



جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي

معهد العلوم الإسلامية

قسم أصول لدين



فن الخبر الصحفي من منظور إسلامي في الإعلام المحلي

دراسة ميدانية على الإعلاميين والمراسلين بولاية الوادي

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر
في العلوم الإسلامية - تخصص: دعوة وإعلام واتصال

المشرف :

رشيد خضير

الطالب :

عادل لطوفة

لجنة المناقشة

الاسم	الجامعة	المنصب
د. حمزة قدة	الوادي	رئيسا
د. رشيد خضير	الوادي	مشرفا
د. عائشة	الوادي	مناقشا

السنة الجامعية : 1440 هـ - 1441 هـ / 2019 م - 2020 م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

الشكر واحمد والتعظيم أولا وأخرا لله الذي وفقنا وهدانا لهذا الخير من أتمام هذا البحث المتواضع و
أحمده حمدا يليق بجلاله وعظيم سلطانه ثم الصلاة والسلام على الرحمة المهتدة سيدنا وحبیبنا وقدوتنا محمد
رسول الله صلى الله عليه وسلم وعلى آله وصحبه ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين .

أتقدم أولا بالشكر والامتنان إلى من شاركني تعب هذا العمل الوالدين الكريمين حفظهما الله وأطال
عمرهما .

كما أرفع شكري وتقديري الخاص إلى الدكتور المشرف على هذه الرسالة " رشيد خضير " على كل
توجيهاته وإرشاداته ونصائحه التي كان لها أثر في هذا البحث ، أسأل الله أن يجازيه عني خير
الجزاء ويوفقه إلى ما يحبه ويرضى .

والشكل موصول إلى كل الذين ساعدوني من قريب أو بعيد في نجاح هذه الرسالة وإلى جميع أساتذتي
الذين درست عندهم طوال مسيرتي الدراسية لهم كل التقدير والعرفان ، ولا أنسى توصيل شكري
وتقديري إلى كل شخص صديق أو زميل أو جار أو قريب لم يبخل علينا بكلمة أو نصيحة أو تشجيع
أو دعاء فلكم مني الشكر الجزيل .

اللهم إن هؤلاء أحسنوا إلي في حياتي وكانوا في حاجتي فأحسن إليهم وجزلهم خير الجزاء في الدنيا
والآخرة.

الإهداء

إلى أعز وأغلى ما في الوجود ولا تكفي الكلمات لوصفها إلى من أدين لها بكل

ما حققت في حياتي .

أبي الغالي وأمي العزيزة أدعو الله أن يحفظهما ويطيل في أعمارهم ويرزقهم الصحة والعافية .

والتي تسكن القلب والفؤاد الغالية على قلبي " وداو " حفظك الله لي .

والى كل من وقفوا معي وساندوني في مسيرتي الدراسية وشجعوني على إكمال طريقي .

والى روح الشهداء الطاهرة رحمهم الله الذين ضحوا وجاهدوا في سبيل الله

وفي سبيل هذا الوطن الغالي الجزائر حفظها الله .

ملخص الدراسة :

تناولت هذه الدراسة موضوع : فن الخبر الصحفي من منظور إسلامي في الإعلام المحلي ، دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين والمراسلين بولاية الوادي هادفة إلى التعرف على مدى وعي الإعلاميين والمراسلين المحليين بفنيات تحرير الخبر الصحفي في ضوء المنهج الإسلامي وما مدى التزامهم بضوابط وأخلاقيات معايير نشر الأخبار .

معالجة إشكالية المتمثلة في التساؤل الرئيسي :

- ما مدى التزام الإعلاميين والمراسلين في تحريرهم للأخبار بمبادئ الإعلام الإسلامي؟

حيث اعتمدنا على المنهج الوصفي ومنهج المسح بالعينة وكان حجم العينة (30) وزعت على إعلاميين ومراسلين محليين ، معتمدين على أداة الاستبيان لجمع البيانات .

وأهم ما توصلت إليه الدراسة :

- من أهم الأهداف التي يسعى ويعمل عليها الإعلام الإسلامي الذود عن أخلاق المجتمع المسلم وتركيبته خاصة أصبحنا في عصر التأثير بوسائل الإعلام والتكنولوجيا والتقليد للمجتمعات الغربية .

- الصدق والموضوعية تعتبران صفتان ضروريتان من الصفات الواجب توافرها في المواد الخبرية التي تبثها الصحافة الإسلامية .

- السياسة الإعلامية وعلاقات العمل يعتبران من أكثر الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال أثناء ممارسة عمله .

Abstract :

This study dealt with the theme: the art of news from an Islamic perspective in the local media, a field study on a sample of journalists and reporters in the state of wadi aimed at identifying the extent to which local media and correspondents are aware of the techniques of editing the press in the light of the Islamic approach and their commitment to the ethics controls and standards of publishing news through moral, social and religious responsibility.

Addressing the problem of the main question:

How committed are journalists and reporters in their editorial of the Islamic media ?

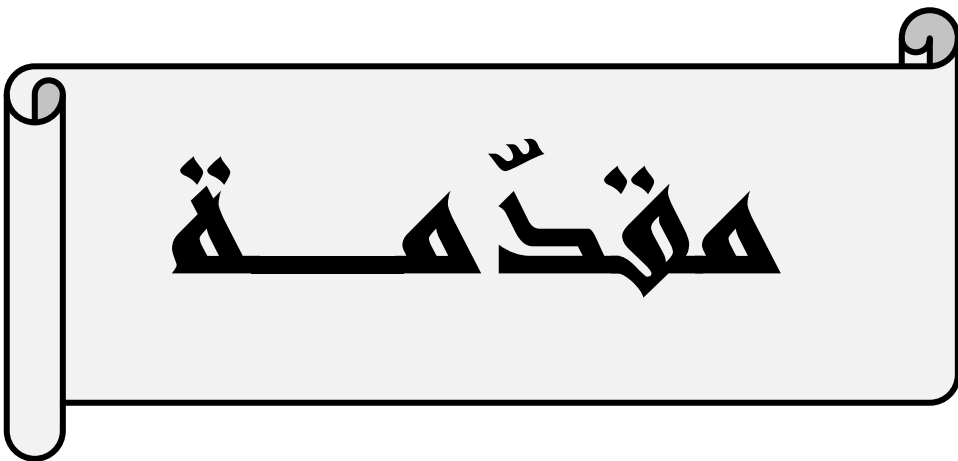
We relied on the descriptive approach and the sample survey method and the sample size (30) was distributed to local media and reporters, relying on the questionnaire tool for data collection.

The most important findings of the study :

- One of the most important objectives sought and worked by the Islamic media defending the morals of the Muslim community and its recommendation, especially we have become in the era of influence on the media, technology and tradition of Western societies.
- Honesty and objectivity are two essential qualities that must be available in the news materials broadcast by the Islamic press.
- Media policy and labour relations are among the most stressed by the communicator during the exercise of his work.

جدول الرموز والإشارات

الإشارة	معناها
ط	طبعة
د ب	دون البلد الناشر
د ط	دون طبعة
د ت	دون تاريخ الطبعة
ح	حديث نبوي
ر	رقم الحديث
ج	جزء
ص	صفحة
تح	تحقيق
تر	ترجمة
%	النسبة المئوية
﴿﴾	رمز مستخدم للآيات القرآنية
﴿﴾	رمز مستخدم للأحاديث النبوية



يعتبر الإعلام ووسائله أحد طرق التواصل بين الناس لإيصال أفكار معيّنة أو أخبار إلى أناس بعيدين عنهم زمنياً ومكانياً ، ويتم هذا التواصل بين طرفين اثنين هما المرسل والمستقبل عبر وسائل وأدوات عدّة وُضعت لهذه الغاية، والإعلام يهدف لوصل القاصي بالداني، والحاضر بالغياب، وإطلاعنا على مواضيع شتى متنوعة أينما كانت.

وتظهر وسائل الإعلام في ثلاث صور ، الأولى تتّصف بالنزاهة والحياد والصحة في نقل الخبر، أما الثانية فتظهر على عكس ذلك، فتسبب المنازعات والطائفية بين الأفراد، وتشير الخلافات، وتضلل عن الحقائق وتنشر الأكاذيب والأقاويل والفساد من الأخبار، وهناك من يزاوج بين الصورتين مما يدفعنا لضرورة تحري مصداقيتها قبل التصديق بها والتصرّف على أساس ذلك، واختيار المحتوى المناسب الذي يمكننا من توسيع مداركنا والانخراط في مجتمعاتنا بانفتاح يتيح لنا تبادل الثقافات والمعارف وتقبل الرأي الآخر.

يقوم الإعلام بدور هام في إخبار الناس بما يحدث وتثقيفهم وتعليمهم بعض المعارف التي تنفعهم في حياتهم، وتوجيههم أو تجميعهم حول قيم وأهداف بعينها. وهو أيضاً يقدم لهم ما يرفه عنهم ويحقق لهم المتعة والتسلية ، ويتحقق ذلك من خلال الفنون التحريرية المختلفة التي تعد بمثابة الأسلحة أو الأدوات أو الوسائل التي يستطيع الصحفي من خلالها أداء تلك الوظائف والمهام.

ومن بين هذه الفنون التحريرية التي يتحقق من خلالها دور الإعلام وإعطاء صورة ذات طابع جيد له خلفية تتصف بالحرية ، والنزاهة أبرزها تحرير الأخبار حيث تمثل الأخبار جانبا مهما في عالم الإعلام في عالمنا المعاصر، وتبقى على الدوام السبيل الفاعل في متابعة الأحداث وتطوراتها في خضم ذلك الكم الهائل منها الذي تتجاذبه وسائل الاتصال بمختلف أشكالها ، حيث يمثل الخبر عنصرا أساسيا في تلك العملية الإعلامية، سواء في مجال الصحافة أو الإذاعة أو قنوات التلفزة وشبكات البث الفضائي. لذلك فقد أولى الباحثون، ومازالوا يعطون لهذا الموضوع أهمية خاصة انسجاما مع تلك التطورات الكبيرة التي تشهدها الصحافة في نظرنا إليها كعلم وفن وصناعة.

ومن خلال هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة بمساهمة جادة لولوج هذا المعترك بأطر علمية تواكب مستجداته.

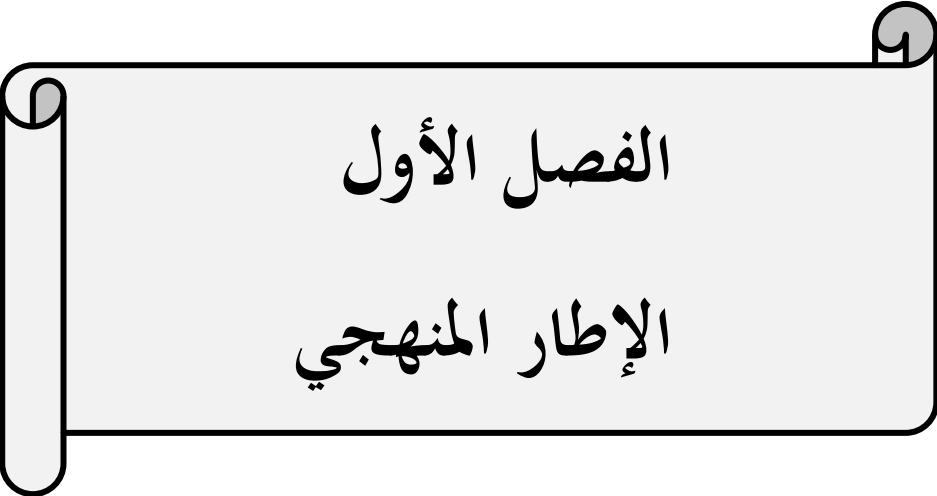
مقدمة

وعليه قسمت الدراسة إلى عدت فصول :
خصصت الفصل النظري إلى ثلاث فصول، الفصل الأول للإطار المنهجي للدراسة تطرقت فيه إلى مختلف الخطوات المنهجية المتبعة لتناول الموضوع من عرض الإشكالية ، وتوضيح أهداف وأهمية الدراسة ، وأسباب اختيار الموضوع ، مع عرض التحديد لأهم المفاهيم المتعلقة بالإطار العام للموضوع ، وذكرت نوع الدراسة ومنهجها ، وأخيرا تطرقت إلى مجتمع البحث وعينته ، والأداة المستعملة في جمع البيانات لهذه الدراسة ، والأساليب الإحصائية المستخدمة وأبرز صعوبات الدراسة.

أما الفصل الثاني جاء تحت عنوان : القائم بالاتصال وضوابطه في ضوء نظرية الإعلام الإسلامي قسمت الفصل إلى مبحثين حيث تكلمت في المبحث الأول عن ماهية الإعلام الإسلامي ، وأهميته ، وخصائصه ، وأهدافه ثم تناولت في المبحث الثاني مفهوم القائم بالاتصال والشروط الواجب توافرها فيه ، ومسؤولياته والضغوط التي يتعرض لها في مهنته أهم الضوابط القرآنية في اختيار المسؤول الإعلامي ،

وفي الفصل الثالث كان بعنوان : فن الخبر الصحفي في ضوء نظرية الإعلام الإسلامي ، تضمن ثلاث مباحث حيث تناولت في المبحث الأول ملامح المنهجية من منظور إسلامي وفي المبحث الثاني ذكرت معايير اختيار الخبر ونشره من خلال التعريف القيم الخبرية وأهميتها ، وضوابط نشر الأخبار وفي المبحث الثالث قمت بالتعريف بفن التحرير وأهميته ثم الخبر الصحفي وذكر نشأته وتطوره ثم القوالب الفنية للخبر الصحفي ثم في الأخير أنواعه ومصادره .

أما الفصل الرابع والأخير المتمثل في الجانب الميداني للدراسة حيث قسم على خمسة محاور تمت فيها معالجة المعطيات الميدانية من خلال عرض البيانات والنتائج وتحليلها وتفسيرها وصولاً إلى تحديد نتائج الدراسة الميدانية وما يمكن أن نستنتجه منها وصولاً إلى التوصيات فالخاتمة .



الفصل الأول
الإطار المنهجي

1- إشكالية الدراسة :

إنّ صناعة الأخبار وأساليب إعدادها وإخراجها قد شهدت تطورا كبيرا في سنوات العقد الأخير من القرن الماضي، وقد امتد هذا التطور ليشمل لغة الخبر وطريقة صياغته وتحريره وقوابله والشكل الذي يصل به إلى المتلقي

لم يعد الخبر الصحفي مجرد وصف اعتيادي لحدث معين يحظى بالاهتمام بل أصبح صناعه مميّزه لها سماتها الخاصة، وهذه الصناعة الصحفية دخلت وتفاعلت فيها عوامل عدة أسهمت في تطور أساليبها ووسائلها وطرائق إيصالها إلى الجمهور.

وقد شهد النصف الثاني من القرن الماضي ظهور أنماط جديدة من أساليب تحرير وكتابة الأخبار وتغيرت النظرة إلى الخبر تعريفاً ومفهوماً وأصبحت عملية إعداده صناعة متقنة ومعقدة تجاوزت الوصف الاعتيادي للأحداث الجارية لتصبح عملية دقيقة لها وسائل وأساليبها وفلسفتها الخاصة. وكثيراً ما كنا نقرأ في كتب الصحافة تعريفات للخبر تكاد تلتقي في مفهوم عام وهو إن الخبر وصف لحدث آني يحظى بالاهتمام. ومضت عقود طويلة ظل فيها هذا المفهوم العام راسخاً في أذهان كتاب الخبر والمحررين والمراسلين الذين وجدوا إن مهمتهم الصحفية تقوم على اطلاع القراء وتنويرهم بما يجري من أحداث.

وعلى هذا الأساس أردنا دراسة موضوع "الخبر وفن تحريره من منظور إسلامي حيث يعتبر من أهم مواضيع التي تشغل الدارسين اليوم للإعلام وكل من يزاول هذه المهنة .

ومن خلال ما سبق نطرح مشكلة الدراسة في ما يلي :

♦ ما مدى التزام الإعلاميين والمراسلين في تحريرهم للأخبار بمبادئ الإعلام الإسلامي؟

2- تساؤلات الدراسة :

وانطلاقاً من هذا الإشكال نطرح عدة تساؤلات نسعى في هذه الدراسة للإجابة عنها :

- ما هي المبادئ الإسلامية في الإعلام ؟ .

- ماهي أسس الخبر الصحفي من منظور إسلامي ؟
- ما طبيعة ضوابط عمل القائم بالاتصال في الإعلام المحلي من منظور إسلامي ؟ .
- كيف يتعامل الإعلاميون والمراسلون مع مصادر الأخبار المحلية ؟ .
- ما هي الضوابط الصحفية المهنية من منظور إسلامي ؟ .

3- أهمية الدراسة :

- تأتي أهمية الدراسة إلى تسليط الضوء على المنظور الإسلامي في التحرير الصحفي للأخبار .
- تأتي الدراسة في سياق انتشار ظاهرة الأخبار الكاذبة بشكل ملفت وعجز مدونات الأخلاقيات على التصدي للظاهرة .
- تربط الدراسة بين المبادئ الإسلامية وأساسيات الإعلام من أجل غرس القيم الإسلامية في العمل الإعلامي .

4- أهداف الدراسة .:

- تصبو هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف المسطرة متمثلة في البداية في :
- لفت الاهتمام لهذا الموضوع الرئيسي المتحكم بقوة في توجهات وسائل الإعلام الحديثة ، والذي أصبح صناعة ذات أبعاد مختلفة اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا.
- معرفة مفهوم الإعلام الإسلامي وأهميته باعتباره إعلام دعوي يسعى إلى تحقيق أهداف منشودة في المجتمعات الإسلامية .
- دراسة موضوع القائم بالاتصال من خلال ضوابط ممارسته الإعلامية باعتباره الشخصية المحورية التي تنشر وتساهم في الإصلاح والقيام بالواجبات على أكمل وجه في الأمة الإسلامية .
- كما تهدف الدراسة أيضا إلى تبيان الفروق الموجودة بين ما تضعه النظريات الوضعية من خصائص وسمات ومفاهيم للخبر، وما يمكن أن يكون مطروحا كبديل أكثر واقعية وفائدة للناس

أجمعين انطلاقاً من تناول فنيات الخبر في ضوء نظرية الإعلام الإسلامي .

5- أسباب اختيار الموضوع :

إن اختيار موضوع بحث وتحديد إشكاليه يكون نتيجة مجموعة من الأسباب قسمت إلى أسباب ذاتية وأخرى موضوعية.

أ- أسباب ذاتية :

- ✓ الرغبة الذاتية لدراسة مواضيع تتعلق بفنيات التحرير الصحفي .
- ✓ الميل الشخصي في البحث في مجال الإعلام المحلي والقائمين على هذا الإعلام .
- ✓ الرغبة في معرفة مدى وعي والتزام الإعلاميين والمراسلين المحليين بالمرجعية الإسلامية في عملهم الإعلامي .

ب- أسباب موضوعية :

- ✓ أهمية المواضيع المتعلقة بتحرير الأخبار في الإعلام المحلي (الإذاعة المحلية ، الجرائد ، الإعلام الإلكتروني
- ✓ كشف عن مسؤولية القائم بالاتصال وتحديد ضوابط عمله .
- ✓ قلة و نقص في الدراسات العلمية في مجال فنيات التحرير من منظور إسلامي من الجانب النظري والميداني في الإعلام المحلي .

6- الدراسات السابقة :

الدراسة الأولى : الخبر في القرآن الكريم¹

وهدفت الدراسة إلى معرفة محاولة الاستنباط والتأصيل التنظيري والمعرفي للخبر الصحفي في القرآن الكريم حيث جاءت إشكالية الدراسة على عدة تساؤلات على رأسها :

- ما هو الخبر في القرآن الكريم وما الدلالات اللفظية والعملية التي وردت في الآيات الكريمة ؟

¹ - عبد المحي عبد السميع ، الخبر في القرآن الكريم ، رسالة ماجستير دعوة وإعلام ، كلية العلوم الإسلامية والاجتماعية ، جامعة باتنة ، 2010.

حيث اعتمد الطالب في هذه الدراسة على المنهج التحليلي لتحليل مضامين الآيات الكريمة التي تطرقت للخبر ولعناصره وأركانه وضوابطه ومحددات نشره وإذاعته بين الناس .

وخلصت إلى نتائج أهمها :

- أن أهم الأهداف التي تضمنها فعل نشر الخبر في المنهج القرآني، تنطلق من مبدأ أساسي هو حفظ الحياة والدين، وهي خاصية فذة تفتقر إليها باقي الفلسفات المنظرة للخبر وتنجم عنها عدة غايات جوهرية منها الدعوة للخير، وتحقيق التعارف بين الناس والأمم والدول ، وصناعة النماذج التي تعتبر قدوة حسنة تسهم في تنمية المجتمع وترقية ذوقه .

- كما توصلت الدراسة إلى أن الخبر من منظور قرآني؛ لا يتعلق فقط بإعادة ترويح سلسلة من الأحداث والوقائع، وتحويلها بشكل يجعلها مربحة ماديا، بقدر ما يعنى بالتأسيس لوظائف سامية تحفظ الفرد وتحمي المجتمع من الزيغ والضياع، فقد جاءت آيات القرآن الكريم بالتفصيل في ما يجب أن يتبع من قواعد وضوابط في نشر الأخبار وتداولها، وكانت ابرز توجيهاته تشير إلى ضرورة تبني الوظيفة التربوية والتعليمية، لحماية المجتمعات من مخاطر الجهل الذي يبقي العدو الأكثر شراسة للبشرية

- أن القرآن العظيم ، لم يجار ما تشيد به النظريات الوضعية الإنسانية في مجال التحرر التام غير المقيد في كيفية الحصول على الأخبار واستقائها ونشرها، بل وضع ضوابط رادعة وحدودا فاصلة بين حرية النشر و حرمة الناس وحررياتهم وخصوصياتهم وحياتهم الشخصية، وكانت إشارات واضحة وأدواته التوجيهية صارمة في سبيل الحد بين امتهان الإخبار النقي الصالح أو احتراف التظليل والبهتان والتهجم على أعراض الناس وحرمااتهم.

