

البيئة الاتصالية الرقمية وتأثيرها على القيم الخبرية
- من منظور الإعلام القيمي -

**Digital communication environment and its impact on news values
-From a value media perspective-**

إيمان نعيمة*
أ.د/ بدر الدين زواقة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
كلية العلوم الإسلامية
جامعة باتنة 1

مخبر الانتماء: الأسرة والمجتمع
zaouaga@yahoo.com imene.naimi@univ-batna.dz

تاريخ الإرسال: 2020/03/23 تاريخ القبول: 2021/01/21

الملخص:

تروم هذه الورقة البحثية تسليط الضوء على مصفوفة القيم الخبرية في الإعلام الدولي من منظور قيمي (البراديغم القيمي)، والعمل على التوصيف الإبيستيمولوجي للمقتضيات الإعلامية التي إنجست من رحم البيئة الرقمية، من خلال تناول واقع المشهد الإعلامي في ظل البيئة الاتصالية الرقمية، وكيف أثرت تقنيات هذه البيئة وإرهاصاتها على القيمة الخبرية، مبرزين في الختام كيفية الوصول لرسالة إعلامية قيمة قحة وفق المنظور القيمي "العبد الرحمن عزي"، لضبط الممارسات الإعلامية وأخلفتها على مستوى المؤسسات الإعلامية أو الصحفيين أنفسهم.

الكلمات المفتاحية: البيئة الاتصالية الرقمية؛ القيم الخبرية؛ البراديغم القيمي.

Abstract:

This paper aims to highlight the matrix of news values in the international media from a value perspective (the value-based paradigm), and work on the epistemological characterization of the media requirements that have emerged from the digital environment, by addressing the reality of the media landscape in the environment. Digital communication, and how the technologies of this environment and its insights influenced the value of the news, highlighting in conclusion how to reach a critical media message in accordance with the value perspective of "Abd Rahman Azzi", to control the media practices and created them at the level of media organizations or journalists themselves.

key words: Digital communication environment ; News values; value paradig.

* المؤلف المرسل.

مقدمة:

شهد النصف الثاني من القرن العشرين نقلة نوعية غير مجذوبة في مجال الاتصال سميت بثورة المعلومات، لقد جعلت هذه الأخيرة من الصناعة الصحفية تعيش تغيرات ومستجدات ما هي بمسبوقة البتة في هيكل الإعلام الدولي بسبب تمازج وسائل الإعلام التقليدية مع دعائم التقنية والحوسبة، لينبجس منها ميلاد وسائل بحلة جديدة، تنضوي تحت لواء إعلام الوسائط المتعددة. هذه المنظومة الإعلامية الجديدة ساهمت في خلق وفد جديد من أوعية المعلومات بمنأى تماما عن الشكل المطبوع، نظرا لإختلاف الوسائل المعتمدة على تقنيات اتصال حديثة، لسان حال الخبر الصحفي الذي ماقتى يُوصف بالغذاء الأساسي لأي مؤسسة إعلامية، إنه نوع إخباري أصيل وفذ يُعتمد عليه من قبلها كأساس متين.

وعلى إثر التظاهرات الرقمية والبيئة الاتصالية الجديدة فإننا ارتأينا التكلم عن وضع القيم الخبرية في ظل ما يصاحب العالم من جرف تكنولوجي جعل منه عمارة واحدة كما قال: "ريتشارد بلاك **Richard Black**" وأضفى نوع من الخصوصية والإنعزال والفردانية أكثر، بدلا من فكرة القرية الكونية التي سبق وأن تحدث عنها "مارشال ماكلوهان **Marshall McLuhan**" في نظريته الحتمية التكنولوجية، كون أن المؤسسات الإعلامية الرسمية ذات الطابع المهني تأثرت بالمشهد الإعلامي ذو الصبغة الرقمية مهنيا وماديا، إذ يقصد بالجانب المهني الممارسة المهنية العملية التي يسعى من خلالها الصحفي لنشر ما يريد نشره وفق الخط الافتتاحي للجهة الإعلامية الحاضنة، وكذا الجانب التحريري للتأثير في شرائح الجمهور المتنوعة من خلال تغطية صحفية جادة تستند على معايير الانتقاء والنشر ودحض ومحق ما هو شائب، كونها ذات منفعة للجمهور العام، والحفاظ على السمعة الإعلامية في ظل هذه البيئة الرقمية، وأما الجانب المادي فهو الوسائط المنتبذة المواكبة لهذا العصر لنشر المعلومة للجمهور المستقبل، وعليه فإن الصحفي المهني يعيش بين المطرقة والسندان أي بين ضغط السياسة التحريرية وطبيعة النظام السائد وبين الصدع الرقمي الذي من شأنه أن يطمس قيمة المحتوى الإخباري كنوع جاد، من هنا يأتي منظورنا القيمي الذي سنقوم من خلاله بدراسة إكسيولوجيا الخبر في ظل ماتأتى لنا ذكره آنفا، إنه منظور الحتمية القيمية الذي أسسه المنظر "عبد الرحمن عزي" في محاولة منه لتأصيل الظاهرة الاتصالية وإقحام القيمة في الرسائل الإعلامية.

فالقيم الإسلامية قيم كونية يُعتبر من خلالها "عزي" أن "القيمة هي الرسالة" مخالفا بذلك مقولة "ماكلوهان **McLuhan**". يحاول هذا الأخير تقديم رؤية نقدية لواقع الإعلام العربي وأخص بذكر الإعلام المحلي الذي يكاد ينسلخ من المعايير الخبرية التي تكتسي صبغة الرؤية الإسلامية، محاولا منه خلق نظرية لهفي إطار مفاهيمي عالمي، كذلك نظرية الواجب الأخلاقي التي تعد كجزئية من ما سبق ذكره وكإسهام جديد منه نحو ررضة التردي الكائن بالمشهد الإعلامي. وعلى ضوء ما سبق جيئ بورقتنا البحثية لتبيان واقع القيم الخبرية في ظل البيئة الاتصالية الرقمية ذلك من خلال الوقوف عند العناصر التالية الذكر:

أولا: تحديد مفاهيم البحث.

