت على ذلك لكان من باب أولى اغلاقها بالشمع الأحمر .

وقد أردنا الغربة كعنصر من عناصر القيمة الاخبارية بالرغم من انه موضع خلاف وخاصة فى بلدان العالم الثالث التى ترى أن الخبر يجب ان يقتصر على النواحي الايجابية وحدها باعتبار أن وسائل الاعلام أدوات هامة للتنمية . ولكننا لا يجب مع ذلك أن نهمل الاحتياجات السيكولوجية للأفراد وقد أشرنا إليها ، ولكن فى حدود معينة بدون اسفاف وبدون افراط أيضا .

يتركز اجماع المحترفين حول ثلاثة عناصر للقيمة الاخبارية هى الحدائى والصراع والشهرة ، باعتبارها أهم العناصر . ويشير أحد علماء الاجتماع الأمريكين فى هذا المجال أن المجتمع ككل هو الذى يحدد ما هو هام ، وما هو ظاهر Visible ، بمعنى أننا لا يجب أن نلوم الصحفيين لالتزامهم بمعايير هى من وضع المجتمع نفسه . ويدلل على ذلك بأنه فى فترة من الفترات ، كان المجتمع الأمريكى يعتبر السود والأقليات العرقية

على هامش المجتمع ، وقد استخدم فى وصفهم تعبير خاص ، وهو أنهم كانوا غير ظاهرين أو غير منظورين Invisible . ونتيجة لذلك ، فإن الأخبار التى كانت تنشر عن هذه المجموعات الاجتماعية كانت قليلة إلى حد ملفت للنظر . فما لم يتورط أحد أفراد هذه المجموعات فى سلوك اجرامى ضد شخص أبيض من الطبقة الوسطى ، فإن أحدًا لا يلتفت اليهم ، فإذا ما قتل شخص أسود مجموعة من السود ، فإن ذلك ليس مدعاة لاثارة الاهتمام . ولكن بتغير سمات البناء الاجتماعى ، فإن سمات المحتوى الأخبارى تتغير بدورها فقد أصبح الزواج قوة اجتماعية اليوم ، وبالتالي فإن اخبارهم تجد طريقها للنشر (٧) .

ومن النادر أن يقتصر أى خبر على عنصر واحد فقط من العناصر المذكورة ، ولكن كلما زادت هذه العناصر كلما أصبحت فرصة الخبر أكبر فى الاذاعة . والاتجاه الغالب أنه بغض النظر عن عدد العناصر التى يحتوى عليها الخبر ، فإنه يجب الاهتمام بجانب هام للأخبار هو الجانب الإنسانى Human Element .

ولذلك نجد أن وسائل الاعلام الحديثة تسعى باستمرار إلى أضاء صفة أو ثوب شخصى للأخبار فيما يطلق عليه Personalizing a Story . وسبب أهمية الجانب الإنسانى هذا يرجع إلى أن وسائل الاعلام قد اكتشفت أن تقديم الحقائق بشكل جاف لا يجعل أفراد الجمهور يتجاوبون معها أو يفهمونها ، على عكس مما لو ألبست ثوبا إنسانيا . والتساؤل يثور هنا كيف يتم تحقيق ذلك ؟ ولتوضيح الأمر سنكتفى بذكر مثال واحد هنا . فالمعروف أن ديون مصر الخارجية تصل إلى حوالى ٤ مليار دولار . وهذا الرقم لايعنى شيئا بالنسبة لكثير من الأفراد . فالبعض لايعرف ما إذا كان المليار مائة مليون أو ألف مليون ، والرقم نفسه أكبر من ان يستوعبه الكثيرون بسبب المجموعة الهائلة من الأصفار التى تقع على يمينه . كيف يمكن للفرد العادى أدراك أبعاد هذه المشكلة وحجمها الحقيقى بشكل بسيط ومباشر ؟ لو قلنا ان نصيب الفرد المصرى الواحد سواء كان رجلا أو امرأة أو طفلا من هذا الديون ، عشرون ألفا من الجنيهات أو ثلاثون ألفا ، لأحس كل فرد بفداحة المصيبة . فتقديم الحقيقة بهذا الشكل يجعلها سهلة الإدراك وشديدة الوقع فى الوقت نفسه .

ويمكن عرض أكثر الحقائق تعقيدا بهذا الشكل المبسط . ويجدر الذكر أن هذا الاتجاه الذى تسير عليه الصحف فى الغرب ، كان نتيجة تأثير الاذاعة التى نجحت فى تطوير هذا الأسلوب ليتناسب مع العمل الاذاعى ومع الخصائص السمعية لهذه الوسيلة. وهو تطوير كان لابد أن يحدث على أى حال بسبب تعقد العلاقات والمشكلات فى المجتمعات المعاصرة مما يجعل كثير من الأحداث صعبة الفهم على المتعلمين أنفسهم .

وقد أشرنا فى استعراضنا لعناصر القيمة الاخبارية إلى عنصر القرب بشقيه ، وتستغل وسائل الاتصال اهتمام الجمهور بالأحداث القريبة أو التى تقع فى محيطه المباشر ، باضفاء الصبغة المحلية على الأنباء لتقريبها لأفراد الجمهور فيما يطلق عليه Localizing the Story . ويمتد هذا إلى كثير من الاخبار الخارجية . ويتم التحايل للوصول إلى هذا الغرض بطرق بسيطة للغاية . فإذا تعلق الخبر بزعمى سياسى أجنبى، فإنه تكفى اشارة عابرة إلى أن هذا الشخص قد قام بزيارة بلادنا فى وقت سابق ، لاضفاء صفة المحلية على مثل هذا النبأ . ومرة أخرى ، فإن ذلك ممكن بالنسبة لمعظم الأخبار كوسيلة لاثارة اهتمام الجمهور بها .

ولا يمكننا أن ننهى موضوع عناصر القيمة الاخبارية عند هذا الحد ، لأنه إذا كان المجتمع الصحفى قد اتفق على بعض هذه المعايير ، وإذا كان البناء الاجتماعى أيضا قد فرض بعضها الآخر ، فإن للعمل الاعلامى متطلباته الخاصة التى تفرض معايير اضافية . وتعرف هذه بمتطلبات الانتاج .

معطلات الانتاج :

تفرض عملية الانتاج ضغوطا خاصة لانحياز العمل فى وقت محدد . ويقتضى ذلك تحويل قدر كبير من نشاط المؤسسات الاعلامية إلى نشاط روتينى بغض النظر عن متطلبات الخلق والتجديد التى يفترض أنها من سمات العمل الاعلامى . وقد كتب وولتر ليبمان فى وقت مبكر عن هذا الموضوع قائلا أنه بدون المعيارية - أى تقنين العمل - وبدون التصور المسبق ، وبدون الأحكام الروتينية ، ومع الاجتهاد الذهنى المستمر ، فإن رؤساء أقسام الأخبار سوف يلقون حتفهم بسرعة بسبب الاثارة المستمرة

لضعوط العمل . كما لا يمكن انجاز أى عمل على الاطلاق بدون وضع نظام لتسيير دفة الانتاج ، لأن ضمان نجاح أى منتج يتطلب اقتصاد الوقت والمجهود (٨) .

يتخذ جمع الأخبار شكلا روتينيا عوضا عن البحث العشوائى لضمان تدفق قدر كاف ومنتظم من المفردات لتلبية احتياجات الصحيفة أو الخدمة الاذاعية . ويتم التخطيط طبقا لما هو متوقع من احداث بحيث يتم توزيع المندوبين على الجهات التى تنتج كما معقولا من الأنباء بطريقة منتظمة ، وأهمها بطبيعة الحال الدوائر الحكومية . وبذلك فإننا نجد بأن توزيع المؤسسات الاعلامية لمندوبيها ومراسليها متشابه إلى حد بعيد ، فهناك ما يقرب من القواعد الثابتة التى يتم بمقتضاها هذا التوزيع . وفى الوقت نفسه ، فإن هذه المؤسسات الاعلامية تقوم عن قرب بمتابعة بعضها البعض بشكل منتظم مما يفسر جزئيا التشابه الملحوظ فى محتوى وسائل الاعلام . وليس من الضرورى ان يكون التشابه دقيقا فى المفردات ، لأن تناول الأخبار يتم بطرق مختلفة طبقا للتوجه الأساسى لكل وسيلة اعلامية على حدة ، ولكن المقصود بالتشابه هنا هو تشابه المحتوى العام .

وقد بينت تاتشمان Tuchman من ملاحظتها أثناء العمل فى مكاتب الصحف ، كيف يؤثر ميل المؤسسة لتحويل مهام العمل إلى روتين ثابت ، على تناول الأحداث غير المتوقعة . فقد وجدت أن تصنيف القصص الاخبارية يتم فى اطار يعكس المتطلبات العملية لتوزيع العدد المحدود المتاح من المندوبين ، وتخطيط عدد الصفحات الخاصة بكل عدد . بمعنى أن تصنيف الأخبار يأخذ فى الاعتبار بعض العوامل مثل :

أ - الدرجة التى يتم بمقتضاها جدولة حدث ما مقدما .

ب - درجة الحاجة العاجلة لنشر هذا الحدث .

ج - احتمال أن تصل أخبار هامة فى وقت لاحق تتطلب النشر (٩) .

(٨) Lipman , Walter . " Public Opinion. " New York : Penguin Edition, (٨) 1946, P . 222.

(٩) Tuchman , G . " Making News by Doing work : Routinizing the Unexpected. " American Journal of Sociology , No 4, 1973, PP. 110 -131.

وتؤدى ضرورة تحويل عملية جمع الأنباء إلى روتين ، إلى الاستخدام المكثف لنوعيات معينة من الأخبار التى تتوافق مع معايير خاصة للقيمة الاخبارية التى فرضتها فى المقام الأول متطلبات العمل . تحدد هذه المعايير اجراءات اختيار وتناول القصص الاخبارية التى تتميز بالخصائص التالية :

- ١ - تفضيل الأنباء المباشرة Straight News ، وهى تقارير يتم اسنادها مباشرة إلى مصدر رسمى ، أو تقارير تقوم على حضور الصحفى بنفسه وقائع الحدث .
- ٢ - تفضيل المصادر المسئولة التى تملك قدرا أكبر من السلطة فكلما أرتفع المركز الرسمى للمصدر ، كلما زادت قوة الخبر ومصداقيته .
- ٣ - تفضيل الموضوعات الخاصة Exclusives التى يقتصر حق نشرها أو اذاعتها على المؤسسة الاعلامية . وهذه تتناول الأحداث من زاوية مختلفة أو من منظور خاص ، ولا ترتبط بالسبق الصحفى .

وإذا أخذنا عمل محطات الراديو والتلفزيون كمثال للقيود البنائية فسوف يتأكد لنا مرة أخرى أن عملية تحديد المحتوى الإعلامى أبعد ما تكون عن ردود فعل عشوائية لأحداث عشوائية ، فالإنتاج الإعلامى ناتج منطقى لأسلوب خاص فى العمل أولا وأخيرا . فالمؤسسة الإذاعية ، مثلها فى ذلك مثل أى مؤسسة إنتاجية أخرى ، عليها ان تمجدول العمل ، وتقوم بتوزيع مندوبيها وفرق التصوير المتاحة على الأماكن المتوقعة للأحداث ، وان تتعامل مع تكنولوجيا خاصة ، وأن تحدد العمل الذى يجب أن يتم إنجازه فى الساعات القليلة المقبلة قبل موعد النشرة الأولى . بدون ذلك فسوف تكون المؤسسة الإذاعية تحت رحمة الأحداث ، ولن يكون فى مقدورها معالجة الموضوعات الخاصة بالأحداث بشكل منظم وكاف ، أى تحويل الأحداث إلى أنباء قابلة للإذاعة .

يقوم المبدأ التنظيمى الأساسى لجمع الأخبار الإذاعية على ان التخصيص أو التحديد يتم مركزيا ، وبالتالي فإن معظم الأنباء التى يتم جمعها تتكون مما أطلق

عليه بورستين Boorstin أحداث معروفة مسبقا . فقد وجد ابستين Epstein فى دراسته لأخبار شبكة ان . بى . سى . NBC أن هناك فى العادة تنبيه مسبق بيوم على الأقل من جانب صانع الأخبار عن ٩٠٪ من القصص الأخبارية التى يتم عرضها فى النشرة المسائية . أما الأحداث غير المتوقعة مثل الكوارث القومية والجرائم وما شابهها فإنها تمثل أقل من ٢٪ من القصص الأخبارية المصورة (١٠٠) .

تشير هذه النتائج وغيرها أنه لا يتم من الناحية الفعلية استغلال خصائص الاذاعة بشقيها الراديو والتلفزيون من ناحية قدرتهما على اذاعة الأنباء قبل غيرها من وسائل الاعلام ونخص منها الصحف اليومية . فقد وجد على سبيل المثال ، أنه من بين ٧٠٠ قصة أخبارية مصورة قدمتها النشرة المسائية لشبكة NBC بين سبتمبر ١٩٦٨ ويناير ١٩٦٩ ، فإن ثلاثة منها فقط تم نشرها فى اليوم التالى فى جريدة النيويورك تايمز (١١١) . ولا يمكن تفسير ذلك إلا فى ضوء ما أشرنا إليه من ضرورة تحويل العمل الاذاعى إلى روتين ثابت للايفاء بالمتطلبات الأخبارية للمؤسسة .

وتؤدى ضرورة الأخذ بهذا الروتين إلى تشابه كبير للأنباء التى تنشرها وسائل الاعلام . فقد وجد لامرت Lemert فى تحليله لمحتوى شبكات التلفزيون الأمريكية الثلاث ، أن ٧٠٪ من الأنباء التى قامت إحدى الشبكات بتغطيتها ، قامت بتقديمها فى نفس الوقت شبكة واحدة على الأقل من الشبكتين الأخرتين (١١٢) . ويمكن ارجاع الحاجة إلى التخطيط المسبق ، بالاضافة إلى متطلبات الانتاج ، إلى القيود التى تفرضها الميزانية والتى تحدد التغطية الأخبارية بعدد المندوبين وعدد فرق التصوير المتاحة . ويعنى ذلك ان التغطية ستقتصر على عدد محدود من الأماكن . وهذا أمر منطقي على أية حال ، فلا يمكن لأية وسيلة اعلامية أن تقوم بتعيين مندوب فى كل شارع أو كل حى ليورد الأحداث التى تقع فيه ، وهى نفسها أحداث عادية ليس لها قيمة أخبارية . وتخصص محطات الراديو الأمريكية خطوطا تليفونية خاصة يطلق

Epstein , E. J. " News from Nowhere " . New York : Random House , 1973 .

Ibid .

(١١)

Quoted in Epstein, Ibid .

(١٢)

عليها الخطوط الساخنة Hot Lines ، وتتولى المحطة نفسها دفع قيمة المكالمات عندما يقوم أى فرد بالاتصال بها من أى مكان بما فى ذلك المدن البعيدة . ومهمة هذه الخطوط هى تشجيع الأفراد على الاتصال بالمحطة لابلأغها بأى حدث .

كما تستعين معظم وسائل الاعلام بأشخاص يعملون جزءا من الوقت فى اعداد الموضوعات وجمع الأخبار ، ويطلق عليهم Part Timers ، وهناك من يحصل على أجر بالقطعة Free Lancers أى مقابل كل خبر أو موضوع يقدمه . ومعظم هؤلاء الأشخاص يتعاونون مع عدد كبير من وسائل الاعلام ولا يقتصرون على جهة واحدة .

كل هذه الإجراءات التى تتخذها وسائل الاتصال ، وهى إجراءات غير مكلفة ، تهدف إلى تقليل العجز الناشئ عن عدم وجود عدد كاف من المندوبين التى يمكنها أن تقوم بتعيينهم . ومع ذلك فإن هذه الإجراءات ليست كفيلا فى حد ذاتها بتزويد الجريدة أو المحطة بحاجتها المتزايدة للأخبار . ولذلك ، فإن الإجراء الطبيعى هو أن تقوم المحطة بتوزيع العدد المحدود من مندوبيها على جهات معينة تضمن لها قدرا منتظما من الأنباء كما ذكرنا . وتتحصر هذى الجهات فى الدوائر الحكومية الرسمية لأكثر من سبب :

(أ) تلعب السلطة التنفيذية دورا متزايدا فى الأهمية فى المجتمعات الحديثة ، وتؤثر قراراتها على مختلف نواحي الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية . فالدولة على سبيل المثال وليس الحصر توفر فرص التعليم والعلاج والأمن والاسكان وتوفير الغذاء وفرص العمالة وغيرها . تؤثر القرارات الحكومية إذن على حياة الأفراد بشكل مباشر ، ولذلك فإن اهتمام الجمهور بمتابعة الأنشطة الحكومية أمر مفروغ منه . وليست هذه بظاهرة حديثة ، فالاعلام على مر تاريخه ، كما أشرنا فى بداية هذا الفصل ، كان يولى اهتماما مركزيا لهذه النوعية من الأخبار .

(ب) نتيجة لتشعب النشاط الرسمى ، والموقع المركزى الذى تحتله الحكومة ، فإن فيضاً مستمراً ومنتظماً من الأنباء يصدر عنها ، وبذلك فإن وسائل الاعلام تضمن هذا الكم المطلوب للملء صفحاتها أو المساحة الزمنية الخاصة بالاعلام .

(ج) ان الاخبار هى أساس الفنون الصحفية كلها ، فالريبورتاج أو الحديث أو الندوة ، فى حالة الاذاعة ، كلها تقوم على الأحداث الجارية أو المشكلات الاجتماعية الملحة ، وهى تؤثر أيضا وربما بشكل غير مباشر على الانتاج الفنى لآخر مثل البرامج الوثائقية والدرامية كالمسلسلات والأفلام .

على أن وسائل الاعلام يمكن أن تقع أسيرة شهيتها الخاصة بالأخبار المثيرة للأهتمام على حساب الحقيقة أو الدلالة الحقيقية للأحداث لتصبح أداة للمناورة . والحالة التى وصفها الباحث البريطانى جيمس هالوران وزميلاه لتغطية وسائل الاعلام للمظاهرات المعارضة لحرب فيتنام فى لندن سنة ١٩٦٨ خير مثال لذلك (١٣) . فقد توقعت وسائل الاعلام أن تتخلل هذه المظاهرات مظاهر عنف دامية على نسق المظاهرات التى وقعت فى نفس السنة فى باريس وشكاغو ، وقد أدى ذلك إلى التخطيط لتغطية أخبارية ضخمة أعدت لأحداث لم تتحقق بالكامل ، وإلى تفسيرات خاطئة تبعا لذلك . ولكن منظمى هذه المظاهرات - وهم جماعات مناهضة للحرب - اشتركوا فى اظهار الحدث بشكل أكبر من حجمه الحقيقى .

ولكن الملاحظ مع ذلك أن الصورة التى قدمتها كل وسيلة اعلامية اختلفت اختلافا ملحوظا عن الصور الأخرى ، ويرجع ذلك لسياسة كل مؤسسة والإمكانيات المتوفرة لديها . فقد قررت هيئة الاذاعة البريطانية التى تقوم سياستها على الاعتماد على الصحفيين المحترفين فى الحكم على القيمة الاخبارية لكل حدث ، أن تغطى هذه المظاهرات فى نشراتها المعتادة . أما شبكة التلفزيون المستقلة التى تؤكد سياستها على استغلال قدرة التلفزيون على نقل الأحداث وقت وقوعها ، فقد قررت نقل هذه المظاهرات على الهواء مباشرة . وحملت احدى الصحف اليومية التى أفردت مساحة كبيرة لهذا الموضوع التقارير الأولية وكذلك النهائية لتطورات الحدث ، بينما أوردت صحيفة أخرى كان لديها مساحة محدودة آخر التقارير فقط . وكان لبعض المؤسسات

Holloran , J.D. , Elliott, P. and Murdock , G. " Demonstration (١٣) and Communication : A Case Study ". London : Penguin, 1970.