الدراسة الثانية : القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة - دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر والشروق جانفي - ديسمبر 2007¹

وهدفت الدراسة إلى معرفة القيم الخبرية الموجودة في عملية نشر وانتقاء الأخبار لدى الصحافة الجزائرية الخاصة حيث تمثلت إشكالية الدراسة في :

¹ - فوزية عكاك ، القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة (دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر والشروق جانفي - ديسمبر 2007) ، رسالة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال ، كلية العلوم السياسية والإعلام ، جامعة الجزائر 3 ، 2012.

- ما هي مصفوفة القيم الخبرية التي يضعها القائمون بالاتصال في صحيفتي الخبر والشروق اليومي في الحسبان في عملية نشر وانتقاء الأخبار الداخلية ، وما هي والعوامل المؤثرة في صياغتها وتشكيلها ؟
- وانتهجت الطالبة في دراستها المنهج الوصفي والتحليلي ، حيث حوت الدراسة على الجانب النظري والتطبيقي واعتمدت الدراسة على منهجين في إطار المنهج المستخدم : تحليل المضمون والاستبيان ، ولصعوبة الحصر الكلي الشامل لمجتمع البحث المكون من مئات الأخبار تم اختيار العينة العشوائية المنتظمة باستخدام أسلوب الدورة، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية أهمها:
- تبني صحيفتي الخبر والشروق اليومي لمصفوفة بالقيم الخبرية التي يضعها القائمون بالاتصال في الحسبان في عملية انتقاء ونشر الأخبار الداخلية، والتي ما هي في النهاية إلا نتاج للعديد من العوامل ، سواء كانت داخلية أو خارجية، والتي ساهمت في إبراز بعض الأخبار ، وحجب البعض الآخر .
- وتمثلت القيم الخبرية في صحيفة الخبر، على التوالي، في الضخامة والحجم، الصراع، القرب ، السلبية ، الآنية والإثارة ، الشهرة ، الاهتمامات الإنسانية ، الأهمية ، الإيجابية ، المصالحة الوطنية ، السيادة الوطنية والتنمية ، والغربة والطرافة .
- وجاءت القيم الخبرية مرتبة في يومية الشروق على النحو الآتي : الضخامة والحجم ، الصراع ، القرب، الإثارة ، السلبية ، الإيجابية ، الشهرة ، الاهتمامات الإنسانية ، الآنية ، الأهمية ، المصالحة الوطنية ، الغربة والطرافة ، السيادة الوطنية والتنمية.
- أن عملية إنتاج الأخبار تتم من خلال عمل مؤسسي تتوزع فيه الأدوار على كافة العاملين في الصحافة ، حيث لا يعتمد في جمع الأخبار واستقتها، وترشيحها للنشر على قرارات فردية من جانب القائمين بالاتصال اللذين يقومون بالتغطية ، فهم جزء من مؤسسة لها روتين يومي، وتوزيع للسلطة والمسؤوليات ، والتي تقوم بتحديد المعايير، والقواعد التنظيمية والروتينية وغيرها من المعطيات التي تقف وراء دفن وحجب بعض الأخبار، وترشيح أخرى للنشر، وهو ما يجعل قرارات الصحفيين غير مستقلة ومحكومة بمجموعة من الشروط والمعايير التي تُحدد بشكل مؤسسي.

الدراسة الثالثة : تحرير الأخبار في الإذاعات المحلية - دراسة ميدانية على القائم بالاتصال في إذاعة أم البواقي¹

وهدفت الدراسة إلى معرفة تحرير الأخبار في الإذاعات المحلية و على دور القائم بالاتصال في إذاعة أم البواقي حيث تمثلت إشكالية الدراسة في ما يلي :

- ما هي المعايير التي يعتمد عليها القائم بالاتصال في تحرير الأخبار بإذاعة أم البواقي ؟
وانتهجت الطالبة في دراستها المنهج الوصفي حيث حوت الدراسة على الجانب النظري والتطبيقي واعتمدت الدراسة على منهجين في جمع البيانات من خلال إطار المنهج المستخدم : الاستبيان والمقابلة ، واختارت الطالبة عينة الحصر الشامل في دراستها ، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية أهمها :

- أن الأخبار تخضع لترتيب معين ، حيث أن الإذاعة المحلية تسعى إلى تحقيق مبدأ معين "من الأهم إلى المهم " أثناء الترتيب ، كما تركز على أساس الآنية والجددة والأهمية والموضوعية في طرحها واختيارها لأخبار ، محققة بذلك التوازن بين الجمهور المتلقي ، وأهدافها المرجوة وسياستها الإعلامية .

- أن الإذاعة المحلية التي تلعب دورا كبيرا في إيصال الرسالة الإعلامية تعتمد على قواعد و معايير معينة في صياغة الأخبار بطريقة تؤدي إلى تحقيق أهدافها .

- توجد عوامل تؤثر على القائم بالاتصال كالضغوط الاجتماعية و المهنية خاصة ، هذا لأن الإذاعة مؤسسة حكومية تخضع لسلطة عليا يجب على القائم بالاتصال الاقتداء و الأخذ بعين الاعتبار لكل أنواع القرارات العليا .

الاستفادة من الدراسات السابقة :

إن الدراسات السابقة تطرقت للموضوع بشكل عام وركزت على الجانب النظري أكثر من الجانب الميداني بينما هذه الدراسة تطرقت إلى الموضوع بشكل خاص وتم دراسة الموضوع من الجانبين النظري والجانب التطبيقي الميداني حيث خصص على إعلاميين ومراسلين في الإعلام المحلي .

كما تم الاستفادة من الدراسات السابقة من خلال معرفة أهم المراجع والعناوين التي تخدم الموضوع من الجانب النظري .

¹ - سارة بوشارب ، تحرير الأخبار في الإذاعات المحلية (دراسة ميدانية على القائم بالاتصال في إذاعة أم البواقي) ، رسالة ماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص سمعي بصري ،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي ،

الاطلاع على النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة واعتمدها خطوة مهمة من خطوات البحث في الموضوع .

7- مفاهيم الدراسة :

1) الخبر الصحفي :

تعريف اللغوي والاصطلاحي للخبر الصحفي :

الخبر لغة : خبرت الشيء أخبر من باب قتل خبرا علمته فأنا خبير به واسم ما ينقل ويتحدث به خبر والجمع أخبار وأخبرني فلان بالشيء فخبرته وخبرت الأرض شققته للزراعة فأنا خبير ومنه المخابرة وهي المزارعة على بعض ما يخرج من الأرض .¹

الخبر اصطلاحاً : هو القول الذي يتطرق إليه التصديق أو التكذيب .²

التعريف الإجرائي للخبر :

الخبر هو كل قول يحتمل الصدق أو الكذب .

الصحافة لغة : مهنة من يجمع الأخبار والآراء وينشرها في صحيفة أو مجلة (محدثة) والنسبة إليها صحافي .

الصحفي : من يأخذ العلم من الصحيفة لا عن أستاذ ومن يزاول حرفة الصحافة (محدثة) .³

الصحافة اصطلاحاً : بأنها مهنة أو وظيفة تقوم على تجميع الأخبار المتعلقة بمستجدات الأخبار والقضايا المحلية والعالمية الساخنة، والقيام بتحليلها، والتأكد من صدقها، ثم نقلها للجمهور.⁴

¹ - أحمد بن محمد علي الفيومي ، المصباح المنير ، بيروت ، المكتبة العلمية ، د ط ، د ت ، (ج01 / 162)

² - عبد الكريم النملة ، المهذب في علم أصول الفقه المقارن ، الرياض ، دار الرشد ، ط1 ، 1999 ، (ج02 / 663)

³ - إبراهيم مصطفى ، المعجم الوسيط ، تح : مجمع اللغة العربية ، الإسكندرية ، دار الدعوة للنشر والتوزيع ، ط4 ، 2004 ، (508/01)

⁴ - لبابة حسن ، تعريف الصحافة وأنواعها ، شوهد بتاريخ : 2020/08/18 على الساعة : 19:11 ، الموقع :

التعريف الإجرائي للصحافة :

هي وظيفة أساسها جمع الأخبار ومعالجتها بطرق متخصصة ثم نشرها للناس .

الخبر الصحفي اصطلاحا :

- الخبر يجب أن يجوى شيئا خارجا عن المعتاد أو المؤلف ليؤثر في الناس ويجب أن يتميز بالفائدة والأهمية والجدة والصدق.

- أنه الإعلام الموضوعي الدقيق والمحايد عن الوقائع والأحداث الآنية، والمعلومات المهمة والمفيدة لأكثر عدد من الناس، والذي يجب على جميع الأسئلة التي تتبادر إلى أذهانهم.¹

التعريف الإجرائي للخبر الصحفي :

هو الوظيفة الأولى التي تقوم عليها الصحف والمهمة الأساسية لها من خلال تجميع الأخبار وتحليلها والتأكد من مصداقيتها ثم عرضها على الجمهور .

(2) الإعلام المحلي :

تعريف الإعلام لغة واصطلاحا :

الإعلام لغة : اليقين يقال (عَلِمَ) (يَعْلَمُ) إذا تيقن وجاء بمعنى المعرفة أيضا كما جاءت بمعناه ضمن كل واحد معنى الآخر لاشتراكهما في كون كل واحد مسبوqa بالجهل لأن العلم وإن حصل عن كسب فذلك الكسب مسبوq بالجهل.²

الإعلام اصطلاحا : تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة، التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع، أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيا من عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم.³

التعريف الإجرائي للإعلام :

¹ - د. نعمات أحمد عثمان، فنون التحرير الصحفي، القاهرة، دار المعرفة الجامعية، ط1، 2014، ص 10-11

² - أحمد بن محمد، المصباح المنير في غريب الشرح الكبير، بيروت، المكتبة العلمية، د ط، د ت، (02 / 427).

³ - د. طه أحمد الزيدي، المرجعية الإعلامية في الإسلام، الأردن، دار النفائس لنشر والتوزيع، ط1، 2010، ص 42-43 .

هو نقل المعلومات والمعارف الصحيحة والأحداث الواقعية قصد التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ورغباتهم .

الإعلام المحلي اصطلاحاً :

هو نوع من الإعلام محدود النطاق يختص باهتمام منطقة معينة تمثل مجتمعا محليا ، ويمثل انعكاسا واقعيا لثقافة ذلك المجتمع المحلي مستهدفا خدمة احتياجات سكانية ومحققا لتفاعلهم ومشاركتهم .¹

التعريف الإجرائي للإعلام المحلي :

يعني جزء من إقليم كمنطقة معينة تمثل مجتمع محلي معين من خلال الاهتمام بالقضايا واحتياجات هذا المجتمع المحلي .

8- نوع الدراسة ومنهجها :

المنهج في البحوث العلمية هو الطريقة والأسلوب الذي ينتهجه العالم في بحثه أو دراسة مشكلة وصولاً إلى بعض النتائج .²

تعتبر هذه الدراسة من ضمن مناهج الأبحاث الوصفية حيث تجعل هدفها الرئيسي هو وصف الأشياء المادية أو المعنوية أي شيء له آثار ظاهرة ، والوصف العلمي يستند إلى التحليل ولا يكون وصفا علميا إلا أن يسبقه التحليل .

واعتمدت على المنهج الوصفي في هذه الدراسة فالمنهج الوصفي يستخدم عادة في الدراسات التي تصف الماضي ، أو الواقع الموجود للبشر مثل: الأفراد والجمعيات والدول ،...، أو الأنشطة

¹ - د. زكريا عكه وآخرون ، قراءات في الإعلام المحلي ، الجزائر ، دار جيطلي ، د ط ، 2016 ، ص 26

² - عبد الرحمان العساوي ، مناهج البحث العلمي في الفكر الإسلامي والفكر الحديث ، لبنان ، دار الراتب الجامعية ،

د ط ، د ت ، ص 13

الذهنية والعملية للأفراد والجماعات أو المؤسسات ، آثار هذه الأنشطة وسجلاتها أو الدراسات التي قامت عليها .¹

9- أداة جمع البيانات :

هناك عدة طرق لجمع البيانات يمكن استخدامها في مجال البحث العلمي وهي : المقابلة والملاحظة والاستبانة والأساليب الإسقاطية .

وقد اخترت الاستبيان كأداة رئيسية في هذه الدراسة نظرا لما توفره من سهولة جمع المعلومات والبيانات الميدانية عن الظاهرة ، وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المصممة المعدة لجمع البيانات اللازمة عن المشكلة تحت الدراسة، شريطة أن يكون الباحث على معرفة دقيقة بالبيانات المطلوب جمعها وبكيفية قياس المتغيرات المرغوب دراستها .²

وتلك الأسئلة المعدة ترسل إلى عدد كبير من أفراد المجتمع الذين يكونون العينة الخاصة بالبحث، وهي مجموعة من العبارات أو الجمل تمثل قيما أو سلوكًا أو مفاهيم أو عناصر أو مجالات حياتية معينة تعطي لأفراد البحث لاستقراء ميولهم أو أفكارهم أو آرائهم أو مشاعرهم حولها .³

حيث قسم الاستبيان المعتمد في الدراسة على خمسة محاور أساسية بمجموع (30) سؤال ، المحور الأول تضمن (08) أسئلة تدور حول البيانات الشخصية وفي المحور الثاني (05) أسئلة تدور حول الضوابط المهنية من منظور إسلامي والمحور الثالث (05) أسئلة تدور حول ضوابط عمل القائم بالاتصال في الإعلام المحلي من منظور إسلامي والمحور الرابع (05) أسئلة تدور حول تعامل القائم بالاتصال مع مصادر الأخبار وفي المحور الأخير (06) أسئلة تدور حول الخبر الصحفي من منظور إسلامي.

¹ - د. سعيد إسماعيل صيني ، قواعد أساسية في البحث العلمي ، بيروت ، مؤسسة الرسالة للنشر والتوزيع ، ط1، 1994، ص 63

² - محمد عبد الفتاح حافظ الصيرفي ، البحث العلمي الدليل التطبيقي للباحثين ، عمان ، دار وائل للنشر، ط1، 2002 ، 115 - 118

³ - محمد زياد حمدان ، البحث العلمي كنظام ، عمان ، دار التربية الحديثة ، ط ، 1989 ، ص 94

10- مجتمع الدراسة والعينة :

مجتمع الدراسة :

ويقصد به المجتمع الذي يكون محل دراسة من طرف الباحث، فالمجتمع هو كامل أفراد أو أحداث أو مشاهدات موضوع البحث أو الدراسة.¹

ويعرف على أنه مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى التي يجري البحث عنها أو التقصي.²

ويتمثل مجتمع هذه الدراسة في الإعلاميين والمراسلين بولاية الوادي .

عينة الدراسة :

حيث يمكن أن نعرف العينة بأنها نموذجاً يشمل جانباً أو جزءاً من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث تكون ممثلة له بحيث تحمل صفاته المشتركة، وهو ما يعني الباحث عن دراسة كل وحدات ومفردات المجتمع الأصلي.³

و منه فإن العينة التي اعتمدت عليها في هذه الدراسة هي العينة القصدية نظراً للمجتمع المعروف (إعلاميين ومراسلين ولاية الوادي) والعدد القليل المتواجد على المستوى المحلي وتم توزيع الاستبيان في الإذاعة وجريدتي الجديد والتحرير وعلى عدد من المراسلين خلال شهر جوان 2020 .

11- الأساليب الإحصائية المستخدمة :

هي مجموعة الأساليب والصيغ والطرق العلمية القياسية والتي يمكن من خلالها جمع البيانات والمعلومات عن الظواهر (المتغيرات العشوائية) ومن ثم تنقيتها وتبويبها وعرضها وتلخيصها وتقييم

¹ - محمد عبيدات وآخرون ، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات ، عمان ، دار وائل للطباعة والنشر ، ط2 ، 1999 ، ص 96

² - موريس أنجيس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، تر : بوزيد صحراوي وآخرون ، الجزائر، دار القصة ، ط2 ، 2006 ، ص 98

³ - عامر إبراهيم قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات ، عمان ، دار البازوري العلمية ، ط1 ، 1999 ، ص 137.

نتائجها وإعطاء الاستنتاجات حول المجتمع الذي تمت دراسته من خلال اعتماد جزء صغير من هذا المجتمع في صيغة العينة .

اعتمدنا في هذه الدراسة على أسلوب التكرار والنسب المئوية .

12- صدق وثبات الأداة :

تم تحكيم هذا الاستبيان بالاعتماد على نصائح وإرشادات وتوجيهات الأستاذ المشرف وأيضا من خلال تنسيق الأستاذ المشرف مع بعض الأساتذة الذين لهم دراية كافية في موضوع الدراسة حيث تم تصحيح الاستبيان على ضوء وملاحظات الأساتذة ، وعلى هذا الأساس تم ضبط الاستبيان المتمثل في (30) سؤال مقسمة على خمسة محاور .

13- صعوبات الدراسة :

تواجه في أكثر الأحيان عملية البحث أو إعداد دراسة علمية مجموعة من الصعوبات ، يحاول الباحث تجاوزها وعن الصعوبات التي واجهتني في إعداد هذا الموضوع :

- في الحرص على ملئ أجوبة الاستمارة من طرف الإعلاميين والمراسلين في ظل الظروف الصحية الراهنة .

الفصل الثاني

القائم بالاتصال وضوابطه في الإعلام الإسلامي

تمهيد

قال تعالى : ﴿ وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ ﴾
(فصلت : 33)

الدعوة إلى الله هي شرف وعبادة ، وهي مصدر عظيم لأجر الله وثوابه ، لكل عبادة فقه وأحكام يجب الالتزام بها لتكون عبادة صحيحة مقبولة ، لذلك الدعوة إلى الله لبد لها من قواعد وأصول يلزم إتباعها من قبل الداعية إلى الله لتحقيق الثمرة المرجوة منها من توحيد الله وعبادته وإتباع الصراط المستقيم. إنها دعوة لتعرف على القضية المصيرية لكل إنسان وإلى الرسالة المهمة التي خلق من أجلها.

أحاول من خلال الفصل الثاني من الإطار النظري بدايةً أن أعرض كل ما يتعلق بالإعلام الإسلامي من منطلق عام من ذكر تعريفه وأهميته وذكر أهم خصائصه وأهدافه النبيلة ، كما سوف أتطرق أيضا إلى تسليط الضوء على القائم بالاتصال في الإعلام الإسلامي وذكر مفهومه و الشروط الواجب توافرها فيه مروراً بمسئوليته التي يجب الالتزام بها توصلاً بالضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال ثم ذكر أهم الضوابط القرآنية في اختيار المسؤول الاعلامي.

المبحث الأول : ماهية الإعلام الإسلامي

❖ المطلب الأول : تعريف الإعلام الإسلامي :

تعريف الإسلام :

لغة : هو الانقياد والخضوع والذل؛ يقال أسلم واستسلم؛ أي : انقاد .¹

اصطلاحاً : الإسلام هو الخضوع والاستسلام والانقياد لله رب العالمين ، ويشترط فيه أن يكون اختيارياً لا قسرياً لان الخضوع القسري لله رب العالمين أي لسننه الكونية أمر عام بالنسبة لجميع المخلوقات ولا ثواب فيه ولا عقاب² ، قال تعالى : ﴿ أَفَعَيَّرَ دِينَ اللَّهِ يَبْغُونَ وَلَهُ أَسْلَمَ مَنْ فِي السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ طَوْعًا وَكَرْهًا وَإِلَيْهِ يُرْجَعُونَ ﴾ (آل عمران: 83) .

تعريف الإعلام الإسلامي :

عرفه الدكتور محمد منير حجاب بأنه إعلام موجه لهدف نشر كلمة الدين وإعلائه، ومعالجة القضايا الدينية ، والعمل على إعداد رأي عام إسلامي يعي الحقائق الدينية، ويدركها ويتأثر بها في جميع تصرفاته .³

❖ المطلب الثاني : أهمية الإعلامي الإسلامي :

أمر الله عز وجل كلَّ مسلمٍ بالدعوة إليه عزَّ وجلَّ، وذلك في كل وقتٍ، وفي كل مكانٍ، لأنَّ الإسلام دينٌ يطالب أتباعه بأن يفكروا بالإنسانية كلّها، ويحرصوا على نفع البشرية جمعاء، وذلك من خلال تبليغهم رسالة الله الخالدة، دون أن يفرّقوا بينهم في الجنس، أو اللون، أو العرق ، أو غيره ، والواضح في هذا الزمان أنّ الكون كلّهُ يغرق في المصائب، والويلات؛ بسبب ابتعاده عن المنهج القويم

¹ - ابن منظور، لسان العرب ، لبنان ، دار صادر، ط1 ، دت ، (293/12).

² - د. عبد الكريم زيدان ، أصول الدعوة ، لبنان ، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع ، ط9 ، 2002 ، ص 09 .

³ - أ. د. محمد منير حجاب ، الإعلام الإسلامي ، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2002 ، ص 25.

الذي وضعه له الله تعالى، ومن هنا تظهر الحاجة إلى أن يأخذ أحدهم بيد هذا العالم، وينتشله من الوقوع في الهلاك، وذلك من خلال الدعوة إلى الله تعالى.