ثانيا: المجهود التنظيري لعبد الرحمن عزي أثناء دراساته التأصيلية للمحتوى الإعلامي.

ثالثا: مصفوفة القيم الخبرية في الإعلام الدولي (نظرة قيمية).

رابعا: واقع المشهد الإعلامي في ظل البيئة الرقمية مهنيا وماديا، وتأثيره على القيم الخبرية.

أولا: تحديد مفاهيم البحث:

قد يختلف النَّاسُ في بعض الأحيان أثناء مناقشات أو حوارات في مجالات عدة ومختلفة، ذلك أن عدم تحديد مفاهيمهم ساهم في حدوث الاختلاف، وعليه فإنه يجب على الباحث أن يحدد مفاهيم دراسته وبحوثه حتى لا يقع الخلط بين مفاهيم دراسته والمفاهيم المماثلة في ذهنه.

1- **البيئة الاتصالية الرقمية:** جاء مفهوم البيئة بسبب تقانة الوسائل الاتصالية التي صاحبت بزوغ نوع جديد من الإعلام هو إعلام الوسائط المتعددة multimedia ، وبخصوص هذا الأخير فإن المرء يعجز عن إيجاد تعريف شامل كامل لهذا الأخير، وعليه سنحاول إيجاد ذلك انطلاقا من ملامحه واستقراء واستجلاب محدداته من خلال الوقوف على مصدر ظهوره المتمثل في ثورة الاتصال الخامسة، أو ما تسمى بثورة المعلومات التي بزغت للأفق مذ تمازج منطق الحوسبة والأقمار الصناعية، لإنجاس ميلاد إعلام يقوم على تقنيات اتصال حديثة، لجلب وتخزين وتعديل وتعيير وحماية ومعالجة المعلومات، وإيصالها لأبعد نقطة لسان حال الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية التي هي لبُّ موضوعنا اليوم.

2- **القيم الخبرية:**

1-2- **الخبر:** هو "العلم بالأشياء المعلومة من جهة الخبر، وخبرته خُبرا وخبرة -وأخبرت: أعلمت بما حصل لي من الخبر..... وقال تعالى: ﴿وَنَبَلُّوْاْ أَخْبَارَكُمْ﴾ (محمد:31)، وأيضا قوله: ﴿قَدْ نَبَأْنَا اللهُ مِنْ أَخْبَارِكُمْ﴾ (التوبة: 94) أي من أحوالكم التي تخبر عنها"¹.

- **الخبر الصحفي:** كلمة خبر باللغة الإنجليزية news تعني أن كل حرف يمثل اتجاها من الاتجاهات الأربع أي: شمال- جنوب- شرق- غرب، إن الخبر الصحفي "هو وصف موضوعي ودقيق في لغة سهلة واضحة ، وعبارات قصيرة للوقائع والتفاصيل والأسباب والنتائج المتاحة لحدث حالي أو رأي أو موقف جديد لافت للنظر، أو فكرة أو قضية أو نشاط هام متصل بالمجتمع المحلي و أفراده أو بالمجتمعات الأخرى وأفرادها"².

إنه من السهولة كتابة خبر لكن من الصعب إيجاد تعريف فهو بالنسبة للشعوب مركز حريتها، وفي هذا الصدد يقول "هارولد لاسكي" harold: "إن شعبا بلا أخبار يعتمد عليها يصبح عاجلا أو آجلا شعبا بلا حرية"³.

إجرائيا: انطلاقا مما سبق فإن الخبر الصحفي مادة إعلامية إخبارية ذات وصف دقيق وموضوعي في قالب بسيط ولغة واضحة، تسعى للإجابة على الأسئلة الأربع التالية بشكل إلزامي: من وماذا وأين ومتى، ويكتب هذا النوع الصحفي في شكل قالب الهرم المقلوب أي من الأهم إلى الأقل أهمية، تتنوع وسائل نقل المادة الإخبارية فنجد المكتوب منها والسمعي والسمعي البصري والإلكتروني ونقصد في دراستنا هذه الوسائل المطبوعة أي الصحف المكتوبة والوسائط التكنولوجية ذات الطابع المهني "المواقع الإلكترونية".

2-2- القيم:

- "رجل قام من رجل قَوْمٍ وَقِيَمٍ وَقِيَامٍ وَقِيَامٍ وَقَوْمٍ قِيَلِاسٍ لِلْجَمْعِ جَمْعُ التَّهْذِيبِ"⁴.
 - وقال تعالى عزَّ وجلَّ أيضا: ﴿يَتْلُو صُحُفًا مُطَهَّرَةً (2) فِيهَا كُتُبٌ قَيِّمَةٌ (3)﴾ (البينة: 2-3)،
 فالصحف المطهرة نسبة لكتاب الله، والكتب القِيمة لما فيه من معاني فالقرآن الكريم مجمع ثمرة
 كتب الله تعالى المتقدمة.⁵
 - وفي موسوعة كشاف إصطلاحات الفنون: "القيمة بالكسر هي شرعا ما يدخل تحت تقويم مقوم
 وقد سبق في لفظ الثمن"⁶.