الاعلامية عدد كبير من المندوبين للتغطية ، ول بعضها موعد مبكر لتسليم الموضوعات، وبعضها الآخر تنظيم خاص لغرفة الأخبار ... إلخ . وما يهمنا فى هذا الموضوع كله هو أنه بسبب إهتمام التلفزيون بالسماوات البصرية لنشراته الاخبارية ، وتفضيله لمشاهد الحركة Action Scenes قد ركز على مظاهر العنف القليلة والقصيرة لهذه المظاهرات بينما لم تستغرق هذه سوى لحظات من الوقت الكلى للحدث ، ونلاحظ هنا أيضا التركيز على عنصر الصراع ، وطبيعى أن الصراع المادى هو الذى يمكن اظهاره على الشاشة بوضوح أكثر من الأنواع الأخرى .

وإذا عدنا مرة أخرى لتأثير الروتين على العمل الصحفى . فيجب أن نشير إلى نتائج دراسة هامة أجراها الباحث الأمريكى سيجل Sigal لصحيفتى واشنطن بوست والنيويورك تايمز . وقد لاحظت هذه الدراسة التحليلية المفصلة للعمليات التحريرية فى الصحيفتين ، أهمية الروتين القائم الذى يحدد عمليات جمع الأنباء ، وكذلك تأثير النزاع البيروقراطى داخل المؤسساتين ، وأخيرا أهمية التأثير الذى يمكن أن يمارسه المصدر. وقد وجد أن ظهور خبر دون آخر على الصفحة الأولى أو عدم نشره على الاطلاق يتوقف على ما إذا كان قد جاء من خلال قناة اخبارية يتم متابعتها باستمرار ، والمكانة التى يتمتع به الصحفى الذى حصل على هذا الخبر ، والعلاقة بين المندوب والمصدر الذى زوده به (١٤) .

تتفق هذه الدراسة مع نتائج دراسة هالوران المشار إليها فى توضيح القيود المفروضة داخليا وخارجيا على العمل الاخبارى . والدرس الرئيسى الذى تقدمه لنا قيود الانتاج هو أنها لا بد أن تؤثر على المحتوى النهائى عن طريق زيادة حجم الأنباء المتوقعة . ولا بد من التأكيد على هذه النقطة مرة أخرى ، فإن الكم الأكبر من الأنباء التى يتم نشرها واذاعتها فى وسائل الاعلام المختلفة أنباء معروفة مقدما كما أشرنا . فإن اجتماع مجلس الوزراء أو أية لجان ، والموضوعات المطروحة أمامها ، على سبيل المثال ، كلها مسائل معروفة قبلها بوقت كاف بحيث تقوم وسائل الاعلام بتوجيه مندوبيها لتغطيتها .

يتمثل رد فعل المحررين والمندوبين وغيرهم من القائمين بالعمل الاخبارى ، لضغوط المؤسسة التى يعملون لحسابها - وتمثل ضغوط الانتاج جانبا هاما منها - إلى تطوير الأخبار كقيمة فى حد ذاتها . ويمثل هذا الاتجاه الباحثان البريطانيان جالتونج وراج Galtung and Ruge . وقد وضعا مجموعة العناصر التالية باعتبارها تجمع ما بين متطلبات المؤسسة والقيم الصحفية المتعارف عليها (١٥) .

١ - التردد Frequency : كلما كانت درجة تردد الحدث متشابهة مع تردد وسيلة الاتصال ، كلما زاد احتمال تسجيله كخبر . ويقصد بالتردد الفترة الزمنية التى يحتاجها الحدث لكى يكتمل أو يأخذ شكله النهائى ، ولكى يكتسب معنى خاص . فالفترة التى تستغرقها حادثة قتل قصيرة ، فإذا ما وقع هذا الحادث فيما بين صدور عدد من أعداد الصحيفة ، أو بين نشرتى أخبار ، أمكن نشره أو اذاعته . أما الزمن اللازم لتحقيق التنمية فى إحدى البلدان فهو على العكس طويل للغاية ، ولن يتم بذلك تسجيله كحدث ما لم يصل إلى نقطة ذروة . فبناء أحد السدود لن يلتفت إليه أحد . ولكن وضع حجر الأساس ، أو الأحتفال ببدء التشغيل سيجذب الأنظار بالضرورة .

٢ - الحد أو الهداية Threshold : هناك حدا معيننا يجب أن يتجاوزه الحدث قبل أن يتم تسجيله . ويعنى ذلك ببساطة أنه كلما زاد حجم الحدث ، كلما زاد احتمال اذاعته . فكلما كان حجم السد كبيرا ، كلما زاد احتمال اذاعة نبأ الأحتفال ، إذا ظلت جميع العوامل الأخرى بغير تعديل Ceteris paribus . وكلما زاد عنف جريمة القتل ، كلما زاد احتمال أن تحتل العناوين الرئيسية ، ولا يشير هذا العنصر إلى أيهما أهم الأحتفال بتشغيل السد أو جريمة القتل .

٣ - الوضوح Unambiguity : كلما كان الحدث أقل غموضا كلما زاد احتمال أن يتم تسجيله . ويعنى الوضوح هنا بالضرورة أن يكون الحدث ذا بعد واحد

Galtung , Johan and Ruge , Mari. "Structuring and Selecting (١٥) News ." In Cohen , Stanly and Young, Jock (eds) The Manufacture of News , London : Constable , 1973 , PP . 62 - 72 .

أى يكون له معنى واحد ولا يقبل تفسيرات أخرى . ولا يعنى ذلك تفضيل الحدث البسيط على الحدث الأكثر تعقيدا ، بل يعنى تفضيل الحدث الذى له تفسير واضح ويخلو معناه من الغموض ، عن الحدث الغامض الذى قد يقبل عدة تفسيرات متناقضة .

٤ - الدلالة أو المعنى Meaningfulness : يوجه الصحفى فى

انتقاءه للأحداث انتباها خاصا للأحداث المألوفة والمتشابهة ثقافيا ، والملائمة . وتعنى الأبعاد الخاصة بتعبير الدلالة أن الإطار الثقافى للمستمع أو القارىء يسمح لهما بتفسير الحدث . يعنى أنه يجب أن يحتوى على درجة ما من التوافق مع الثقافة السائدة Ethnocentrim . ومع ذلك ، فإن حدث ما قد يقع فى ثقافة أخرى مختلفة ، ومع ذلك نجد محملا بالمعانى بما يوحى به للمستمع من دلالات .

٥ - التوافق أو التناغم Consonance : يربط هذا العنصر ما بين

الأخبار التى يتم اختيارها للنشر أو الاذاعة ، مع ما يتوقع الصحفى وقوعه من أحداث . ويجب اعطاء الفعل "يتوقع" تفسيره المعرفى بأى " يتنبأ " ، وتفسيره المعيارى أى " يريد " . فعندما يتوقع الشخص ان شيئا ما سيحدث ، فإن هذا يؤدي إلى ايجاد استعداد ذهنى لتسجيل الحدث عندما يقع بالفعل . أو أنه يريد لهذا الحدث أن يقع ، وهنا يكون الاستعداد الذهنى أكبر إلى درجة الاستعداد لتشوية المدارك التى تصله وتحولها إلى صور متوافقة مع ما يريده . وبهذا المعنى ، فإن الأحداث التى تنشر قديمة لأنها تتشابه مع ما يتوقع الفرد حدوثه . أما إذا كانت بعيدة تماما عن هذه التوقعات ، فالأغلب أنه لن يتم تسجيلها كأحداث .

٦ - غير المتوقع Unexpectedness : ويدخل هذا العنصر تعديلا

بسيطا على العنصرين السابقين له . والفكرة ببساطة انه لايكفى أن يكون الحدث ذا دلالة للإطار الثقافى وأن يتوافق مع ما هو متوقع ، حيث أن ذلك يصف مجموعة واسعة من الأخبار . وفى داخل هذه المجموعة ، فإن الأحداث الغير متوقعة أكثر من غيرها ، لها فرصة النشر . أنه الشيء غير المتوقع حدوثه ولكن فى اطار الدلالة والتوافق الذى سيلفت انتباه رجل الاخبار أكثر من غيره . ونعنى بالشيء غير المتوقع، الشيء النادر وهكذا فإن الأحداث المنتظمة والمعترف بها ، والمستمرة ، والمتكررة على

فترات بسيطة ومنتظمة هى التى نادرا ما تلفت الانتباه .

٧ - الاستمرارية Continuity : إذا ما أحتل حدث ما العناوين

الرئيسية ، وتم التعارف على أنه خبر ، فسوف يستمر كذلك فترة ، حتى لو انخفضت درجة تردده بشكل كبير . بمعنى أنه طالما تم نشره فى المرة الأولى ، فإن النشر يستمر لتبرير دواعى نشره فى المرة الأولى ، جزئيا بسبب القصور الذاتى وجزئيا لأن غير المتوقع أصبح مألوفاً . وهكذا فإن عنصر الاستمرارية مستنبط من العنصرين الثالث والسادس .

٨ - البنية أو التركيب Composition : يتم تخصيص مساحة

زمنية معينة للمفردات الاخبارية المختلفة طبقا لطبيعة العمل الخاصة بكل وسيلة اتصال . ومع ذلك ، فإن توافر أو ندرة المفردات الخاصة بأحد نوعيات الأخبار ، يعتبر عاملا حاسما فيما إذا كانت ستتم اذاعته أم لا . ولنعطى مثالا لهذا بفافتراض أن رئيس تحرير نشرة الراديو لم يتوفر له إلا أخبار خارجية فقط من فئة معينة . وقبل موعد النشرة بقليل وصلته أخبار محلية واخبار خارجية من فئة أخرى وكلها قليلة الأهمية . وفى هذه الحالة سوف تكون هذه الأخبار ذات قيمة لمجرد الرغبة فى تقديم نشرة متوازنة تحتوى على نوعيات أو فئات مختلفة من الأخبار .

٩ - الدول الكبرى Elite Nations : كلما تعلق الحدث بدولة كبيرة كلما

زاد احتمال اذاعته . ذلك أن تحركات وسكنات هذا النوع من الدول تترتب عليها فى العادة آثار أكبر من الدول الأخرى ، على المدى القصير على الأقل .

١٠ - الأفراد البارزين Elite People : تستخدم اسماء الصفوة

لسهولة تعيين الجمهور لهويتهم ، بمعنى أنه يمكنه التعرف عليهم بسهولة . ومن ناحية أخرى ، فإنه يمكن استخدام المشاهير لتقديم اشياء يمكن أن تقال على أى شخص عادى . فالحديث عن احتفال فنان كبير بعيد ميلاده يمكن أن يحمل عناصر موجودة فى احتفال أى شخص آخر بهذه المناسبة . ولكن من هو الشخص العادى الذى يمكن لوسائل الاعلام اختياره للقيام بهذه المهمة ؟ وبذلك فإنه يتم اختيار الشخصيات المعروفة فى أحيان كثيرة ليس لأنهم مهمون فى حد ذاتهم ، ولكن لانهم يلاقون ترحيبا من الجمهور لا يتوفر للأفراد المعتادين . وينطبق نفس الأمر أيضا بالنسبة للدول الشهيرة .

١١ - التجسيد أو التشخيص Personification : كلما أمكن

النظر إلى الحدث برصفه نتيجة لفعل أو عمل شخص معين ، كلما زاد احتمال اذاعته . وتتلخص الفكرة فى أنه يتم تقديم الأخبار فى شكل جمل تتكون من فاعل أو مبتدأ ، وهو شخص أو مجموعة من الأشخاص ، وينظر إلى الفعل على أنه نتيجة لأفعال هذا الشخص أو مجموعة الأشخاص . والبديل لهذه الطريقة فى تقديم الحدث هو عرضه على أنه نتيجة تفاعل قوى اجتماعية أو نتيجة لبناء اجتماعى أدى إلى وقوع هذا الفعل . وفى مثل هذه الحالة فإن أسماء المشتركين فى هذا الفعل ستختفى كما يحدث فى حالة التحليل الاجتماعى . بينما تثبت التجربة أن ما تقوم به وسائل الاعلام أقرب إلى التحليل التاريخى التقليدى الذى يعتمد على السيرة الشخصية للاعلام . وهناك عدة تفسيرات ممكنة لهذه الظاهرة :

(أ) ان التشخيص نتيجة لرؤية للإنسان على أنه يملك مصيره ، وبالتالي فإن الأحداث هى نتيجة لعمل ارادى للأفراد . والمفروض ألا يحدث ذلك فى الحضارة المادية الحالية ، إذ ينبغى التأكيد على العوامل البنائية حيث تقع الأحداث للأفراد نتيجة لها ، ولا يقوم الأفراد بصنع الأحداث .

(ب) ان التشخيص نتيجة لعنصر التردد Frequency ، بمعنى أنه يمكن لأفعال الأفراد التى تأخذ شكلا نهائيا خلال فترة زمنية قصيرة أن تتناسب مع الزمن الواقع بين اصدار عدد من صحيفه أو نشرتين اخباريتين اذاعيتين ، بينما من الصعب تحليل الأبنية فى مساحة زمنية أو مكانية محدودة .

(ج) ان التشخيص نتيجة للحاجة لتحديد المعانى وبالتالي لتحديد الهوية Identification ، إذ يمكن استخدام الأشخاص بسهولة أكبر كوسيلة لتحديد ماهو ايجابى أو سلبى من خلال عمليات الاسقاط والامبائيه .

(د) يمكن النظر إلى التشخيص على انه نتيجة للتركيز على المشاهير . وان كان كل من العنصرين متميز عن الآخر .

(هـ) يتناسب التشخيص أكثر مع التكنيك الحديث لجمع الأخبار وتقديمها . فمن السهل التقاط صورة لشخص ، ولكن ذلك أصعب بالنسبة لبناء Structure . بينما يمكن من خلال مقابلة واحدة أن تنتج الأساس الكافى والضرورى لقصة اخبارية تركز على الأشخاص فإن الخبر الذى يقوم على الأبنية يحتاج لعدة مقابلات واستخدام تكنيك الملاحظة ، وجمع البيانات ، إلخ . ومن الواضح أنه يمكن المجادلة بأن التشخيص يأتى أولا ثم يتطور تبعا لذلك البناء الكلى للأخبار .

هذه التفسيرات كلها اجتهادية ولكن يمكن أن تكون كلها مقبولة حيث لا يوجد تعارض بين بعضها البعض . وهذا مجال متسع للأبحاث للتوصل أى من هذه التفسيرات يقف بالفعل وراء ظاهرة التشخيص هذه .

١٢ - السلبية Negativeness : كلما كانت النتائج المحتملة للحدث سلبية كلما زاد احتمال اذاعته . ويمكن هنا أيضا تقديم عدد من التفسيرات لتفضيل الأخبار السلبية عن الايجابية منها ، وهى بدورها تفسيرات اجتهادية :

(أ) تدخل الاخبار السلبية قنوات الأخبار بطريقة أسهل لأنها تناسب عنصر التردد المشار اليه . وهناك عدم تماثل أساسى فى الحياة بين ما هو ايجابى وهو صعب التحديد ويحتاج لوقت ، وما هو سلبى وهو أكثر سهولة ولا يحتاج لوقت يذكر . فإذا قارنا الوقت والجهد اللازمين لتربية طفل حتى يصبح شابا سويا ، والوقت اللازم للاجهاز على هذا الشاب فى حادث . أو الوقت والجهد اللازمين لبناء طائرة ، والوقت الذى يستغرقه سقوطها وتحطمها لوضع هذا الفارق الكبير . وهكذا فإن الحدث السلبى يكتمل فى وقت قصير ، ما بين نشرتى أخبار اذاعيتين ، أما الحدث الايجابى فلا يناسب تردد وسائل الاعلام الحالية .

(ب) ان تفسير الأنباء السلبية يمكن ألا يكون عليه خلاف ، كما ان هذا النوع من الأحداث واضح تماما لا يكتنفه أى نوع من الغموض . أما النبأ

الايجابى فإنه يمكن أن يكون ايجابيا لبعض الأشخاص وسلبيا لبعضهم ،
يعنى أنه يحتمل عدة تفسيرات لأن طبيعته ليست واضحة دائما ، وهو
عرضة للتشكيك أو المبالغة .

(ج) تتوافق الأنباء السلبية مع نظرة سائدة فى أيامنا هذه ، ومؤداها أنها
ترضى احتياجات ظاهرة أو غير ظاهرة لدى الأفراد . فنظرية التنافر
المعرفى Cognitive Dissonance تفترض وجود درجة عالية
نسبيا من التوتر بحيث يتوفر نسيج كاف لاستيعاب الأنباء السلبية
بتوافق كبير . وهذه هى الحالة فى أوقات الازمات ، وهنا يمكن إجراء
دراسة لاختبار أنه فى هذه الأوقات ، فإنه حتى الأنباء غير المتصلة بهذه
الأزمات تميل إلى السلبية ، وربما يكون من المناسب استخدام نظرية
التعويض Compensation Cognitive Reduction ، بدلا من
نظرية تخفيض حدة التنافر .

(د) للأنباء السلبية درجة من عدم التوقع أكبر من الأنباء الايجابية ، بمعنى
أنها أكثر ندرة وأن درجة التنبؤ بها أقل . وهذا يفترض أنه فى الثقافات
الذى يكون فيها التغيير إلى الأفضل أمر طبيعى فإن النواحي الايجابية
تمر دون أن يلحظها أحد ، وبذلك فإن الأحداث السلبية تلقى اهتماما .
ولاختبار هذا الغرض ، يمكن إجراء دراسة فى مجتمع يكون التغيير إلى
الأسوأ هو السائد ، والاحتمال الأكبر فى هذه الحالة أن تركز وسائل
الاعلام على الأحداث الايجابية .

ويبدو أن العناصر الأربعة الأخيرة للقيمة الاخبارية - الدول الكبيرة ، الأفراد
البارزين ، التجسيد ، والسلبية - تشكل أهمية خاصة لوسائل الاعلام فى دول الغرب
الصناعية . هذا لايعنى أنه ليس لها تأثير فى المناطق الأخرى ، ولكن يمكن تصور
أنماط أخرى للعلاقة بين مجموع الأحداث ومجموع الأنباء .

ويظهر الجدول التالى بعض الأمثلة :

النمط	الدول الكبرى	الأفراد البارزين	التجسيد	السلبية
١	تركيز	تركيز	تركيز على الأفراد	تركيز على السلبية
٢	تركيز	تركيز	تركيز على الأبنية	تركيز على الإيجابية
٣	تركيز	تركيز	كلاهما	تركيز على السلبية
٤	عدم تركيز	تركيز	تركيز على الأفراد	تركيز على الإيجابية

وقد وصفنا النمط الأول وهو يظهر فى الدول الغربية . أما النمط الثانى فيبدو أكثر مناسبة للدول الاشتراكية على الأقل فيما يتعلق بالعنصرين الأخيرين ، وللقوى العظمى عامة فيما يتصل بالعنصرين الأولين . وقد يناسب البناء الاخبارى للاتحاد السوفيتى ، بشرط استخدام النمط الثالث لوصف القوى الغربية . وعلى نفس النسق ، فإن الدول النامية حديثة الاستقلال يمكن أن تستخدم النمط الرابع لتصف نفسها ، وأن تستخدم النمط الثالث لوصف القوى الاستعمارية السابقة . ولكن كل هذا مجرد اجتهاد ، ويحتاج اثباته لإجراء بحوث كمية مقارنة .