والإعلام الإسلامي أهمية كونه علم أصيل لأصالة مصادره وشمولها وكما لها، وهكذا تتمثل أهمية الإعلام الإسلامي فيما يلي:

- إدراك الحاجة الإنسانية للإسلام وإلى فهم حقيقة رسالته وكذا ضرورة تبليغها إليهم .
- الإعلام الإسلامي ضرورة حتمية يمثل جانبا مهما من جوانب الدعوة الإسلامية .¹
- إبراز الرموز الإسلامية والنماذج الإصلاحية من أبناء المجتمع الإسلامي ومزاحمة النماذج السلبية التي تشكل نموذج إفساد اجتماعي، بحيث تكون تلك الرموز مراجع إصلاح اجتماعي وقنوات يُتخذى بطريقتها ومنهجها.
- تحقيق الحضور الدعوي عبر المجال الإعلامي: إذ يعتبر العمل الإعلامي بمختلف مجالاته وسيلة اتصال جماهيرية تعمل على التوجيه والإرشاد وإصلاح الاختلالات الاجتماعية باستخدام التوجيه العام.²
- يحقق الإعلام الإسلامي مواجهة حالة الضياع التي يعيشها المجتمع المعاصر عامة، ومجتمع المسلمين خاصة، بما يعيد التوازن السليم بين فطرة الإنسان ومستحدثات العصر .
- تقديم الإسلام ومبادئه وفق أصوله التي جاءت في كتاب الله وسنة رسوله عليه الصلاة والسلام، ونقد ما لصق به من شبهات وافتراءات، من خلال برامج تجمع بين قوة الحجّة وفنّ الإقناع والتأثير، بجانب الجاذبية وحسن العرض.³

¹ - مثنى الحارث الضاري، الإعلام الإسلامي الواقع والطموح، العراق، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2007، ص 328

² - حمير الحواري، أهمية الإعلام للعمل الإسلامي، شوهد بتاريخ: 2020/07/28 على الساعة: 18:40، الموقع: <https://www.islamweb.net>

³ - الإعلام الإسلامي ضرورة عصرية، شوهد بتاريخ: 2020/08/02 على الساعة: 22:30، الموقع: <https://www.islamweb.net>

❖ المطب الثالث : خصائص الإعلام الإسلامي :

من الطبيعي أن يكون الإعلام الإسلامي إعلاما متميزا كونه يستمد صفاته وخصائصه من تعاليم الإسلام والقرآن الكريم ومن أبرزها :

أولا : الإعلام الإسلامي عقدي مسلكي:

فهو إعلام قائم علي العقيدة ، مرتبط بأحكام الإسلام وهدية ذلك أن أول ما نزل من القرآن الكريم هو قوله تعالى ﴿ اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ ﴾ (العلق: 01 - 05)

والقراءة مفتاح التعلم ، وأول وسائل التبليغ والإعلام وكما أن الإعلام واجب على الأمة الإسلامية لأنه نوع من البلاغ وباب من أبواب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.¹

ثانيا : الإعلام الإسلامي حر تميز بشرف للغاية والمقصد :

بشرط ألا يؤدي إلي إيذاء الآخرين فهذه الحرية مقيدة بالأخلاق والآداب ولقوله تعالى : ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرْ قَوْمٌ مِنْ قَوْمٍ عَسَى أَنْ يَكُونُوا خَيْرًا مِنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِنْ نِسَاءٍ عَسَى أَنْ يَكُنَّ خَيْرًا مِنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنْفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِالْأَلْقَابِ بِئْسَ الإِسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الإِيمَانِ وَمَنْ لَمْ يَتُبْ فَأُولَئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ ﴾ (الحجرات: 11)

ثالثا : الإعلام الإسلامي قائم على الصدق:

فالصدق في القول هو أساس الاتصال والتعامل والتعارف والتناصح في المجتمع المسلم² فقال تعالى: ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ ﴾ (التوبة: 119)

¹ - سمية إبراهيم المكاوي ، الإعلام الإسلامي والإعلام الغربي في حاضر اليوم (دراسة مقارنة) ، رسالة ماجستير (منشورة) ،

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، سنة 2016 ، ص 80

² - المرجع نفسه ، ص 81

رابعاً : الإعلام الإسلامي واقعي :

وليس المقصود هنا الخضوع بالواقع ومسايرته وإنما الواقعية المستمدة من موافقة المنهج للفطرة البشرية والحياة الإنسانية علي وجه العموم .¹

خامساً : إعلام منصف ومتزن :

لاعتماده على الموضوعية في الحوار والطروحات واحترام للآراء² قال تعالى : ﴿ وَقَالُوا لَنْ يَدْخُلَ الْجَنَّةَ إِلَّا مَنْ كَانَ هُودًا أَوْ نَصَارَى تِلْكَ أَمَانِيُّهُمْ قُلْ هَاتُوا بُرْهَانَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ ﴾ (البقرة : 111)

سادساً :إعلام علمي متطور :

وذلك لاعتماده على البحوث والدراسات التي تتبناها مراكز المعلومات و الدراسات الريادية كما أنه يوظف ما تتوصل إليه الثورة التكنولوجية من ابتكارات واختراعات ، وهاهو الإعلام الإسلامي يخطو خطوات طيبة من خلال تبني القنوات الفضائية والشبكة المعلوماتية

سابعاً :إعلام اتصالي :

إنّ الإعلام الإسلامي له خصوصيته ومبدئيته ، لكنّه لا ينعزل على الآخرين بل يمد جسور التعاون والاستفادة مع المؤسسات الإعلامية الأخرى .³

❖ المطلب الرابع : أهداف الإعلام الإسلامي :

أنّ الإعلام الإسلامي له أهداف نذر نفسه لتحقيقها وأوقف إمكانياته على خدمتها وجند طاقاته لتبليغها ومن بين هذه الأهداف نذكر أهمها فيما يلي :

¹ - سمية إبراهيم المكاوي ، مرجع سابق ، ص 83

² - مثنى الحارث الضاري ، مرجع سابق ، ص 26

³ - المرجع نفسه ، ص 27-28

الهدف الأول : الدعوة إلى الله :

والدعوة بمعناها العام أي دعوة المسلمين وغير المسلمين ، قال تعالى : ﴿ وَلَتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴾ (آل عمران 104):

فالدعوة فرض كفاية على المسلمين أي يتعين على فئة منهم أن تتفرع لهذا العمل وتعكف عليه وحده وتخلص له قال تعالى : ﴿ وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِنْهُمْ طَائِفَةٌ لِيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ ﴾ (التوبة: 122)

والإعلام الإسلامي من هذه الفرقة التي تفرغت للعمل¹ قال تعالى : ﴿ وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ ﴾ (فصلت: 33)

الهدف الثاني : الدفاع عن المسلمين وتبني قضاياهم :

القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة هما مصدر التشريع الإسلامي وقد بينت الآيات الكريمة والأحاديث الشريفة أن نصر المسلم واجب والدفاع عنه وعن حقوقه فريضة وأن خذلانه أو التقاعس عن نصرته ذنب عظيم استوجب مرتكبه العقاب² قال تعالى : ﴿ وَإِنْ اسْتَنْصَرُوكُمْ فِي الدِّينِ فَعَلَيْكُمْ النَّصْرُ ﴾ (الأنفال: 72) وقال رسول الله ﷺ ﴿ لَا تَحَاسَدُوا وَلَا تَنَاجَشُوا وَلَا تَبَاغَضُوا وَلَا تَدَابَرُوا وَلَا يَبِعْ بَعْضُكُمْ عَلَى بَيْعِ بَعْضٍ وَكُونُوا عِبَادَ اللَّهِ إِخْوَانًا الْمُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ لَا يَظْلِمُهُ وَلَا يَخْذُلُهُ وَلَا يَحْقِرُهُ التَّقْوَى هَاهُنَا وَيُشِيرُ إِلَى صَدْرِهِ ثَلَاثَ مَرَّاتٍ بِحَسْبِ امْرِئٍ مِنَ الشَّرِّ أَنْ يَحْقِرَ أَخَاهُ الْمُسْلِمَ كُلُّ الْمُسْلِمِ عَلَى الْمُسْلِمِ حَرَامٌ دَمُهُ وَمَالُهُ وَعِزُّهُ ﴾³.

الهدف الثالث : الدفاع عن الإسلام :

المقصود به رد الشبهات التي يثيرها أعداء هذا الدين في الداخل والخارج ومحاولات التحريف

¹ - سمير بن جميل راضي ، الإعلام الإسلامي رسالة وهدف ، رابطة العالم الإسلامي ، العدد 172 ، سنة 2015 ، ص 91

² - المرجع نفسه ، ص 97

³ - صحيح مسلم ، باب تحريم ظلم المسلم واحتقاره وخذلانه ودمه ، ح ر 4650 ، (426/12)

العقدي ومحاولات تحويل المسلمين عن دينهم مثل التنصير ، ومحاولات تحجيم الدين ودوره في المجتمع المسلم ، والدفاع عن اللغة العربية كونها أصلا من أصول الإسلام و أداة من أدواته وتعميق دورها في توجيه وسائل الإعلام¹ قال تعالى : ﴿ إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ ﴾ (النور: 19)

الهدف الرابع : الذود عن أخلاق المجتمع المسلم وتزكيته :

وهذا الهدف من أعظم أهداف الإعلام الإسلامي أبعدها أثرا في النفوس وأدومها في الزمن المنظور أو البعيد لأن برامج الإعلام تؤثر على الشباب والشيوخ والأطفال والنساء والمتعلم والأمي والبر والفاجر والعام والجاهل لأن وسائل الإعلام غزت البيوت والمصانع وأماكن التجمعات البشرية سواء على المستوى العائلي أو على المستوى الجماعة أو على مستوى أفراد ، فقد أصبحت أداة تأثير شديد في النفوس ولا يوجد فرد من أفراد المجتمع لا يتعرض لتأثير وسائل الإعلام ، ومن هنا كان واجب الإعلام عظيما وهدفه مؤثرا على حاضر المجتمع ومستقبله .²

¹ - سمير بن جميل راضي ، مرجع سابق ص 104 - 105

² - المرجع نفسه ، ص 107- 108

المبحث الثاني : القائم بالاتصال في الإعلام الإسلامي

❖ المطلب الأول : مفهوم القائم بالاتصال :

تعريف الاتصال لغة واصطلاحاً :

لغة : وصلت الشئ وصلاً وصلة. ووصل إليه وصولاً، أي بلغ. وأوصله غيره ووصله توصيلاً، إذا أكثر من الوصل. وواصله مواصلة ووصالاً.¹

اصطلاحاً : هو العملية الاجتماعية التي يتم مقتضاها تبادل المعلومات والآراء والأفكار في رموز دالة ، بين أفراد أو جماعات داخل المجتمع ، وبين الثقافات المختلفة، لتحقيق أهداف معينة.²

تعريف القائم بالاتصال :

تبنى بعض المدارس الصحفية، وفي مقدمتها المدرسة الفرنسية لفظ " الوسيط " بدلا من القائم بالاتصال فهي ترى أن القائم بالاتصال له دلالة محايدة، بينما الصحفي وفقا لاتجاهاته، يلعب دورا تفاوضيا بين صاحب (المعلومة) المصدر (وبين الجمهور) المستقبل فهو يقوم بأدوار متعددة والباحث عن المعلومة ثم صانع قرار باختباره لمضمون الرسالة ثم هو في النهاية قائم بالاتصال عندما ينشر الرسالة متوجها بها إلى جمهور ما.³

❖ المطلب الثاني : الشروط الواجب توافرها فيه

الشروط الواجب توافرها في القائم بالاتصال كما حددها " ديفيد برلو " فهي :

¹ - الجوهري ، الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية ، تح : أحمد عبد الغفور عطار ، لبنان، دار العلم للملايين ، ط 4 ، 1987 ، (1842/5-1843)

² - د. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، القاهرة ، دار عالم الكتب ، ط3 ، 2004 ، ص 25.

³ - عبد الله زلطة ، القائم بالاتصال في الصحافة ، د ب ، الدار العلمية للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2007 ، ص 45

- توافر مهارات الاتصال وهي خمس : مهارة الكتابة ، كمهارة التحدث ، كمهارة القراءة ، كمهارة الإنصات ، كالقدرة على التفكير السليم لتحديد أهداف الاتصال.
- اتجاهات القائم بالاتصال نحو نفسه ، ونحو المتلقي ، وكلما كانت هذه الاتجاهات إيجابية زادت فعالية القائم بالاتصال .
- مستوى معرفة المصدر وتخصصه بالموضوع الذي يعالجه يؤثر في زيادة فعاليته .
- مركز القائم بالاتصال في إطار النظام الاجتماعي والثقافي ، وطبيعته ، والأدوار التي يؤديها ، والوضع الذي يراه الناس فيه يؤثر على فعالية الاتصال .¹
- القدرة على التقصي في مضامين الرسالة والتحليل والتركيب والنقد الذاتي.
- المقدرة على صياغة رسالة تحقق رصد الأثر الاتصالي.
- المقدرة على التصميم وصياغة المفاهيم والربط بين الأفكار.
- الاهتمام بمجموعة الأفكار النظرية التي تعد أساسية للآراء الحديثة في الاتصال وتعلق بالبنية التي تحدث فيها معالجة المعلومات.
- تنمية القدرة على الانتباه والملاحظة والبحث .²

❖ المطلب الثالث : مسؤوليات القائم بالاتصال :

يعد القائم بالاتصال العنصر البشري الذي يتولى تنفيذ الأدوار والمسؤوليات ويتحمل عبئ القيام بالمتطلبات المنسوبة إليه ومواجهة الظروف والتحديات المختلفة الناجمة عن تلك التطورات المتلاحقة في عالم الاتصال .

¹ - منال المزاهرة ، نظرية الاتصال ، عمان ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، ط1 ، 2012 ، ص 252.

² - عبد الرحمن إبراهيم الشاعر، مهارات الاتصال رؤية - تحليلية ، عمان ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2012 ،

وتكمن أهمية فهم دور القائمين بالاتصال الجماهيري وتأثيرهم في عملية الاتصال، ومن وجهة نظر بعض الخبراء و أساتذة الصحافة تتمثل في جانبين:

الأول: تأثيرهم على أساليب العمل داخل المؤسسة الإعلامية وفي عملية إنتاج المواد الإعلامية.

الثاني: تأثيرهم على المجتمع والجمهور وذلك في ضوء فهم الجمهور لما يتمتعون به من خصائص كالمكانة الاجتماعية والخبرة والمصدقية.¹

أولاً: المسؤولية الأخلاقية :

هي الشعور الإنسان بالتزامه أخلاقياً بنتائج أعماله الإرادية فيحاسب عليها إن خيراً وإن شراً، وهي أهلية العاقل للجزاء على فعالة الاختيارية، وتفترض المسؤولية الأخلاقية العقل والرؤية فمن فقدتها فلا مسؤولية عليه.²

ثانياً: المسؤولية الاجتماعية :

هي مسؤولية الفرد أمام ذاته عن الجماعة التي ينتمي إليها وهي تكوين ذاتي خاص نحو الجماعة التي ينتمي إليها الفرد. وعبارة مسؤول أمام ذاته تعني في الحقيقة مسؤول عن الجماعة أمام صورة الجماعة المنعكسة في ذاته.³

ثالثاً: المسؤولية الدينية:

وهي مسؤولية نابعة من إيمان الإنسان واعتقاداته بمعتقد ديني معين، حيث يفرض عليه هذا اعتقاد العديد من الواجبات التي يجب عليه تأديتها بنجاح حتى ينال الفلاح الذي يسعى إليه

¹ - عبد الله زلطة ، مرجع سابق ، ص 27

² - طه أحمد الزبيدي ، المسؤولية الأخلاقية في الإعلام الإسلامي ، لأردن ، دار النفائس للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2013، ص24- 25

³ - محمد حسام الدين ، المسؤولية الاجتماعية للصحافة ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ط1 ، 2003 ، ص 48

فالأديان ما جاءت إلا لتحقيق السعادة للإنسان.¹

❖ المطلب الرابع : الضغوط المهنية على القائم بالاتصال

وهي الضغوط التي تفرضها طبيعة المهنة الصحفية ويتعرض لها القائم بالاتصال من خلال عمله وتشمل :

السياسة الإعلامية :

لكل جريدة سياسة إعلامية تظهر في تحريفها للموضوعات أو في إهمالها وهن لقصص معينة، ولكن من الناحية الرسمية تبقى سياسة الجريدة عادة خفية غير معلنة ، بسبب رغبتها في الظهور كجريدة موضوعية أو قد تعلن الجريدة عن سياستها صراحة وهذا في الجرائد التي تعبر عن أحزاب معينة أو جهات معينة.²

علاقات العمل:

تعد علاقات العمل من الضغوط المهنية التي يتعرض لها القائم بالاتصال في الصحافة، إذ يرتبط مع زملائه في علاقات تفاعل تخلق بعدا اجتماعيا، وترسم من هذه العلاقات جماعة أولية للقائم بالاتصال، ومن ثم نجدهم يتوحدون مع بعضهم داخل المجموعة ويتعاملون مع العالم الخارجي عن طريق إحساسهم داخل الجماعة وهذا ما يجعل الصحفي معتمدا بدرجة كبيرة على هذه الجماعة ودعمها المعنوي ، إذ يهتم القائم بالاتصال بآراء زملائه في العمل لان التقييم والثناء الذي يحصل عليه بعد أداء عمل مميز غالبا ما يأتي من زملاء العمل.³

¹ - محمد مروان ، المسؤولية ، شوهد بتاريخ:2020/08/03 ، على الساعة: 19:20 ، الموقع :

<https://mawdoo3.com>

² - د.إسراء جاسم فلحي الموسوي ، الخصائص المهنية للقائم بالاتصال في الصحافة ، عمان ، دار أمجد للنشر والتوزيع ، ط1،

2019 ، ص 112

³ - د.إسراء جاسم فلحي الموسوي ، مرجع سابق ، ص 114

القيم الإخبارية والمساحة والتوقيت :

تتأثر الأخبار التي تقدمها دول العالم الثالث بالميول السياسية الإيديولوجية القائم بالاتصال وحرفية العمل الإعلامي وقيم الإخبار السائدة، والتعليمات التي تصدرها وزارات أو هيئات الإعلام، والقائمون بالاتصال يتأثرون بالسياسات التحريرية عند انتقاء الأخبار ونشرها وأبرزها من اجل إكساب الخبر قيمة إعلامية لاحتملها أحداثاً.¹

مصادر المعلومات :

أشارت أغلب الدراسات إلى إمكانية استغناء القائم بالاتصال عن جمهوره على المدى القصير وصعوبة استغنائه عن مصادره، وان محاولة الصحفي الاستقلال عن مصادره عملية شاقة.

ويميل القائم بالاتصال إلى اتخاذ مركز الوسط بين المصدر وغرفة الإخبار، وكذلك بين المصدر والمتلقي، وكلما زاد الصراع بين مصدر المعلومات وسياسة غرفة الإخبار أصبح إدراك القائم بالاتصال لسمات الجمهور المحتمل اقل تحديداً ، وكلما زادا انقياده لكتابة تقلل من هذا الصراع ، وهذا يعني إن القائمون بالاتصال قدموا مصادر الإخبار على الجمهور في حين إن المسؤولية الاجتماعية تقضي أن يتقدم القراء على سواهم عند عداد المحتوى الإخباري لأنهم من سيقراً الجرائد وسيحكم على مضمونها.

الجمهور :

لاحظ الباحثان " إثيل دي سولا بول " و " شولمان " أن الجمهور يؤثر على القائم بالاتصال مثلما يؤثر القائم على الاتصال على الجمهور، فالرسائل التي يقدمها القائم بالاتصال يحددها توقعاته من ردود فعل الجمهور ، ومن ثم يؤدي الجمهور دورا ايجابيا في عملية الاتصال .²

¹ - د.إسراء جاسم فلحي الموسوي ، مرجع سابق ، ص 117

² - د.حسن عماد مكاي ، د. ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ط1، 1998، ص183.

❖ المطلب الخامس : الضوابط القرآنية في اختيار المسؤول الإعلامي

يعد المحرر المسؤول أو الرقيب الإعلامي الشخص الأهم في عملية الاتصال والمقصود به هنا هو الشخص المخول بالصلاحيات الكافية للقبول أو الرفض لما ينشر وما لا ينشر ، وهناك ضوابط ينبغي توافرها في الشخص المرشح لشغل المنصب الإعلامي سواء كان رقيباً إعلامياً أو قائماً بالاتصال وهي كما يلي :

- أن يكون هذا المسؤول متصفاً بالالتزام ومعتقاً لما يمثله في هذا المنصب قلباً وقالبا بعيداً عن التكبر.¹

قال تعالى : ﴿ أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ وَأَنْتُمْ تَتْلُونَ الْكِتَابَ أَفَلَا

تَعْقِلُونَ ﴾ (البقرة : 44)

- أن يكون الأفضل بين منافسيه في التقوى والعلم فإن استووا فينظر إلى أكملهم خلقاً.²

قال تعالى ﴿ وَقَالَ لَهُمْ نَبِيُّهُمْ إِنَّ اللَّهَ قَدْ بَعَثَ لَكُمْ طَالُوتَ مَلِكًا قَالُوا أَنَّى يَكُونُ لَهُ الْمُلْكُ عَلَيْنَا وَنَحْنُ أَحَقُّ بِالْمُلْكِ مِنْهُ وَلَمْ يُؤْتَ سَعَةً مِنَ الْمَالِ قَالَ إِنَّ اللَّهَ اصْطَفَاهُ عَلَيْكُمْ وَزَادَهُ بَسْطَةً فِي الْعِلْمِ وَالْجِسْمِ وَاللَّهُ يُؤْتِي مُلْكَهُ مَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ ﴾ (البقرة : 247)

- أن يتصف بالحكمة . حتى يضع الأمور في مواضعها ويعرف عواقب نشر المعلومات وعواقب حججها ، ويستطيع بما لديه من حكمة أن يتعامل مع المعضلات التي تصادفه في عمله.³

قال تعالى ﴿ يُؤْتِي الْحِكْمَةَ مَنْ يَشَاءُ وَمَنْ يُؤْتَ الْحِكْمَةَ فَقَدْ أُوتِيَ خَيْرًا كَثِيرًا وَمَا يَذَّكَّرُ إِلَّا أُولُو

الْأَلْبَابِ ﴾ (البقرة : 269)

¹ - د. إسماعيل حمدي مُجَد ، الضوابط الشرعية للإعلام ، عمان ، دار معتر للنشر والتوزيع ، ط1، 2017 ، ص 89

² - المرجع نفسه ، ص 92

³ - المرجع نفسه ، ص 94

■ أن يكون من أفراد المجتمع المعني محبا لهم سليم الصدر. حتى يلتمس حاجات المجتمع ويتفهم مشكلاتهم.¹

قال تعالى ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّخِذُوا بَطَانَةً مِنْ دُونِكُمْ لَا يَأْلُونَكُمْ خَبَالًا وَدُوا مَا عَنِتُّمْ قَدْ بَدَتِ الْبَغْضَاءُ مِنْ أَفْوَاهِهِمْ وَمَا تُخْفِي صُدُورُهُمْ أَكْبَرُ قَدْ بَيَّنَّا لَكُمْ الْآيَاتِ إِنْ كُنْتُمْ تَعْقِلُونَ ﴾ (آل عمران: 118)

■ أن يكون قد تم إعداده وتأهيله لدرجة كافية تتناسب مع واجباته ومسؤولياته والعقبات التي تواجهه.²

قال تعالى ﴿ وَلَقَدْ آتَيْنَا إِبْرَاهِيمَ رُشْدَهُ مِنْ قَبْلُ وَكُنَّا بِهِ عَالِمِينَ ﴾ (الأنبياء: 51)

¹ - د. إسماعيل حمدي مجد ، مرجع سابق ، ص 96

² - المرجع نفسه ، ص 98

خلاصة الفصل

إن الإعلام والاتصال والتواصل عوامل هامة من العوامل التي تقوم عليها حياة الناس قديماً وحديثاً، وكل فرد منا يمارس الإعلام والتواصل بطريقة أو بأخرى، عبر وسائل أصبحت تستهلك أوقاتنا من الصباح حتى المساء، ولقد أصبحت ضرورة لا يستغني عنها مجتمع من المجتمعات البشرية.