اصطلاحا: انطلاقاً من البراديعم القيمي الذي سنعمد عليه في مقالنا فإننا ارتأينا تقديم تعريف
 القيم إنطلاقاً من ما أفادنا به عبد الرحمن عزي قائلاً: "القيمة ما يرتفع بالفرد إلى المنزلة المعنوية،
 ويكون مصدر القيم في الأساس الدين فالإنسان لا يكون مصدر القيم وإنما أداة يمكن ان تتجسد فيه
 القيم"⁷.

إجرائياً: بالجمع بين كلمتي القيمة والخبر وفي إطار المنظور القيمي لمؤسسه "عبد الرحمن
 عزي"، فالقيم الخبرية تلك المعايير التي تجعل من الأخبار صالحة للنشر، ويكون ذلك من خلال
 ارتباط محتويات وسائل الاتصال بالقيم أي إرجاع كل الأمور لأصلها ومرجعيتها، فيكون التأثير
 إيجابياً والعكس صحيح خاصة في ظل البيئة الرقمية، تستقي هذه القيم أهميتها من بعض الأبعاد
 وفق مقياس ع.س.ن الذي سنخرج عليه لاحقاً.

3- البراديعم القيمي: ارتبط مصطلح البراديعم بالمدرسة الثورية التي يعد "كوهن Kuhn"
 أشهر ممثل لها يعرف هذا الأخير "النموذج Paradigm" بـ: "أنه نظرة سوية ومشروعة للعالم،
 يحدد هذا المفهوم المشترك ترتيب الاهتمامات والمسائل والنظريات والمناهج الخاصة بكل علم من
 العلوم"⁸، وفي دراستنا هذه سنقوم بتناول البراديعم القيمي "لعبد الرحمن عزي" الذي يقضي بفهم
 الظاهرة الإعلامية وتفسيرها من خلال متغير القيمة كعنصر ثابت، أي مدى قربها وبعدها من
 القيمة كما سبق وأن أشرنا في السابق.

ثانياً: المجهود التنظيري لعبد الرحمن عزي أثناء دراساته التأصيلية للمحتوى الإعلامي

تمهيد: إنَّ الاتصال قديم قدم الإنسان لكنه كعلم هو حديث النشأة، ظهر في الربع الأول من
 القرن العشرين إنَّه علم وضعي مرتبط بالعلوم السلوكية، أين بدأت دراسة الظواهر الاتصالية بشكل
 تجريبي إثر اكتشاف نظرية الحقنة تحت الجلد أي أن الإرث الإسلامي غائب، وبيزوغ موجة ثورة
 الاتصال ظهر في الأفق ملامح بيئة اتصالية جديدة تمخض عنها إعلام من نوع جديد إنه "إعلام
 الوسائط المتعددة" الذي سهل عملية إنتاج وتخزين وتوزيع المعطى الإعلامي متجاوزاً الحدود
 الزمكانية، هذه الأخيرة طرحت نقاط جمة تتدرج ضمن منطلق التأصيل الثقافي القيمي، ولعل أهم
 شخصية إن لم نقل أنه الأول الذي فتح المجال في التنظير الأخلاقي وفق رؤية إسلامية وبشكل
 واقعي، له أبعاد مرجعية دينية حتى أطلق عليه لقب "منظر الفلسفة الأخلاقية في الإعلام إنه
 البروفيسور الجزائري "عبد الرحمن عزي" الذي يعتبر أن الإعلام رسالة أخلاقية قيمة، أين ربط
 الرسالة بالقيمة التي مصدرها الدين الإسلامي

خسوف القيمة الخبرية في وسائل الإعلام:

وفي سياق متصل مع ما قلناه في الفقرة الأولى حول البحوث الإعلامية وبداياتها فإن المحتوى الكمي بشقيه الشكلي والمحتوياتي في مجال الدراسات الإعلامية يعتمد على القياس كأسلوب كمي في البحوث العلمية، بداياته الأولى كانت مع "والتر ليبمان و تسارلزميزر" إذ عمداً إلى تحليل مضمون عينة من المادة الخبرية المنشورة بجريدة "نيويورك تايمز" **New York Times** وتناولت هذه الأخيرة الثورة البلشفية الممتدة بين 1917م-1920م، أين توصل الباحثان إلى نتيجة مفادها أن الجريدة تحيزت في عرضها للمادة الخبرية الخاصة بالثورة البلشفية⁹. من هذا المنطلق يمكن القول أن النموذج المقدم-بصرف النظر عن الاتجاه الوضعي (الكمي) أو التأويلي (الكيفي) بتحفظ- خير دليل على أن القيم قد تغيب في المحتويات الإعلامية أحياناً، رغم وجود نصوص قانونية وتشريعات منظمة للعمل الإعلامي تقضي بعدم تزييف المادة الإعلامية الخبرية، ما يؤكد على أن القانون الوضعي غير معمول به بشكل مطلق رغم وجوده، وأن هذه المواد القانونية غير فاعلة وملموسة في الواقع الإعلامي وليس لها نصيب، تأتي في شكل عموميات ومحدودة لسان حال موثيق الشرف .

وكي لا يتجرد الصحفي من إنسانيته كإنسان، عليه التعامل وفق ما يمليه عليه الضمير الأخلاقي، لأن الإعلام رسالة أخلاقية قبل أي شيء، فرغم أن الإعلام يبدأ بفكرة إلا أنه لا يجدر أن تكون الإيديولوجيا محطمة للقيم ومناقضة لها. وفي هذا الصدد بالذات فإن المنظر عزي يرى أن الأديان متشابهة في القيم الأساسية، فهو يعتمد إلى عدم جعل الواجب الأخلاقي واجبا إلزاميا يطلق عليه صفة الجبرية، بل طوعيا أي نابعا من الضمير الأخلاقي والإحساس به، والتعامل مع الآخر كإنسان. إن القيم الإسلامية هي قيم كونية فالدين الإسلامي دين مرده الله الأزلي وما جيئ من عند الذات الإلهية هو حق وقوله حق، أما ما هو معمول به فهي قيم الغالب التي أراد إقحامها عندنا لسان حال بعض النظريات الغربية التي لا تواكب السياق القيمي .