لعل فيما عرضناه له تفسير كاف لاختلاف القيم الاخبارية بين الثقافات المختلفة . على أننا نؤكد أنه بالنسبة للعناصر الثمانية الأولى ، فإنها لا تتعلق بالاختلاف الثقافى ، إذ ترتبط بعوامل الانتاج . فالاعلام صناعة ضخمة اليوم ، لها مثل أى صناعة أخرى ، متطلباتها وضغوطها . ولأن المنتج الأساسى للمؤسسات الاعلامية هو الخبر ، فلا بد لضغوط الانتاج هذه أن تؤثر على القيم الاخبارية لضمان توفر كم كاف ومنتظم من المفردات .

على أن ذلك لا يمثل المشكلة الرئيسية لوسائل الاعلام اليوم لأن مصادر الأخبار متعددة وتنتج فيضا أكبر من أن تستوعبه أية وسيلة اعلامية ، فالمشكلة تتعلق فى الأساس فى اختيار العدد الضرورى من المفردات للمء المساحة الزمانية أو المكانية

لوسيلة الاتصال . فمن المسلم به أن ما يتم نشره في أى صحيفة يومية لا يمثل واحد على عشرة من مجموع المادة التى تتوفر لها . فما هى المعايير التى يتم بمقتضاها انتقاء أنباء معينة وأهمال أنباء أخرى ؟ الخلاف بين الدارسين كبير حول هذا الموضوع وستعرض للآراء المختلفة فيما يلى بايجاز :

العوامل المؤثرة على انتقاء الأخبار :

١ - **القيم الشخصية للقائم بالاتصال** : ترجع المدرسة الأمريكية السبب الأساسى لانتقاء أنباء دون غيرها للنشر أو الاذاعة ، إلى القيم الشخصية للقائمين بهذا العمل . ويرجع هذا الاتجاه إلى دراسات حارس البوابة التقليدية ، وهو اصطلاح ابتدعه فى الأصل ليون Lewin عن ملاحظته أن الأخبار يجب أن تمر من خلال قنوات معينة ، وأن بعض النقاط فى هذه القنوات تقوم بعمل البوابات التى تحظر دخول بعض الأخبار بينما تسمح لبعضها الأخر بالمرور . ولحارس البوابة الحق فى تقرير ما إذا كانت إحدى المفردات سوف تقبل من عدمه ، وهل تقبل نفس الشكل أو بأشكال أخرى مختلفة . والنشاط الذى يرتبط بهذا المفهوم أساساً هو عملية الانتقاء التى يقوم بها المسئول عن نشرات وكالات الأنباء Wire Editor لاختيار المفردات المناسبة . ويتضمن هذا المفهوم فكرة اعتبار المعلومات سلعة تتحرك بحرية ، وكل ما يجب عمله هو التقاطها ونشرها ، وبذلك فإنه يتضمن مفهوماً متحيزاً للأخبار بأنها موضوعية فى حد ذاتها .

وقد أظهرت الدراسات الأولى تأييداً مبدئياً لتأثير القيم الشخصية للقائم بالاتصال ، وأثارت فى الوقت نفسه الكثير من الانتقادات ، على أساس أن هذه الدراسات لم تأخذ فى الاعتبار عوامل أخرى أكثر أهمية ، وكلها تتدخل فى عملة الانتقاء هذه .

ويكاد يكون من المتفق عليه فى الوقت الحاضر ، أن القيم الشخصية فى ظل الظروف الخاصة بالصناعة الاعلامية فى وقتنا الحاضر ، لاتكاد تلعب دوراً يذكر . ومن الملاحظ من ناحية أخرى أن القائم بالاتصال يختار العمل فى العادة لحساب تلك المؤسسات الاعلامية التى يستشعر بأن سياستها تتفق مع اتجاهاته الأساسية . على أى

حال ، فإن هذا الموضوع أكبر من أن يتسع هذا الفصل لمناقشته ، وسوف تتضح الأسباب أكثر عند استعراضنا للأراء الأخرى الخاصة بمسألة انتقاء الأخبار .

٢ - **القيم المهنية** : تركز المدرسة الأمريكية أيضا على الدور الذى تلعبه القيم المهنية فى عمل الصحفى عموما . والمقصود بالقيم المهنية هنا مجموع المعايير التى يتفق عليها المجتمع الصحفى ، وهى تشمل بين ما تشمل اخلاقيات العمل ، وقد تكون مدونة فى شكل موائيق شرف وقد لا تكون . تتصف هذه المعايير ، كالموضوعية مثلا أو المحافظة على سرية المصدر ، بصفة العمومية ، ويكتسبها القائم بالاتصال إما من خلال تعليمه فى معاهد الاعلام ، أو من خلال ممارسته للعمل وتزامله مع بقية أفراد المهنة . ولكنها فى نفس الوقت ، ليست قيما مطلقة لأن التوجه الأساسى للصحفى يتدخل أيضا فى تشكيلها .

فالصحفى الذى يشعر أن واجبه الأول ينحصر فى المحافظة على مكاسب الجمهور يختلف فى أساليب عمله عن من يرى أن عمله يتركز فى الوساطة بين الجمهور والسلطات الحاكمة . ومن المفترض أن يتفق هذا التوجه الأساسى للصحفى مع سياسة المؤسسة التى يعمل لحسابها . ونحن نشير بهذا مرة أخرى إلى أن القائم بالاتصال يفضل العمل لحساب المؤسسة التى تتفق مع ميوله .

وعلى أى حال ، فمن المعتقد أن للقيم المهنية تأثيرا فى عملية انتقاء الأخبار ، ولكن من الصعب تحديد حجم هذا التأثير . ولا يجب أن ننسى فى هذا المجال أن القيم المهنية ترتبط إلى حد كبير بالايديولوجية السائدة فى كل مجتمع على حدة . والسبب الذى يدفعها للقول أن هناك تأثيرا محتملا للقيم المهنية على عمل القائم بالاتصال ، يعود إلى التماسك الكبير نسبيا الذى يتميز به المجتمع الصحفى والذى يسمح بالتأكيد على الاستقلالية الجماعية لهذه الفئة المهنية . ويرتبط بهذا ، تاريخ الصراع الطويل الذى خاضته الصحافة للحفاظ على مكاسبها .

٣ - **الجمهور** : ويرتبط هذا العامل إلى حد كبير بما أشرنا اليه بخصوص التوجه الأساسى للقائم بالاتصال . ويمكن طرح هذا الموضوع فى شكل تساؤل على النحو التالى : إلى أى مدى تؤثر احتياجات الجمهور ورغباته فى عملية اختيار الأخبار التى

تقدم له ؟ والمفترض بطبيعة الحال أن وسائل الاعلام على اختلاقها تقوم فى المقام الأول على ارضاء احتياجات الجمهور الذى تتوجه إليه ، وبدون ذلك فإن هذا الجمهور سينصرف عنها .

ولكن الدراسات الخاصة بهذا الموضوع ، تقدم لنا نتائج مثيرة للدهشة . ومن الواجب علينا أن نقف قليلا أمام الحقائق التى توفرها الأبحاث ، ونختص منها الدراسة التى أجراها جيرمى تنستول Geremy Tunstall على مائتى صحفى بريطانى يعملون لحساب وسائل الاعلام القومية المختلفة (١٦) .

يرى الصحفيون دورهم باعتباره نشاطا أكثر ايجابية مما يقترحه مفهوم حارس البوابة . ويبدو أنهم فى عملهم على وعى بأربعة قطاعات من الجمهور على الأقل هم : الصحفيون - مصادر الانباء - قطاع صغير من الجمهور العام يهتم اهتمام جديا بمتابعة الأحداث - وأخيرا الجمهور العام .

تشمل المجموعة الأولى الرؤساء المباشرين والزملاء فى نفس المؤسسة ، والصحفيين العاملين لحساب المؤسسات المنافسة ، وأخيرا الصحفيين بشكل عام . ويمثل مجموع هؤلاء جمهورا نشطا ، ويمارسون تأثيرا ملحوظا على عمل الصحفى . أما المجموعة الثانية فتضم مصادر الأنباء سواء كانت مؤسسات أو أفرادا ، وسواء كانوا يمثلون مصادر دائمة أو مؤقتة . تمثل المجموعة الثالثة قطاعا صغيرا من الجمهور ، يقل عن ١٠٪ وهم الأفراد الذى يهتمون اهتماما خاصا وجادا بمتابعة الأحداث ، ويرى الصحفيون أنهم يتوجهون بشكل خاص لهذا القطاع دون غيره . أما بقية أفراد الجمهور العام ، وهم يمثلون المجموعة الرابعة ، فلا يلقى الصحفى لهم فى العادة اعتبارا خاصا ، ومعلوماته عنهم قليلة للغاية . ويرجع السبب فى ذلك إلى أن الصحفى لا يتوقع فى العادة أن جميع أفراد الجمهور سيوجهون جل اهتمامهم لكافة أنواع الأخبار ، ولكنه يتوقع فى مجالات خاصة وفى حالات خاصة ، ان من يمثل منهم هدفا محتملا لن يزيد بأى حال عن ٦٠٪ أو أقل من مجموع الجمهور .

يوجه الصحفى اهتماما خاصا بالمجموعتين الأولى والثانية ، وهو اهتمام يفوق بمراحل عديدة اهتمامه بالملايين من أفراد الجمهور العادى . ولا يعود ذلك وحده إلى أنه يتوقع منهم الثواب والعقاب ، ولكن لأنهم يمثلون المجموعة التى تزوده برد فعل مفصل ، وبالتعليقات المنتظمة على عمله .

تذكر نتائج هذه الدراسة ، أن الصحفى يتلقى فى المتوسط ١٤ خطابا من قرانه كل أسبوع ، العديد منها بذئثة ، والبقية تطلب النصيحة ، أو تسأل عن معلومات متوفرة فى المراجع العامة . وبالطبع فإن الصحفيين على وعى بأن مؤسساتهم تنظر إلى أرقام أبحاث القراء القائمة على البحوث الميدانية على أنها أكثر موضوعية من هذه الخطابات . وقد ذكر ٣٤٪ منهم أنهم اطلعوا على بعض نتائج بحوث القراء التى أجرتها المؤسسة .

ولاختبار ما إذا كان لدى هؤلاء بالفعل صورة دقيقة عن الجمهور ، قام الباحث بتوجيه سؤال لهم عن نسبة العمال إلى المجموع الكلى من الجمهور . وقد وجد أن تسعة من بين كل عشرة من المستجوبين قد أعطوا تقديرات أقل من الواقع (١٧) . ففكرة الصحفى عن جمهوره غير دقيقة فى أفضل الأحوال . ولكننا يجب أن نضيف فى هذا المجال أن الكثير من المؤسسات الاعلامية تخفى نتائج البحوث عن العاملين بها ، ربما بسبب الخوف من تسرب بعض هذه المعلومات للمنافسين ، أو بسبب النتائج غير المشجعة التى أظهرتها هذه البحوث .

وقد ذكر باحث آخر قام باستجواب عدد من رؤساء التحرير والمنتجين المسئولين عن نشرات أخبار احدى شبكات التلفزيون الأمريكية ، أنه وجد بينهم اختلافا واضحا فيما يعتقدون انه يمثل رغبات الجمهور بالفعل ، كما أنه وجد احساسا عاما بينهم بأنه من غير السليم الخضوع لرغبات الجمهور (١٨) . وعندما سئلت عينة أخرى من الصحفيين الأمريكيين عما إذا كان المهم جدا التركيز على الأنباء التى تهتم أكبر عدد ممكن من أفراد الجمهور ، أجاب ثلثهم فقط بالايجاب (١٩) .

Ibid . pp. 253 - 254. (١٧)

Warner , Malcolm . : TV Coverage of International Affairs . (١٨)

" *Television Quarterly* " , 7 : 60-75, 1968.

Johnstone , John W.C. , Edward J . Slawski , and william W. (١٩)

Bowman. "The Professional Values of American Newsman .

" *Public Opinion Quarterly* " , 36: 522-540, 1973.

على أى حال ، فإن الصحفيين أفضل من غيرهم فيما يختص بالتنبؤ برغبات الجمهور^(١٨) . فقد طلب من مجموعة من رؤساء التحرير التنبؤ بأى مقال من بين عدد كبير من المقالات سيجذب أكبر عدد من الجمهور ، ثم قورنت اجاباتهم باجابات عينه عشوائية من الجمهور . وقد وجد أن توقعات رؤساء التحرير جاءت أفضل بقليل مما يتم توقعه بناء على قوانين الصدفة^(٢٠) .

وقد توقعت مجموعة أخرى من مديرى الأخبار أن أربعة من بين خمسة أفراد من الجمهور يفضلون أن يكون قارىء النشرة من الذكور ، بينما قال معظم أفراد الجمهور للباحثين أنهم لايهتمون حقا ما إذا كان قارىء النشرة ذكر أو أنثى^(٢١) .

ومع ذلك فقد اتفق الجمهور والصحفيون إلى حد كبير حول أهم فئات الأنباء . فإذا ما قارنا القضايا التى اعتبرت أكثر أهمية من جانب من قام باستجوابهم أحد استفتاءات جالوب ، والقضايا التى نشرت حولها معظم الأنباء فى مجلات التايم والنيوزويك ويو . اس . نيوز ، لوجدنا التشبه كبيرا للغاية^(٢٢) . وقد أجريت دراسة أخرى فى نوكسفيل بولاية تينسى تم فيها مقارنة أحكام ثلاثة من رؤساء أقسام التحرير فى صحيفة Knoxville News Sentinel ، بعينة من المشتركين ظهر فيها اتفاق كبير حول القضايا التى تعتبر ذات أهمية خاصة^(٢٣) . غير أن الدارستين الأخيرتين قد تعكسان ميل الجمهور إلى اعتبار القضايا التى قرأوا عنها فى الصحف أو علموا بها من خلال نشرات الأخبار ، أنها أهم القضايا .

(٢٠) Bogart, Leo. " Changing News Interests and the News Media " .
Public Opinion Quarterly , 32 : 560 - 574 , 1969 .

(٢١) Stone , Vermon A. " Attitudes Towards Television Newsmen " .
Journal of Broadcasting , 18 : 49 - 62 , 1974 .

(٢٢) Funkhouser, G. Ray. " The Issues of the Sixties " .
Public Opinion Quarterly , 37 : 62 - 75 , 1973 .

(٢٣) Garrison, Martin B. "Pretesting Newspaper Article Headlines as a
Means of Determining the Level of Wire Editors' Knowledge of
Subscribers' Interest. " M.A. Thesis, University of Tennessee, 1973.

بينما تساعد بحوث القراء فى عمليات التخطيط والتسويق ، فإن هناك اتفاقا عاما على أن هذا النوع من المعلومات غير مفهوم ولا يساعد الصحفى العامل . وتؤكد جميع الأبحاث على عدم وجود أى نوع من الاحتكاك أو الاتصال المباشر أو المعرفة بالجمهور بين جميع فئات العاملين بالأخبار. ويؤكد بيرنز Burns على وجود ما يطلق عليه تحفظ غير ظاهر تجاه الجمهور Latent Reserved Role . وهذه الصفة من سمات العاملين بالخدمة العامة حيث أنهم مضطرون إلى ابداء الاهتمام والتقدير برغبات الجمهور ، ولكنهم يخفون بداخلهم نوعا من العداة تجاه هذه الرغبات باعتبار أن أذواق ورغبات أفراد الجمهور متدنية أو بدائية (٢٤) . وهذا نوع من الوصاية التى يمارسها القائمون بالاتصال على أساس أنهم أكثر علما ووعيا من رجل الشارع . وطبيعى أن هذا الموقف مرفوض جملة وتفصيلا لأن الفرد العادى يملك بالفطرة وعيا يفوق ما يتصوره معظم هؤلاء الذين يعيشون فى الأبراج العاجية . وقد ثبت بالتجربة أن الاستهانة بالجمهور هى أول خطوة فى طريق الفشل .

وهناك ظاهرة أخرى مرتبطة بنفس الموضوع ، ويمكن وصفها كميل لعزل الذات عن الجمهور كوسيلة للمحافظة على الاستقلال الشخصى والمعايير المهنية . وقد أخذ أجيرس كنقطة بداية لتشخيص مشكلة صحيفة أمريكية رئيسية فكرة أن الصحافة عموما أصبحت بشكل متزايد متباعدة عن الجمهور وغير مستجيبة له . وقد وجد فى دراسته تأييدا لهذا الفرض . وكان الحل الذى اقترحه هو زيادة التكيف التنظيمى من خلال النقد الذاتى (٢٥) .

وهناك ما يشبه الاتفاق بين الباحثين بأن الجماعات المرجعية Reference Groups التى يعتمد عليها الصحفى فى الحصول على رد الفعل تجاه ما يكتبه ، لاتمثل الجمهور تمثلا صحيحا ، ولكنها عينة شديدة التحيز . فمعظم أعضاء هذه الجماعات من الأصدقاء المقربين للصحفى ، أو أفراد عائلته ، وقد تضم بعض أقاربه ،

Burns, T. "Public Service and Private World . " In Halmos, P. (٢٤) (ed.) The Sociology of Mass Communication , *Sociological Review Monographs* , 13, 1969.

Agyris, C. " Behind the Front page " . Jossey Bass, 1974. (٢٥)

وهؤلاء فى مجموعهم لا يمثلون مختلف فئات الجمهور تمثيلا صحيحا .

وقبل الانتهاء من مناقشة هذا الموضوع ، نود أن نشير إلى الفكرة الشائعة . بأن الصحفى يعرف رغبات الجمهور لأنه فرد منهم . ونحن نرى أن فى هذه الفكرة تبسيطا مخلا بالأمر ، ويتنافى مع التفكير العلمى فى أى صورة من صورهِ . صحيح أن الصحفى هو ابن نفس الثقافة ويحمل قيمها العامة وهو أقدر على فهمها عن أفراد الثقافات الأخرى ، ولكن الاختلافات الفردية أمر معترف به بل ومسلم به . فهل يمكن لأحد توأمين أن يعرف الأمور التى يفكر فيها الآخر، وهل تتشابه أذواقهما أو طموحاتهما ؟

على أى حال ، ان مانريد أن نؤكد عليه مرة أخرى ، أن اعتبار الجمهور لايتدخل إلا بأدنى درجة فى عملية انتقاء الأخبار . وهذا ما تجمع عليه الأبحاث التى عرضنا للقليل منها . وإذا كانت بعض وسائل الاتصال فى الغرب خاصة تلقى انتشارا واسعا ، فإن ذلك يرجع إلى أنها تخاطب الرغبات الدنيا للجمهور . وهذه هى الحالة بالنسبة لشبكات التلفزيون الأمريكية على سبيل المثال . وهنا أيضا نقول أن الأغراق فى الاستجابة لهذا النوع من الرغبات لايقبل فى خطورة نتائجه عن التجاهل التام لها .