هذه الضرورة في غاية الأهمية بالنسبة لدعاتنا، فالداعية إذا أراد النجاح في إيصال دعوته للناس فهو يحتاج إلى أن يعدد قنوات اتصاله معهم، ولقد تعددت قنوات التواصل في عصرنا ما بين برامج دعوية امتلأت بها القنوات الفضائية والإذاعات وغيرها، وكان من المفترض أن ينتبه العاملون في حقل الدعوة إلى الله تعالى إلى الاستثمار الدعوي عبر هذه الفضائيات ووسائل التواصل، فهذا الاستثمار أصدق وأسرع في التعبير عما يجول في نفس المدعو من خواطر وأفكار يريد إيصالها إلى المدعويين فكل مهنة تحتاج إلى مهارات وصفات معينة وذلك لنجاح عملية التواصل.

محمل القول أن القائم بالاتصال هو المنفذ للرسالة الإعلامية يحتاج أولاً إلى معرفة والتماس أهمية المسؤولية القائم بها وأن يكون لديه فكرة عن من يوجه إليه الرسالة وهذا ما يجب أن يركز عليه لأن لأي وسيلة إعلامية دوراً مما في المجتمع، هذا من خلال التأثير على الجمهور المستمع أو المتلقي.

الفصل الثالث

فن الخبر الصحفي في ضوء نظرية الإعلام الإسلامي

تمهيد

تحدد النظم السياسية والاجتماعية والإعلامية التي يعمل في إطارها الإعلام دور الصحافة، كما يرتبط هذا الدور ارتباطا وثيقا بالفلسفة السياسية والإعلامية للمجتمع . إن فهم طبيعة ودور الصحافة في أي مجتمع، يفرض علينا تحديد النظام الإعلامي لهذا المجتمع.

تعد الأخبار عنصرا هاما وأساسيا من عناصر المضمون الذي تقدمه وسائل الإعلام كالمحطات الإذاعية والتلفزيونية وغيرها ، وارتبطت بها منذ نشأتها الأولى، فالخبر يعد العمود الفقري في الإذاعة وهو مسؤولية كبرى يتحملها القائم بالاتصال وأولئك الذين يعملون في مجال الأخبار (صحفيين، منشطين.... الخ).

من خلال هذا نستعرض في هذا الفصل أهم ملامح المنهجية الإسلامية واختلافها عن المنهجية الوضعية ثم مفهوم الخبر في نظريات الإعلام انطلاقا من أن أي محاولة لتقديم تعريف للخبر أو تحديده لن تخرج عن الخلفية الفلسفية لأي نظام إعلامي، ومنه ينظر إلى الصحافة طبقا لهذه المبادئ والمفاهيم ثم التطرق إلى محور من المحاور المهمة وهو معايير اختيار الخبر ونشره من خلال تقديم مفهوم للقيم الخبرية وأهميتها ، كما سنتناول موضوع فنيات الخبر الصحفي من خلال نشأته وتطوره و تحديد أنواعه ومصادره وقوالبه الفنية .

المبحث الأول : الخبر في ضوء النظريات الإعلامية

يرى بعض المفكرين أن وجود اختلاف في تعريف الخبر مرجعه تعدد النظريات التي تناولته، حيث توجد أربعة نظريات من تعريف الخبر سمات تميز كل نظرية عن الأخرى وقبل أن نتطرق إلى الخبر في ضوء هذه النظريات نبين أهم ملامح منهجية المنظور الإسلامي:

❖ المطلب الأول : ملامح منهجية المنظور الإسلامي :

يمكن تناول أهم ملامح المنهجية الإسلامية من خلال الحديث عن الإطار الذي تتحرك فيه هذه المنهجية والمصادر التي تعتمد عليها في استقاء الحقائق والمعارف ، وانعكاس ذلك على السمات التي تميزها عن المنهجية الوضعية.¹

أولا : إطار المنهجية الإسلامية :

إن محيط حركة المنهجية الإسلامية وإطارها ينطلق من تكامل مفهومي الغيب والشهادة ، ولا يقصر اهتمامه على عالم الشهادة فقط كما يفعل المنهج الوضعي .

وأهم معطيات عالم الغيب على الإطلاق - والتي يمثل التسليم بها تسليما بكل ما ينجم عنها من معارف غيبية - هي وجود الله - سبحانه وتعالى - الخالق الواحد المهيمن على صغيرة وكبيرة في أمور الكون. وينتج عن التسليم بهذه المقدمة نتيجة طبيعية هي أن هذا الخالق الواحد المهيمن الفاعل في حياة خلقه ، هو خالق عالمي الغيب والشهادة ، وهو العالم الأوحده بما ولا مصدر لمعرفة ما غاب عنا سواه² ، قال تعالى: ﴿وَعِنْدَهُ مَفَاتِحُ الْغَيْبِ لَا يَعْلَمُهَا إِلَّا هُوَ﴾ (الأنعام : 59).

ثانيا : تكامل مصادر التنظير في منهجية الإسلامية :

تفرض طبيعة الإطار التي تتحرك فيه المنهجية الإسلامية أن يستمد الباحث المسلم حقائق عالم الغيب من عالم الغيب

¹ - محمود يوسف السماسيري ، فلسفات الإعلام المعاصر قراءة في ضوء المنظور الإسلامي ، الولايات المتحدة الأمريكية ،

المعهد العالمي للفكر الإسلامي ، ط1 ، 2008 ، ص 97

² - المرجع نفسه ، ص 98

قال تعالى : ﴿ عَالِمُ الْغَيْبِ فَلَا يُظْهِرُ عَلَىٰ غَيْبِهِ أَحَدًا إِلَّا مَنِ ارْتَضَىٰ مِنْ رَسُولٍ فَإِنَّهُ يَسْلُكُ مِنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ رَصَدًا ﴾ (الجن : 26 ، 27) . أن يستمد معارفه فيما يتعلق بعالم الشهادة من خلال استقرائه للوقائع الحسية التي تمكنه حواسه من إدراكها .¹

ومن خلال المزوجة بين هذين النوعين من أنواع المعرفة ، ومن خلال ما ركب في العقل نفسه من قدرات تؤهله لإدراك العلاقات بين المتغيرات ، واستخلاص النتائج من المقدمات ، تصبح عملية إقامة الأبنية النظرية في ظل هذه النتيجة قائمة على أسس راسخة من الحقيقة المتكاملة المناحي .
المصادر التي تستمد منها المنهجية الإسلامية معارفها وتقيم على هداها أبنيتها النظرية :

الوحي :

الوحي مصدر للمعرفة التوجيه في حياة الإنسان يقدر به عموماً كلمة الحق التي أوحى الله بها إلى الأنبياء والرسل ، لكي تبلغ ما أمرهم به الله إلى الأمم .

وهكذا تتميز المنهجية الإسلامية عن المنهجية الوضعية باعتمادها على مصدر علوي تستمد منه حقائق الغيب كاملة كما تستمد منه كليات الوجود وغاياته ومقاصده ، وتتخذ منه هدياً وموجهاً لها في أي بناء نظري تقيمه .

الواقع المحسوس :

المصدر الثاني الذي تستقي منه المنهجية الإسلامية معارفها وتقيم على هداها أبنيتها النظرية هو الواقع المحسوس ، فهي تعمل على استقراء الواقع بما يناسبه من أساليب علمية ، بغية تحديد السنن والنواميس التي تحكم التفاعل بين أجزائه ، مهتدية في ذلك بالثوابت التي أمدها بها ، الوحي .²

العقل :

العقل في المنهجية الإسلامية هو أداة الحصول على المعرفة ، وأداة إقامة الأبنية النظرية بناء على

¹ - محمود يوسف السماسيري ، مرجع سابق ، ص 98

² - المرجع نفسه ، ص 99-100

المعارف التي يحصل عليها سواء من كتاب الله المسطور (الوحي) أو كتاب الله المفتوح (الكون) .¹

ثالثا : سمات المنهجية الإسلامية :

أهم ما تتسم به المنهجية الإسلامية في مقابل المنهجية الوضعية :

الربانية :

ذلك لأن المنهجية الإسلامية تعتمد أساسا على أصل رباني متين وهو الوحي بما بعني أنها مرتبطة بالدين وجودا وعدما ، وذلك على خلاف التصورات الوضعية التي لا تعترف بالدين أساسا .²

ويترتب على ربانية الوحي الذي يعد مصدر المهيمن على المنهجية الإسلامية اتسام هذه المنهجية بسمتين مهمتين عن المنهجية الوضعية :

الثبات :

حيث يشكل الوحي المعايير الثابتة والمعصومة لمسيرة العقل الإنساني والفعل البشري باعتباره قيما معيارية خارجة عن وضع الإنسان .

التغير في إطار ثابت :

حيث تعطي المنهجية الإسلامية للعقل المسلم حق الاجتهاد ليضع للجديد ما يناسبه ويصلحه ، دون أن يكون هذا الجديد الموضوع من قبل الفكر الإنساني الطلعة العبقري إضافة إلى أصول الثابتة.³

الشمول :

من خلال ما سبق يتضح لنا مدى الشمول الذي تتسم به هذه المنهجية عن المنهجية الوضعية وهذا ما يجعل - بلا شك - هذا النهج دراسة أي ظاهرة نھجا علميا بمعنى الكلمة .⁴

¹ - محمود يوسف السماسيري ، مرجع سابق ، ص 101

² - المرجع نفسه ، ص 102

³ - المرجع نفسه ، ص 103

⁴ - المرجع نفسه ، ص 104

❖ المطلب الثاني : الخبر في نظرية السلطة :

نشأت هذه النظرية في انكلترا في القرنين 16 - 17 ، وقد ساهم العديد من الفلاسفة والكتاب في إرساء قواعد وركائز النظرية من أمثال ميكيافلي الذي دعا إلى إخضاع كل شيء لأمن الدولة، وانطلاقاً من فكرة الغاية تبرر الوسيلة، رأى ميكيافلي أن الرقابة على الحوار والمناقشة وعلى نشر المعلومات في المجتمع لها ما يبررها مادامت تخدم مصالح الدولة.

كما ساهم كل من توماس هوبز، هيغل ونيث شه في إرساء أسس هذه النظرية، وعلى الرغم من مرور فترة زمنية ليست بالقصيرة على طرح هذه النظرية لذاتها في الواقع العملي، وعلى الرغم من انحصار تطبيق هذه النظرية حالياً بسبب غياب الحكم الديكتاتوري التسلطي، إلا أن مفاهيمها وأطروحاتها تبقى صالحة ومعبرة ولا زالت تسيطر على العديد من المجتمعات التي تسود فيها فلسفات اجتماعية سياسية سلطوية، وتزداد فيها سيطرة الدولة للدفاع عن مصالح الطبقة الحاكمة والهيمنة على مقدرات الشعب وحرية وإمكاناته انطلاقاً من فكرة أن تنمية الفرد تتوقف على الدولة.¹

الخبر الصحفي في إطار هذه النظرية هو وقائع وأحداث تقرر الحكومة نشرها، حيث ترى أن هذا النشر وسيلة لاستمرار وجودها وتدعيم نفوذها في حكم الشعب، وعليه فالسلطة هي المصدر الأوحيد للحقائق والمعلومات وبالتالي ليس بإمكان أي صحيفة توجه النقد أي تصرفات أو سلوكيات يقوم بها الحاكم والحكومة.²

❖ المطلب الثالث : الخبر الصحفي في النظرية الاشتراكية :

يعد ماركس فيلسوف هذه النظرية وأكبر منظريها، وتستند فلسفته إلى ما يعرف بالفلسفة المادية، أو الجدلية المادية، التي تطورت فيها بعد إلى الجدلية المادية التاريخية، بالإضافة إلى الآراء الفلسفية لعدد

¹ - فوزية عكاك ، القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة (دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر والشروق جانفي - ديسمبر 2007) ، رسالة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال (منشورة) ، كلية العلوم السياسية والإعلام ، جامعة الجزائر3 2012 ، ص 42

² - د.عذراء عيواج، محاضرات في فنون التحرير الصحفي ، الجزائر ، ألفا للوثائق نشر واستراد وتوزيع الكتب ، ط1 ، 2018 ، ص 39 ،

من المنظرين والفلاسفة الذين شكلوا المصدر الأساسي لهذه النظرية أمثال لينين الذي تأثر بأفكار ماركس .

تقوم هذه النظرية على ثلاثة مبادئ أساسية:

- الجدلية المادية.
- الجدلية المادية التاريخية.
- سيادة الطبقة العاملة.¹

تعتبر هذه النظرية امتدادا لنظرية الإعلام السلطوية، وهي ترى أن الإعلام جهاز رسمي من أجهزة الشيوعية؛ أن الدولة تمتلك وتسيطر على وسائل الإعلام، بهدف تعليم المبادئ الشيوعية، كما ترى أن الجريدة ليست أداة دعائية بقدر ما هي أداة تنظيم اجتماعي، وقد استخدم هذه النظرية أيضا النازيون في عهد هتلر.²

❖ المطلب الرابع : الخبر في النظرية الليبرالية :

ويقوم مفهوم الخبر الليبرالي على اعتبار إن الإثارة هي العمود الفقري للخبر، بمعنى إن ما يثير الناس ويجذب اهتمامهم هو الخبر ، والذي يعد تعبيرا موضوعيا عن الفلسفة الليبرالية التي سادت في أوروبا وأمريكا في تلك الفترة والتي تنادي بتقليص القيود التي تضعها على حرية الفرد إلى أقصى حد ، ولا يمكن مساءلته إلا عندما يتدخل في شؤون الآخرين .

ومن أبرز تعريفات الخبر وفقا لهذه النظرية ، تعريف (نورثكليف) منشئ الصحافة الشعبية الانكليزية الحديثة ، حيث يقول " إن الخبر هو الإثارة والخروج عن المؤلف .. فعندما يعرض الكلب رجلا فليس هذا بخبر.. ولكن عندما يغض الرجل كلبا .. فهذا هو الخبر " .³

¹ - فوزية عكاك ، مرجع سابق ، ص 54

² - د.عذراء عيواج ، مرجع سابق ، ص 39-40

³ - د. فاروق أبوزيد ، فن الخبر الصحفي ، القاهرة ، دار عالم الكتب ، ط2 ، د ت ، ص 27

ومن أبرز الذين شاركوا في صياغة المفهوم الليبرالي للخبر (جوزيف بوليتزر)، فقد كان يرى " إن الخبر يوجد عندما توجد الجدة والتميز والدراما والرومانسية والإثارة والتفرد وحب الاستطلاع والطرافة والفكاهة .. ويشترط أن تكون هذه الأخبار صالحة لأن تدور حولها الأحاديث بين القراء " .¹

أما (ستانلي ووكر) فيرى " إن الخبر هو محصلة المرأة والجنس والجريمة والمال " .

ويقول (نيل ماكنيل) " إن الخبر هو جمع الحقائق عن الأحداث الجارية التي تثير اهتمام القراء لكي تطبعها الصحيفة " .²

وأخيرا فان (بيار ألبير) يؤكد إن الخبر دائما مجرد سلعة.. وان الصحف ووكالات الأنباء ليست سوى مؤسسات متخصصة في جمع الخبر ونقله .. وهو يعتقد أن الخبر لا بد أن يقدم الطريف والجديد ، وليس على الخبر أن يثقف القارئ وإنما عليه فقط أن يشبع فضوله .

ويقوم المفهوم الليبرالي للخبر على مبدئين ، وهما :

الأول : تعريف الخبر من خلال وصف بعض عناصره .

الثاني : اعتبار الإثارة العنصر الأساس والعمود الفقري الذي يقوم عليه بناء الخبر.. فالخبر هو تلك المعلومة الجديدة التي تثير اهتمام أكبر عدد من القراء .. وبالتالي فالخبر الذي لا يثير اهتمام القراء ليس بخبر .³

إن تركيز المفهوم الليبرالي للخبر على عنصر الإثارة طوال القرن التاسع عشر والنصف الأول من القرن العشرين لم يكن سوى تعبير موضوعي عن الفلسفة الليبرالية التي سادت الحياة السياسية والاجتماعية في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية ، ورد فعل طبيعي لدور الفرد في الفلسفة الليبرالية واعتباره خير حكم على الأفعال التي تعود عليه بالنفع ، لذا فالكتاب الليبراليون يعرفون الخبر وأعينهم على القارئ وحده ولا شيء غيره .

¹ - د. فاروق أبوزيد ، مرجع سابق ، ص 28

² - المرجع نفسه ، ص 29

³ - المرجع نفسه ، ص 30

إن الخبر في ضوء هذه النظرية تتحدد قيمته وبالتالي يتقرر نشره من عدمه، وذلك على ضوء تقييم الصحيفة مدى ردة فعله على القراء بعد النشر، ومدى ما يثيره من الاهتمام عند أكبر عدد من القراء.¹

❖ المطلب الخامس : الخبر في نظرية المسؤولية الاجتماعية :

لقد نتج عن التطور في المجتمعات الليبرالية ظهور نظرية جديدة في الإعلام الليبرالي وهي ما تسمى بنظرية المسؤولية الاجتماعية ، وهي نظرية ترفض الفردية المطلقة في ليبرالية القرن التاسع عشر.² وتلزم هذه النظرية وسائل الإعلام المختلفة بمجموعة من المواثيق الأخلاقية التي تسعى إلى إيجاد توازن بين حرية الفرد وبين مصالح المجتمع ، أي إيجاد ما يسمى بالحرية المسؤولية ، ويتحقق ذلك بخضوع وسائل الإعلام لرقابة الرأي العام في المجتمع عن طريق مواثيق الشرف الإعلامية .

وبذلك ظهر مفهوم جديد للخبر مبني على نظرية المسؤولية الاجتماعية ، يرفض إن يكون الخبر هو فقط تلك المعلومة التي تثير اهتمام أكبر عدد من الناس ، وإنما أضاف إلى المفهوم الليبرالي القديم بعداً آخر وهو أن يكون للخبر وظيفة اجتماعية تتمثل في تقديم معلومات جديدة عن الأحداث الجارية بصرف النظر عن وجود عنصر الإثارة في هذه الأحداث أو عدم وجوده على الإطلاق.³

ويمكن أن نجد جانبا من هذا المفهوم الجديد في التعريف الذي قدمه (كارل وارن) الذي يرى أن الأخبار هي " بعض وجوه النشاط الإنساني الذي يهتم الرأي العام ويفيده ويضيف إلى معلوماته جديداً " ، وهو يعتقد أن الأخبار يجب أن تكون " مشوقة ومسلية ومفيدة ، وفي الوقت نفسه يجب أن تقدم معلومات جديدة أو أشياء غير معروفة حتى الآن "

1 - د. فاروق أبوزيد ، مرجع سابق ، ص 31

2 - المرجع نفسه ، ص 33

3 - المرجع نفسه ، ص 34

ومن التعريفات التي قدمها المختصون وفقا لهذه النظرية ، تعريف (هارولد ايفانز) الذي يرى " أن الأخبار هي الناس " ، لذا يجب أن تثير اهتمامهم بقدر ما تقدم لهم من فائدة وتسلية .. وبقدر ما تعبر عما يجري في حياتهم اليومية .¹

كما يقول (رولاندز) " إن الخبر هو إفشاء لأشياء أو أسرار لم تكن معروفة " .²

لقد انفرد أتباع هذه النظرية بأن للخبر وظيفة اجتماعية هي تقديم المعلومات الجديدة عن الأحداث الجارية بصرف النظر عن مدى الإثارة فيها ، الأمر الذي أضعف من سيطرة الأخبار المثيرة على الصحافة مثل أخبار الجريمة والجنس والمال والحروب والصراعات ، والحد من الصحافة الصفراء التي لجأت إلى أسلوب التهويل والتضخيم رغبة منها في الحصول على أكبر عدد ممكن من القراء ، ولو كان ذلك على حساب قيم المجتمع وأخلاقياته ، وتقاليد الصحافة ورسالتها .³

1 - د. فاروق أبوزيد ، مرجع سابق ، ص 36

2 - المرجع نفسه ، ص 37

3 - المرجع نفسه ، ص 39

المبحث الثاني : معايير اختيار الأخبار ونشرها

هي العناصر التي لا بد من توافرها في الخبر أو توافر بعضها في الخبر ، لكي يكون خبرا .

وهذه القيم هي أول ما يسأل الصحفي نفسه عندما يحصل على مادة الخبر .

فإذا تأكد من توافر بعض القيم في الخبر استمر في جمع مادة الخبر ، وكتبه وقدمه إلى رئيس

القسم الذي يعمل به .

❖ المطلب الأول : مفهوم القيم الخبرية :

1- تعريف القيمة :

أ- لغة :قيمة الشيء قدره وقيمة المتاع ثمنه ومن الإنسان طوله ، والقيمة الأمة القيِّمة المستقيمة المعتدلة¹، قال تعالى ﴿ وَذَلِكَ دِينُ الْقَيِّمَةِ ﴾ (سورة البينة: 05).