ضرورة تعزيز القيمة في الرسائل الاتصالية:

يقول "عبد الرحمن عزي": "إذا كان مصدر قوة نظريات الاتصال الغربية المرجعية الاجتماعية، فإن ثقل نظريتنا وتميزها يكمن في المرجعية القيمية غير المباشرة، بحيث يفهم من قوله هذا أن ترتكز كل مكونات الإعلام على الأصول التاريخية والحضارية للمجتمع الذي تتواجد فيه"¹⁰.

وفي منظور "عبد الرحمن عزي" فإن الثقافة هي سلم من القيم تسموا أو تدنوا وفق العلاقة مع القيمة التي تعد ذات أثر ديني، إنه يؤكد مدى ارتباط التأثير بالمرجعية، إذ يقول أن التأثير يكون إيجابيا إذا كانت محتويات وسائل الاتصال وثيقة الصلة بالقيم، وبالمقابل يكون التأثير سلبي مادامت محتويات الوسائل الاتصالية بعيدة عن المرجع الديني ألا وهو القيم . قسم هذا المفكر الآثار إلى نوعان: الآثار الإيجابية كالتنشئة الاجتماعية وتحقيق الانسجام والترابط الاجتماعي وكذا الاستفادة من الثقافات الأخرى وما إلى ذلك، وأما عن الآثار السلبية منها فقد ذكر عزي: تحييد القيم وجمهرة الثقافة وتضييق المحيط وتقمص أدوار النجوم ناهيك عن آثار أخرى.¹¹ إنّه ينظر إلى أنّ الإنسان

كائن أخلاقي وجوده مرتبط برسائله، وهذه الأخيرة مستمرة بمعنى هو وسيلة لغايات تستمر وعليه يعتبر أن هذا البراديغم ذو بعد عالمي ممتد على مرّ الزمان والمكان بحكم مرجعيته، ومصدر إثباته فالأديان متشابهة في القيم الأساسية كما أشرنا آنفاً، والدين حاضر بشكل ضمني رغم التداخل والاختلاف. ومع التطورات الحاصلة في مجال الاتصال وبزوغ الإعلام الجديد المهني الذي يتسم بهامش من الحرية مقارنة مع الإعلام التقليدي، فإن "عزّي" يؤكد على ضرورة الاستمساك بالقيم المجتمعية والبنية المرجعية، التي يراها المرتكز الأساس لأي وسيلة إعلامية ذلك أن النظريات الغربية لا تتماشى والبيئة الحضارية لدينا، علاوة على ذلك العمل على الاستفادة من إمكانات التطور التقني الذي أصدره الغرب، في إطار بناء تغطية إخبارية جادة نحو رسالة إعلامية قيمية.

من التنظير إلى الممارسة "الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية:

بعد تأسيس الحتمية القيمية سعى "عبد الرحمن عزّي" إلى إنشاء نظرية فرعية انبثقت من التراث القيمي والفلسفات الأخلاقية وعصارة الموثيق الإعلامية، إنها نظرية الواجب الأخلاقي التي تقضي بجعل واجب أخلاقيات الممارسة الإعلامية قائماً على الوعي الذاتي الأخلاقي لا الجبر والإلزام، حتى لا ينقص من قيمته وللتنقل من المسؤولية الاجتماعية إلى المسؤولية الأخلاقية في الممارسة الإعلامية، وفي هذا السياق عبر "عبد الرحمن عزّي" في كتابه نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الأخلاقية قائلاً¹²: إن قوة نظرية المسؤولية الاجتماعية في هذه الممارسة لاحقاً أكثر من مضمونها الذي شُبه بأنه قراءة ذاتية ونقدية للتجربة الليبيرالية في الإعلام بعد الحرب العالمية الثانية، فنظرية المسؤولية الاجتماعية ليست مستقلة معرفياً، بل إن فلسفتها تستند إلى الليبيرالية في أحد معالمها: حرية الصحافة والتعبير.

وحسب ما قاله "عزّي" في الملتقى الدولي الرابع حول الإعلام الجديد والمنظومة القيمية التحديات والرهانات المستقبلية الذي احتضنته كلية العلوم الاجتماعية بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، يومي 07-08 ديسمبر 2017 حول هذه النظرية: أنه قد عمد إلى إرجاع كلمة الأخلاق إلى أصولها المعرفية ومرجعيتها فالأخلاق لم تكن بمعناها الفح إذ انقطعت بسبب عصر الانحطاط والاستعمار وعليه نحتاج للسرد الأخلاقي، بمعنى وجود حجة منطقية كون الأخلاق من المسلمات ومسألة تحتاج للدراسة، فالحتمية تقول أن الإنسان كائن أخلاقي فلو يتصرف بطريقة اقتصادية فيصبح كائن اقتصادي يبحث عن الربح فيغير من طبيعته هنا، لذلك يجب وجود حجة منطقية لبناء السرد الأخلاقي، إذ أن الواجب الأخلاقي نابع من الضمير الأخلاقي أي الإحساس بالواجب، وبخصوص الإعلام الجديد فإنه يعمل على التقطيع والسرعة، علماً أن الحجة الأخلاقية تحتاج لتسلسل ومنطق وبناء حتى يُضبط عملها، إنَّ موثيق الشرف نفسها تعمل دون وجود نظرية أخلاقية معرفية فمصدرها المؤسسات الإعلامية أو الجمعيات الصحفية الخاصة برجال المهنة، هنا يوجد الخلل فهذه الأخلاقيات النابعة من هذه الموثيق مبتورة لارتباطها بالسياسة الأخلاقية للمؤسسة الإعلامية، أو صاحب هذه الأخيرة ليس له سلطة اتخاذ القرار¹³.