ولا بد من التفرقة ما بين الرغبات والاحتياجات ، فالرغبة شىء ظاهر وهى تتعلق بارتضاء الفرائز والدوافع البدائية . والاحتياج على العكس غير ظاهر ويتعلق بارتضاء حاجات نفسية لدى الأفراد . ولا يستطيع الفرد فى العادة التعبير عن احتياجاته الحقيقية وان كان ذلك يتمثل من خلال انتقائه لقراءة مواد معينة فى الصحيفة أو مشاهدة برامج خاصة فى التلفزيون . فليس هناك شخص يقوم بقراءة كل كلمة فى الصحيفة أو يشاهد التلفزيون من بدء ارساله إلى نهايته ، حتى لو توفر الوقت الكاف لذلك .

ودهمة وسائل الاعلام هى التعرف على الاحتياجات الحقيقية للجمهور عوضا عن ارتضاء رغباته ، ويتم ذلك عن طريق أساليب خاصة قام على تطويرها كبار علماء النفس ، وعندما تنجح وسائل الاعلام فى ارتضاء هذه الاحتياجات فسوف تضمن اقبالا وتجاوبا يفوق ما تلقاه أى صحيفة أو خدمة اذاعية اليوم .

٤ - المصادر الاخبارية : أشرنا فى مجال الحديث عن الجمهور إلى مدى الأهمية التى يعلقها الصحفيون على مصادرهم الاخبارية . فعلى المدى القصير يستطيع الصحفى الاستغناء عن قارئه أكثر من استغنائه عن مصادره . وتذكر عدة دراسات عن الصحفيين الذى يقومون بتغطية المسائل السياسية الهامة فى الولايات المتحدة عن أهمية اقامة اتصالات وعلاقات جيدة مع المسئولين الحكوميين ورجال السياسة . وتشير بعضها إلى أن هذه العلاقة يسودها نوع من التوتر بسبب محاولة هذه المصادر الاخبارية تشكيل التقارير الاخبارية التى تتناول أنشطتهم .

يذكر شيتك Chittick أن هذا التوتر يرجع إلى الخلاف حول ما تعده وسائل الاعلام ذا قيمة اخبارية وبين ما يعتقد هؤلاء الموظفون أنه هام (٢٦) . كما يشير ادلستين Edelstein فى تلخيصه لعدد من الدراسات إلى أن المحرر يميل إلى اتخاذ مركز الوسيط بين المصدر وغرفة الأخبار ، وكذلك بين المصدر والقارىء . فهو يحاول أن يجد طريقة سائلة لكتابة خبره . وكلما زادت كثافة الصراع بين المصادر الاخبارية وسياسات غرفة الأخبار ، كلما أصبح ادراك الصحفى لسعات القارىء المحتمل أقل تحديدا ، وكلما زاد انقياده لكتابة أخبار تقلل من هذا الصراع (٢٧) .

وتعتبر من أهم المحاولات لوصف علاقة الصحفى بمصادره ما كتبه جيبير وجونسون Gieber and Johnson عن عمليات التبادل بين المحررين والمسئولين المحليين . وقد استخدموا النموذج الذى طوره وستلى وماكلين سنة ١٩٥٧ Westley and Maclean لوصف العلاقة بين الصحفى ومصدره ، وبيننا فيه كيف أن الانفصال الوهمى بين أدوار كل منهما يتحطم فى الواقع العملى . فهدف المصدر هو احتواء الصحفى ، أى الاستيلاء على محتوى التقرير بحيث يثبت للجمهور أنه يعمل للمصالح العام . أما الصحفى فينظر إلى المصادر على أنها تتيح لهم كما متنوعا من المعلومات

Chittick , W.P. "State Department, Press and Pressure Groups." (٢٦) New York , Willey : Interscience, 1970.

Edelstein, A.S. "Perspectives in Mass Communication." (٢٧) Copenhagen, Einar Harcks Forlag, 1966.

التي يمكنهم الاختيار منها . وتبعا للمؤلفين ، فإنه كلما مارست المصادر ضغوطا أكبر كلما زاد نجاحهم فى احتواء دور الصحفى (٢٨) .

ويمكننا ارجاع نجاح المصادر فى احتواء الصحفيين إلى عدد من العوامل .

أولا : إلى الحقيقة القائلة بأن الصحفيين يميلون إلى تبني القيم الخاصة بالمصدر كإطار مرجعى لهم . ثانيا : إلى المحاولة المستمرة للصحفيين إلى تجنب الصراع وميلهم لقبول قيمة الاجماع من أجل الصالح العام . وأخيرا ، فإن الصحفيين فى موقعهم أقرب إلى المصادر منهم إلى زملائهم أو قرائهم .

وتساند الأبحاث المختلفة هذه النظرة بصفة عامة ، إذ لاغنى للصحفى عن مصدره وتكون النتيجة اعطاء هذه المصادر مركزا مسيطرا فى هذه العلاقة إلى الحد الذى قد يبعد الصحفى فى احيان نادرة عن معايير الصدق والعدالة . وقد أورد بحث سويدى اجراه فجيستاد وهولملوف Fjaestad and Holmlove نقطة هامة وهى أن المصادر تزود الصحفيين برودود الأفعال ، وبالعلاقة شخصية تبعث على الفخر ، وأخيرا بدعم أدبى لا يوفره القارىء البعيد (٢٩) .

ان الإعلام ومحتواه متنوع للغاية لكى تستطيع أن تقرر أن سيطرة المصادر على المحررين ظاهرة عامة ، بالرغم من أن هناك باستمرار ضغط من جانب هذه المصادر لتسريب تقارير اخبارية لمصلحتهم . ولكننا يمكن ان نقول أنه كلما كان المصدر أكثر قوة وتنظيما - قد يكون المصدر فردا أو مؤسسة - كلما تحقق هدف الأحتواء . ويجب أن نضيف هنا أن اهتمام وسائل الاعلام بوجهات نظر المسئولين قد يكون أكثر ارتباطا باحتياجات واهتمامات الجمهور .

Gieber, W. and Johnson W. "The City Hall Beat : A Study of (٢٨) Reporter and Source Roles. " Journalism Quarterly, 38: 289-297, 1964.

Fjaestad, B. and Holmlove , P.G. "Swedish Newsmens ' View (٢٩) on the Role of the Press." Economic Research, Inst . Stockholm, 1975.

يرتبط الصحفيون بمصادرهم إذا بعلاقة حميمة في معظم الأحيان ، وقد يغلب عليها التوتر في حالات قليلة ولكن هناك مصلحة مشتركة بين الطرفين لاستمرار هذه العلاقة . وقد يكون حرص الصحفي على دعم هذه العلاقة هو الدافع للاحاحه على نشر الأخبار والموضوعات المتعلقة بهذه المصادر . فالواضح أنه قد ينتج بسبب الأهمال المستمر لمثل هذه الموضوعات أو عدم تقديمها بالشكل المناسب لضمان تعاون المصدر في المرة القادمة ، انهاء العلاقة ، أو على الأقل توترها إلى الحد الذي يجعل الفائدة المرجوة منها قليلة للغاية .

٥ - *السياسة الاعلامية* : وقد يكون هذا العنصر هو المؤثر الاساسى فى عملية انتقاء الأخبار . ومن الطبيعى أن هناك عدة عوامل تتدخل فى تحديد سياسة الصحيفة أو دار الاذاعة أو التلفزيون بعضها عوامل داخلية والبعض الآخر عوامل خارجية . ونعنى بالعوامل الخارجية موقع وسائل الاعلام من النظام الاجتماعى القائم ومدى ارتباطها بمصالح معينة . أما العوامل الداخلية فتشمل نوع الملكية وأنماط السيطرة التى تمارسها الإدارة العليا وأخيرا ضغوط الانتاج .

وتتمثل مجموعة هذه العوامل فى سياسة خاصة تصبغ أساليب عمل الوسيلة الاعلامية بصبغة تختلف عن بقية الوسائل الأخرى ، ولا يتم بالضرورة صياغة هذه السياسة فى وثيقة مكتوبة أو معلنة ، فالغالب الأعم أن يكتسب الصحفي هذه السياسة من خلال ممارسة عمله واحتكاكه برؤسائه وزملائه داخل المؤسسة .

وتستحق دراسة برييد Breed عن التحكم الاجتماعى فى غرفة الأخبار ، والمستندة الى البحث الميدانى ، أهتماما خاصا لأنها أثرت على العديد من الأبحاث التالية . فهو يؤكد على قوة الضغوط غير الرسمية التى تؤدى إلى خضوع الكتاب والصحفيين الذين قد لا يتفقون شخصيا مع السياسة الخاصة بالمؤسسة الاعلامية (٣٠) . ويعتبر ميكانيزم السيطرة عبارة عن أدوات تستحث الكاتب لتوقع أو تجنب عدم موافقة رؤسائه على أساليب عمله . وتتضمن هذه :

Breed, W. " Social Control in the Newsroom : A Functional (٣٠) Analysis " . Social Forces, 33 : 326 - 335, 1955.

- أ - استخدام السلطة الرسمية ، توقيع العقوبات مع إمكانية اعطاء الموضوعات الخلاقية لأشخاص مؤتمنين لتغطيتها .
- ب - الاحساس بالالتزام والتقدير ناحية الرؤساء .
- ج - المؤشرات الخاصة بتجنب بعض الموضوعات ، أو بأسلوب التناول كالشطب على أجزاء من الموضوعات .
- هـ - رغبة الصحفي فى الاستمرار فى وظيفته وعدم الاضرار بفرص الترقى .
- و - المناقشات داخل اجتماعات مجالس التحرير .

ويشير دارسو سلوك المنظمات إلى ظاهرة تماثل القيم ، حيث يستبدل العاملون أولوياتهم الخاصة بأولويات المؤسسة ، وفى هذا تأكيد على التوافق الذى يتم بين المعايير الخاصة للقائمين بالاتصال ومعايير المؤسسات الاعلامية من خلال عمليات التنشئة الاجتماعية التى يمر بها العاملون الجدد .

وقد كتب ساندر فانوكور Sander Vanocor بعد استقالته من شبكة ان . بى . سى . NBC حيث كان يعمل مراسلا ومقدما للأخبار ما يلى :

(لقد بدأت أتحقق أنتى تبينيت بالكامل الأنماط السيكولوجية الخاصة بمديرى المؤسسة ، فسألت نفسى فى أحد الأيام : من أنا ؟ هل أنا نفسى ؟ هل أنا هم ؟ وإذا كنت أنا نفسى ، فإلى أى مدى تسرب بعض ما هو فيهم إلى ؟ عندئذ فقط تحققت أن هذه العملية غير ظاهرة على الاطلاق ، إلى درجة أننى لسنوات طويلة اكتسبت مخاوف المؤسسة ومحظراتها إلى أن أصبحت جزءا من نفسى) (٣١) .

بالرغم من المعاناة الظاهرة فى هذه العبارات ، فإنه من بين الموضوعات التى لاتزال غير واضحة المعالم موضوع التنشئة الاجتماعية Socialization للصحفى التى تهيئه لأسلوب خاص من العمل .

Quoted in Epstein, Edward J. "News From Nowhere." Chicago: (٣١) University of Chicago Press, 1973, PP. 201-202.

تلعب سياسة المؤسسة إذا دورا أساسيا فى عمليات انتقاء الأنباء ، وان كان ذلك لايبنى اهمال العوامل الأخرى التى عرضنا لها . ونود التأكيد مرة أخرى على ما سبق الاشارة اليه من أن ضغوط بالانتاج تفرض معايير معينة للقيمة الاخبارية ، مما يؤدي إلى تفضيل نوعيات معينة من الأنباء عن غيرها .

٦ - **تأثير وكالات الأنباء :** من بين العوامل الهامة المؤثرة فى عملية انتقاء الخبر ، الموقع الذى تحتله وكالات الأنباء كمنتج وموزع رئيسى للأخبار والمعلومات حول العالم . وسوف نستعرض أنشطتها فى هذا المجال عند حديثنا عن مصادر الأنباء ، ولكن ما يهمنا فى هذا المقام الطرق التى تؤثر بها على الشخص الموكل اليه مهمة انتقاء المفردات من بين السيل المنهمر من الأنباء التى تنقله آلات التيكروز ، وهى تشمل ما يلى :-

أ - **المساحة :** عندما تخصص وكالة من الوكالات مساحة كبيرة لحدث من الأحداث ، وتورد تفاصيل ضافية عنه ، فلا شك أن ذلك من شأنه يلفت الانتباه إلى هذا الحدث أكثر من غيره . والعكس صحيح بالنسبة للخبر القصير أو الذى لا يحتوى على تفاصيل كافية .

ب - **التنبيه :** عند ايراد حدث هام أو مفاجىء يدق جرس خاص أو تضىء اشارة حمراء على آلة التيكروز ، أو توضع اشارة خاصة فى صدر النبأ مثل هام أو عاجل . ونجد فى مثل هذه الحالات ان الجميع فى غرفة الأخبار يتدافعون للاطلاع على هذا النبأ . والغالب أن يحتل مثل هذا النبأ موقعا هاما فى صدر نشرات الأخبار فى الاذاعة أو فى الصفحة الأولى من الصحف ، ولم يحدث أن تم أهمال خبر من هذا النوع إلا لدواعى سياسية أو أمنية .

ج - **مختصر الأنباء Budget Statement :** تقوم وكالات الأنباء قبل ارسال نشرتها بارسال ملخص بأهم الأنباء التى سترد فى النشرة الأساسية . وقد أثبتت الأبحاث أن مختصر الأنباء هذا يلعب دورا أساسيا فى وضع الخطة التحريرية اليومية لوسائل الاتصال ، إذ يحتوى

على الأنباء الرئيسية المتوقع حدوثها ذلك اليوم . وبالتالي تستطيع الصحيفة أو المحطة توجيه مندوبيها أو فرق التصوير إلى أماكن هذه الأحداث لتغطيتها من زاوية تختلف بشكل ما عن الوكالات ، لكي تثبت لجمهورها أنها تقدم خدمة أخبارية متكاملة . وإذا لم يكن لدى المؤسسة الاعلامية ما يكفى من المحررين ، فالغالب أيضا فى هذه الحالة أن تأخذ فى الاعتبار مختصر الوكالة باعتباره يمثل أهم أخبار هذا اليوم .

د - الثقة : يحدث أحيانا أن يقدم المندوب خبرا تختلف وقائعه عن تلك التى أوردتها وكالات الأنباء . ويفض النظر عن كفاءة هذا المندوب ، فإن المؤسسة الاعلامية تفضل نشر رواية الوكالات وتهمل رواية مندوبها . ويحدث ذلك لعدة اعتبارات ، فإذا ثبت عدم صحة رواية المندوب ، فإن الصحيفة أو المحطة لن تستطيع التنصل من المسئولية ، إلى جانب الأضرار الأدبية التى سوف تصيبها باعتبارها تنشر أخبارا كاذبة أو لم يتم التحقق من صحتها . أما إذا كان المصدر هو إحدى الوكالات فيمكن القاء اللوم عليها ، ولو أن ذلك لا يخلى مسئولية وسيلة الاعلام تماما .

ولكن الأهم من هذا هو أن وسائل الاعلام على اختلافها تثق ثقة خاصة فى الوكالات الغربية العالمية ، بسبب خبرتها التى اكتسبتها من طول باعها فى هذا المجال ، ولتوفر الامكانيات الفنية والكوادر البشرية لديها . وتحاول وكالات الانباء هذه بشكل عام أن توفر خدمة اخبارية متوازنة وموضوعية بقدر الامكان لارضاء مشتركها الذين تختلف اتجاهاتهم وعقائدهم لانتماهم إلى عدد كبير من بلدان العالم . وقد أدت هذه الثقة فى الوكالات العالمية إلى مقولة تتردد بين الصحفيين مؤداها أن الخبر لا يصبح خبرا إلا بعد أن تتناقله وكالات الأنباء العالمية .

٧ - الأفلام والشرائط : ويقتصر هذا العامل على محطات الراديو والتلفزيون إلا بالنسبة للصور الفوتوغرافية الثابتة . ذلك أن وجود صورة عن أحد

الأحداث قد يؤدى بالصحيفة إلى اختيار هذا الحدث للنشر بصرف النظر عن قيمة هذا الحدث أو الصورة الخاصة به . وقد يكون الدافع مجرد اضافة نوع من الحركة أو التنوع على شكل الصفحة . وكذلك فإن وجود شرائط فيليمية ، سواء سينمائية أو فيديو ، تتعلق بحدث ما قد تدفع المسئول عن نشرة أخبار التلفزيون إلى وضع هذا الخبر ضمن النشرة خاصة عندما يكون عدد الأفلام المتاحة قليلاً . وينطبق نفس الأمر فى الراديو بالنسبة للتسجيلات الصوتية .

وإذا كانت المسألة بالنسبة للصحافة المطبوعة مجرد تحريك الصفحة فى بعض الأحيان ، فإن هذا لا يمنع أن يكون للصورة قيمة اخبارية كبيرة فى حد ذاتها ، وقدما قالوا أن الصورة يمكن أن تعبر عن معان أكثر من ألف كلمة . ولكن هذه حالات قليلة . فالمشاهد أن معظم ما يتم نشره فى الصحافة العربية صور لمقابلات رسمية ، وهى ليست ذات قيمة اخبارية تذكر .

ولكن الأمر يختلف بالنسبة للراديو والتلفزيون بسبب خصائصهما المتفردة . فالصوت يمثل بالنسبة للراديو كل شىء ، واذاغة تصريح بصوت صاحبه قد يعطى انطباعات لدى المستمع أكثر مما تحمله الكلمات نفسها . وهى انطباعات يكونها المستمع عن شخصية المتكلم من خلال أسلوبه وطريقته فى الحديث ، وسوف نتعرض لهذه المسألة فى فصل تال . ولكن ما يهمنا التأكيد عليه فى هذا المقام ، أن الشريط المسجل قد يكون له قيمة اخبارية فى حد ذاته ، وهو يمثل عنصراً أساسياً من عناصر النشرة الاخبارية ، وعندما لا يتم استغلال هذه الخاصية فى الراديو ، فاننا نهدر عنصراً من عناصر القوة المتوفرة لنا .

وكذلك فإن الأمر بالنسبة للتلفزيون أكثر أهمية من مجرد عنصر جمالى على الشاشة ، فإن استغلال الصورة والحركة إلى جانب جذب المشاهد ، فإنه يضى على النشرة ككل ديناميكية وحياة لاتوفرها أى وسيلة اعلامية أخرى . واشتراك الصورة إلى جانب الصوت يسهل عملية الادراك لدى المشاهد بمعنى أن الجهد الذى يبذله لالتقاط المعانى عندما يتعامل مع وسائل الاعلام الأخرى ينخفض بدرجة كبيرة للغاية

فى حالة التلفزيون . وكذلك فإن انعدام الفاصل الزمنى من شأنه أنى يؤدي إلى احداث تأثير محتمل أكبر ، إلى آخر هذه الاعتبارات الخاصة بالتلفزيون .

نخلص من ذلك ، إلى أن وجود تسجيلات صوتية فى حالة الراديو ، وأفلام فى حالة التلفزيون ، خاصة بأى حدث من الأحداث من شأنه أن يزيد من فرصة اذاعة هذا الحدث حتى لو كانت قيمته الأخبارية منخفضة . غير أنه عند توافر هذه التسجيلات والأفلام ، فإن عناصر القيمة الأخبارية الأخيرة التى أشرنا إليها تتدخل لتحديد أى منها سيتم اذاعته .