ب- اصطلاحا : ويعرف مُجَّد زقزوق القيم بأنها معايير للسلوك الإنساني، والمجتمع المتوازن هو ذلك المجتمع الذي ينتشر فيه الوعي بالقيم، ومن ثم الالتزام بها ويرتبط بازدياد الوعي بالقيم والإحساس بها مفاهيم التقدم والتفاؤل والنظام والترابط.²

2- : تعريف القيم الخبرية :

إن القيم الإخبارية هي المعيار الذي بموجبه يمارس المحترفون في وسائل الاتصال أحكامهم التقويمية وتفضيلاتهم لشيء على شيء مما يوجه عملية جمع الأخبار وانتقائها وتقديمها.³

¹ - إبراهيم مصطفى ، مرجع سابق ، (768/ 02)

² - مُجَّد حمدي زقزوق ، الإنسان والقيم في التصور الإسلامي ، مصر ، دار الرشد للنشر والتوزيع ، ط 1 ، 2003 ، ص 143

³ - د.حسني مُجَّد نصر ، د.سناء عبد الرحمان ، التحرير الصحفي في عصر المعلومات ، الإمارات العربية المتحدة ، دار الكتاب

الجامعي ، ط 4 ، 2014 ، ص 71

❖ **المطلب الثاني: أهمية القيم الخبرية :**

القيم الإخبارية هي مجموعة العناصر أو المعايير التي تقوم على أساسها الأخبار الصحفية، وتتداخل في عملية انتقاء أو رفض المحرر الصحفي للأحداث أو الوقائع المقبولة للنشر، ويمثل محاولة فهم طبيعة هذه القيم وتحديد ماهيتها ، أهمية كبرى للممارسين الإعلاميين لأن على ضوئها تحدد اختياراتهم وأسلوب عملهم في عملية التغطية الإخبارية.¹ فالمندوب الصحفي - على سبيل المثال - الذي يجلب الخبر ويتلقاه من مصادره المختلفة يقوم بعملية تقييم أولية ومنذ البداية لهذا الخبر ، وعلى ضوء هذا التقييم يزداد اهتمامه بهذا الخبر أو يقل، وبتالي يبحث عن مزيد من التفاصيل والدقائق المرتبطة به أو يهملها.²

هذا التقييم الذي قام به المندوب ، وهو واحد من سلسلة طويلة من التقييمات التي يتعرض لها الخبر في مشواره حتى النشر، وما بعد النشر، والذي يترتب عليه اتساع أو ضيق إدراكه ودرجة اهتمامه بالتغطية الخبرية ونقلها كما هي إلى الصحيفة التي يعمل بها أو محاولة تطوير أفكارا أو زوايا جديدة لها لا يتم اعتباطا وفقا لأهواء المندوب الصحفي.

ولا تتوقف أهمية القيم الإخبارية على توجيه عملية جلب وتلقي الصحفيين للأخبار، ولكن في قياس أهمية هذه الأخبار والمفاضلة بينها في النشر، وفي الإجابة على السؤال التقليدي الذي يتردد على لسان جهاز التحرير بكل صحيفة كل يوم، ما هي الموضوعات التي ينبغي اختيارها كأخبار لهذا اليوم ؟ وذلك على ضوء محدودية الموارد والوقت والمساحة المحددة للنشر، وغزارة الأخبار المتدفقة يوميا إلى الصحيفة .

يبد أن القيم الإخبارية، لا تقرر في حد ذاتها أهمية الأخبار وإنما تقرر - وهذا هو الأهم - طبيعة الأخبار وتوجهاتها العامة، وبتالي تأثيراتها الاجتماعية. فتبني قيم مثل التباين أو الصراع، والغرابة، والتوقيت كقيم إخبارية تفرض على الصحفي الميل إلى التجزئة والتفرد في المعالجة الإخبارية والتعامل

¹ - د. عبد الفتاح عبد النبي، سوسيولوجيا الخبر الصحفي دراسة في انتقاء ونشر الأخبار ، القاهرة ، العربي لنشر والتوزيع،

ط1، 1998، ص 39

² - المرجع نفسه ، ص 40

مع الأخبار كوقائع، وأحداث متفردة وليس كأشياء متباينة ومترابطة بغيرها من الوقائع في المجتمع ، وهو ما يجعل المهمة الإخبارية عاجزة عن إعطاء القارئ رؤية متسقة ومتكاملة للأحداث¹.

❖ المطلب الثالث : عناصر القيم الخبرية :

عناصر القيم الإخبارية هي الخصائص التي يتميز بها الخبر، ولا يوجد اتفاق عام حول عدد هذه العناصر (الخصائص)، وهناك اجتهادات حول عدد عناصر الخبر، فذهب البعض إلى أن عدد عناصر الخبر خمسة ، فيما ذهب بعض آخر إلى أن عددها ثلاثة ، وقال آخرون أن عدد عناصر الخبر أربعة عشر عنصرا ، فيما ذهب فريق رابع إلى أن عددها عشرون عنصرا.²

أ- الشهرة:

و يعني أن يكون الخبر متعلقا بشخصية مهمة وبارزة على المستوى السياسي أو الرياضي أو الفني، فموت رئيس أو ملك، أو موت فنان كبير الشهرة، أو موت لاعب كرة قدم مشهور جدا أخبار تشد اهتمام كبيرا جدا.

ب- الصراع:

و تتجسد في أخبار الحروب و الثورات والكوارث و الأزمات والحروب الأهلية والانتخابات السياسية، وفي هذه الحالات تطغى تلك الأخبار وتطوراتها السياسية والميدانية على واجهة نشرات الأخبار الإذاعية والتلفزيونية كما تحتل الصفحات الأولى في كل صحف العالم لأهميتها وجدتها وانتشار اهتمام أوساط الرأي العام في منطقة وقوعها وفي العالم بوقائعها.³

ت- الضخامة:

إن الضخامة يمكن أن تأتي من العدد أو الحجم أو اتساع و كبر الآثار المترتبة على الأحداث أو الوقائع ، و يعني ذلك " أن الضخامة تعني ارتباط الخبر أو الواقعة أو الحادثة بعدد كبير من الناس أو،

¹ - د. عبد الفتاح عبد النبي، مرجع سابق ، ص 40

² - بداني فؤاد ، مرجع سابق ، ص 100

³ - عبد الرزاق محمد الديلمي ، فن التحرير الإعلامي المعاصر ، عمان ، دار جرير للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2010 ، ص 72

كثرة أعداد الناس الذين تدور حولهم الواقعة" و يتخذ الخبر صفة الضخامة بناء على أن له عواقب أو نتائج مهمة فأهمية الخبر تزداد قيمة كلما زادت توقعات الناس حول ما يتبعه من تأثيرات أو عواقب.¹

ث- التأثير:

يقصد به إثارة اهتمام أكبر عدد من الناس ، فمن الأخبار ما يمس جماعة قليلة من الناس في المجتمع ، فلا يؤبه له كثيرا في الصحف و وسائل الإعلام ، و من الأخبار ما يمس أكبر عدد ممكن من أفراد المجتمع ، أو يمس مرفق من أهم المرافق الحيوية في هذا المجتمع ، أو يمس مشكلة من أكبر المشاكل السياسية أو الخلقية أو الاقتصادية التي تهم المجتمع ، و إذ ذاك ترى وسائل الإعلام تخصص لهذا الخبر الضخم مكانا ظاهرا في صدرها.²

ج- التداول :

و هذا العنصر يمثل خاصية الاستمرار في تداول الخبر حتى يأخذ جدارته و أهميته الصحفية و يجعل من المجتمع يتغير تجاه قضية ما كانت تبدو صغيرة و لكن مع الاستمرارية في تداول الموضوع يصبح حدثا هاما بالنسبة للجمهور.³

د- الحداثة :

و تعني أن يكون الخبر حديث الوقوع و لم يسمع به بعد و يحتوي على معلومات جديدة.

حيث ينبغي أن يتسم الخبر بالحداثة أو الجدية أو الحالية ، و يقصد به أن يكون جديدا و معاصرا للأحداث و مواكبا لها .⁴

¹ - سارة بوشارب ، تحوير الأخبار في الإذاعات المحلية (دراسة ميدانية على القائم بالاتصال في إذاعة أم البواقي) ، رسالة ماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص سمعي بصري (منشورة) ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة العربي بن مهيدي

أم الوافي ، 2017 ، ص 71

² - عبد الرزاق مجد الديلمي ، مرجع سابق ، ص 71

³ - المرجع نفسه ، ص 73

⁴ - طارق سيد أحمد خليفني ، فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية ، مصر ، دار المعرفة الجامعية ، د ط ، 2005 ، ص 110

ذ- التوقيت :

إن توقيت وقوع الحدث يضيف إليه أهمية مضاعفة ، أي أن توافق وقوع الحدث مع الظروف العامة يعطيه قوة و يضاعف من إمكانية نشره و يجعله محط اهتمام عدد كبير من الجمهور.¹

ر- القرب :

بمعنى قربه من مصالح و اهتمامات المجتمع الذي يتلقاه و هذا قد يشير إلى المحلية أو القرب المكاني و لكن الأهم هو القرب النفسي.²

ز- الغرابة :

تمثل القصص الطريفة شكلا آخر من الأخبار التي لا يمكن إهمالها لمجرد اختفاء العناصر الإخبارية الأخرى ، بل يكفي أن يكون " غريبا " لكي يكون خيرا ذلك أن مثل هذا الخبر قد يعيش في أذهان جمهور القراء أكثر مما يعيش خبر استقالة موظف كبير بسبب خلافه مع بعض الزملاء في العمل ، و تذهب بعض الصحف إلى أن عناصر التشويق و الإثارة و الطرفة و الروعة من أهم سمات الخبر الجيد.³

س- التوقع :

التوقع أو النتائج من العناصر المهمة الواجب توافرها في الخبر ؛ إذ أصبحنا في عصر تقاس فيه أهمية الخبر بما يمكن أن يثيره لدى القارئ من توقع لما ينتج عنه أو ما يثيره من احتمالات أو استنتاجات أو ما يثيره في ذهن القارئ من تساؤلات عن نتائج وعواقب هذا الخبر سواء على القارئ أو على المجتمع ؛ مثل خبر عن تدهور صحة رئيس الجمهورية .⁴

1 - طارق سيد أحمد لخيفي ، مرجع سابق ، ص 112

2 - نعمان عثمان ، الخبر ومصادره في العصر الحديث ، مصر ، دار المعرفة الجامعية ، د ط ، 2006 ، ص 15

3 - سارة بوشارب ، مرجع سابق ، ص 71

4 - د.عدراء عيواج ، مرجع سابق ، ص 70

ش- الأهمية :

بعد تناول موضوعات الأخبار التي تدخل في دائرة اهتمام الأفراد و تؤثر في حياتهم إحدى أهم القيم في العالم المتقدم فالبحت فيه عن القصص الإخبارية التي تشعر الناس.¹

ص- الاهتمام الإنساني :

وهو العنصر الذي يحرك أو يثير العواطف الإنسانية عند القارئ أو المشاهد أو المستمع، وعندما يتوفر عنصر الاهتمامات الإنسانية في الخبر فان بقاء الخبر في دائرة الجدة والاهتمام يكون مضمونا.

مثلا : مشهد طفلة فلسطينية وهي تجري بين جثث أفراد أسرتها الشهداء على شاطئ بيت لاهيا هي من اهتمامات إنسانية لكل الفلسطينيين والعرب وأوساط الرأي العام العالمي.²

❖ المطلب الرابع : المعايير الخاصة بالسياسة التحريرية :

لا تكفي القيم الخبرية وتوافرها في خبر ما للحكم بصلاحيته للنشر أو للإذاعة. إذ تتدخل عوامل أخرى كثيرة في الحكم على صلاحية الخبر للنشر أو للإذاعة.

ومن أهم هذه العوامل السياسية التحريرية التي تسير عليها الوسيلة الإعلامية في انتقاء الأخبار ونشرها. وتتمثل هذه السياسة في :

أولا : طبيعة جمهور الصحيفة:

ويمكن تحديد علاقته الفعلية بالسياسة التحريرية من خلال مستويين أو جانبيين: الجانب الأول: هو تحديد الجمهور الفعلي الذي يقرأ الصحيفة بالفعل والجمهور المستهدف الذي تخطط الصحيفة للوصول إليه ليصبح جمهوراً فعلياً ومعرفة سماته وخصائصه الجنسية والعمرية والسيكولوجية والاجتماعية والاقتصادية واهتماماته، والجانب الثاني: يتعلق بما يريده الجمهور وما يحتاج إليه، وهل تسعى السياسة

¹ - مُجَّد معوض ، الخبر في وسائل الإعلام ، القاهرة ، دار الكتاب الحديث ، ط 1 ، 1994 ، ص 10

² - سعيد ربيع عبد الجواد ، فن الخبر الصحفي، القاهرة ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، ط 1 ، 2005 ، ص 76

التحريرية إلى الاكتفاء بتلبية رغبات الجمهور أم تهدف إلى الموازنة بين ما يرغب فيه وما يحتاجه بالفعل؟¹

ثانيا : سياسة الدولة التي تصدر فيها الصحيفة :

فالصحيفة المملوكة للدولة تحرص على نشر الأخبار الداخلية والخارجية التي تتوافق مع سياسة الحكومة، والصحيفة غير المملوكة للدولة تحرص هي الأخرى أن لا يتعارض ما تنشره من أخبار دولية مع السياسة الخارجية للدولة .²

ثالثا : المساحة المخصصة للأخبار :

يؤثر الحيز المتروك للأخبار في الصحيفة سلبا في اختيار الأخبار ونشرها وطريقة عرضها. فهو يؤثر سلبا عندما يكون الحيز المخصص أكبر من الأخبار الواردة للصحيفة، ولذلك تضطر إلى نشر أخبار لا تتوافر فيها قيم خبرية أساسية، أو تلجأ إلى نمط الأخبار وإطالتها أو الإضافة إليها. كما قد يؤثر هذا العامل أيضا عندما يكون الحيز المخصص أقل من الأخبار الواردة للصحيفة ، فتضطر الجريدة إلى التفضيل بين الأخبار واستبعاد أخبار كانت تستحق النشر.

رابعا : عدد المحررين في قسم الأخبار :

فإذا كان عدد المحررين كافيا، زادت مساحة الاختيار لدى رئيس القسم، أما إذا قل عدد المحررين.. وقل بالتالي عدد الأخبار التي يحصلون عليها للصحيفة، فإن رئيس القسم قد يلجأ إلى نشر أخبار لا تتوافر فيها قيم خبرية.³

خامسا : الاعتبارات الشخصية لرؤساء التحرير :

يشمل الجهاز التحريري للصحيفة رئيس التحرير ومدير أو مديري التحرير ونواب رئيس التحرير

¹ - د. الأمير صحصاح ، العوامل المؤثرة على السياسة التحريرية في الصحافة ، شوهد بتاريخ : 2020/08/06 على

الساعة : 09:40 ، الموقع : <https://mqqal.com/>

² - د.حسني محمد نصر ، د.سنا عبد الرحمان ، مرجع سابق ، ص 81

³ - المرجع نفسه ، ص 82

ورؤساء الأقسام والمحريين والمندوبين ومهمة الجهاز التحريري هي جمع وإعداد كل مادة صحيفة تطبع في الصحيفة ويضم الذين يجمعون الأخبار والذين يعيدون كتابة هذه الأخبار أو يراجعونها أو الذين يرسلون الأخبار من الخارج والذين يتلقونها ويعيدونها للنشر أو الذين يخططون وينفذون ويكتبون ويجرون الموضوعات الصحفية ويتولى الجهاز التحريري تزويد الجهاز الفني للصحيفة بأصول المواد التحريرية.

ويتوقف على الطريقة التي يدار بها عمل الجهاز التحريري نجاح الصحيفة ومن هنا فلا بد من التعاون والتفاهم بين الأقسام المختلفة كي يتحقق للصحيفة عنصر التجانس والتنسيق الذي يتم من خلال اجتماعات متعددة . ويتصل بالجهاز التحريري مجموعة عوامل تؤثر بشكل أو بآخر في سياسة التحرير منها:

- المعايير التي تحكم اختيار أفراد الجهاز التحريري.
- ظروف تنشئتهم الاجتماعية والثقافية وانتماءاتهم السياسية.
- تأهيلهم وتدريبهم وما يتمتعون به من مهارات صحفية.¹

❖ المطلب الخامس : أخلاقيات نشر الأخبار وضوابطها من منظور إسلامي :

إن أخلاقيات المهنة الإعلامية وجهات داخلية لقرارات مهنية في مختلف المواقف والموضوعات التي يواجهها الإعلامي أثناء عمله المهني، فالإعلامي أو الصحفي الناجح لا يحتاج إلى قوانين ورقابة الحكومة لتنظيم أمور مهنته، فهناك أيضا الدوافع والرقابة الذاتية وأخلاقيات المهنة الإعلامية كضوابط للعمل الإعلامي.

قبل كتابة الخبر أو نشر الصورة لابد أن يفكر الإعلامي أو الصحفي - محررا كان أم مصورا لا فرق؟ .. المهم لابد لهما من التفكير العميق في جميع المشكلات التي ستثيرها تلك الأخبار أو الصور بعد النشر .. فلا بد للصحفي من دراسة كل الخيارات لديه.²

¹ - د. الأمير صحصاح ، مرجع سابق ، الموقع : <https://mqqal.com/>

² - أخلاقيات ومبادئ العمل الصحفي الإعلامي ، شوهده بتاريخ : 2020/08/06 على الساعة : 11:00 ، الموقع :

<http://hrdoegypt.org/>

1- الرقابة على الأخبار :

تحرص الحكومات المختلفة على إحاطة الأخبار التي تنشرها وسائل الإعلام داخل الدولة وربما خارجها بسياج من التشريعات المختلفة التي تجرم نشر الأخبار غير الصحيحة أو الكاذبة وكذلك الأخبار التي تتضمن تعريضا بالنظام الحاكم أو تحريضا على الثورة ضد النظام¹.

2- أخلاقيات نشر أخبار الجرائم :

تعتبر أخبار الجريمة آفة من آفات الصحافة الحديثة. ويرى بعض العلماء أن نشر أخبار الجريمة ضرورة للمجتمع؛ لأن الصحيفة مرآة ينعكس عليها الواقع ولا بد للجمهور أن يعرف الحقائق المحيطة به، وأن يعرف الأشرار وألعيبيهم ودور رجال الشرطة في القبض على المجرمين، وكشف أخلاقهم للناس، فإذا ما عرفوا وسائل المجرمين في السرقة والاحتيال، أصبحوا محصنين ضدها، كما أن الخبر الصحفي قد يساعد رجال الشرطة في البحث عن المجرم ومطاردته.

غير أن فريقا آخر من العلماء يعارض نشر أخبار الجريمة ويعتبر أنها ضارة بالمجتمع، وخاصة إذا ما ظهر المجرم بصورة بطل محبوب، كأبطال الروايات والمسرحيات. فبدلا من نشر خبر الجريمة وتقبيلها، وتحليل أسبابها، وطرق القضاء عليها، نجد أن الصحف تسلي القراء بأخبارها، وتظهر المجرمين بطريقة تدعو إلى الإعجاب. كما أن هذا النشر قد يحيط المجرمين علما بخطوات رجال الشرطة وأساليبهم، فيتعلم المجرم كيف يتفادها وينجو منها، هذا فضلا عن أن نشر محاكمات المجرمين قد يتخذ شكلا مسرحيا يطمس الحقائق، ويؤثر على سير المحاكمة. والحقيقة أنه لا يجوز للصحافة أن تسلب الأشخاص المتهمين حقهم في محاكمة عادلة.²

3- بعض آراء المؤيدين والمعارضين لنشر أخبار الجرائم :

نستعرض بعض الآراء للفريقين وهي :

أ- المؤيدون فإنهم يرون :

- أن الصحيفة تمد الجمهور بحقيقة الجريمة ليصبح الناس مستعدين لعمل شيء حيالها .

¹ - د. حسني مجد نصر ، د. سناء عبد الرحمان ، مرجع سابق ، ص 237 - 238

² - إبراهيم إمام ، دراسات في الفن الصحفي ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ط 1 ، د ت ، ص 126 - 127

- أن نشر الجريمة يحول أيضا دون فعل الشر في ذاته.
- أن أخبار الجريمة تكشف عن أساليب المجرمين في اقرار جرائمهم الفظيعة ، وتساعد رجال الأمن في القبض عليهم .
- في النفس البشرية ميل إلى التشفي من مرتكبي الجرائم ، وميل إلى الاطمئنان على سير العدالة التي من شأنها أن تعاقب المجرمين الذين يرتكبون هذه الجرائم.
- في النفس البشرية تميل إلى التشفي إلى مرتكبي الجرائم ، وميل إلى الاطمئنان على سير العدالة التي من شأنها أن تعاقب المجرمين الذين يرتكبون هذه الجرائم .
- أن الأطفال لا بد أن يكون لهم علم بالخير والشر معا ، وذلك قبل نزول إلى معترك الحياة ، والشر ناحية من نواحيها ينبغي أن يدرس على الأقل بهذه الطريقة .¹

ب- المعارضون فيرون :

- إن الصحف كثيرة ما تكتفي بمجرد عرض أخبار الجريمة بدون التعرض لأسبابها ، والتحليل الدقيق لهذه الأسباب
- إن الصحف كثير ما تسلك طريق المبالغة في تأكيد الجريمة ، فتعطي بذلك صورة خاطئة للقارئ
- إن نشر أخبار الجريمة ، كما يفيد رجال الأمن في تعقب المجرمين ، فهو كذلك يفيد المجرمين أنفسهم في الإمعان في التخفي.
- في نشر الجريمة - كما قلنا - تعظيم لشأن المجرم ، وتصويره بصورة البطل الذي حير رجال الأمن ، واسترعى انتباه العامة والخاصة.
- كثيرا ما يحول في نشر الجريمة دون الوصول إلى العدل في الحكم في قضايا الإجرام، لأنها تؤثر في إدراك القضاة ، والمحامين، والشعب نفسه، وتقديرهم لهذه الجرائم.²

4- سمات وضوابط الخبر من المنظور الإسلامي

أولا : سمات الخبر من منظور إسلامي :

أهم السمات الواجب توافرها في المواد الخبرية التي تبثها الصحافة الإسلامية :

¹ - د. عبد اللطيف حمزة ، المدخل في فن التحرير الصحفي ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، ط4 ، دت ، ص 193

² - د. عبد اللطيف حمزة ، مرجع سابق ، 194- 195

أ- الصدق :

يعتبر الصدق أهم سمة من سمات الخبر ، ولا يكون الخبر مادة إعلامية قابلة للنشر ما لم يكن متعلق بحدث قد وقع فعلا، والصدق سمة ضرورية لنشر الخبر، لكنها شرط لازم غير كاف، إي إن الخبر لا يصلح تسميته بهذا الاسم إلا إذا توافرت له هذه السمة.