وفي دراستنا هذه فإننا أردنا أن نقم السرد الأخلاقي في الممارسات الإعلامية حتى تكون أخبار ذات بعد قيمي، ذلك كونها مُعطى إعلامي وتعد كمادة أساسية وتقدم لنا معلومات حول وقائع

نعيشها، ومع زيادة التدفق التكنولوجي أضحي انتشار المعلومات والأخبار ميسور وفي وقت قياسي للغاية، إذ ساهم هذا الأخير في تذليل الصعوبات وتقريب المسافات، إلا أن هذا الزخم التقني من شأنه أن يجعل وسائل الإعلام تتنافس فيما بينها دون ضوابط وأسس أخلاقية ومبادئ يقوم عليها نشر الخبر يطلق على هاته المعايير "بالقيم الخبرية".

ثالثاً: مصفوفة القيم الخبرية في الإعلام الدولي - نظرة قيمية-

تمهيد: يعتبر الخبر مادة أساسية في وسائل الإعلام برمتها ونخص بالذكر لبّ موضوعنا الوسائل المطبوعة- الصحف- ومواقع الويب الإخبارية ذات الطابع الرسمي، إنه نوع صحفي فذ ينشر وفق معايير يطلق عليها القيم الخبرية التي تحدد أحقية المحتوى الإعلامي الإخباري بالنشر، تختلف هذه المعايير تبعاً للنظام السياسي السائد والنظام الاجتماعي وأيديولوجية كل مؤسسة إعلامية، لكن المتمعن والمتداول أن القيم الخبرية تختزل في النقاط التالية:

الجدة والحدثة، القرب المكاني، الشهرة، الغرابة والطرافة، الصراع، الاهتمامات الإنسانية، معيار الجنس نحو ذلك مسائل الاغتصاب إلخ، التوقيت أي زمن نشر الخبر. هذا ما يدل على أن هذه العناصر الخبرية موحدة في جلها على المستوى العالمي، عدا في جزئية تعميم الحقائق والتضليل الإعلامي الذي تشتهر به صحافة دول العالم الثالث خلافاً لدول العامل المتقدم، وفي هذه الجزئية "شخص الباحثان "كوهين وبونك" العناصر الأساسية المعتمدة في صحافة العالم الثالث التي تؤكد على التنمية الاقتصادية والثقافة الوطنية وإبراز صورة مشرفة عن العالم الثالث وهي: التنمية، المسؤولية الاجتماعية، التكامل الوطني، التقنيف، قرب المكان، الاهتمام الشخصي¹⁴.

وكما هو متمعن فإن علم الاتصال ظهر على يد الغرب أي لا وجود لإرث إسلامي، ما يحول دون تطبيق بعض النظريات وبعض القيم على الدول العربية الإسلامية ودول العالم الثالث، كقيمة الإثارة والجنس التي تخالف العادات والقيم المجتمعية فنشر أخبار الجريمة يضعف حساسية الفرد تجاه هذا النوع من كثرة تداولها، وبظهور مقتضيات تكنولوجيا الإعلام فإن الخبر كنوع جاد والمعايير التي تحتكم لنشره لم تعد موجودة بالمعنى القح، نظراً لغياب المهنية في جل الأحيان، وعليه انطلاقاً مما سبق سنحاول في هذه الجزئية إسقاط بعض الأبعاد القيمية للمنظور القيمي كعينة، التي يصلح إسقاطها على موضوع الخبر الصحفي المكتوب والإلكتروني، ذلك أن الفرد قد يعيش حالة من الانفصال بسبب الإعلام الجديد وتداعياته، ويجب أن يعمل وفق ضميره النابع من المرجعية الدينية أي خضوعه للنص الإلهي والالتزام بالأمانة التي خلق لأجلها.

مقياس (ع س ن) الخاص بنظرية الحتمية القيمية في الإعلام:

اختصار لأسماء الباحثين الثلاثة الذين طوروا وحكموا هذا الأخير إنهم د- عبد الرحمن عزي جامعة الشارقة، د- السعيد بومعيزة جامعة الجزائر، د- نصير بوعلي جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة. يعتبر هذا المقياس أداة منهجية تدرس مدى حضور منظومة قيمية في وسط اجتماعي معين ويعني "المقياس" في مقياس الحتمية القيمية في الإعلام، أداة منهجية علمية دقيقة تدرس مدى حضور أو فعالية القيم في وسائل الإعلام، أو لدى المتلقي في القول (أي الموقف المصرح به) والفعل (أي السلوك الاجتماعي) أخذاً بعين الاعتبار خصوصية كل مجتمع أثناء تطبيق الأداة¹⁵.