* * *

مصادر الاخبار الاذاعية

أشرنا فى موضع سابق إلى أن المشكلة الحقيقية لوسائل الاعلام لاتتمثل فى جمع العدد الكافى من الأخبار ، إذ تتوفر لها فى العادة كمية أكبر مما تستطيع استيعابها ، ويرجع ذلك إلى تعدد مصادر الأخبار اليوم بصورة لم تحدث فى الأزمنة السابقة . ويمكن تصنيف هذه المصادر تحت فئتين عامتين . تشمل المصادر الأساسية وكالات الأنباء العامة ، والوكالات المتخصصة . والمندوبين الدائمين ، واتفاقيات التبادل . أما المصادر الثانوية فتضم المتعاونين أى العاملين بالقطعة أو جزءاً من الوقت ، والجمهور العام ، وأجهزة العلاقات العامة والدوريات العامة والمتخصصة وأخيراً المؤسسات العلمية . وسوف نقتصر على عرض المصادر الرئيسية دون الثانوية .

أولاً - وكالات الأنباء العامة :

يتميز النصف الثانى من القرن العشرين بتطور مشهود مجال التبادل الاخبارى كما تضاعف حجم المعلومات التى تنقلها وسائل الاتصال المختلفة ، وشملت مجالات جديدة إلى جانب السياسة والاقتصاد . ولم يكن هذا التطور ممكناً بالشكل الذى حدث به لولا وجود وكالات الأنباء التى تقوم بدور رئيسى فى عملية تجميع وتوزيع الأخبار والمعلومات على النطاقين العالمى والمحلى . ولا يقتصر تأثير وكالات الأنباء اليوم على وسائل الاتصال الجماهيرى وحدها ، بل يمتد إلى مجالات أخرى أكثر خطورة مثل تشكيل القرار السياسى ، والتأثير على السوق الاقتصادى العالمى . ويجدر بنا قبل الحديث عن أشكال التأثير هذه ، عرض لأنواع الوكالات العاملة فى مجال جمع وتوزيع الأخبار .

أنواع وكالات الأنباء :

١ - **الوكالات العالمية** : تتركز الوكالات العالمية فى دول الغرب الصناعى ، فهناك وكالتان فى الولايات المتحدة الأمريكية هما الاسوشيتدبرس (AP) ، واليوناييتدبرس انترناشيونال (UPI) ، ووكالة رويترز البريطانية ، وأخيراً

وكالة الأنباء الفرنسية (AFP). وتقوم هذه الوكالات بجمع الأخبار من معظم دول العالم ، كما تقوم بتوزيعها على عدد كبير من المشتركين داخل وخارج حدودها . وأكبر هذه الوكالات هى الأسوشيتدبرس التى يصل عدد مشتركىها الى عشرة آلاف مشترك نصفهم فى الداخل والنصف الآخر موزعين على ١.٨ دولة أجنبية ... وهذا هو السبب الذى يجعل هذه الوكالات الغربية الأربعة تحمل صفة العالمية على الرغم من انتماءاتها القومية .

تصنف اليونسكو وكالة تاس من بين الوكالات العالمية ، ولكننا لا نستطيع أن نعتبرها كذلك لما تتسم به هذه الوكالة من تحيز واضح ، بحيث يعتبرها الكثيرون مجرد أداة دعاية رسمية . فالتحليل الاشتراكى العلمى يقر صراحة فى تقويمه لوظائف الاعلام ، الدور الذى تقوم به فى الدعاية وتنظيم المجتمع وفى المصالح الطبقية والحزبية . وتقف وسائل الاعلام فى البلدان الاشتراكية إلى جانب المثل الاشتراكية فى خدمة الطبقة العاملة ، وتنتصر لها فى نقلها للمعلومات وتفسيرها . فالخبر هو ما يخدم أهداف هذه الطبقة ويؤدى إلى تدعيم النظام الشيوعى ، وفيما عدا ذلك لاقيمة له .

أما مفهوم النظم الديمقراطية الغربية ، فهو يقع على طرف نقيض لأنها تركز بالأخص على عنصر المشاركة وعلى حق المواطن فى أن يعلم ما يدور حوله . وبالرغم من أننا ليس فى مجال المفاضلة بين هاتين النظريتين ، إلا أنه من الواضح أن وكالات الأنباء الاشتراكية تقوم أساسا بدور دعائى ، مما يشير شكوك وسائل الاعلام فى الدول الأخرى حول موضوعيتها فى تناول الأخبار . ويتضح هذا جليا فى نفور وسائل الاعلام من استخدام الأخبار التى تزودها بها هذه الوكالات بالمجان فى أحيان كثيرة ، ومن هذا المنطلق لانستطيع أن نعتبر "تاس" وما شابهها من جملة الوكالات العالمية .

٢ - الوكالات المتوسطة الحجم . هناك عدد آخر من الوكالات التى تملك

مكاتب وتوزيع خارجى كبير مثل (DPA) الألمانية الغربية و (KYODO) اليابانية و (TUNJUG) اليوغسلافية و (ADN) الألمانية الشرقية و (EFE) الأسبانية . هذه الوكالات متوسطة الحجم أى أنها لاترقى إلى مصاف الوكالات العالمية ، ولكنها

فى نفس الوقت أكبر من الوكالات المحلية كما يتسع مجال نشاطها ليشمل مناطق جغرافية أوسع .

يتركز نشاط هذه الوكالات على ارضاء المتطلبات الاخبارية الأساسية لأسواقها المحلية ، لذلك نجد أن عدد المشتركين الخارجيين أقل بمراحل من المشتركين فى الوكالات العالمية . وتقوم هذه الوكالات متوسطة الحجم بالاشتراك فى الوكالات العالمية ، بينما لاتقوم الوكالات العالمية بالاشتراك فى نشرات بعضها البعض .

ربما كانت الوكالة الألمانية الغربية هى أكبر هذا النوع من الوكالات خارج الكتلة الشرقية . فقد ذكرت هذه الوكالة أنه فى عام ١٩٧٧ كان لها مكاتب ومراسلون فى أكثر من ٨٠ دولة أجنبية ، وأن لها ١٤٤ مشتركاً خارجياً (بما فى ذلك ٤٥ وكالة تتبادل معها الأنباء) وانها تقدم خدماتها بأربع لغات هى الألمانية والانجليزية والأسبانية والعربية (٣٢) .

٣ - **الوكالات متعددة الجنسيات** : شهدت السبعينيات إنشاء عدد من الوكالات التى تقع فى مركز متوسط بين الوكالات العالمية والوكالات المتوسطة . وهى وكالات ليس لها انتماء قومى محدد لأنها تسعى إلى ارضاء الاحتياجات الاخبارية لمناطق جغرافية معينة تضم عددا من الدول التى تختلف أنظمتها الساسية ، أو فئة من البلدان التى يجمعها انتماء سياسى معين . فهناك مجمع وكالات الدول غير المنحازة (NANAP) ، ووكالة الكاريبى (CANA) ومجمع تبادل الأنباء بين دول أمريكا اللاتينية والبحر الكاريبى (ASIN) .

وقد ظهرت هذه الوكالات نتيجة لسخط دول العالم الثالث على أساليب عمل الوكالات العالمية ، والاتهامات التى وجهت لها بأنها تعمل على نقل صورة سلبية للجهود هذه الدول . وقد تبنت منظمة اليونسكو وجهة النظر هذه ، وعملت على دعم الجهود لإنشاء بدائل مناسبة بدلا من اضطرار الدول النامية إلى الاعتماد الكامل على الوكالات

(٣٢) UNESCO : International Commission for the Study of Communication Problems : Working Papers 14, Monographs (II) . pp.

العالمية .

غير أنه من الثابت أن هذه الجهود لم تأت بالشمار المرجوة منها . فقد أثبت تحليل لعمل مجمع وكالات دول عدم الانحياز سنة ١٩٧٧ أن نسبة الأنباء التي وصلت من الدول الأعضاء لم يزد عن ٤٠٪ من مجموع الأخبار الواردة ، و ٢١٪ من الأخبار الصادرة ، وقد ساهمت الوكالات العالمية بحوالى ٥٢٪ من مجمل الوارد و ٣٧٪ من الصادر ، وقامت الوكالة اليوغسلافية بتغطية النسبة المتبقية (٣٣) .

٤ - **الوكالات المحلية** : ومعظمها لا تملك سوى عدد قليل جدا من المراسلين أو المكاتب الخارجية ، كما لا تقوم فى العادة بتوزيع أخبارها خارجيا ، مع ملاحظة أنه تتم فى أحيان كثيرة عملية تبادل اخبارى بين الوكالات المحلية بعضها البعض ، أو تبادل جزئى بين الوكالات العالمية والوكالات المحلية .

يبلغ عدد الوكالات المحلية حوالى ١٢٠ وكالة حول العالم ، ولكنها تتسم فى معظمها بقدراتها المحدودة على جمع و بث الأنباء نتيجة لقدراتها البشرية والمالية والتكنولوجية المحدودة ، وكذلك بسبب خضوعها وحكم كونها وكالات حكومية أو شبه حكومية ، لاجراءات بيروقراطية تعرقل حركتها وقدرتها على الاضطلاع بمتطلبات العمل الاعلامى (٣٤) .

يقوم عمل الوكالات المحلية على ارضاء الاحتياجات الاخبارية لأسواقها ولكنها بسبب ارتباطاتها الحكومية تقوم بجمع و بث الأنباء التى تخدم بصورة مباشرة فلسفة النظام وأهدافه . على الرغم من ذلك ، فلا ينبغي أن تتجاهل حاجة وكالات الأنباء فى

UNESCO : ICSCP : Working Papers 15 , Monographs (III) P. (٣٣)
135 .

(٣٤) راسم محمد الجمال ، "دراسات فى الاعلام الدولى : مشكلة الاختلال الاخبارى " . جدة : دار الشروق ، ١٩٨٥ ، ص ٨٨ .

هذه الدول إلى الدعم الحكومى خاصة فى السنوات الأولى من حياتها ، وأن تبعيتها بصورة ما للحكومات لايعنى بالضرورة وقوعها التام تحت سيطرة وتوجيه الحكومات المباشرة (٣٥) .

وتنحصر وظيفة بعض الوكالات المحلية على مجرد توزيع الأخبار الخارجية على وسائل الاعلام المحلية ، وهى تحصل على هذه الأخبار عن طريق الوكالات العالمية ثم تقوم باختيار بعضها مما لا يتعارض مع سياسة الدول الرسمية ، وتعيد صياغتها ثم توزعها داخل حدودها .

٥ - الوكالات المتخصصة . هناك عدد كبير ومتنوع من الشركات

الصغيرة المتخصصة فى نوعيات معينة الأخبار ، مثل الأخبار الاقتصادية أو الرياضية أو الأخبار الخفيفة Features أو الصور أو غيرها . وتخدم بعض هذه الركات وخاصة تلك التابعة لكبريات الصحف الأمريكية أسواقا دولية كبيرة الحجم ، ومن أشهرها خدمة صحيفة النيويورك تايمز ، وصحيفة لوس انجلوس تايمز ، وصحيفة واشنطن بوست .

ويطلق على بعض هذه الوكالات أسم وكالات الأعمدة Syndications وهى منشرة فى الولايات المتحدة على وجه الخصوص ، وتقوم كل واحدة منها باحتكار جهود كبار الكتاب مقابل مبالغ مالية كبيرة ، ثم تقوم بتوزيع انتاجهم على عدد كبير من وسائل الاتصال . ومن هنا نسمع عن عمود لكاتب شهير يتم نشره فى . . . ٤ صحيفة أو أكثر فى نفس الوقت . ويمتد نشاط هذه الوكالات إلى جميع أوجه النشاط الأدبى والفنى والفكرى .

حجم أنشطة الوكالات العالمية :

١ - وكالة الأنباء الفرنسية : وهى أقدم الوكالات العالمية ، إذ يعود

Aggrawala , N. " Press Freedom: A Third World View " . (٣٥)

Exchange, Vol . XIII , No. 3, 1978, PP. 19 - 20.

تاريخ انشائها إلى عام ١٨٣٢ م . وتبعاً لقانون سنة ١٩٥٧ المنظم لها ، فهى مؤسسة عامة مستقلة تعمل على أسس تجارية ويخضع نشاطها لثلاثة التزامات رئيسية ، يفرض الأول عليها الالتزام بالموضوعية ، والثانى أن تقدم على قدم المساواة خدماتها لجميع المشتركين فى الداخل والخارج ، والثالث الالتزام بصفة العالمية من حيث الانتشار وقوة المصادر وتعددتها . يشرف على الوكالة مجلسان ، الأول للتخطيط والمتابعة ، والثانى للإدارة والتنفيذ ، أما النواحي المالية فتخضع لإشراف لجنة حكومية ثنائية . ويتمتع ممثلو وسائل الاعلام المختلفة بأغلبية كبيرة فى المجلسين لضمان حياد الوكالة وموضوعيتها .

يبلغ اجمالى ميزانية هذه الوكالة سنة ١٩٧٦ حوالى ٤٣ مليون دولار ومصدر الدخل الأكبر هم المشتركون الحكوميون الذى يساهمون بحوالى ٦٤٪ من اجمالى الدخل . أما المشتركون فى الخارج ، فيساهمون بحوالى ١٧ أو ١٨٪ من الدخل العام ، بالرغم من أن مصروفات العمليات الخارجية تزيد بنسبة ٦٣٪ عن الدخل الذى تحققه . ويمثل المشتركون فى الداخل النسبة المتبقية من الدخل الاجمالى .

أهم أسواق الوكالة هى أوروبا الغربية ، كما أن لافريقيا أهمية خاصة كما يتبين من الداخل الذى تحققه من هذه المنطقة والذى يزيد عن ذلك الذى تحققه أى من الوكالتين الأمريكيتين . يتوزع عدد المشتركين الخارجيين فى هذه الوكالة على ١٠٨ دولة ، ويزيد عددهم بمراحل عن المشتركين المحليين ، إذ وصل سنة ١٩٧٧ إلى ١٣٠٠ مشترك بينهم عدد من الوكالات المحلية . أما عدد المشتركين فى الداخل فلا يتجاوز ٣٤٥ مشترك أى بنسبة ٢١٪ فقط من مجموع عملاء الوكالة .

تمتلك الوكالة الفرنسية ١٣ مكتبا داخليا موزعين على الأقاليم بالإضافة إلى ١٠٨ مكتبا خارجيا منها ٧١ مكتبا كبير الحجم . ويبلغ اجمالى عدد الصحفيين العاملين بها أكثر من ٨٠٠ بينهم ٣٢٣ مراسل فى الخارج أى بنسبة ٤٠٪ من المجموع . ويزيد عدد الكلمات التى توزعها يوميا عن ٣٣٥٠٠٠ كلمة ، بالإضافة

إلى ٥٠ صورة فوتوغرافية فى المتوسط .

٢ - وكالة رويترز البريطانية . وقد أنشأت سنة ١٨٥٨ ، وهى شركة ذات مسئولية محدودة تمتلك فيها اتحادات الصحف البريطانية ، وكذلك اتحاد الناشرين أنصبة متعادلة من رأس المال تصل إلى ٨٨٪ . أما الباقي فيملكه اتحاد الصحف اليومية الاسترالية والنيوزيلاندية . يتشكل مجلس الإدارة بطريقة تجعل تمثيل هؤلاء الشركاء متوافرا ، وليس للمجلس رئيس ثابت ، وإنما تكون الرأىستورية بين سائر الأعضاء .

ليس لروترز فرع محلى ، فهناك وكالة تقوم بجمع وتوزيع الأخبار الداخلية هى البرس اسوسيشن Press Association وهى الوكالة التى تمثل الصحف الإقليمية . ولذلك يتم تحقيق معظم دخل رويترز من الخارج ، إذ يصل إلى ٨٤٪ من اجمالى الدخل . وبشكل عام فإن هذا الدخل الذى يشمل الخدمة الاقتصادية ، أكبر من الدخل الذى تحققه أى وكالة عالمية أخرى .

تعتبر أوروبا مصدر الدخل الرئيسى ، ففى سنة ١٩٧٢ كانت هذه المنطقة تدر ٥٩٪ من اجمالى الدخل الخارجى ، وأمريكا الشمالية ١٧٪ ، وآسيا ١١٪ وإفريقيا ٧٪ وكل من الشرق الأوسط وأمريكا اللاتينية ٣٪ . تدعى رويترز أنها تقوم بتوزيع خدماتها فى بلدان ومناطق تفوق تلك التى تخدمها أى وكالة أخرى ، فتذكر أنها كانت توزع نشرتها على ١٥٠ دولة سنة ١٩٧٧ . ولما كان معظم دخل رويترز مستمد من أوروبا الغربية فإن معظم المشتركين يتركزون فى هذه المنطقة ، فمن بين ٣١٥٤ صحيفة كانت تتلقى خدمات رويترز سنة ١٩٦٩ ، فإن ١٦٤٠ منها كانت صحفا أوروبية .

يصل عدد مكاتب هذه الوكالة فى الخارج إلى حوالى ٧٠ مكتبا يديرها عدد من المراسلين مقارب للوكالة الفرنسية ، ويبلغ المتوسط اليومى لعدد الكلمات التى ترسلها حوالى مليون ونصف كلمة .

٣ - وكالة الاسوشيتدبرس الأمريكية : يعود تاريخ انشائها إلى سنة ١٨٩٢ ، وهى وكالة تعاونية تمتلكها الصحف اليومية الأمريكية . تعتبر هذه الوكالة الأولى فى ترتيب الوكالات من حيث حجم عملياتها ، وهى تدعى أن بليون شخص حول أنحاء العالم يفيدون من خدماتها إما مباشرة أو بشكل غير مباشر .

وصل حجم عمليات الوكالة سنة ١٩٧٧ إلى ١٠٠ مليون دولار وقد حققت مكسبا اجماليا من عملياتها الخارجية ، بالرغم من الدخل الذى تدره هذه العمليات لا يمثل سوى ٢٠٪ من اجمالى الموارد . ويرجع وضع الوكالة المنتعش نسبيا إلى بيع الأخبار الاقتصادية للمشاركين من غير وسائل الاتصال . أهم الأسواق الخارجية هى غرب أوروبا وأمريكا اللاتينية، أما أسواق العالم الثالث فلا تمثل أهمية تذكر .

فقد أشار رئيس الوكالة أن اجمالى الدخل الذى يتم تحقيقه من الدول الأقل نموا أقل من ١٪ من اجمالى الدخل العام ، وفى أحد التقديرات ، أن الاسوشيتدبرس تتكلف ١٥ ضعف ما تحققه من بلدان العالم الثالث فى سبيل تغطية هذه المناطق اخباريا . ويبلغ اجمالى عدد المشتركين فى الخارج حوالى خمسة آلاف مشترك .

وهو نفس عدد المشتركين فى الداخل تقريبا . وفى نهاية سنة ١٩٧٧ ، كانت الوكالة تقدم خدمات اخبارية ومصورة إلى ١٣٢٠ صحيفة و ٣٤٠٠ محطة راديو وتلفزيون ، وتمتلك فى الداخل ١١٢ مكتبا منتشرين فى جميع أنحاء الولايات المتحدة .