ولقد استطاع الإعلام الإسلامي بتمسكه بهذه السمة في أخباره أن يكسب مصداقية راسخة في صفوف متابعيه ، ويجوز إعجاب ناقديه ، ويحقق ما اعتبره الإعلاميون إعلاما مثاليا على أرض الواقع.¹

ب- الدقة:

تعتبر الدقة إحدى السمات الواجب توافرها في المادة الخبرية بانعدامها تفقد قيمتها و تصبح محل شك وريبة .

وإذا كان الإعلام الغربي يجعل من سبق الصحفي قيمة حضارية كبرى يحرص عليها ويتباهى بها ، فيحرص في بنشر الأخبار في عجلة شديدة ودون رواية جذبا للشهرة، وإثارة للقراء والمشاهدين والمستمعين، حتى يقبل المعلنون على شراء المساحات الصحفية والأزمدة الإذاعية ، فإن الإعلام الإسلامي يتوخى الدقة في الموضوعات الأمنية، ويحرص التأكد من صحة الأنباء، والتثبت من دقتها ، مؤثرا الجانب الأخلاقي على الجوانب المادية الأخرى .²

وليس ذلك بدعا على الصحافة الإسلامية ، المستمدة أساسا من تعاليم الدين الإسلامي وهديه، فالإسلام يحث أبناءه على التثبت من الأخبار ، والتيقن من حدوثها والتروي في نشرها إن كان هناك شك في صدقها، كما يوضح ذلك البيان الإلهي : قال تعالى ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴾ (الحجرات : 06)

ت- الموضوعية :

حظيت هذه السمة باهتمام كبير من جميع خبراء الإعلام الذين تحدثوا عن المواد الخبرية ، والناظر في الصحافة الإسلامية يدرك أن الموضوعية يجب أن تكون سمة واضحة لا تحيد عنها إلا عندما تلتبس في الأخبار أخطار تواجه المجتمع ، أو اتهامات لبد من التصدي لها.

¹ - د. إسماعيل حمدي مجد ، مرجع سابق ، ص 40

² - المرجع نفسه ، ص 41

وتحرص الصحافة الإسلامية على أن تعتمد على الموضوعية في نشر الحقائق والبعد عن المبالغات والمهاترات، وان تقدر شرف الكلمة مع وجوب صيانتها من العبث، والارتفاع عن كل ما من شأنه إثارة الفتن والضغائن وإيقاظ الأحقاد، مع كفالة حرية التعبير ضمن الأهداف والقيم الإسلامية.¹

ثانيا : ضوابط الخبر في القرآن الكريم :

اهتم القرآن الكريم بالخبر ابتداء من معالجة مرحلة جمعه وهي من أهم خطواته وأكثرها حساسية، فمن مرحلة الاستقاء يتم التعرف على إمكانية انتشاره ورواجه، ووجد له الضوابط التي تعنى بضرورة الانتباه لمصادره وتحديد كيفية الحصول عليه والطريقة التي يتم بها التعامل مع الجوانب المتعلقة بحدوثه. وهناك ضوابط تشير إلى ضرورة الانتباه إلى المرحلة الثانية من تصنيع الخبر، وهي كيفية تقديم متنه ومحتوياته ومعالجته من حيث مطابقته لظروف حدوثه، وهي مرحلة مهمة تعنى بصدق وموضوعية وأنية الخبر.

ولم تحمل الضوابط القيمة التي وضعتها الآيات العظيمة المرحلة الثالثة والأخيرة لإنتاج الخبر والمتعلقة بمعالجة توزيعه وأثره وصداه وكيفية التعامل مع انتشاره ورواجه.²

ومن أهم الضوابط الشرعية التي وضعها القرآن لتأمين وتأطير المصادر هي:

أ- التبيين والتحقق من المصادر :

وإذا كان الإسلام يمنح للقائم بالاتصال الحرية الكاملة في الحصول على الأخبار على أساس انه يعتبرها غاية نبيلة تمثل الحصول على الحقيقة وتبليغها للناس، فانه لا يعترف باستعمال الوسائل الحقيرة وغير الشرعية والمحتالة، للوصول إلى تحقيق غاية نبيلة³، فمفهوم الحرية في الإسلام غيره لدى فلسفة النظم الأخرى، وهو يعني إطلاق العنان للإنسانية في الإنسان كما يعني إطلاق العنان للعقل باعتباره المميز لهذا المخلوق عما سواه من سائر الكائنات، و في سبيل تحقيق حرية هذا شأنها لا بد من ضبط

¹ - د. إسماعيل حمدي مجد، مرجع سابق، ص 42

² - عبد الحي عبد السميع، الخبر في القرآن الكريم، مذكرة ماجستير دعوة وإعلام (منشورة)، كلية العلوم الإسلامية والاجتماعية، جامعة باتنة، 2010، ص 122

³ - المرجع نفسه، ص 123

الغرائز وتنظيم الشهوات، وهذا ما يقوم به الإسلام حين يحرر عقل الإنسان من العبودية لغير الله فلا يرضى بشرع غير شرع خالقه، وحين يحرم على الغرائز ممارسة أهوائها وشهواتها فلا تترع إلى الحيوانية ولا تضل بالإنسان عن طريق الإنسانية الحقيقية.¹

قال تعالى ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنِ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴾ (الحجرات : 06)

ب- نقاء عملية استقاء الأخبار :

يورد القرآن الكريم في أكثر من موقع أوامر صارمة ويفرض إجراءات ردية تحول دون استغلال الطرق الملتوية للحصول على الأخبار، فالمصدر الممون بالخبر يفترض فيه حسب المنهج القرآني أن يحصل على معلوماته وأنبائه بصورة تناسب المهمة الخيرية التي يصبو إليها فليس له أن يتجسس على الآخرين ولا أن ينتحل شخصيات مختلفة ليغطي مهمته الأساسية ولا يجب أن يسترق السمع أو يفسر الأحداث بالظن دون اليقين وقد جاء البيان الإلهي واضحا حكيما وشاملا في هذا الصدد .

قال تعالى : ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا بَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ ﴾ (الحجرات : 12).

ولقد عرف الرسول الأعظم ﷺ مدى تأثير هذه المصائب على المجتمع إذا لم يتم اجتنائها من نفس الفرد وسلوكه، فحذر منها داعما التوجه القرآني النوراني، مستلهما من نوره الساطع إذ قال : ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا بَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ ﴾² . واعتبر الظن أكذب الحديث لأنه غير مبني على اليقين والدقة، بل على التقريب والمجازفة ، فيحتمل أن يضر حيث أريد له أن ينفع أو العكس،

¹ - فؤاد توفيق العاني ، الصحافة الإسلامية وأثرها في الدعوة ، لبنان ، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع ، ط 1، 1993، ص 361

² - صحيح مسلم ، باب تحريم الظن والتجسس والتنافس ، ح ر 1985 ، (04 / 1985)

ومصدر الخبر الذي يحصل على معلوماته بهذه الطرق الملتوية لا يمكنه أن يكون متأكدا من أغلبها مدققا فيها فيصاحبها عادة بما يظنه ويتوقعه.¹

¹ - عبد الحي عبد السميع ، مرجع سابق ص 129- 130

المبحث الثالث : فنيات الخبر الصحفي

تتنوع الفنون الإعلامية ، وهي الأشكال التي تأخذها المادة الإعلامية عند تقديمها للجماهير، تنوعا كبيرا، يمكن تقسيم هذه الفنون على أكثر من مستوى.

فعلى مستوى الوسيلة الإعلامية ، يمكن التمييز بين الفنون الصحفية والفنون الإذاعية والفنون التلفزيونية ولكل منها ما يميزها عن الأخرى وفقا لتمايز التكنولوجيا المستخدمة في كل وسيلة من جانب، وتمايز إمكاناتها وطرق عرض المادة فيها، فالصحافة المطبوعة لها فنونها التي تتفق مع الكلمة المقروءة ومع طبيعة بيئة التعرض لها من جانب القراء. بينما تستخدم الإذاعة فناها إعلامية تتفق مع طبيعة الكلمة المسموعة وتستفيد من إمكانات التواصل التي يتيحها الراديو. وعلى نفس المنوال تستفيد الفنون التلفزيونية من الإمكانيات التي تتيحها تكنولوجيا البث التلفزيوني من كلمة مسموعة وصورة مرئية ومتحركة.

وعلى مستوى ثان يمكن التمييز بين فنون الخبر وفنون الرأي ، والأولى تتركز على المادة الخبرية في الأساس وما يتولد عنها من فنون إعلامية أخرى كالتحقيق الصحفي والقصة الخبرية والصورة الخبرية والحديث الصحفي ذي الطابع الخبري والتقرير الصحفي، أما الثانية فتركز على المواد التي تعبر عن الرأي مثل المقالات والكاريكاتير.¹

❖ المطلب الأول : مفهوم التحرير الصحفي وأهميته :

مفهوم التحرير الصحفي :

عرفه الدكتور محمود أدهم أنه هو طريقة الكتابة الفنية التي تتيح للمحرر الصحفي، استنادا إلى فكرة مميزة، ومن خلال قيامه بمسؤولياته ووظيفته، تسجيل الأحداث المهمة الحالية والمتجددة ، ونقل الوقائع والتفصيلات والصور والمشاهد المرتبطة بها والتعريف بما أسفر عنه الأقوال والتصريحات والأفكار

¹ - د.حسني محمد نصر ، د.سناء عبد الرحمان ، مرجع سابق ، ص 32

والآراء والاتجاهات والمواقف والقضايا والحلول ذات الجدارة والنفع، وتناول ما يستحق من تطوراتها المتاحة والمتابعة، انطلاقاً من صالح الفرد والمجتمع والإنسانية ووسيلة النشر.¹

أهمية التحرير الصحفي :

فن التحرير الصحفي هو علم وفن في آن واحد ، وهو الركن المهم الذي تركز عليه أي صحيفة أو مطبوعة في عملها وإخراجها وهو كذلك الأساس لنجاح الصحيفة ورواجها بين الناس ، إذ بقدر ما بالصحيفة من فن في إخراجها ودقة في تحريرها يكون رواجها ، وتكون قد نجحت في توصيل رسالتها ، وهذا بدوره يزيد من إقبال المعلنين عليها وذلك أن المعلن يهيمه بالدرجة الأولى أن تكون سلعته وبضاعته معروضة على أوسع نطاق بين الناس² ، كما إن التعبير عن ذلك كله تعبيرا دقيقا وموضوعيا في أغلب الأحوال بعبارات قصيرة و متماسكة وبواسطة لغة صحيحة، سهلة وواضحة وجذابة في شكل عمل فني صحفي يمثل رسالة إعلامية موجهة للجمهور تكون صالحة للنشر والتوزيع في الوقت المناسب.³

❖ المطلب الثاني : مفهوم الخبر الصحفي ونشأته وتطوره :

تعريف الخبر الصحفي :

قد عبر عنه طائفة من علماء الاتصال الأكاديميين، وبعض ذوي الخبرة من الممارسين لمهنة الصحافة ، ومن تعريفات أساتذة الإعلام الأكاديميين منهم :

- تعريف الدكتور لطفي ناصف " الإخبار الموضوعي عن حدث آني يحظى باهتمام عام ، وذلك في إطار وصياغة محددة " .

- تعريف الدكتور إسماعيل إبراهيم " إن الخبر هو تقديم معلومات مفيدة وجديدة عن واقعة أو حدث أو موضوع معين يهم عدد أكبر من القراء ، وترى الجريدة أو المسؤول عن التحرير بها نشره، وتختلف معايير نشر الخبر من مجتمع إلى آخر تبعا لنظامه السياسي والقيم والعادات والمبادئ التي تحكم الناس

¹ - د. حامد عبد القادر الرحاب ، فن التحرير الصحفي ، الأردن ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2015 ، ص 29

² - المرجع نفسه ، ص 30

³ - د.عذراء عيواج ، مرجع سابق ، ص 28

فيه. وتبعاً للسياسة التحريرية للصحيفة ، على أن تكون صياغة الخبر بطريقة سليمة أسلوب واضح يفهمه جميع القراء".¹

نشأة الخبر وتطوره :

لقد مرّ الخبر منذ أن ظهر مع بداية الحياة الاجتماعية، بمراحل ثلاثة ، هي على التوالي :
 مرحلة الخبر المسموع.
 مرحلة الخبر المخطوط.
 مرحلة الخبر المطبوع .
 مرحلة الخبر المسموع :

لقد ظهر الخبر مع بداية الحياة الاجتماعية للإنسان ، وبمجرد أن أصبح الفرد عضواً في جماعة ، أصبح في مقدوره أن يستقبل الأنباء وأن ينقلها من وإلى فرد آخر غيره .
 لقد بدأت مرحلة الخبر المسموع منذ العصور القديمة ، حين عرف الفرد عمليات تبادل الأخبار عندما كان ينفخ في الأبواق معلناً حالة الحرب والسلام ، أو احتفالاً بمناسبة دينية ، أو بزواج أو وفاة حاكم ، أو سقوطه ، أو بتنصيب حاكم جديد .
 وكان ناقل الخبر هو الراوي ، أو الرسول ، أو المنادي ، أو المنتشر ، أو الشاعر، إذ لم يظهر في ذلك الحين الخبر المخصص ، وكانت وسائل نقل الأخبار بذلك الوقت بدائية بطيئة. لقد كان "المنادون" يجوبون الأسواق ، وأماكن التجمعات البشرية ؛ ليبلغوا الأوامر والبيانات ، إذ لم تكن القراءة والكتابة شائعة معروفة وكان رواية القصص والأساطير يقومون بمهمات اتصال وإعلام.²
 الخبر المخطوط :

باكتشاف القراءة والكتابة ظهر الخبر المخطوط ولكن كثير من المجتمعات التي عرفت الخبر المخطوط ظلت ولفترة طويلة لا تستطيع الاستغناء عن الخبر المسموع وذلك لانتشار الأمية وذلك حتى بداية العصور الحديثة .

¹ - د.إسماعيل إبراهيم ، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق ، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط1، 1998، ص13

² - د. أحمد خليل الصالح ، فن الخبر الصحفي ، الأردن ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط1، 2015 ، ص 22

بدأت مرحلة الخبر المخطوط بالنقش على الأحجار والرسم على جدار المقابر والمعابد والقصور وقد عرف القدماء المصريين تبادل الأخبار عن الحجر والنقش وورق البردي والكتابة على الجلود.¹ وقد عرفت معظم الحضارات القديمة الخبر المخطوط كحضارة الصين والإغريق والرومان..فقد

عرفت روما في مرحلة متقدمه في عصر الإمبراطورية خطابات الأخبار News Letter وهناك من الآثار التاريخية ما يؤكد أن يوليوس قيصر قد أصدر عقب توليه السلطة في عام 59 قبل الميلاد صحيفة مخطوطة اسمها Acta Dinra وكانت تهتم بنشر الأخبار عن مداوات مجلس الشيوخ وأخبار الحملات الحربية وبعض الأخبار الاجتماعية كأخبار الجواز والمواليد والجرائم وقد كان للصحيفة مراسلون في جميع أنحاء الإمبراطورية .

مرحلة الخبر المطبوع :

ارتبط ظهور الخبر المطبوع باكتشاف المطبعة في منتصف القرن الخامس عشر على يد "يوحنا جونتبرج"، وقد أمكن عن طريق هذا الاختراع طباعة عدد كبير من النسخ من الخبر الواحد وهذا الذي أدى وصول الأخبار إلى عدد كبير من القراء وخاصة لما توفره الطباعة من الجهد والوقت والتكاليف إذا ما قورنت بالخبر المخطوط .

أدى انتشار المطابع ورخص ثمن الصحف الخيرية وارتفاع توزيع المطبوع منها إلى اختفاء الخبر المخطوط نهائياً.²

❖ المطلب الثالث : القوالب الفنية للخبر :

نقصد بالقالب الشكل النهائي الذي يظهر فيه الخبر من حيث تسلسل الفقرات وترتيب المعلومات المهمة فالأهم وكيفية ابتداء الخبر وانتهائه.

ولأن العمل الصحفي يغلب عليه الجانب الفني فقد ظهرت العديد من القوالب الصحفية ، غير أنه شاعت ثلاث قوالب هي :

¹ - رفعت عارف الضبع ، الخبر ، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط 1 ، 2011 ، ص 48

² - المرجع نفسه ، ص 49 - 50

الهرم المقلوب (المعكوس) :

هو طريقة سرد الوقائع وترتيبها حسب الأهمية دون أدنى مراعاة لتسلسلها الزمني ، حيث يتم وضع أهم ما في الخبر في البداية بشكل يستولي على انتباه الجمهور وتليه أقل أجزاء الخبر أهمية بسلم تنازلي .¹

الهرم المقلوب المتدرج :

بحيث يكون للخبر مقدمة تتضمن أهم تصريح فيه ثم يأتي بعدها الجسم الخبر في شكل فقرات متعددة ليشرح ويلخص كل منهما جانبا من جوانب الخبر . وبين كل فقرة وأخرى يذكر نص تصريح لمصدر الخبر أو الشخصية التي يدور حولها الخبر لتؤكد ما سبق².

الهرم المعتدل :

ويقوم هذا القالب الفني على أساس تشبيه البناء الفني للخبر الصحفي بالبناء المعماري المعتدل بحيث ينقسم الخبر إلى ثلاثة أجزاء مقدمة تحتل قمة الهرم وهي مدخل لموضوع الخبر ، ثم يتلو المقدمة جسم الخبر الذي يحتل جسم الهرم وهي تفاصيل أكثر أهمية في الحدث وتدرج بنا هذه التفاصيل حتى تصل بنا إلى خاتمة الخبر التي تحتل قاعدة الهرم وفي هذا القالب يبدأ الخبر بالتفاصيل الأقل أهمية ثم يتدرج ليذكر التفاصيل الأكثر أهمية حتى يفاجأ القارئ في النهاية بأهم ما في الخبر أو نتيجته وذلك في خاتمة الخبر.³

❖ المطلب الرابع : أنواع الأخبار :

أولا : تصنيف الأخبار وفقا للوسيلة :

¹ - د.عذراء عيواج ، مرجع سابق 54

² - د. حسني محمد نصر ، د.سناء عبد الرحمان ، مرجع سابق ، ص 217 .

³ د. فاروق أبو زيد ، مرجع سابق ، ص 330-331

الخبر الصحفي والخبر الإذاعي والتلفزيوني :

ولعل من أولويات تصنيف الخبر في المجال الإعلامي تصنيف الأخبار وفقاً للوسيلة الإعلامية التي تحمل هذه الأخبار ، وتقوم بجمع الأخبار ونقلها للجمهور .
حيث تصنف الأخبار إلى :

الخبر الصحفي - الخبر الإذاعي - الخبر التلفزيوني - الخبر الإلكتروني .

الخبر الصحفي : نعني به الخبر المطبوع سواء نشر في جريدة يومية أو أسبوعية أو في مجلة أسبوعية أو شهرية أو دورية.¹

الخبر الإذاعي : وصف موضوعي دقيق لحدث أو رأى أو موقف أو فكرة أو قضية تتوافر فيه قيم إخبارية تجعل الإذاعة تقدمه إلى جمهورها.²

الخبر التلفزيوني : ينقل إلينا الخبر التلفزيوني حدثاً سياسياً أو اقتصادياً أو رياضياً أو اجتماعياً راها بطريقة تجمع بين الإيجاز والموضوعية ويجب أن تكون له صلة باهتمامات المشاهد.³

الخبر الإلكتروني : هي الأخبار التي يتم بثها على مواقع الصحف الإلكترونية ، وتضع هذه الأخبار في غالبية المواقع إلى عملية تحديث مستمرة ، وتزود شأها شأن الأخبار الصحفية والتلفزيونية بالصور والخلفيات، إلى جانب ربطها بالأحداث المشابهة وقواعد البيانات والمعلومات.⁴

الفرق بين الخبر الصحفي والخبر الإذاعي والتلفزيوني :

أهم الفروق الرئيسية بين الخبر الصحفي ، والخبر الإذاعي والتلفزيوني فيما يلي :

الفورية / الجدة :

تحرص الإذاعات ومحطات التلفزيون في اختيارها للأخبار على توفر عنصر الفورية فيها ، لكي تلاحق آخر الأحداث .

¹ - د.حسني محمد نصر ، د.سناء عبد الرحمان ، مرجع سابق ، ص 51

² - د.محمد معوض ، د.بركات عبد العزيز ، الخبر الإذاعي والتلفزيوني ، القاهرة ، دار الكتاب الحديث ، ط2 ، 2000 ، ص 09

³ - رستم أبو رستم ، الإعداد والتقديم الإذاعي والتلفزيوني ، الأردن ، دار المعتز للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2017 ، ص 92

⁴ - علي عبد الفتاح كنعان ، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية ، الأردن ، دار البازوري العلمية ، ط1 ، 2014 ، ص 73

- أما في الصحف فإن هذه الفورية تتحول إلى عنصر الجدة الذي قد يطول زمنيا ليكون يوما كاملا أو أسبوعا حسب دورية الصحيفة أو المجلة ، فالخبر الإذاعي خبر فوري ، أما الخبر الصحفي فهو خبر جديد .

الإيجاز/ التفصيل :

- يتميز الخبر الإذاعي بالإيجاز الشديد ، ويقترّب من الخبر القصير الذي يركز على زاوية واحدة من زوايا الحديث .

- الخبر الصحفي يتميز بالتفصيل والإحاطة بزوايا الحدث المختلفة نظرا لاتساع المساحة المخصصة للإخبار في الصحافة المطبوعة .¹

المؤثرات ووسائل الإبراز :

- يعتمد الخبر الإذاعي المسموع على صوت المذيع أو المذيعة فقط في جذب انتباه المستمع .
- في المقابل فإن الخبر الصحفي يعتمد في جذب الانتباه على وسائل الإبراز المطبوعة مثل الألوان والعناوين والإطارات والصور والرسوم .