لقد حدد هذا المقياس مجموعة من القيم تدرج تحت أبعاد معينة نورد ما يتم إسقاطه على موضوعنا فيما يلي ذكره:

المجال	القيمة
البعد الإيماني	نشر الخبر الصحفي المطبوع والإلكتروني بكل موضوعية وصدق تبعاً للضمير الأخلاقي، فالإعلام رسالة أخلاقية.
البعد التواصلي	إتباع أسلوب بسيط وشيق، يجبر القارئ على متابعة المادة الخبرية من خلال الانتقال من الأهم للمهم فالأقل أهمية، في شكل تواصل أثناء نقل المادة الخبرية، نقل الخبر بالاعتماد على مصدر موثوق به، لسان حال وكالات الأنباء، مثلاً المؤسسات الإعلامية الكبرى، شهود عيان، تصريحات.. إلخ حتى يتم التأثير في المتلقي بدل التسلط عليه، فتحدث ألفة بين المؤسسة الإعلامية والجمهور.
البعد الزمني	الخبر يولد ليموت، وعليه يجب احترام القرب الزمني للتأثير في الجمهور المستقبل، من خلال نشر الأخبار في وقتها وبشكل أي سيما الصحف الإلكترونية "البث المباشر الحي مثلاً".
البعد المكاني	قيمة القرب من خلال نشر الأخبار على أساس قربها مكانياً وثقافياً ودينياً من القارئ أو المتصفح، حتى تؤثر فيك أكثر.
البعد اللساني	تجنب الشائعات والمساس بالآخرين، اتباع رسالة قيمة من خلال استخدام محتوى خبري جاد.
البعد النفسي	الدقة والأمانة والاستقامة والإخلاص أثناء نقل المعلومة الخبرية المطبوعة والإلكترونية.
البعد الاجتماعي	قيمة التماثل أي نشر الأخبار التي توافق توقعات الجمهور بيئياً ثقافياً بغض النظر على ضخامته، لبناء أو أضرار اللحمة الاجتماعية، وعدم الانسلاخ من البنية المرجعية ذلك أن بعض الأخبار تهتم بالضخامة والغرابة على حساب النوعية سيما في الصحف الصفراء.
البعد الاقتصادي	احترام الخصوصية، ذلك من خلال نشر المعلومة دون المساس بحريات الآخرين، والاكتفاء بنقل المعلومة فقط دون الإثارة على حساب النوعية. والحفاظ على الجانب الاقتصادي للمؤسسة الإعلامية في إطار قيمي، فكما هو معلوم أن بعض المؤسسات الإعلامية تعتمد على نشر أخبار الجنس والجريمة والعنف لإثارة الجمهور المتلقي، وعليه يجب أن يرتقي ذوق الجمهور من خلال انتقاء محتويات جادة ذات بعد قيمي، ولن يتأتى ذلك إلا من خلال القائمين بالاتصال.

البعد التربوي	قيمة التأثير في الجمهور المستقبل من خلال نشر رسالة إعلامية ذات منفعة وفائدة تربوية وأهمية تعود بالمنفعة على الجمهور المستقبل.
البعد السياسي	قيمة التصويب، التركيز على الأخبار الإيجابية والسلبية وإبراز مكامن الخطأ في مراكز الدولة إن وجدت، حتى لا تغطي تزكية الدولة على حساب الشعب كما يفعل بالدول النامية
البعد الجمالي	الجمالية أي أن يتم صياغة الخبر الصحفي وفقا لفنيات التحرير الصحفي، وبتابع الهرم المقلوب بشكل منهجي.
البعد الإنساني	الإنسانية: أن تكون المادة الخبرية مبنية على الحرية الفكرية في إطار احترام الإنسان، والتنوع الثقافي واللغوي والسياسي والعرقي، احترام الأديان الأخرى. ذلك أن الرسالة الإعلامية رسالة أخلاقية، وأن القيم التي مصدرها الدين ليست محصورة في منطقة جغرافية معينة، بل ممتدة عالميا لأن نظرية الحتمية القيمية لها معالم إنسانية ذات بعد عالمي بغض النظر عن الاختلاف والتداخل.

يرى "عبد الرحمن عزّي" أن الإعلام رسالة أخلاقية بالدرجة الأولى، فكلما ينبجس من هذه الوسائل سواء كانت مكتوبة أو إلكترونية يجب أن تخضع للمرجعية أي مصدر الشيء، لذلك يُعد هذا المقياس مثال يجدر أن تخضع له الممارسات الإعلامية في الوطن العربي عامة والجزائر خاصة، حتى نصل لمرحلة الإعلام الجاد الناضج ذي البعد القيمي، سيما مع هامش التكنولوجيا الذي أتاح ظهور إعلام من نوع آخر موازي للإعلام الرسمي إنه إعلام المواطن.

رابعاً: واقع المشهد الإعلامي في ظل البيئة الرقمية مهنيا وماديا، وتأثيره على القيم الخبرية
تعتبر المؤسسات الصحفية نظام اجتماعي يتسم بالمهنية والامتداد لخط وسياسة إيديولوجية معينة، تؤدي وظائف مجتمعية متنوعة بغية تحقيق توازن اجتماعي وبما أنها رسمية ذات طابع مهني تسعى هذه الأخيرة لنشر مختلف المواد الإعلامية وليكن تركيزنا أكثر على الجانب الإخباري كون الخبر أكثر الأنواع التقريرية الإخبارية التي تعتمد لتنوير الرأي العام بشكل آني، فالخبر يولد ليموت.

إعلام الملتيميديا ورجال المهنة:

لقد أدى ظهور عالم التكنولوجيا إلى تغيرات على المستوى المادي من خلال تسهيل وسرعة إنتاج المعلومات وتوزيعها مرورا بالتخزين، علاوة على ذلك المستوى المهني من خلال رجال المهنة أنفسهم، الذين بات لزاما عليهم الاستفادة من هذه التقنيات العالية في عالم تكاد تجرّفه التغيرات. إن الإعلامي المهني داخل المؤسسات الإعلامية وفي ظل الزخم التقني لم يعد مجرد مرسل فقط يكثفي بنقل المعلومة بل مستقبل أيضا من خلال التفاعلية فزمن القبض على المحبس قد أفل، نحن نعيش وفقا لجدلية مفادها مدى الحفاظ على قيمة الخبر في ظل هذا الزخم

التقني، فالصحفي المهني قد يصطدم مع المواطن الصحفي في تحقيق السبق الصحفي، ومدى تأثير هذا المهني بما ينشر من مصادر تبعا للحرية الإعلامية وسرعة وصول المعلومة.