أما المكاتب الخارجية التى كانت موجودة سنة ١٩٧١ فكانت موزعة كالتالى :-

٢٥ فى أوربا ، ١٦ فى آسيا ، ١٣ فى أمريكا الوسطى والجنوبية ، ٥ فى افريقيا ، وواحد فى استراليا . وقد وصل عدد هذه المكاتب سنة ١٩٧٧ إلى ٨١ مكتبا يديرها ٥٥٩ مراسلا . ولما كان اجمالى عدد الصحفيين بالوكالة يصل إلى ٢٥٠٠ ، فإن ذلك يعنى أن المراسلين الخارجيين يمثلون ٢٢٪ فقط من مجموع صحفييها . ويزيد المتوسط اليومى لعدد الكلمات التى ترسلها هذه الوكالة عن ١٧ مليون كلمة ، ويرجع ذلك إلى تعدد الخدمات التى تقدمها فى الداخل ، والتى تزيد عن عشر خدمات مختلفة ، سوف نشير إلى بعضها فى موضوع تال .

٤ - وكالة اليونيتدبرس انترناشيونال : ظهرت هذه الوكالة سنة

١٩٥٨ نتيجة لدمج وكالتى اليونيتدبرس أسوسيشن United Press Association و انترناشيونال نيوز سرفيس International News Service . وتمتلك مجموعة سكريبس Scripps ٩٥٪ من أسهما ، ومجموعة هيرست Hearst بقية الأسهم . وتمتلك كل من المجموعتين سلاسل من الصحف تنتشر فى جميع أنحاء الولايات المتحدة ، وأكبرها تلك التى تتبع المجموعة الأولى التى تدير بالاضافة إلى ذلك عدد من الشركات الأخرى التى يتصل نشاطها بالاعلام مثل الاعلانات ، وانتاج ورق الصحف ، والخدمات الصحفية ، ومحطات الراديو والتلفزيون وغيرها .

تأتى هذه الوكالة الخاصة من ناحية حجم أنشطتها فى ذيل الوكالات العالمية ، وهى تحقق خسائر مستمرة ، ولكن مجموعة سكريبس تعمل باستمرار على دعمها حتى لاتنفرد الأسوشيتدبرس بالسوق . ويظهر ذلك من خلال عدة تقارير أشارت إلى أن صحف هذه المجموعة تدفع اشتراكات أعلى من بقية زبائن الوكالة .

وصل حكم العمليات سنة ١٩٧٧ إلى ٧٥ مليون دولار . ولا تمثل الاشتراكات الخارجية سوى ٢٥٪ من اجمالى الدخل العام ، بينما تمثل ٣٧٪ من اجمالى المصروفات . وتشير الأرقام إلى أن هذه الوكالة تنفق على عملياتها الخارجية بنسبة تزيد عن ٢٥٪ عن الأسوشيتدبرس ، مع ملاحظة أن الوكالة الأخيرة قد حققت مع ذلك ربحا اجماليا من هذه العمليات .

وربما ترجع قلة الدخل الخارجى إلى أن نسبة المشتركين فى الخارج لاتمثل الا ثلث مجموع عملاء الوكالة ، بينما يمثلون النصف للاسوشيتدبرس . ويبلغ عدد المشتركين فى الداخل ١١٣٤ صحيفة و ٣٦٩٩ محطة راديو وتلفزيون . أما عدد المشتركين فى الخارج فيصل إلى ٢٢٤٦ مشترك موزعين على ٩٢ دولة ، يتركز ٧٪ منهم فى منطقة أوربا ، الشرق الأوسط ، أفريقيا . مما يعنى أن الـ ٣٠٪ الباقين يتوزعون على بقية مناطق العالم .

وهناك تضارب كبير فى البيانات الخاصة بعدد بالصحفيين العاملين فى هذه الوكالة . فبينما تذكر احدى المصادر أن عدد الصحفيين العاملين بها يصل إلى ١٨٢٣

صحفيا منهم ٥٧٨ مراسلا خارجيا ، تؤكد مصادر أخرى أن عدد المراسلين الخارجيين لا يتجاوز ٢٤٢ مراسلا فقط . وهناك أيضا بعض الشك فى الرقم الخاص بعدد الكلمات (١١ مليون) الذى تدعى بالوكالة أنها تقوم بتوزيعه يوميا .

مدى اعتماد الاذاعة على الوكالات العالمية :

ربما كان عدد لايزيد عن اصابع اليد الواحدة من شبكات الراديو والتلفزيون فى مختلف أنحاء العالم ، هو الذى يملك موارد مالية كافية لتغطية عمليات جمع الأنباء فى الداخل والخارج . ومع ذلك فإن اعتماد محطات الراديو والتلفزيون فى الدول الصناعية الغنية على الوكالات العالمية يكاد يكون اعتمادا كاملا كما تشير إلى ذلك الأبحاث المختلفة ، وسوف نشير فيما يلى بايجاز شديد إلى بعضها .

أ - أثبتت دراسة أجريت سنة ١٩٧٤ فى الولايات المتحدة الأمريكية على ٢٩ محطة راديو أنه حتى على مستوى الأخبار المحلية الصرفة على مستوى المدينة أو منطقة التغطية الجغرافية لهذه المحطات ، أن ٥٩٪ من مجموع هذه النوعية من الأخبار التى توفرت لها كان مصدره الوكالات . وقد تم اذاعة ٤٥٪ منها فى النشرات الأخبارية التى تبثها هذه المحطات (٣٦) .

ب - تشير دراسة ثانية إلى أنه ما بين ٧٠٪ إلى ٨٠٪ من الأخبار التى يقوم المذيعون بقراءتها أمام الكاميرا فى الشبكات التلفزيونية الأمريكية الثلاث ، مصدره الأسوشيتدبرس ، واليونيتدبرس انترناشيونال ورويترز . كذلك فإن المكاتب الخارجية لهذه الشبكات تعتمد اعتمادا كبيرا على تقارير وكالات الأنباء العالمية فى تحديد القصص الأخبارية التى ستقوم بتصويرها (٣٧) .

Quoted in Boyd-Barrett. " The International News Agencies ". (٣٦)
London : Sage 1980, P. 17 .

Larson, J.F. "International Affairs Coverage of U.S. Network Television. " Journal of Communication, 1979, 2:13 - 147.

ج - وفى دراسة لمحطتى تلفزيون أمريكيتين وجد أن الأخبار التى تأتى من وكالات الأنباء ، تذاغ بدون أى محاولة للتحقق من صحتها ، ويتلخص التبرير الذى قدمه المسئولون فى المحطتين أن الذين يقومون بالعمل فى وكالات الأنباء هذه صحفيون متمرسون يفترض قيامهم بفحص الأخبار قبل ارسالها (٣٨) .

و - أثبت تحليل لتغطية شبكات التلفزيون الرئيسية الأمريكية لحرب فيتنام لمدة ثلاثة أشهر ، أن معظم التقارير التى قدمت عن هذا الموضوع تتكون من عدد قليل من الجمل أعيد كتابتها نقلا عن الوكالتين الأمريكيتين ، وقرأت أمام الكاميرا ، ولكن نادرا ما نسب الخبر الى المصدر الأسمى (٣٩) .

ه - وفى بريطانيا ذكرت وثيقة لهيئة الاذاعة البريطانية BBC سنة ١٩٧٤ أن وكالات الأنباء هى المصدر الأساسى للنشرات التلفزيونية لهيئة (٤٠) .

وإذا كان هذا هو تأثير الوكالات العالمية على إذاعات الدول الغربية ، فيتبع أن تأثيرها على إذاعات الدول الأقل نموا ، تأثير أكثر شمولاً . فقد أثبتت دراسة للمحطات الاذاعية الرئيسية فى نيجيريا أن ٨٥٪ من الأخبار الخارجية المذاعة جاءت عن طريق رويترز والفرنسية والأسوشيتدبرس والفيزيونوز (٤١) .

(٣٨) Altheid , David, L. and Ramussen , R. "Becoming News". Dept. of Sociology, San Diego , La Jolla , California,1973.

(٣٩) Braestrup, Peter . "Big Story : How the American Press and Television Reported and Interpreted the Crisis of TET 1968 in Vietnam and Washington . " Colorado : Westview Press, 1969.

(٤٠) Schlesinger, Philip. " Putting Reality Together," London : Constable, 1978 .

(٤١) Golding, Peter and Elliott, Philip . " Making the News. " London : Longman , 1979.

كما تجدر الإشارة إلى أن هناك وكالتين فيلميتين هما VISNEWS و UPITN وما تابعتان للوكالات العالمية كما سيرد ذكره ، تزودان اتحاد الاذاعات الأوربية EUROVISION بحوالى ٤٠٪ من نشرتها التلفزيونية التي تعتبر المصدر الأساسي للأخبار العالمية لمعظم محطات التلفزيون حول العالم .

خدمات الوكالات العالمية :

تقدم وكالات الأنباء العالمية عددا كبيرا من الخدمات الى جانب النشرة الخاصة بالأخبار الخارجية ، غير أن الخدمات متوفرة فى الأسواق الداخلية فقط الخاصة بها . وسوف نستعرض فيما يلى الخدمات التي تقدمها وكالة الأسوشيتدبرس للمشاركين فى الولايات المتحدة ، كمثال لعمل الوكالات العالمية .

١ - الدائرة القومية الأولى (A) National Trunk Wire وهي تحمل الأخبار الخارجية والقومية العاجلة .

٢ - الدائرة القومية الثانية (B) National Trunk Wire وهي تحمل أخبار ذات أهمية أقل ، ومقالات ومواد غير موقوتة ، وبعضها يرسل بناء على طلبات خاصة من بعض المشتركين .

٣ - دوائر خاصة لمحطات الراديو . وهي تحمل كما أقل من الأخبار معدة بشكل يناسب الراديو بحيث لا يحتاج الأمر من المشتركين إلى إعادة صياغة حسب مقتضيات الفنون الأذاعية . ويتم ارسال نشرة كل ساعة فى العادة للتوافق مع مواعيد اذاعة النشرات وملخصات الأنباء .

٤ - تسجيلات صوتية لمحطات الراديو ، وهي تحمل تصريحات وخطب وأحاديث كبار المسئولين أو الشخصيات المشتركة فى الأحداث .

٥ - دوائر خاصة على مستوى الولايات أو المدن الرئيسية ، وهي تحمل أخبار محلية خاصة بهذه المناطق فقط ، وهي تشمل أخبارا سياسية واقتصادية ورياضية .

- ٦ - خدمات اخبارية مطبوعة وصور ثابتة لشركات التلفزيون الكابلى ويتم عرضها على الشاشة مباشرة ، وقد تكون مصحوبة بتسجيلات صوتية .
- ٧ - دائرة للأخبار الاقتصادية للمشاركين من وسائل الاعلام ، وهى تمثل اسعار الأسهم والسندات والعملات والمحاصيل والمواد الخام الرئيسية .
- ٨ - دائرة خاصة للصور الفوتوغرافية الثابتة .

- ٩ - دوائر خاصة لصغار المشتركين صحفا كانت أو محطات اذاعية ويطلق عليها Interbureau Wire ، وهى تحمل العناصر الرئيسية للأخبار الدولية والقومية والمحلية ، ويتم تجميعها واعدادها فى شيكاغو ثم ترسل إلى المكاتب المحورية العشرة - وكل واحدة منها مسئولة عن التوزيع على منطقة جغرافية أوسع تضم عددا من الولايات - لاضافة الأخبار المحلية الخاصة بالمنطقة قبل ارسالها للمشاركين .
- ١٠ - دوائر خاصة بوكالات الأعمدة التى سبق الاشارة اليها .

ويمكن للصحف المشتركة أن تحصل على هذه المواد فى شكل جاهز للطباعة بدون الحاجة إلى اجراء عمليات الجمع المعتادة . ويحصل المشاركون فى الوقت الحالى على مواد الوكالة عن طريق تغذية الكمبيوتر (٤ آلاف حرف فى الثانية) ، ويطلق عليها AP Data Stream ، ويتم توزيعها عن طريق الأقمار الصناعية .

لايتمتع المشاركون الخارجيون بكل هذه الخدمات ، فهناك فى العادة دائرة واحدة متاحة لمعظمهم وهى تحمل الأخبار العالمية فقط ، بمعنى أن الأسوشيتيدبرس وغيرها من الوكالات العالمية لاتقوم بدور الوكالة المحلية فى الاسواق الخارجية . والخدمة المصورة متاحة بشكل عام فى الأسواق الخارجية إذا توافرت الوصلات السلكية أو اللاسلكية اللازمة ، وكذلك الأمر بالنسبة للخدمة الاقتصادية ، ولهما رسوم اشتراك خاصة مرتفعة .

ثانيا - وكالات الأنباء الفلمية :

عملت وكالات الأنباء العالمية على تنوع أنشطتها كوسيلة لزيادة الدخل وتغطية العجز الذى سببه التكلفة العالية لجمع الأنباء . وتمثل احدى هذه المجالات فى تزويد محطات التلفزيون بالأفلام الأخبارية . وقد أفادت رويترز من هذا المجال بشكل خاص . وسوف نستعرض بشئ من التفصيل التطور الذى حدث فى هذا المجال حيث تخلو المكتبة العربية إلا من تفاصيل قليلة .

دخلت الاسوشيتدبرس هذا المجال فى وقت مبكر ، ربما أكثر من اللازم فى الاربعينيات حيث كان انتشار التلفزيون محدودا تماما فى هذه الفترة وقد بدأت وكالة الانترناشيونال نيوز سرفيس INS فى توزيع الأفلام الأخبارية سنة ١٩٥٠ . ولكن فى مقال نشره سنة ١٩٧٥ جون ماهونى ، وهو رئيس القسم الخارجى فى وكالة International Television News أن يونيتدبرس موفيتون تلفزيون United Press Movietone Television هى أول وكالة أخبار فلمية يليها سى . بى . اس . نيوز فيلم سنديكشن CBS Newsfilm Syndication التى أنشأت سنة ١٩٥٣ وكان الاتفاق بين مؤسسة موفيتون ووكالة يونيتدبرس يقضى بأن تقوم الأولى باعداد الأفلام الأخبارية بينما تقوم الوكالة بتوزيعها فى جميع أنحاء العالم . وقد استمرت هذه الشركة عشر سنوات حتى سنة ١٩٦٣ عندما قررت الوكالة أن تستقل بهذا العمل فأنشأت شركة يونيتدبرس انترناشيونال نيوز فيلم UPI Newsfilm Inc .

وقد وصف رئيس اليونيتدبرس هذه الوكالة الفلمية بأنها عملية مالية ضخمة للغاية Multi-million dollar operation وقد بلغت نفقات هذه الوكالة سنة ١٩٦٨ ما يزيد عن ٤.٥ مليون دولار . وبانشاء هذه الوكالة ، كان على اليونيتدبرس أن تعتمد على رأسمالها فقط ، وأن تواجه المنافسة القوية لأحد عملائها الرئيسيين وهى هيئة الاذاعة البريطانية BBC .

وكانت وكالة الكومنولث البريطانى الدولية للأفلام الأخبارية

قد أنشأت سنة ١٩٥٧ لمواجهة الاحتكار الأمريكى المبكر فى هذا المجال ويملك معظم أسهمها هيئة الاذاعة البريطانية وشركة رانك Rank Organization وأسهم قليلة موزعة بين المنظمات الاذاعية فى استراليا وكندا ، وبدءا من سنة ١٩٦٥ نيوزلاندا ، وقد اشترت رويترز ١/٥ أسهم وكالة الكومونولث هذه سنة ١٩٦٠ . ولكن عمليات الوكالة كانت محدودة ، مما جعل هذه الاذاعة البريطانية تستمر حتى سنة ١٩٦٧ فى الاعتماد على أفلام الوكالة التابعة لليونيتدبرس . وقد قامت وكالة الكومونولث بتغيير اسمها سنة ١٩٦٤ إلى فيزنيوز Visnews .

أدت هذه التطورات إلى الاسراع بعقد اتفاقيات بين اليونيتدبرس الأمريكية وشركة أبناء التلفزيون المستقل Independent Television News وهى التى تزود الشلكة التلفزيونية التجارية فى بريطانيا بالأخبار القومية والعالمية . وبمقتضى هذه الاتفاقيات تم تكوين وكالة باسم اليونيتدبرس انترناشيونال تلفزيون نيوز United Press Internation Television News وتمتلكها مناصفة كل من اليونيتدبرس انترناشيونال وشركة أبناء التلفزيون المستقل . وتدفع ITN للوكالة الفيلمية هذه مقابلا لأفلامها الاخبارية ، بينما تدفع الوكالة الفيلمية UPI مقابلا لاستخدامها لشبكة اتصالات الوكالة الأمريكية .

وكانت شركة أبناء التلفزيون المستقل INT تدير حتى وقت توقيع الاتفاقية نظاما محدودا لتوزيع الأفلام إلى جانب عملية انتاج مشتركة مع شبكة التلفزيون الأمريكية CBS ، وهو الحل الذى كانت الشركة البريطانية قد توصلت إليه للحصول على أبناء أمريكا الشمالية بتكلفة معقولة فكانت الـ CBS تقدم للشركة البريطانية أفلاما اخبارية عن أمريكا فى مقابل الحصول على أفلام اخبارية خارجية . ولكن أنشطة اليونيتدبرس كانت منتشرة جغرافيا أكثر من الـ CBS فى المجال الأخبارى ولم يكن هناك نفس الخطر فى وقوع تعارض فى المصالح يمكن أن يهدد هذه المشاركة . لذلك أوقفت الشركة الانجليزية تعاونها مع الـ CBS وعقدت الاتفاقية المشار اليها مع اليونيتدبرس والتى تم بمقتضاها انشاء UPITN .

كان نصيب رويترز فى فيزنيوز قد ازداد أثناء هذه التطورات من السدس الى

ثلث رأس المال ، فى الوقت الذى انجهدت فيه شركتها ، أى شركة رانك إلى مجال التلفزيون التجارى بعد شرائها لجزء من الشركة التلفزيون الجنوبية Southern Television وهى احدى شركات البرامج التى تعمل لحساب هيئة الاذاعة البريطانية . ومعنى ذلك أنها أصبحت تمتلك جزءا من فيزيونوز وجزءا من شركة أنباء التلفزيون المستقل التى تزود شركة التلفزيون الجنوبية بالأخبار التى تساهم هذه الشركة فى تمويلها فى نفس الوقت . لذلك اضطرت رانك إلى الانسحاب من فيزيونوز خشية من أن تتعارض أنشطتها مع قانون هيئة التلفزيون المستقل . وهكذا أصبحت ملكية فيزيونوز قاصرة على رويترز وهيئة الاذاعة البريطانية التى تمتلك كل منهما ثلث أسهما ، أما الباقى فيقسمم بأنصبة متساوية بين الشبكات الاذاعية والكندية والنيوزيلاندية .

ويقع المركز الرئيسى لفيزيونوز والقسم الدولى التابع لـ UPITN فى مدينة لندن . وكان الأهتمام الرئيسى للوكالتين يتمثل فى ضمان توفير مورد كاف ورخيص بقدر الأماكن لأنباء الولايات المتحدة ، وهى منطقة رئيسية للأثباء ومكلفة للغاية فى الوقت نفسه . وقد لا تكون محض مصادفة أن يصل اهتمام الوكالتين بهذه المنطقة إلى قمته فى فترة فضيحة ووترجيت (٤٢) . وكانت الفيزيونوز قد قامت بعقد اتفاقية تبادل مع شبكة (NBC) الأمريكية ثم مع وكالة أنباء التلفزيون (TVN) سنة ١٩٧٣ وهى وكالة أمريكية خاصة ، حيث قامت بشراء كمية صغيرة من أسهما .