الجمهور المتعرض لكل منهما :

فالخبر الإذاعي والتلفزيوني لا يتطلب مستوى تعليم معين للمستمع أو المشاهد حتى يستطيع قراءته وفهمه ، على عكس الخبر الصحفي الذي يتطلب حدا أدنى من التعليم، والخبر الإلكتروني يتطلب دراية جيدة باستخدام الحاسوب الآلي وتصفح شبكة الانترنت وربما معرفة جيدة باللغة الإنجليزية.²

ثانيا: تصنيف الأخبار حسب النطاق الجغرافي :

تقسم الأخبار حسب هذا المعيار إلى :

الأخبار الداخلية (المحلية) :

وهي الأحداث والأنشطة التي تجري داخل حدود الوطن .

الأخبار الخارجية (دولية ، عالمية) :

¹ - د.حسني محمد نصر ، د.سناء عبد الرحمان ، مرجع سابق ، ص 52

² - المرجع نفسه ، ص 57- 58

هي كل ما يحدث خارج أرض الوطن ، مع ضرورة الإشارة إلى أنه يتم تصنيف الأحداث الخاصة بالوطن وإن كانت تقع خارج حدوده الجغرافية بالأخبار الداخلية .¹

ثالثا : تصنيف الأخبار حسب طبيعة وقوعها :

ويرتبط هذا التصنيف بما إذا كان الحدث معلوما حدوثه من قبل بالنسبة للصحفي الذي جمعه. فإذا كان الصحفي يعلم أنه أن وزير الأوقاف سوف يعقد غدا مؤتمرا صحفيا لإعلان قواعد تأجير شقق الأوقاف ، فإننا نكون أمام خبر متوقع ، ويعلم الصحفي بوقوع الحدث قبل وقوعه بفترة ويمهد له بنشر خبر عنه أو عن الترتيبات التي أعدت لهذا الحدث.²

رابعا : تصنيف الأخبار وفقا لموضوعها :

أي حسب الموضوع الذي يقدمه الخبر وليس المقصود الحياد وعدم التدخل في الخبر. أي أن الخبر قد يقدم موضوعا سياسيا ، اقتصاديا ، عسكريا ، اجتماعيا، رياضيا، فنيا ، ثقافيا .³

❖ المطلب الخامس : مصادر الأخبار :

يقصد بمصدر الخبر الصحفي الإشارة إلى الأداة التي تحصل من خلالها الصحيفة على الخبر الصحفي.

وهذا الشخص قد يكون شخصا مثل كبار الشخصيات الرسمية والشعبية أو نجوم الحياة الاجتماعية ، وقد يكون هذا المصدر جهة مثل وكالات الأنباء والإذاعات المحلية والأجنبية والصحف المحلية والأجنبية والهيئات والمؤسسات العامة والخاصة وغير ذلك من المصادر.

أولا : المصادر الداخلية (الذاتية) :

وهي تلك المصادر التي تعتمد فيها الجريدة على هيئة تحريرها في الحصول على الأخبار مثل المندوب الصحفي أو المراسل الخارجي.⁴

¹ - د.عذراء عيواج ، مرجع سابق ، ص44

² - د.حسني مُجد نصر ، د.سناء عبد الرحمان ، مرجع سابق ، ص 62

³ - علي عبد الفتاح علي ، مناهج كتابة الأخبار وتحريرها ، الأردن ، دار الأيام للنشر والتوزيع ، ط4، 2014 ، ص 42

⁴ - د. فاروق أبوزيد ، مرجع سابق ، ص 209

المندوب الصحفي أو المخبر :

إن مندوب الأخبار هو العنصر المهم في عملية جمع الأخبار ، ووظيفته واحدة وهي أن يذهب بنفسه إلى مسرح الحياة ، ويحصل بنفسه على المعلومات التي يتكون منها النبأ ، الذي يهم القراء ، وقد يتذرع المخبر إلى ذلك بصفتين هما:

- صفة الاهتمام الشديد بعملية الصحفي .

- وأما الصفة الثانية فهي صفة الفضول مادام الصحفي ينطوي على شيء من المشقة ويحتاج شيء من المزاومة ، ولذلك يقول أحد رجال الصحف " إن المنسوب الذكي أغلى عند صحيفته بكثير من المحرر الذكي " ¹

المراسل الصحفي:

هو الصحفي الذي تعينه المؤسسة الإعلامية سواء كانت جريدة أو إذاعة أو تلفزيون في مكان ما أو مدينه ما ليغطي لها أحداث الدائرة هناك ويرسلها في الوقت المناسب إلى إدارة تحرير المؤسسة. ²

ثانيا : المصادر الخارجية :

ويقصد بها تلك المصادر التي تعتمد عليها الصحيفة من غير هيئة تحريرها مثل وكالات الأنباء والاتفاقيات الخاصة والإذاعات المحلية والأجنبية والصحف المحلية والأجنبية. ³

وكالات الأنباء :

هي الجهاز الذي يتولى استقاء الأخبار من مصادرها الأساسية في مناطق متفرقة من العالم وتوزيعها على الصحف والإذاعات المرئية والمسموعة بأجهزتها الخاصة بها. ⁴

¹ - د. حامد عبد القادر الرحاب ، مرجع سابق ، ص 106

² - أ. صالحى دليلا ، الواقع السوسيو مهني للمراسل الصحفي في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية ، جامعة الوادي ، العدد 10 مارس 2015 ، ص (93-100)

³ - شفيق محمود عبد اللطيف ، وكالات الأنباء رؤية جديدة ، القاهرة ، دار المعارف ، د ط ، د ت ، ص 10

⁴ - علي عبد الفتاح علي ، مرجع سابق ، ص 144

ثالثا: مصادر خارجية أخرى للصحيفة :

الإذاعات المحلية والأجنبية :

إن الصحف لا تستطيع تغطية دول العالم بشبكة من مراسليها ، ولذلك فهي تعتمد على محطات الراديو والتلفزيون في معرفة أهم الأحداث ، لأن هذه الإذاعات المحلية والأجنبية تعتبر مصدرا هاما.

الصحف المحلية والأجنبية :

لا يستطيع أحد إنكار أهمية الصحف بصفة عامة والأجنبية بصفة خاصة فهي تعتبر مصدرا هاما من مصادر الأخبار وخاصة إذا علمنا أن هذه الصحف الكبرى تعتمد على مجموعة ممتازة من مراسليها في الخارج .¹

الخدمات الإخبارية الخاصة :

تمثل الوكالات والهيئات والشركات الإعلامية الخاصة مصادر إخبارية خاصة لبعض الصحف ، فتستطيع عن طريق اتفاقات معينة أن تقوم هذه الوكالات الخاصة بمد بعض الصحف بما يحصل عليه مندوبها من أحاديث إخبارية أو تعليقات أو آراء حول موضوعات حية مثارة في وقتها.²

الانترنت :

وتعد شبكة المعلومات الدولية من أهم المصادر الأخبار أيضا ، فالانترنت الآن أسرع في نشر الأخبار والأكثر انتشارا من وسائل الإعلام الأخرى وربما فاق الإذاعات ومحطات التلفاز لاسيما وان خدمات الانترنت أصبحت رخيصة ومتوفرة ومتطورة.

النشرات :

¹ - أ.د. محمد معوض ، أ.د. عبد السلام إمام ، المدخل في فن الخبر الصحفي وتطبيقاته العلمية ، القاهرة ، دار الكتاب

الحديث ، ط1 ، 2011 ، ص 303-305

² - المرجع نفسه ، ص 310-311

للعديد من الوزارات والدوائر الحكومية والشعبية والهيئات الدولية والسفارات والمكاتب الثقافية والصحفية والمحلية والأجنبية نشرات خاصة تصدر دورية أو بشكل غير منتظم تضمنها أخبار الجهة التي تصدر عنها .

المؤتمرات الصحفية :

المؤتمر الصحفي مصدر للأخبار التي تدلي بها إحدى الشخصيات في حضور أكثر من صحفي لشرح سياسة جديدة أو قوانين أو مناقشة قضية تهم الرأي العام.¹

الوزارات والهيئات الرسمية والشعبية :

هناك كثير من الإخبار التي تحصل عليها الصحف تأتي من الوزارات والهيئات الرسمية والشعبية ومن الشركات والمؤسسات العامة والخاصة ومن أقسام الشرطة والمحاكم والنقابات العمالية والمهنية والمستشفيات واستوديوهات الإذاعة والتلفزيون ، وغالبا ما تخصص الصحيفة مندوبا دائما لها في مثل هذه الأماكن الهامة والمعروف إن قسم الأخبار يخصص مندوبا لكل وجه من وجوه النشاط .

الوثائق:

وفي بعض الحالات تعد الوثائق مصدرا هاما من مصادر الأخبار وخاصة عندما تكشف عن وقائع جديدة أو وقائع قديمة مجهولة.²

الإعلانات :

لقد أصبحت الإعلان أحد معالم المجتمع الحديث والذي لا يمكن الاستغناء عنه فهو مصدر من مصادر تمويل الصحف وكافة وسائل الإعلام كما أنه متصل بالنظام الاقتصادي ، وهو جزء من

¹ - أ.د. عبد الرزاق محمد الدليمي ، الخبر في وسائل الإعلام ، عمان ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2012 ، ص 55

² - د. فاروق أبوزيد ، مرجع سابق ، ص 224 - 226

عملية الإدارة، وهي مادة تهم القارئ كالجانب التحريري تماما ولها أثرها على المشتري والقراء وله أنواع متعددة.¹

¹ - أ.د. مُجَّد معوض ، أ.د. عبد السلام إمام ، مرجع سابق ، ص 329

خلاصة الفصل

يعتبر الخبر مظهراً لرغبة الإنسان في معرفة المجهول ، وإشباع حاجته الفطرية إلى المعرفة ، التي يشعر فيها بالأمن ، وتساعد على التكيف السوي المتزن مع الظروف التي يعيشها ، ولقد اختلف الباحثون والعلماء حول تعريف الخبر .

لدرجة أننا لم نجد تعريفاً واحداً تم الاتفاق عليه ، ذلك أن مفهوم الخبر يختلف من عصر إلى آخر ، ومن نظام إلى نظام وعلى الرغم من هذا الاختلاف إلا أننا لا نستطيع أن نؤكد أن الخبر هو وصف أو تقرير دقيق ، وغير متحيز ، تقدمه وسائل الإعلام على اختلافها (مطبوعة ، مسموعة ، مرئية) عن حادث أو واقعة أو موقف أو فكرة أو قضية أو نشاط، يثير اهتمام جمهور وسائل الإعلام على اختلافهم (قراء ، مستمعين ، مشاهدين)، ويساهم في توعيتهم و تثقيفهم وتسليةهم ، ولهذا تتخذ الأخبار مكانتها الهامة والمرموقة في كل وسائل الإعلام ، والخبر هو الخبر لا يختلف في مضمونه من وسيلة إلى وسيلة أخرى ، إلا طبقاً للطريقة التي تقدم بها الأخبار لجمهورها ، خاصة أن لكل وسيلة سماتها التي تميزها عن غيرها .

الفصل الرابع

الجانب الميداني للدراسة

تمهيد

إن أهمية أي دراسة ودقتها تتعدى الجانب النظري المنطلق منه ويتطلب تدعيمها ميدانيا من أجل التحقق من فرضيات الموضوع .

هذا ما يتطلب من الباحث توخي الدقة في اختيار المنهج الملائم والمناسب لموضوع الدراسة والأحداث المناسبة لجمع المعلومات التي يعتمد عليها فيما بعد، وكذا حسن استخدام الوسائل وتوظيفها هذا من أجل الوصول إلى نتائج ذات دلالة ودقة علمية تساهم كلها في تسليط الضوء على إشكالية الظاهرة المدروسة وفي تقدم البحث العلمي بصفة عامة.

ومن خلال ما تم التطرق إليه في الجانب النظري والذي حاولت فيه قدر الإمكان الإلمام بمختلف المعلومات النظرية التي تخدم موضوع الدراسة من خلال ما تضمنه في فصوله المختلفة يأتي أمامنا الجانب الميداني لتحقيق أكثر وتوضيح عن مدى وعي والتزام الإعلاميين والمراسلين المحليين عن كل ما يتعلق بالخير الصحفي من خلال المنهجية الإسلامية ، وحصد مجموعة من النتائج التي بدورها تزيد من توضيح وشرح موضوع الدراسة بصورة أعمق وأدق والإجابة على بعض التساؤلات التي تم طرحها في الإشكالية .

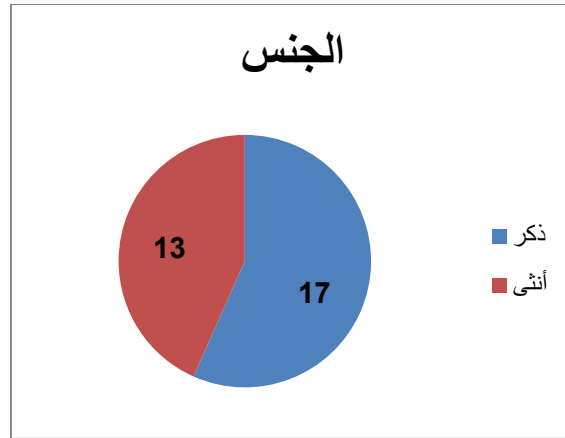
أولاً : عرض البيانات وتحليلها وتفسيرها :

من خلال الدراسة الميدانية تحصلنا على البيانات الآتية وسنقوم بعرض البيانات الشخصية لعينة الدراسة.

المحور الأول : البيانات الشخصية :

الجدول رقم (01) والشكل رقم (01) يبين توزيع أفراد العينة عن حسب الجنس :

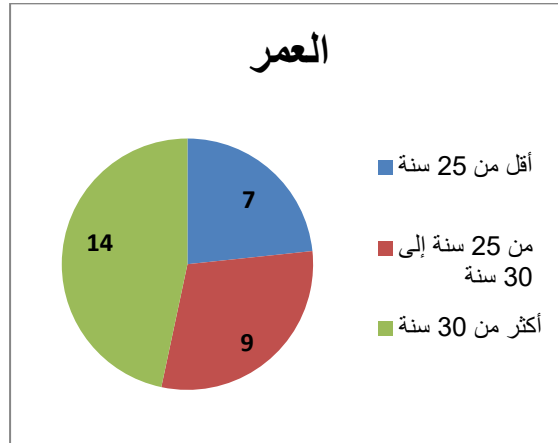
النسبة المئوية %	التكرار	الجنس
56.6 %	17	ذكر
43.4 %	13	أنثى
100 %	30	المجموع



من خلال الجدول رقم (01) والشكل رقم (01) لاحظنا نسبة تكرار الذكور 56.6 % أكثر من عدد الإناث 43.4 % وهذا يعود إلى أن المرأة تفضل العمل في قطاعات أخرى مثل التربية والتعليم.

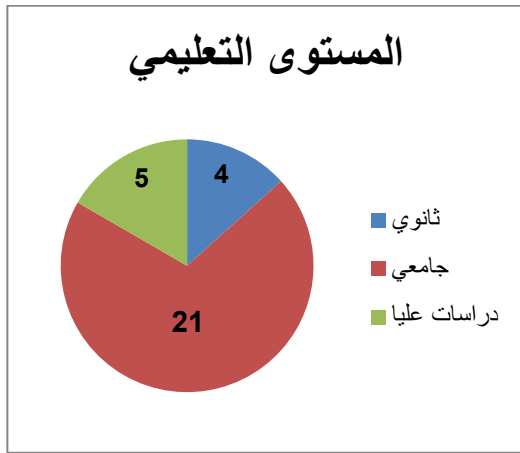
الجدول رقم (02) والشكل رقم (02) يبين توزيع أفراد العينة عن حسب العمر :

النسبة المئوية %	التكرار	العمر
23.3 %	07	أقل من 25 سنة
30 %	09	من 25 سنة إلى 30 سنة
46.7 %	14	أكثر من 30 سنة
100 %	30	المجموع



من خلال الجدول رقم (02) والشكل رقم (02) نلاحظ أن الفئة العمرية الأكثر من 30 سنة بنسبة 46.7 % هي الفئة الأكثر عمل في ميدان الإعلام المحلي ، في حين تليها الفئة من 25 سنة إلى 30 سنة بنسبة 30 % والفئة أقل من 25 سنة بنسبة 23.3 %

الجدول رقم (03) والشكل رقم (03) يبين توزيع أفراد العينة عن حسب المستوى التعليمي :

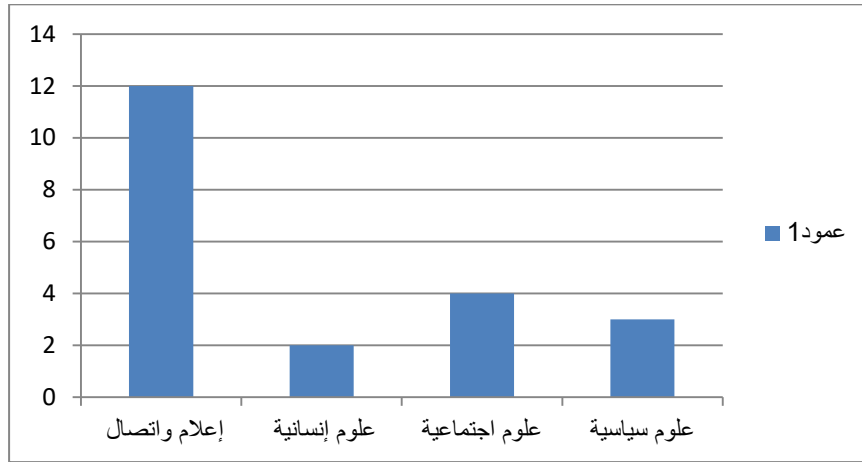


النسبة المئوية %	التكرار	المستوى التعليمي
13.3 %	04	ثانوي
70 %	21	جامعي
16.7 %	05	دراسات عليا
100 %	30	المجموع

من خلال الجدول رقم (03) والشكل رقم (03) نلاحظ أن أغلب المبحوثين من المستوى الجامعي بنسبة 70 % وهذا يدل على أنه أكثر مستوى مطلوب في قطاع الإعلام المحلي ثم تليه الدراسات العليا بنسبة 16.7 % ثم الثانوي بنسبة 13.3 % .

الجدول رقم (04) والشكل رقم (04) يبين توزيع أفراد العينة عن حسب التخصص العلمي :

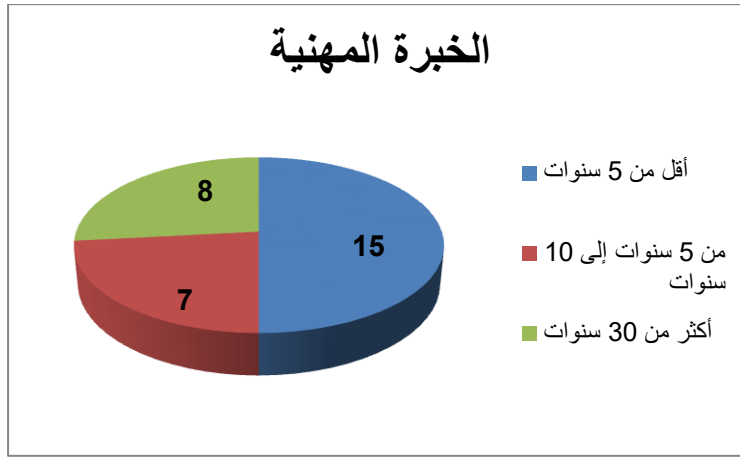
النسبة المئوية %	التكرار	التخصص العلمي
40 %	12	إعلام واتصال
6.7 %	02	علوم إنسانية
13.3 %	04	علوم اجتماعية
10 %	03	علوم سياسية
3.3 %	01	علوم اقتصادية
3.3 %	01	إليكترونيك
23.4 %	07	أخرى
100 %	30	المجموع



من خلال الجدول رقم (04) والشكل رقم (04) نلاحظ أن أكثر إجابات المبحوثين تدور حول تخصص إعلام واتصال بنسبة 40 % وهذا يعود على أن تخصص إعلام واتصال مطلوب بشكل أولى في قطاع الإعلام ثم تليه تخصصات أخرى بنسبة 23.4 % ثم تخصص علوم اجتماعية بنسبة 13.3 % ثم تخصص علوم إنسانية 6.7 % ثم تخصص علوم اقتصادية وإليكترونيك بنفس النسبة 3.3 %

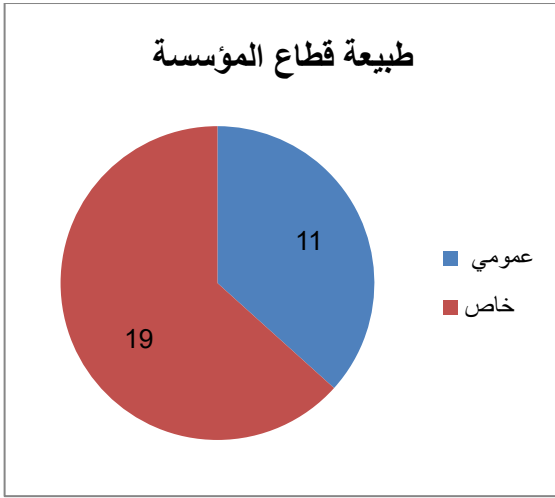
الجدول رقم (05) والشكل رقم (05) يبين توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية :

النسبة المئوية %	التكرار	الخبرة المهنية
50 %	15	أقل من 5 سنوات
23.3 %	07	من 5 سنوات إلى 10 سنوات
26.7 %	08	أكثر من 30 سنوات
100 %	30	المجموع



من خلال الجدول رقم (05) والشكل رقم (05) نلاحظ أن تكرار العاملين أقل من 5 سنوات بنسبة 50 % هي أكثر نسبة وهذا يعود التحاق الكثير منهم بمناصب شغل جديدة في الآونة الأخيرة ثم يليها العاملين الأكثر من 30 سنوات بنسبة 26.7 % ثم العاملين الذين هم من 5 سنوات إلى 10 سنوات بنسبة 23.3 %

الجدول رقم (06) والشكل رقم (06) يبين توزيع أفراد العينة عن حسب طبيعة القطاع الذي تنتمي إليه مؤسستكم :

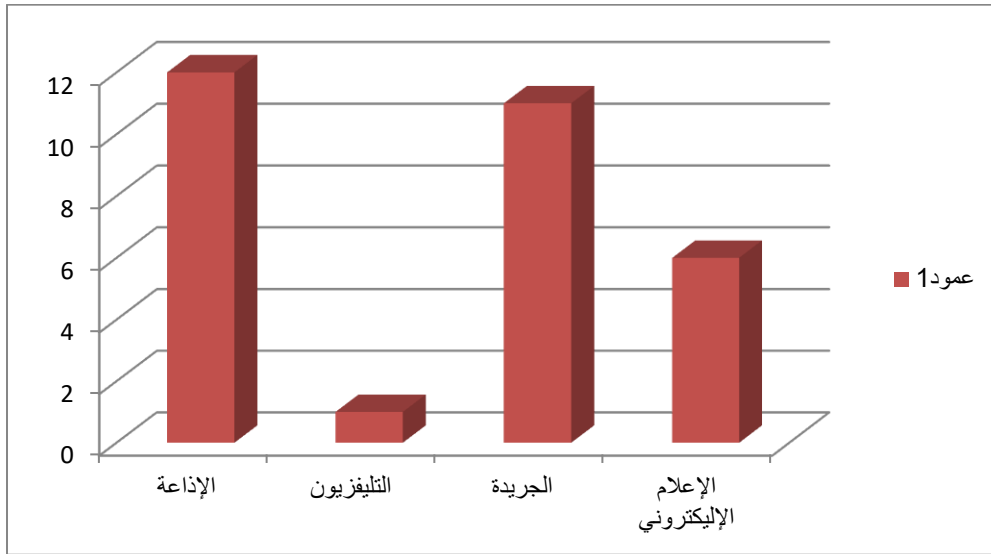


طبيعة القطاع الذي تنتمي إليه مؤسستكم	التكرار	النسبة المئوية %
عمومي	11	36.7%
خاص	19	63.3%
المجموع	30	100%

من خلال الجدول رقم (06) والشكل رقم (06) نلاحظ أن أكثر المبحوثين الذين يعملون في القطاع الخاص بنسبة 63.3% هذا يعود إلى توفر المناصب العمل في القطاع الخاص أكثر من القطاع العمومي ثم القطاع العمومي 36.7% .