بين الإعلام الموازي والإعلام المهني "التوافق والتناظر":

إن من أهم صور الاستفادة من إمكانات الإعلام الجديد ظهور إعلام من نوع آخر يطلق عليها إعلام المواطن أو البديل، الذي يعد ظاهرة حديثة في المشهد الإعلامي على المستوى الدولي، بزغ هذا الأخير بفعل مقتضيات البيئة الرقمية مفاده جعل النشر الإعلامي ملك للجميع دون استثناء، هذا المولود الجديد الذي اعتبر كبديل عن الإعلام الرسمي تعود عوامل ظهوره إلى النقاط التالية:

- التكنولوجيات وتقنيات الاتصال الحديثة.

- القيود السياسية لنظام الحكم.

- عدم ثقة الجمهور المستقبل في المعلومة، التي تأتي من وسائل الإعلام التقليدية التي غالبا ما تكون محابية للسلطة كالتلفزيون الرسمي الراديو والصحف ذات الطابع العمومي.

- وجود متنفس للجمهور يقضي بأن يكون المواطن صحفيا.

صحافة المواطن هي وسيلة للتغيير الاجتماعي فالحراك الشعبي خير مثال ناهيك عن الثورات الشعبية في مختلف الدول العربية، علاوة على ذلك فإن هذا النوع من الإعلام هو متنفس للجمهور لكي يعبر عن رأيه بعيدا عن القيود التي تضغط على الإعلام الرسمي، سيما دول الدول العربية التي تخضع لسلطة النظام وسياسة الخط الافتتاحي الذي يجعل الفرد أحيانا يتجرد من قيمه. إنه في كثير من الحالات والظروف نرى أن الصحفي الرسمي يعتمد بشكل كبير على هذا النوع من الإعلام بسبب صعوبة وجوده في عين المكان، أيضا لأجل نيل السبق الصحفي هذا الأخير الذي غالبا ما يكلفه الوقوع في الزلات والنعرات والإنفلات من قيم الخبر السليمة ولنضرب المثل بما يعيشه العالم حاليا، خبر انتشار فيروس كورونا covid 19 "تحت شعار وعينا يحمينا" هذا الوباء الذي شل العالم برمته، واخذ حصة الأسد في كل الوسائل الإعلامية برمتها، إذ أضحى كل المواطنين يواكبون الأخبار وكأنهم صحفيين، فتارة نرى مصابا بهذا الوباء ينقل ما يعانيه صوتا وصورة داخل الحجر الصحي، هنا الصحفي الرسمي لا يمكنه أن يكون عين المكان وعليه سيعتمد على هذا النوع من المصدر لكتابة قصته الخبرية، ورغم أن المشهد الإعلامي في مثل هذا النوع من الإعلام يُنقل بشكل مباشر صوتا وصورة من خلال تقنية البث المباشر، ورغم وصوله لقلوب الجماهير واعتماد كثير من المهنيين عليه، إلا أن واقع الحال يبرز مكامن استخدام هذا النوع من الإعلام الإلكتروني الذي ما إن فك ينشر مضامين إخبارية تفتقر في جلها لأدبيات المهنة الإعلامية وأخلاقياتها، لذلك جاءت نظرية الواجب الأخلاقي لأخلة الممارسات الإعلامية وجعلها ذات طابع فطري كون الإنسان مجبول ومفطور على حب الخير، أما الوسيلة أي التأييل فيعتمد على العقل والإطغت صفة التقليد على هذه النظرية، ولعل التضليل الإعلامي الذي يمس وسائل الإعلام التقليدية التابعة لنظام الحكم، التي في مجملها تنشر فقط الخطط التنموية ونجاحات نظام الدولة خلافا للعالم المتقدم الذي يحدد أسباب ومواطن الفساد داخل الدولة، إلا أن وسائل الإعلام الجديد هي نفسها سبيل من سبل التشويه جراء ما تحمله من هامش حرية مقارنة بنظيرتها وسائل

الإعلام التقليدي، هنا يتجرد الصحفي من القيم الإلهية والواجب الإلهي، من جهة أخرى قد يكون الإعلام الموازي مردا للحق من خلال البث المباشر صوتا وصورة لسان حال الحراك الشعبي وما تداولته بعض الوسائل الإعلامية الأجنبية وحتى الداخلية الخاضعة لنظام الحكم آنذاك حول فكرة التكسير والتخريب من قبل المحتجين، وهو ماتم فيه ودحضه من قبل الشبكات الاجتماعية في إطار صحافة المواطن.

هنا لابد القول أنه بالرغم من ما يقدمه هذا النوع من الإعلام الموازي إلا أنه يصطدم بالكثير من العوائق أهمها: انتشار الشائعات بسبب عدم التأكد من المصدر أو غياب الاحترافية في كتابة الخبر، أيضا التأهيل المهني لدى المواطن الذي يشغل دور الصحفي، كذلك المخالفات القانونية والتجاسر على خصوصيات الناس الذي يعتبر جريمة قانونية تنتفشى أكثر في البيئة الاتصالية الرقمية، وهو ما يجعل الخبر ينتقل من صفة الخبر إلى الإشاعة، لذلك طرح المنظر عزي في هذا الصدد فكرة دحض الأصالة البعيدة عن المعاصرة، والمعاصرة البعيدة عن الأصالة بمعنى قولبة النشاط الاتصالي وفق منهجية وأداة غربية وبرؤية إسلامية، كون سبل البحث عند الغرب متطورة والعمل على تكوين اتجاه يجمع بين الوسائل الغربية والمرجعية الإسلامية لنقد الواقع الغربي، وبناء اتجاه يتمشى والبيئة العربية الإسلامية، لذلك يجب على وسائل الإعلام التقليدية الاستفادة من إمكانات هذا التطور التقني والحفاظ على القيم الخبرية، ليكون إعلاميا قيميا ذا رؤية قيمة. وتكون بيئة اتصالية ليست سلبية برمتها بل ليست خيرا خالصا إنها تجمع بين الإيجاب والسلب، في شكل نسق متكامل قوامه خدمة البشرية جمعا.