أما معظم رأس مال هذه الوكالة الخاصة TVN فتمتلكه مؤسسة أدولف كورز Adolph Coors Company of Golden, Colorado وكانت وراء انشاء الوكالة بهدف انشاء جبهة محافظة ومعارضة للانحياهاات "الليبرالية" لشبكات التلفزيون

(٤٢) يبدو أن الأهتمام بالأخبار الأمريكية قد انخفض فى أواخر السبعينات فقد أظهر تحليل لأثباء شبكة اليوروفيزون EUROVISION ، حيث تعتبر هذه الشبكة أهم مجال لعرض أفلام الوكالتين - أن أنباء أمريكا الشمالية تأتى فى ترتيب الأهمية بعد أوروبا والشرق الأوسط وحتى أفريقيا .

Eurovision survey figures available by UPITN, in Boyd-Barrett, O.

(1980), op. Cited, P. 239.

الأمريكية ، من خلال انشاء نظام توزيع مستقل للأنباء . وكانت فيزيوز بمقتضى اتفاقية التبادل المشار اليها تزود هذه الوكالة بالأنباء الدولية ، وتحصل منها فى المقابل على أنباء الولايات المتحدة .

أدت هذه التطورات بوكالة UPITN إلى الاتفاق سنة ١٩٧٣ مع شركة بارامونت السينمائية Paramount Pictures Corporation ببدء تجربة لتزويد محطات التلفزيون الكترونيا بالأنباء . ولكن فى السنة التالية تم بيع التجربة بالكامل إلى وكالة أنباء التلفزيون (TVN) الأنفة الذكر ، بعد فترة تعاون بينهما كانت UPITV-Paramount تقوم فيها بتوزيع أنباء TVN دوليا . ومع ايقاف التعاون بين فيزيوز و TVN سنة ١٩٧٥ ، عادت فيزيوز للاعتماد على اتفاقية التبادل مع شبة NBC الأمريكية .

كذلك فإنه فى ربيع سنة ١٩٧٢ قامت شركة بارامونت ببيع نصيبها فى وكالة UPITN إلى ساكرمنتو يونيون كوربوريشن Sacramento Union Corporation التى يمتلكها جون ماك جوف John P. McGoff ويعتبر هذا الشخص من اليمينيين المتطرفين وهو يرأس باناكس كوربوريشن Panax Corporation التى كانت تمتلك سنة ١٩٧٥ ، ٨ صحف صباحية و ٢٨ صحيفة اسبوعية وشركات طباعية وتجارية متعددة . غير أنه بعد فترة بسيطة أضطر إلى بيع نصيبه فى وكالة UPITN بسبب ما أثير حول علاقته بحكومة جنوب أفريقيا العنصرية بأنها تقوم بتمويل أنشطته .

وقد قامت شركة ITN بشراء نصيب ماك جوف هذا وامتلكت لأول مرة ٧٥٪ من مجموع أسهم وكالة UPITN . وقد استطاعت الوكالة فى شكلها الحديث أن تعقد اتفاقية تبادل مع شبكة ABC الأمريكية وهى تقضى بأن تحصل الشبكة على كل أفلام الوكالة فى مقابل أن تزودها بأفلامها الاخبارية التى تلتقطها داخل الولايات المتحدة أو من خلال المكاتب الخارجية العشرة التابعة لها .

أما عن علاقة هيئة الاذاعية البريطانية بوكالة فيزيوز فتتظمها اتفاقية خاصة تقضى بأن تقوم الـ BBC بتزويد الوكالة بالأفلام الاخبارية فى مقابل أن تقدم لها الوكالة كل ما يتاح لها من افلام تلتقطها بنفسها أو تحصل عليها بمقتضى اتفاقيات

التبادل المشار اليها . ويقتصر دور رويترز على تزويد الوكالة بنشراتها الاخبارية ، واستخدام شبكة اتصالاتها ، على أساس تجارى . وهناك تعاون فى الميدان بين أعضاء هذه المؤسسات المختلفة .

أما علاقة اليونيتدبرس بوكالة UPITN فهى أكبر من ذلك ، بالرغم من نصيبها المتواضع من الأسهم ، فهى لاتوفر لها فقط نشراتها الاخبارية والتسهيلات السلكية واللاسلكية ، ولكنها تقوم أيضا بتشغيل وإدارة المكاتب الخارجية التابعة للـ UPITN .

وقد شهدت السبعينات تطورا واضحا فى عمليات الوكالات الفليمية فابتداء من منتصف هذا العقد تحولت هذه الوكالة إلى البث الالكترونى فى جميع المناطق بما فى ذلك تلك التى تقع خارج أوروبا . فمنذ سنة ١٩٧٨ بدأت فيزيوز تزود عملاتها فى الشرق الأوسط وشمال وجنوب امريكا وآسيا برسائل يومية عن طريق الاقمار الصناعية . وتقوم هذه الأقمار بنقل الرسائل إلى نقط محددة فى منطقة آسيا حيث تتوفر المحطات الأرضية وفى استراليا واليابان وسنغافورة وهونج كونج . ومع ذلك فإن الشحن الجوى لا يزال هاما حتى لهؤلاء المشتركين الذين يحصلون على رسائل يومية الكترونيا ، ذلك انه يتم شحن بعض مواد الخلفية Background والمواد الخفيفة Features اليها جويا مرة أو مرتين أسبوعيا .

وبينما درجت الوكالات الفليمية على تقديم افلامها بدون تعليقات صوتية ، فقد اتجهت الفيزيوز بشكل متزايد إلى تزويد افلامها بتعليقات باللغة الانجليزية . كذلك اتجهت هذه الوكالة إلى أنشطة أخرى غير اخبارية ، فقد انتجت سنة ١٩٧٨ على سبيل المثال مائة فليم وثائقى لحساب عملائها ، كما قدمت خدمات مختلفة لمنتجى الأفلام كتزويدهم بالخدمات الحقلية والطبع والتحميض وغيرها . كذلك فإنها تقدم خدمات استشارية وتدريبية متنوعة على نفس النسق الذى تقوم به رويترز لوكالات أبناء العالم الثالث . وتهدف فيزيوز من خدماتها هذه إلى رفع الكفاءة الفنية للأفلام الاخبارية التى تتلقاها من هذه الأماكن من خلال الشراء أو اتفاقيات التبادل الجزئية . وقد يمكنها بهذه الطريقة الاعتماد بالكامل على هذه المحطات للحصول على الافلام الاخبارية لتوزيعها دوليا ، بدلا من انشاء مكاتب أو إرسال فرق تصوير لهذه المناطق .

وبينما قد يعنى ذلك الحد من أنشطة فيزيوز وغيرها ن الوكالات الفليمية فى البلدان النامية ، فإن ذلك له ما يبرره سواء من ناحية التكلفة العالية والصعوبات التى تتكبدتها فى هذه الأماكن .

وتشبه أنماط انتاج وتوزيع الأفلام الأخبارية إلى حد ما نفس أنماط التدفق الدولى للأتباء . وقد يرجع السبب إلى أن عملاء الوكالات الفليمية أقل عددا ولكن الأفلام الأخبارية التى يتم تصويرها محدودة. ومع أن الخدمة التى تقدمها هذه الوكالات يومية (مرة واحدة فى اليوم لمدة ٣٠ أو ٦٠ دقيقة حسب الاتفاق) ولكنها غير مستمرة على مدى النهار والليل . ويقوم المشتركون بابلاغ الوكالات بأنواع فئات الأخبار التى يفضلونها بشكل عام ، وبالتأكيد على الأنواع الأخرى التى يرفضونها .

وقد أثبت تحليل مضمون للأفلام التى حملتها دوائر اليورفيزون التابعة لاتحاد الاذاعات الأوربية أن الطلب قليل للغاية على أنباء دول العالم الثالث ، فقد ثبت أن مصدر ١٥٪ من مجموع الأفلام التى تم بثها خاص بمنطقة الشرق الأوسط (وهى تمثل أهمية خاصة من الناحية البترولية لدول أوروبا) ، وافريقيا ١١٪ ، وآسيا ٦٪ وامريكا اللاتينية ٢٪ ، ووصل نصيب أوروبا وحدها إلى ٥٧٪ . أما بالنسبة لفئات هذه الأخبار ، فقد تبين أن ٦١٪ منها يتعلق بمسائل سياسية ، و ٢٧٪ رياضية ، و ١٢٪ أخبار عامة ، و ٦٪ أخبار اجتماعية اقتصادية ، وتظهر الفئة الأخيرة الأهتمام الأوربى القليل بقضايا التنمية (٤٣) .

ويذكر نفس المؤلفان أن العاملين فى الأخبار الاذاعية فى نيجيريا يحسون باستياء كبير بسبب التوجه الغربى للوكالات الفليمية كما يتضح فى انتقائها للمفردات ولغة التعليق . وقد وجدا فى تحليلهما للنشرة التى تقدمها يوروفيزيون لنيجيريا أن معظم موضوعاتها تتعلق بالسياسة الدولية والأحداث الحربية ، وأخيرا الرياضية . كما وجدا أن حوالى نصف المفردات تتعلق بأحداث وقعت فى غرب أوروبا وشمال أمريكا وأخيرا الاتحاد السوفيتى وشرق أوروبا .

أما فى حالة الفيزيوز فقد وجد أن معظم مضمون نشرتها يتعلق بأحداث

سياسية محلية (بريطانية) والعلاقات الدولية ووقائع حربية . وقد وجد أن ثلث المفردات تتعلق بأوروبا الغربية وأمريكا الشمالية ، و ٢,٥٪ الاتحاد السوفيتى وشرق أوروبا ، و ١٠,٥٪ الشرق الأوسط ، و ١٦٪ افريقيا و ٢٣٪ آسيا و ٤٪ لأمريكا الوسطى والجنوبية .

ويذكر فارس Varis من ناحية أخرى أن مصدر نصف المواد التى قدمتها الوكالات الى يورفيزون جاء من افريقيا وآسيا وأمريكا اللاتينية والشرق الأوسط وأن فيزينيوز كان لها الدور الأكبر فى تغطية البلدان النامية ، ولكنها تتجه إلى تغطية الأزمات فى هذه الأماكن بشكل خاص (٤٤) .

وقد وصل عدد عملاء وكالة UPITN سنة ١٩٨٠ الى أكثر من ١٠٠ عميل بينما وصل عدد مشتركى الفيزينيوز ضعف هذا العدد ، وربما يرجع ذلك إلى الموارد الكافية التى أمنتها لها المؤسسات الاعلامية الكبيرة التى تشترك فى ملكيتها وإدارتها .

ويشير فيلسك Vilcek أن الوكالات الفيلمية تتنافس بشهدة مع المنظمات الاذاعية الاقليمية التى تجرى عمليات تبادل فيما بينها - وأن شراء هذه الوكالات لمواد اتحاد الاذاعات الأوروبية يمكن أن يؤدي إلى عدم تشجيع عمليات التبادل هذه (٤٥) . ولكن كوران Curran يقول أن هذه الوكالات قد وجدت من المفيد شراء أفلام اتحاد الاذاعات الأوروبية لبيعها إلى المناطق التى لا يتم فيها توزيع الأفلام الاخبارية الكترونيا ، وأنه إذا لم يتم الاذاعيون بالتبادل فإنه لن يكون هناك مجال لقيام الوكالات الفيلمية بالشراء بمعنى أنه لن تتوفر مواد كافية . كما يذكر أخيرا أنه بالنسبة لحالة

Varris, Tapio. " European Broadcasting and the New International (٤٤) Order " . In varris , T., Salinas , R. and Jokelin, R. (eds.) . International News and the Information Order . Institute of Journalism and Mass Communication , University of Tampere , 1977 .

Vilcek, Miroslav. "Eurovision is More than Meets the Eye. "EBU (٤٥) Review, Vol XX, 3: 42 - 45, 1979.

فيزنيوز فإن معظم المواد التى أخذتها عن يوروفيزون هى فى الأصل مواد خاصة بفيزنيوز نفسها أو متصلة بها قد تم ادخالها إلى نظام التبادل الأوروبى من خلال مراكز أخرى غير لندن . ويشكك كوران فيما ذكره فيلسك من أن الوكالات الفيلمية قد قامت بتحويل مواد من البلدان التابعة للانترفيزون Intervision كانت لولا ذلك قد ذهبت إلى اليوروفيزون . والدليل على ذلك أنه كان لا يمكن أن يتم تصوير هذه المواد لولا مبادرة هذه الوكالات الفيلمية (٤٦) .

كان هذا الاستعراض المكثف لتاريخ وأنشطة الوكالات الفيلمية ضرورة لا بد منها لفهم طبيعة هذه الوكالات ، وخاصة أنه لم يكتب فى اللغة العربية إلا اشارات عابرة لها . والمتوقع فى ضوء المؤشرات السابقة ان تنمو هذه الوكالات الفيلمية نموا ضخما خلال السنوات القادمة ، حيث تشير الدلائل أن عمليات التبادل بين المنظمات الإذاعية لم تحقق الآمال التى كانت معلقة عليها كما يتضح فى التالى .

ثالثا - اتفاقيات التبادل الاخبارى :

وردت اشارات فى سياق حديثنا عن الوكالات الفيلمية إلى بعض المنظمات الإذاعية الاقليمية مثل يورفيزون والانترفيزون ، وهى منظمات أنشئت لتحقيق عدة أهداف لعل من أهمها تنمية التعاون والتبادل البرامجى بين المؤسسات الإذاعية . وقد حققت بعض هذه المنظمات بالفعل درجة عالية من التعاون بين أعضائها من ناحية ، ومع المنظمات الإقليمية الأخرى المشابهة من ناحية أخرى .

ولعل الحاجة الملحة لقيام هذه المنظمات ترجع فى الأساس إلى محاولة خفض الأعباء المناطة بالمؤسسات الإذاعية أكثر مما تعود إلى تبادل الخبرات الفنية أو حل المشاكل التقنية المشتركة أو تشجيع البحوث وما شابهها من أهداف ، وان كان ذلك لا يعنى الاستهانة أو اهمال هذه الموضوعات .

ولعل المثال الواضح والناجح فى هذا المجال هو اتحاد الاذاعات الأوروبية الذى

Curran, Sir Charles, "Eurovision and the News Agencies - A (٤٦)
Reply . " EBU Review, Vol XXX, 6: PP . 30-32, 1979.

يعود تاريخ انشائه إلى عام ١٩٤٩ . تنقسم العضوية فى هذا الاتحاد إلى عضوية عاملة وهى قاصرة على الدول والمؤسسات الإذاعية الأوروبية ، وعضوية نصف عاملة تمنح لغير الدول الأوروبية التى ترغب فى المشاركة بفاعلية فى أنشطة الاتحاد ، وعضوية متنسبة مفتوحة لكل الدول خارج نطاق المنطقة الأوروبية .

ويعتبر اليورفيزون أهم أنشطة هذا الاتحاد ، أو على الأقل أكثرها ظهوراً للعيان ، وهى شبكة تلفزيونية تربط الدول والمؤسسات الأعضاء بعضهم البعض ، وتستخدم بالإضافة إلى البث المتزامن للبرامج الرياضية والترفيهية فى التبادل الإخبارى اليومى بين الدول الأعضاء . والى جانب المساهمات التى يقدمها الأعضاء فى شكل أفلام إخبارية عن الأحداث التى وقعت فى دولهم ، يتم تطعيم النشرة الموحدة بمواد فيلمية من وكالات فيزيوز ، UPITN و CBS عن الأحداث العالمية ، ومواد أخرى من شبكة انترفيزون التى تغطى أحداث أوروبا الشرقية . وتجدر الإشارة إلى أنه قد ثبت أن وكالتى فيزيوز و UPITN قد أمدتا شبكة اليورفيزون بـ ٤٠٪ من مجموع الأخبار التى اذاعتها هذه الشبكة فيما بين نوفمبر سنة ١٩٧٦ و اكتوبر ١٩٧٧ ، والمعتقد أن مساهمة الوكالتين تدور حول هذه النسبة فى الأحوال المعتادة ، وقد تزيد فى أوقات الأزمات الدولية .

وقد وصل عدد الأنباء المتبادلة عام ١٩٧٠ إلى ٣٧٩٨ خبراً ساهمت شبكة الانتريفيزون بحوالى ٢٧٥ منهم . والملاحظ أن أكثر الدول اقبالا على استخدام هذا التبادل هى الدول الصغيرة التى ليس لها مندوبون إذاعيون فى الخارج كيوغسلافيا . التى أذاعت ٢٨١٠ خبراً من مجموع الأخبار المطروحة عام ١٩٧٠ ، وسويسرا التى أذاعت ٢٥٦٩ خبراً ، على عكس إذاعة ألمانيا الغربية ARD التى أذاعت ٥٢٨ خبراً فقط^(٤٧) .

وتتعاون شبكتى الانتريفيزون واليورفيزون فى تبادل الأخبار بصفة منتظمة ، فتبادل الشبكات جداول أنبائها يومية لتختار كل منها ما يرغب أعضاؤها فى بثه من خلال اذاعاتهم . وكان هذا التبادل قد بدأ متعثراً فى أول الأمر عام ١٩٦٥ ، ولكنه أصبح اليوم من الملامح الثابتة للإذاعة الدولية . وفى دراسة للتبادل الإخبارى بين

(٤٧) سهير عبدالغنى بركات ، " الإذاعة الدولية : دراسة مقارنة لنظمها وفلسفتها " . الكويت ،

الشبكتين تبين أن دول الكتلة الشرقية تستقبل وتبث ما يقرب من ثلثى ما تعرضه اليوروفيزيون من أخبار بينما تكتفى دول أوروبا الغربية بواحد على عشرة من الأخبار التى تبثها الدول الشرقية إليها (٤٨) .

أما بالنسبة لبداية أهتمام اتحاد اذاعات الدول العربية بالتبادل الاخبارى فيعود إلى سنة ١٩٧٠ . فقد أشار أحد البحوث التى أجراها الاتحاد فى ذلك العام أن المتوسط الأسبوعى لعدد الأفلام الأخبارية التى تذيعها التلفزيونات العربية عن الأحداث التى وقعت فى البلدان العربية الأخرى لا يتجاوز خمسة أفلام . وقد أرجعت المحطات أسباب هذا القصور إلى عدة عوامل من بينها عدم وجود اتفاقيات تبادل ثنائية بين المحطات ، أو وكالة اقليمية تنظم وتدعم مثل هذا التبادل .

كما أشار بحث آخر أجرى سنة ١٩٧١ أنه من بين ٢٥٠ فيلماً اخبارياً يتعلق بالبلدان العربية أذاعته اليوروفيزيون ، ساهمت ثلاث وكالات فيلمية هى الفيزونيوز وال UPITN و DPA-ETES الألمانية الغربية بتقديم ٢٠٠ فيلماً منها بينما لم تقدم المحطات العربية سوى ١٦ فيلماً فقط (٤٩) .

وقد طلب الاتحاد سنة ١٩٧٢ من معهد الاذاعة الدولى ومؤسسة فريدرتش ايبيرت Friedrich Ebert تكوين مجموعة عمل لوضع مشروع لانشاء مركز تبادل اخبارى لايفاء باحتياجات المنطقة وقد عرضت نتائج الدراسات على الجمعية العامة للاتحاد سنة ١٩٧٣ فأقرتها ووافقت على انشاء (الجهاز العربى لتبادل الأخبار التلفزيونية) من ثلاثة مراكز أولها لمنطقة المشرق ومقره عمان ، وثانيها لمنطقة الخليج والجزيرة العربية ومقره فى الكويت ، وثالثها لمنطقة المغرب ومقره فى الرباط . والسبب فى اختيار العواصم الثلاث هذه أن كلا منها تضم محطة أرضية للاتصال بالأقمار الصناعية ، وكان عدد هذه المحطات بالمنطقة محدوداً فى هذا الوقت .