خاتمة:

نافلة قولنا تخلص إلى أن البيئة الاتصالية الرقمية من شأنها أن تؤثر على قيمة الخبر جراء تقانة الوسائل الإعلامية، وهامش الحرية الذي تتحلى به وسائل الإعلام الجديد، وعليه وجب علينا الخروج بجملة من التوصيات تصب كلها في منهج النهج القيمي الأخلاقي نوردها فيما يلي:

- يجب أن يكون الإعلام التكنولوجي كفاعل ضمن نسق قيمي .
- تجاوز كون منظور الخبر سلعة خاضعة لقانون العرض والطلب، ومبنية على أساس الإثارة فقط، بل يجب اعتباره أنه مادة محتوائية تخضع لميكانيزمات قيمية كمعطي إعلامي.
- أحقية بناء منظومة إعلامية تكنولوجية قيمية، تحاكي البيئة الاتصالية الإسلامية القائمة على إحترام الخصوصية والهوية الثقافية، لا انتهاج نهج الربح والتجارة فقط.
- إتباع المنظور القيمي في الدراسات الأكاديمية، وتفعيله كمقياس يُدرس في الجامعات وحتى داخل المؤسسات الإعلامية.
- العمل على بناء وكالات أنباء محلية تخضع للقيم العربية الإسلامية، وتبني المنظور القيمي والسرد الأخلاقي.

- 1- أبو الحسين الراغب الأصفهاني (توفي عام 502هـ-1108م) مفردات ألفاظ القرآن ، تحقيق صفوان داوودي عدنان، دار القلم ودار الشامية، دمشق ولبنان، ط4، 1430هـ-2009م، ص 273.
- 2- ساعد ساعد، فنيات التحرير الصحفي، دارالخلدونية للنشر والتوزيع، القبة القديمة، الجزائر، ط 2، 1430هـ-2009م، ص ص (60،61).
- 3- عبد العالي رزاق، كيف تصبح صحفيا الخبر في الصحافة والإذاعة والتلفزيون والآنترنت، سلسلة الإعلامي المحترف، دار هومه للطباعة والنشر والتوزيع، بوزريعة، الجزائر، 2004م، ص27.
- 4- ابن المنظور (توفي عام 711هـ-1311م)، لسان العرب، تحقيق علي الكبير عبد الله وآخرون دار المعارف، القاهرة- مصر، دت، باب القاف، ص 3781.
- 5- أبو الحسين الراغب الأصفهاني، مفردات ألفاظ القرآن، مرجع سابق، ص 691.
- 6- محمد علي التهانوي (توفي عام 1158هـ-1745م)، موسوعة كشاف إصطلاحات الفنون، تقديم وإشراف ومراجعة رفيق العجم، تحقيق علي دحوح، مكتبة لبنان ناشرون، لبنان، ط1، 1996م، ص 1356.
- 7 - السعيد معيزة، من حتميات التحديث إلى الحتمية القيمية - محاولة قراءة مقارنة لنظرية عبد الرحمن عزي، كتاب جماعي قراءات في نظرية الحتمية في الإعلام، إعداد نصير بوعلي، منشورات مكتبة إقرأ، قسنطينة-الجزائر، ط1، 1430 هـ- 2009م، ص 52.
- 8- ألامامي وب-فالي، البحث في الإتصال عناصر منهجية، ترجمة فضيل دليو وآخرون، مخبر علم اجتماع الإتصال للبحث والترجمة، الجزائر، د.ط، 2009، ص 62.
- 9- أحمد شوتري، صحافة الأطفال في الجزائر دراسة في تحليل المضمون (1962-1982)، Taksidj.com للدراسات والنشر والتوزيع الخرايسية-الجزائر، ج1، 2011ص5.
- 10- شهرزاد سوفي، القيم المتضمنة في إعلانات التلفزيون الجزائري وآثارها على جمهور الطلبة الجامعيين الجزائريين - دراسة في ضوء نظرية الحتمية القيمية للإعلام، مجلة الدراسات القيمية الإعلامية المعاصرة، الورسم للنشر والتوزيع، القبة-الجزائر، 2012، العدد3، المجلد 3، ص ص 53-54.
- 11- المرجع نفسه 55-56.
- 12- عبد الرحمان عزي، نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية، الدار المتوسطة للنشر، تونس، ط1، 2016م، ص ص 21-22.
- 13- الملتقى الدولي الرابع حول الإعلام الجديد والمنظومة القيمية التحديات والرهانات المستقبلية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم، يوم 07-08 ديسمبر 2017، متوفر على اليوتيوب، يوم المشاهدة 31-01-2020م، الساعة 23:00.
- 14- عباس ناجي، الخبر الصحفي، مؤسسة دار الصادق الثقافية، عمان، ط1، 2012، ص ص 17-19.
- 15- عبد الرحمن عزي، منهجية الحتمية القيمية في الإعلام ومقياس (ع.س.ن) للإعلام والقيم، الدار المتوسطة للنشر، تونس، ط1، 2013م ص ص 87، 89.