والجدير بالذكر أن هذا المشروع قد استلهم نفس الأسس التى قامت عليها المغرب فيزيون التى تربط بين كل من الجزائر وتونس والمغرب . وكانت فكرة اقامة روابط دائمة

(٤٨) نفس المصدر ، ص ٩٨ .

(٤٩) El-Sayyed, Said. "The Arab states Broadcasting Union : An Appraisal . "University of Wisconsin-Madison, Spring 1979.

بين هذه الدول قد نبعت خلال اجتماع رؤساء المؤسسات الاذاعية الثلاث فى تونس سنة ١٩٦٦ لبحث تدعيم أسس التعاون بينها . ولكن بسبب بعض الصعوبات التقنية لم يبدأ المغريفيون أنشطته بالفعل إلا سنة ١٩٧٠ .

أما بالنسبة للجهاز العربى لتبادل الأخبار التلفزيونية ، فقد حقق قدراً من الخدمات فى حدود الامكانيات المتاحة والتي اعتمدت فى بادىء الأمر على الشحن الجوى . ولكن أهم ما حققه فى هذه الفترة هو ترسيخ فكرة التبادل الأخبارى بين التلفزيونات العربية ، وأثبت إمكان قيام مثل هذا التبادل بصفة منتظمة . وقد أثبت تقرير حول أنشطة التبادل فى منطقة المشرق ، على سبيل المثال ، فى الفترة ما بين ٢٢ يوليو ١٩٧٤ إلى ٢٠ مارس ١٩٧٥ أن مقر المركز فى عمان قد استقبل ١٥٤١ خبراً مصوراً من يوروفيزون وتم ارسالها إل كل من القاهرة ودمشق بينما تم تبادل ٢٦١ فيلماً فقط بين العواصم العربية الثلاث .

ولتطوير الجهاز ، كلفت الأمانة العامة فريق عمل باجراء دراسة تكفل قيام شبكة متكاملة للتبادل الاخبارى على أساس منتظم عبر الأقمار الصناعية وقد أقرت الجمعية العمومية الثامنة سنة ١٩٧٦ تقرير العمل هذا ، وشكلت لجنة من الخبراء لوضع التوصيات موضع التنفيذ .

وقد أجمعت (هيئة تنسيق الجهاز العربى) فى عمان سنة ١٩٧٧ لاستعراض تقارير اللجنة ، وتبلور الاجتماع فى اقرار النظام النهائى للشبكة العربية لتبادل الأخبار التلفزيونية (عربيفيزون) على أساس تبادل يومية بالأقمار الصناعية . على أن تنفيذ هذا المشروع قد توقف بالنظر إلى التطورات المنتظرة .

وقد وقع اتحاد الاذاعات العربية فى نفس الوقت اتفاقاً مع اتحاد الاذاعات الأوروبية لتلقى رسالتى أخبار شبكة اليوروفيزون صفر وواحد اعتباراً من ٦ فبراير عام ١٩٧٦ . وكانت هاتان الرسالتان تستقبلان حينئذ يومية بالأقمار الصناعية فى العراق والكويت وقطر والامارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية والسودان ، مع امكان ان تنضم اليهم دول عربية أخرى ، علماً أن المغرب والجزائر وليبيا والاردن تستقبل الرسالتين باعتبارهما أعضاء عاملين فى اتحاد الاذاعات الأوروبية . وقد وصل

عدد المؤسسات التلفزيونية العربية التى تتسلم تبادلات اليوزفيزون إلى خمسة عشرة مؤسسة ، بالإضافة إلى المؤسسات العربية الست الأعضاء فى اليوزفيزون . ويعنى ذلك امكان زيادة عدد الأخبار العربية فى تبادلات اليوزفيزون ، أو الأخبار ذات الأهمية الخاصة للعالم العربى (٥٠) .

ويذكر سعد لبيب أن هذا الوضع لا يعدو أن يكون بديلا مؤقتا لشبكة عربية منتظمة للتبادل الأخبارى .

- فهو لا يتناول الا الأخبار " الساخنة " التى يمكن تغطيتها فى دقائق معدودة لتبث فى الفترة المسموح بها ، وبالتالي فهو لا يتناول الأخبار الأخرى الأقل سخونة والتى من شأنها أن تفيد الأقطار العربية كلها أو بعضها .

- وهو لا يتناول بطبيعة الحال نقل الأحداث الجارية ذات الطبيعة الخاصة والمناسبات الهامة الأخرى بالنظر إلى طول فترة بثها ، وبالتالي فلا بد فيها من الالتجاء الى الحجز العادى عن طريق الشبكة الدولية ، وهو أمر ليس يسيرا فى كل الأحوال .

- وهو لا يقيم نظاما يوميا للتبادل بين المؤسسات التلفزيونية العربية يلتزم فيها كل عضو بالاتصال يوميا ببقية الأعضاء لتفريغ الوضع النهائى كل يوم حسب الرغبات المتبادلة ، فالتبادل عبر نظام اليوزفيزون اختياري مطاط غير ملزم .

- وأخيرا فإن هذا النظام لا يغطى كل الرقعة العربية ، وان كان يمتد لمعظم أقطارها (٥١) .

والبديل المعقول بعد انقضاء حوالى عامين من اطلاق القمر الصناعى العربى (عربسات) واكتمال شبكة الاتصالات الأرضية ، أن تبدأ الشبكة العربية لتبادل الأخبار التلفزيونية (عريفيزون) أنشطتها . فليس من المفهوم بعد زوال العائق التكنولوجى الرئيسى أن تستمر المحطات التلفزيونية العربية فى اعتمادها على ما تتلقاه من يوزفيزون بالرغم من كل العيوب المشار إليها .

(٥٠) سعد لبيب ، " العمل التلفزيونى " ، طبعة محدودة ، القاهرة ، ١٩٨٤ ، ص ١٨١ .

(٥١) نفس المصدر ، ص ١٨٢ .

رابعاً - المندوبون والمراسلون الدائمون :

ويقصد بهم هؤلاء الذى يعملون لحساب محطة اذاعية طول الوقت ، للترقية بينهم وبين المندوبين والمراسلين المؤقتين سواء كانوا يعملون بالقطعة أو جزءاً من الوقت ، والفرق بين المندوب والمراسل يتمثل هو مكان ممارسة النشاط الاذاعى ، فالأول يعمل داخل نطاق المدينة التى يقع فيها المركز الرئيسى للمحطة ، والثانى خارج حدود هذه المنطقة . وعلى هذا الأساس تتعدد أنواع المراسلين على النحو التالى :

أ - **المراسل المحلى** : وهو المراسل الذى يعمل داخل الوطن ، ولكنه فى مدينة غير التى تقع بها المحطة .

ب - **المراسل الخارجى** : وهو المراسل الذى يتخذ مقر عمله من احدى العواصم العالمية خارج أرض الوطن الذى به المحطة .

ج - **المراسل الاقليمى** : هو المراسل الذى يختص بتغطية الأخبار فى منطقة أو اقليم معين كالمنطقة (العربية) مثلاً ، حيث ينتقل المراسل (ويكون عادة واحداً من عدة مراسلين يضمهم مكتب اقليمي) بالتحرك وراء الأحداث الهامة فى عدد من عواصم ومدن الأقليم مثل (بيروت - القاهرة - دمشق ... إلخ) .

د - **المراسل المؤقت** : وهو الصحفى الذى توفده محطته إلى مكان معين فى العالم لتغطية حدث هام ، ثم لا يلبث أن يعود إلى المحطة مرة أخرى بعد انتهاء مهمته . (٥٢)

تستند التفرقة بين المندوب والمراسل إلى الموقع الذى يمارس فيه كل منهما نشاطه لا أكثر ولا أقل . ولكن المهام التى يؤديها أى منهما واحدة ، فالتفرقة اسمية لا تمتد إلى مجال النشاط . ولكن الفرق بين المندوب الذى يعمل لحساب وسائل الاعلام المطبوعة وذلك الذى يعمل لحساب الوسائل السمعية والبصرية ، لا يمكن اغفاله . وهو فرق لا يتعلق بالمهارات الصحفية الاساسية بقدر ما يتعلق بطبيعة التكنولوجيا المستخدمة .

(٥٢) كرم شلبى ، " الخبر الاذاعى : فنونه وخصائصه فى الراديو والتلفزيون " جدة ، دار الشروق ، ١٩٨٥ ، ص ٤٦ - ٤٧ .

يتعامل المندوب الاذاعى مع أجهزة صوتية أو بصرية أو كليهما ، ومن الأمور الأساسية أن يكون قادرا على تشغيلها واستغلال امكانياتها بأفضل صورة متاحة ، فقد انتهى الزمن الذى كان يصاحب فيه المندوب فريق مساعد من الفنيين ، وأصبح من المحتم عليه أن يتعامل بنفسه مع هذه الاجهزة ، وهذه لا تمثل فى حد ذاتها مشكلة اليوم لأن التطور الكبير الذى طرأ على هذه المعدات جعل من أيسر الأمور تشغيلها . ولكن المشكلة لا تتعلق بالتشغيل ولكن باستغلال الإمكانيات التى تقدمها هذه الأجهزة .

والمثال البسيط الذى يمكن أن نقدمه يتناول اختيار الميكروفون المناسب للتسجيل الصوتى . فأنواع الميكروفونات متعددة وإمكانياتها أيضا تختلف من نوع إلى آخر . فهناك ميكروفونات تساعد على اظهار عيوب صوتية معينة بحيث تزيد الصوت الأجوف تجويفا والصوت الحاد حدة ، بينما هناك أنواع أخرى تعالج هذه العيوب ، أو على الأقل تخفف من وقعها بدرجة كبيرة . وكما يختلف مدى الترددات التى يستقبلها كل نوع من الأنواع، فإن هناك ميكروفونات اتجاهية بمعنى أنها تلتقط الموجات الصوتية من اتجاه واحد . وهناك أنواع أخرى تلتقط الصوت من اتجاهين متقابلين فقط ، إلى آخر الأنواع التى سنتعرض لها فى الفصل التالى .

ولكن أهم الاعتبارات على الاطلاق يتعلق بدرجة نقاء الصوت الذى يجب بأن يتم تسجيله ، فهناك معايير عالمية متفق عليها يجب على محطات الراديو الالتزام بها . ويرجع السبب فى ذلك إلى أن الموجات الصوتية تمر بعدة مراحل حتى تصل إلى أجهزة الاستقبال ، وتفقد بالتالى فى كل مرحلة من هذه المراحل جزءا من جودتها خاصة بسبب الضوضاء الالكترونية التى تصدرها الأجهزة . وبذلك يتحتم استخدام أجهزة تسجيل خاصة ، وشرائط خاصة أيضا ، ويجب التعامل مع هذه الأجهزة بحساسية شديدة .

وإذا كان هذا هو الأمر بالنسبة للصوت ، فإن موضوع الصورة أشد تعقيدا بمراحل كثيرة . المهم فى هذه المسألة أن المندوب الاذاعى تقع عليه أعباء اضافية أكثر من المندوب الصحفى من ناحية اضطراره لاستخدام أجهزة تسبب فى معظم الأحيان وخاصة فى ظروف التسجيل الخارجى ارباكا لا حدود له ، مما قد يعوق العمل الأساسى .

ومن ناحية أخرى فإن أساليب العمل الإذاعى تختلف اختلافا جذريا عن العمل الصحفى . ومجالات الاختلافات كثيرة ، ولكننا سنكتفى بالإشارة هنا إلى أسلوب الكتابة . فالكتابة الصحفية تعتمد على الشكل الذى اصطلح على تسميته بالهمز المقلوب ، بينما تعتمد الكتابة الإذاعية على رواية الاحداث حسب التسلسل الزمنى ، وهو نوع قريب من الرواية القصصية . يرجع هذا الاختلاف فى الأصل إلى التركيب التشريحي للعين والأذن ، الذى ينعكس على الخصائص النفسية لكل من هذين العضوين كما سنعرض بالتفصيل فى الفصل الأخير من هذا الكتاب .

وهناك أيضا فورمات أو قوالب خاصة بالخبر فى الراديو ، وأخرى فى التلفزيون ، وهناك محاولات مستمرة لتطويرها بهدف التوصل إلى قوالب أخرى ، على نحو ما سوف يأتى فى الفصلين الرابع والخامس . يعنى هذا كله أن التدريب الأساسى للمندوب الإذاعى يختلف فى كثير من التفاصيل عن ذلك الذى يتلقاه المندوب الصحفى . وليست المسألة مجرد ممارسة ، فهناك من لم يتلق تدريبا ، ونقصد بالتدريب هنا التعليم المنهجى ، ويمارس عمله فى رأى البعض بطريقة مرضية . غير أن ما ينظر اليه كعمل مقبول لايعنى أنه عمل جيد . ولا نريد الرجوع إلى هذه القضية ، فقد تم حسمها منذ زمن طويل أصبح فيه التخصص سمة أساسية فى كل مجالات من مجال الحياة .

يجب أن يتسم المندوب الإذاعى بسمات صوتية معينة ، بمعنى ان يخلو صوته من العيوب الخلقية التى لايمكن التغلب عليها بالعلاج الطبى أو عيوب النطق التى تعالج نفسيا كالثأثة . كما يجب ألا تنتمى طبقات صوته إلى الطبقات الحادة أو العميقة بل الطبقات الوسطى حتى لا تحدث تشوهات واضحة أثناء نقل الميكروفونات للموجات الصوتية . وأخيرا يجب أن يكون صوته مميزا بحيث يمكن التعرف عليه بسهولة والفرقة بينه وبين الأصوات الأخرى .

وبالإضافة إلى الصفات السابقة يجب أن يتميز المندوب التلفزيونى بخلوه من العيوب الجسمانية الواضحة ، كما يشترط أن تكون ملامح وجهه من النوع الذى تنقله عدسات الكاميرا بدون تشويه ، ولذلك تجرى له اختبارات فى الاستديو للتأكد من أن

صورته مقبولة . فقد تكون ملامحه وسيمة فى الطبيعة ولكنها تظهر بشكل مخالف من خلال عدسات الكاميرا .

ولن نتعرض للسلمات الشخصية ، فهى مسألة بديهية تماما ، ولكن يجب التأكيد على أنه لا يشترط أن يكون شخصا خارقا للعادة كما تصوره لنا كتب الصحافة ، ولكن الحد الأدنى أن يتميز بقدر كاف من المرونة . والمندوب اذاعى شخص ظاهر للجمهور الذى يستمع اليه أو يراه من خلال نشرات الراديو والتلفزيون . والممارسة التى تسير عليها محطات الراديو والتلفزيون بعدم اعطاء مندوبيها أو مراسليها فى المنطقة العربية فرصة الظهور ممارسة خاطئة لعدة أسباب سنوضحها فى موضوع تال .

ولكن ما يهمنا فى هذا المجال هو الاجابة على التساؤل التالى : إذا كانت الأحداث التى يتم تغطيتها معروفة مسبقا كما أوضحنا فى حديثنا عن ضغوط الانتاج ، وإذا كانت وكالات الأنباء تورد هذه الأحداث ، فما هى ضرورة أن تقوم محطات الراديو والتلفزيون بتعيين مندوبين ومراسلين مع ما فى ذلك من تكلفة اضافية هى فى غنى عنها ؟ لو اقتصرتم محطات الراديو والتلفزيون على المواد التى تصلها من خلال المصادر التى استعرضناها فى هذا الفصل لأصبحت جميع هذه المحطات نمطية تماما ، تفتقد الشخصية المتميزة ، تتشابه مواقفها وسياساتها وفلسفاتها .

لو استعرضنا تناول محطات الراديو والتلفزيون لنفس الحدث لوجدنا أن كل محطة تقدمه بشكل مختلف ومن زاوية معينة ومن وجهة نظر خاصة ، وهذا ما يكسبها شخصيتها المتميزة التى تحرص كل وسيلة اعلام أن تنفرد بها . كما يقتضى منطق اجتذاب أكبر قطاع ممكن من الجمهور ، الالتزام بتقديم خدم متكاملة ومتميزة فى نفس الوقت . ولا يمكن أن يتم ذلك إلا إذا قامت المحطة من جانبها ببذل مجهود خاص فى التغطية الاخبارية .

لايعنى ذلك مرة أخرى أن تقدم اخبارا مختلفة عن تلك التى تقدمها المحطات الأخرى ، فقضية تشابه المحتوى الاخبارى أمر أثبتته العديد من الأبحاث . ولا يتعلق هذا التشابه بالمفردات بقدر ما يتعلق بالمحتوى العام . ولكنه يعنى أن يتم تقديم الأخبار بتناول مختلف ، كما يعنى الاهتمام بفئات معينة من الأخبار أكثر من غيرها على حسب مقتضيات التوجه العام للوسيلة الاعلامية .

ومن هنا يأتى دور المندوب أو المراسل . فمع أنه يتم توجيه هؤلاء المندوبين لتغطية أحداث معروفة مسبقا سواء من خلال وكالات الأنباء أو المصادر الأخبارية الأخرى ، فإن الأهتمام يكون موجها لتناول هذا الحدث من زاوية خاصة أو من زاوية محلية .

ولا يجب أن نفهم من هذا اغلاق باب الاجتهاد والتجديد الذى هو سمة من سمات العمل الاذاعى . فهناك منطقة متسعة بما فيه الكفاية لابرز القدرات الشخصية . ولا أعتقد أن هناك خلافا فى أن قدرات الأفراد تتفاوت فى أى مجال من المجالات ، ولكن الممارسة المستمرة المستندة على أساس تعليمى قوى هى الطريق لتنمية هذه القدرات . ومن هنا تأتى ضرورة التدريب المنهجي المستمر لتطوير مهارات العاملين فى أقسام الأخبار ، ووضع نظام للحوافز يضمن تقديم هؤلاء الأفراد لأحسن ما عندهم .

وتجدر الاشارة إلى نقطة أخيرة قبل الانتقال إلى الفصل الثانى . فقد درجت العادة فى الصحف فى الوقت الحاضر على أن يتولى كل صحفى تغطية مجال محدد من مجالات العمل الاخبارى ، بمعنى أن يتخصص فى هذا المجال . أما فى الاذاعية بشقيها فيقوم المندوب بتغطية كافة الموضوعات ، وليس هناك أى منطلق فى الاستمرار فى هذا الأسلوب خاصة بعد التعقد الشديد فى جميع فروع المعرفة ، وفى الحياة السياسية والاقتصادية فلا يمكن لغير المتخصص أن يفهم الأبعاد الحقيقية لأى حدث من الأحداث أو النتائج التى يمكن أن تترتب عليه بدون أن تكون لديه خلفية كافية .

تقتضى طبائع الأمور أن يمتد التخصص الدقيق إلى مجال العمل الاخبارى الاذاعى . ومن شأن ذلك أن يتم تقديم الأخبار بشكل يمكن الجمهور من ادراكها على الوجه الصحيح ، فالإقتصار على تقديم العناصر الأساسية للخبر لا يقدم ولا يؤخر فى حد ذاته . وإذا كانت الاذاعة حريصة على تقديم خدمة اخبارية شاملة تشد إليها الجمهور ، فلا يمكن أن يتم ذلك مع افتقادها عنصر التخصص هذا .