الجدول رقم (07) والشكل رقم (07) يبين توزيع أفراد العينة عن حسب نوع المؤسسة الإعلامية التي تشغل بها :

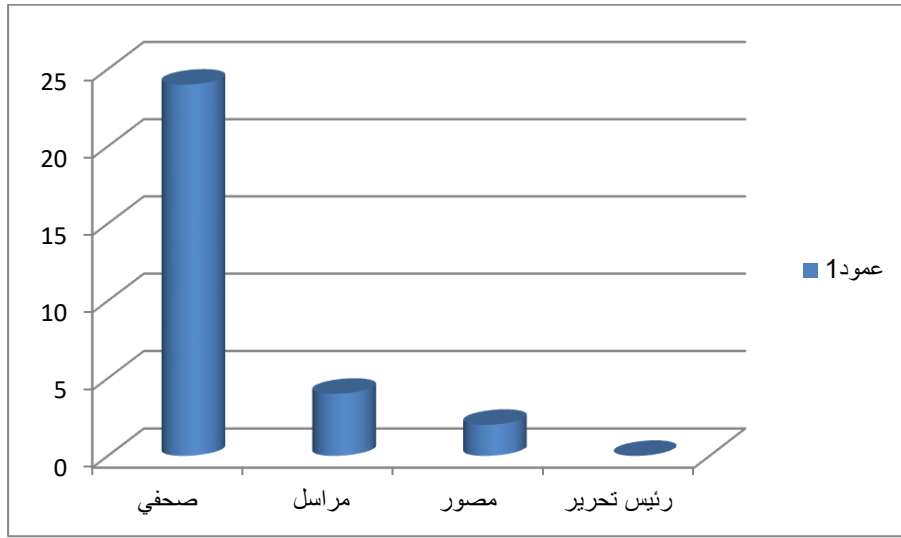
نوع المؤسسة الإعلامية	التكرار	النسبة المئوية %
الإذاعة	12	40%
التلفزيون	01	3.3%
الجريدة	11	36.7%
الإعلام الإلكتروني	06	20%
المجموع	30	100%



من خلال الجدول رقم (07) والشكل رقم (07) نلاحظ أن أكثر المبحوثين يشتغلون في الإذاعة بنسبة 40 % وفي الجريدة بنسبة 36.7 % وهذا يعود إلى أن الجريدة والإذاعة هي أكثر نشاط في ميدان الإعلام المحلي ، ثم يليها الإعلام الإلكتروني بنسبة 20 % ثم التلفزيون بنسبة 3.3 %

الجدول رقم (08) والشكل رقم (08) يبين توزيع أفراد العينة عن حسب طبيعة العمل الذي تشغله :

النسبة المئوية %	التكرار	طبيعة العمل
80 %	24	صحفي
13.3 %	04	مراسل
6.67 %	02	مصور
00 %	00	رئيس تحرير
100 %	30	المجموع

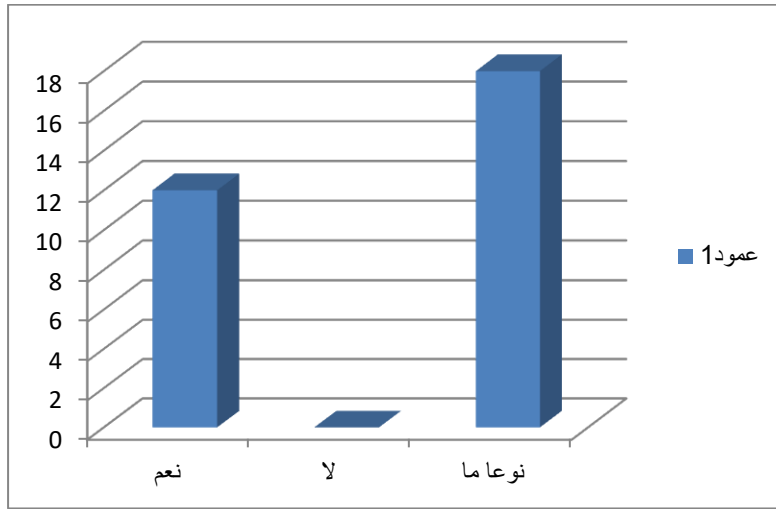


من خلال الجدول رقم (08) والشكل رقم (08) نلاحظ أن أغلب المبحوثين صحفيين بنسبة 80 % وهذا يعود إلى أن الصحفي يعتمد عمله على التواجد دائما في مكان العمل عكس المراسل والمصور حيث عملهم يعتمد على التواجد في الخارج ، ثم نسبة 13.3 % مراسلين ثم نسبة 6.67 % مصورين ثم نسبة 00 % رئيس تحرير .

المحور الثاني : الضوابط المهنية من منظور إسلامي :

الجدول رقم (09) والشكل رقم (09) يبين توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن هل أنت على دراية بالقوانين التي تنظم مهنة الإعلام :

النسبة المئوية %	التكرار	رأي المبحوثين عن هل أنت على دراية بالقوانين التي تنظم مهنة الإعلام
40 %	12	نعم
00 %	00	لا
60 %	18	نوعا ما
100 %	30	المجموع

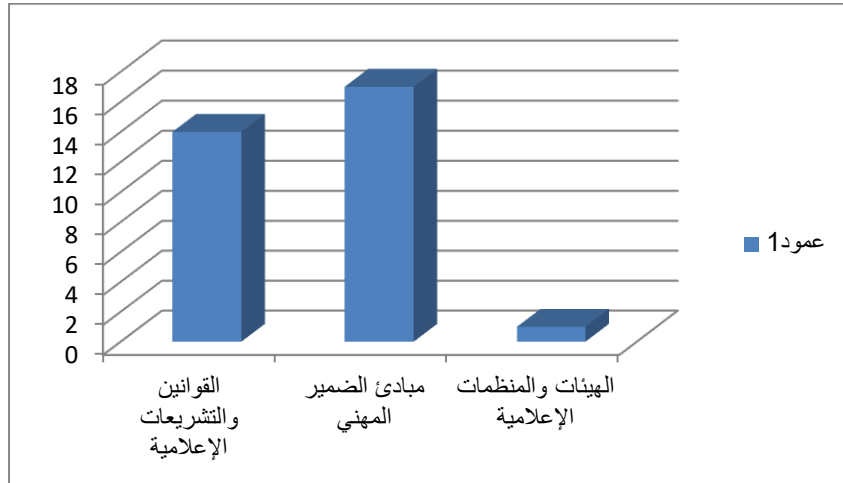


من خلال الجدول رقم (09) والشكل رقم (09) نلاحظ أن أكثر إجابات المبحوثين عن القوانين التي تنظم مهنة الإعلام كانت نوعا ما بنسبة 60 % وهذا يدل على الكثير منهم ليس له دراية كافية عن القوانين التي تنظم مهنة الإعلام ، ثم تليها إجابات بنعم بنسبة 40 % و الإجابة لا بنسبة 00 %

الجدول رقم (10) والشكل رقم (10) يبين توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن في رأيك أيها أقدر على تنظيم مهنة الإعلام :

النسبة المئوية %	التكرار	رأي المبحوثين عن في رأيك أيها أقدر على تنظيم مهنة الإعلام
43.75 %	14	القوانين والتشريعات الإعلامية
53.125 %	17	مبادئ الضمير المهني
3.125 %	01	الهيئات والمنظمات الإعلامية
100 %	32	المجموع

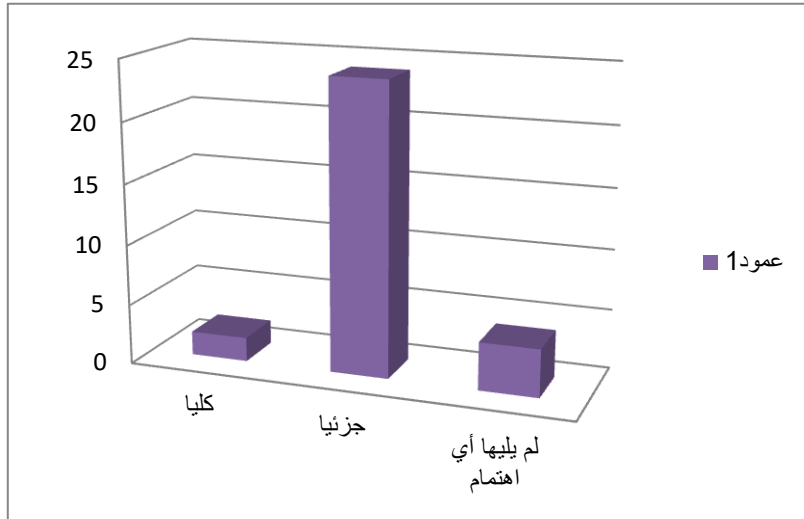
* في الجدول رقم (10) للمبحوثين أكثر من اختيار



من خلال الجدول رقم (10) والشكل رقم (10) نلاحظ أن أكثر إجابات المبحوثين هي مبادئ الضمير المهني بنسبة 53.125 % ثم القوانين والتشريعات الإعلامية بنسبة 43.75 % وهذا يعود إلى سبب كونها هي الأقدر على تنظيم مهنة الإعلام ، ثم الهيئات والمنظمات الإعلامية بنسبة 3.125 %

الجدول رقم (11) والشكل رقم (11) يبين توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن أن القوانين والأخلاقيات التي تنظم مهنة الإعلام تلتزم بالمرجعية الإسلامية :

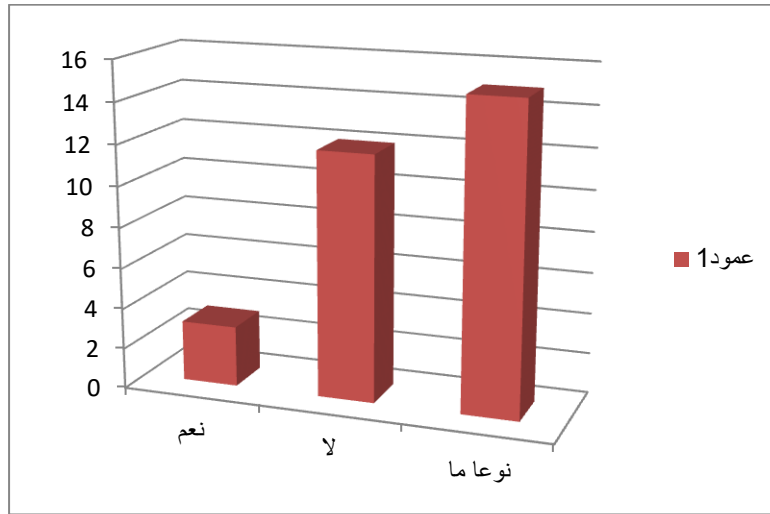
النسبة المئوية %	التكرار	رأي المبحوثين عن أن القوانين والأخلاقيات التي تنظم مهنة الإعلام تلتزم بالمرجعية الإسلامية
6.7 %	02	كلها
80 %	24	جزئيا
13.3 %	04	لم يلبها أي اهتمام
100 %	30	المجموع



من خلال الجدول رقم (11) والشكل رقم (11) نلاحظ أن أغلبية الإجابات المبحوثين بنسبة 80% أن القوانين والأخلاقيات التي تنظم مهنة الإعلام تلتزم بالمرجعية الإسلامية جزئياً وهذا يعود إلى نقص وعي العمل بالمنهج الإسلامي، ثم لم يلبها أي اهتمام بنسبة 13.3% ثم كلياً بنسبة 6.7%

الجدول رقم (12) والشكل رقم (12) يبين توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن هل أنت راض عن الوضع الحالي في التزام الإعلام المحلي بالمرجعية الإسلامية :

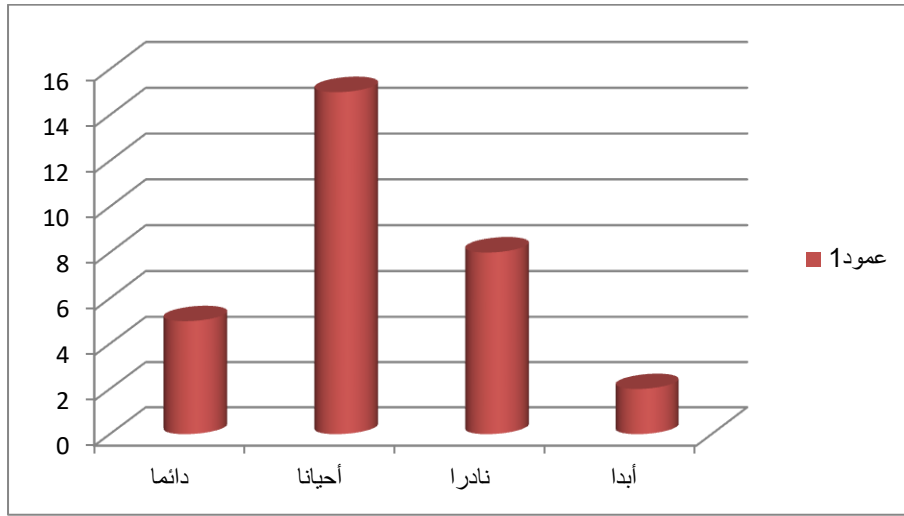
النسبة المئوية %	التكرار	رأي المبحوثين عن هل أنت راض عن الوضع الحالي في التزام الإعلام المحلي بالمرجعية الإسلامية
10%	03	نعم
40%	12	لا
50%	15	نوعاً ما
100%	30	المجموع



من خلال الجدول رقم (12) والشكل رقم (12) نلاحظ أن أكثر إجابات الباحثين عن رضائهم عن الوضع الحالي في التزام الإعلام المحلي بالمرجعية الإسلامية كانت بـ نوعا ما بنسبة 50 % ثم بـ لا بنسبة 40 % وهذا يعود إلى اعتماد بعض المؤسسات الإعلامية المحلية على مناهج لا تمثل المنهج الإسلامي وهذا ما يؤدي إلى فقدان المرجعية المطلوبة ، ثم بـ نعم بنسبة 10 %

الجدول رقم (13) والشكل رقم (13) يبين توزيع أفراد العينة حسب رأي الباحثين عن الصحفيين المحليين ملتزمين بالمرجعية الإسلامية من خلال المسؤولية تجاه المجتمع :

النسبة المئوية %	التكرار	رأي الباحثين عن أن الصحفيين المحليين ملتزمين بالمرجعية الإسلامية من خلال المسؤولية تجاه المجتمع
16.6 %	05	دائما
50 %	15	أحيانا
26.7 %	08	نادرا
6.7 %	02	أبدا
100 %	30	المجموع



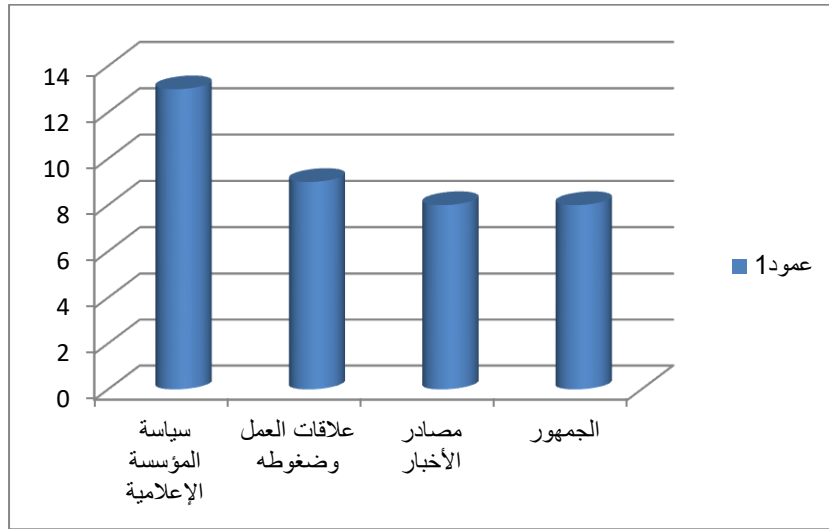
من خلال الجدول رقم (13) والشكل رقم (13) نلاحظ أن أكثر إجابات المبحوثين بنسبة 50% أحيانا الصحفيين المحليين ملتزمين بالمرجعية الإسلامية من خلال المسؤولية تجاه المجتمع ثم تليها نادرا بنسبة 26.7% ثم دائما بنسبة 16.6% ثم أبدا بنسبة 6.7%

المحور الثالث : ضوابط عمل القائم بالاتصال في الإعلام المحلي من منظور إسلامي :

الجدول رقم (14) والشكل رقم (14) يبين توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن الضغوط المهنية التي تراها تؤثر على عملك :

النسبة المئوية %	التكرار	رأي المبحوثين عن الضغوط المهنية التي تراها تؤثر على عملك
34.2%	13	سياسة المؤسسة الإعلامية
23.68%	09	علاقات العمل وضغوطه
21.06%	08	مصادر الأخبار
21.06%	08	الجمهور
100%	38	المجموع

* في الجدول رقم (14) للمبحوثين أكثر من اختيار

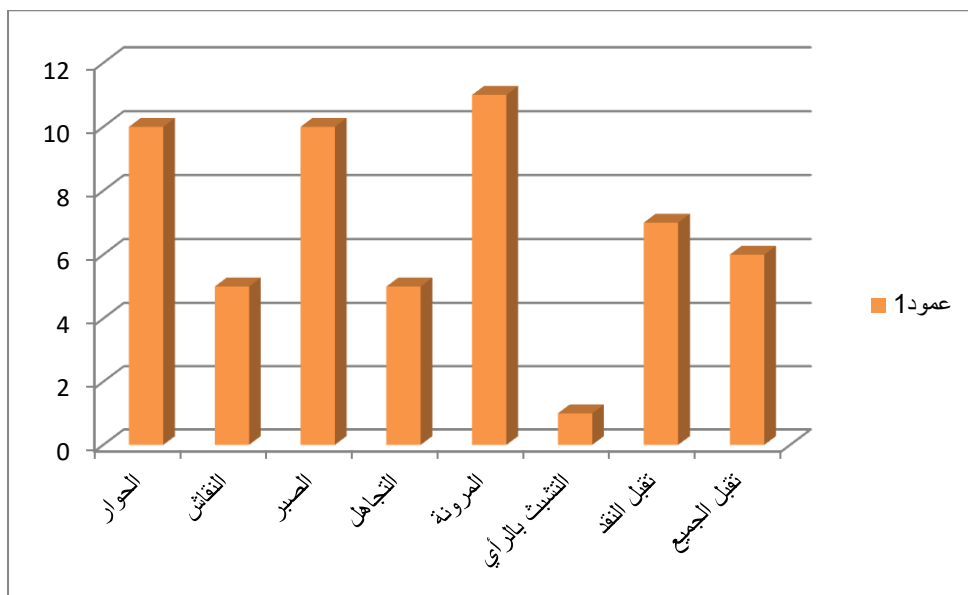


من خلال الجدول رقم (14) والشكل رقم (14) نلاحظ أن أكثر الضغوط المهنية التي تؤثر عن المبحوثين في عملهم تتمثل في سياسة المؤسسة الإعلامية بنسبة 34.2 % ثم تليها علاقات العمل وضغوطه 23.68 % ثم مصادر الأخبار والجمهور بنفس النسبة 21.06 %

الجدول رقم (15) والشكل رقم (15) يبين توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن كيف تتعامل لمواجهة الضغوط المهنية التي تتعرض لها :

النسبة المئوية %	التكرار	رأي المبحوثين عن كيف تتعامل لمواجهة الضغوط المهنية التي تتعرض لها
18.12 %	10	الحوار
9.09 %	05	النقاش
18.12 %	10	الصبر
9.09 %	05	التجاهل
20 %	11	المرونة
1.82 %	01	التشبث بالرأي
12.77 %	07	تقبل النقد
10.99 %	06	تقبل الجميع
100 %	55	المجموع

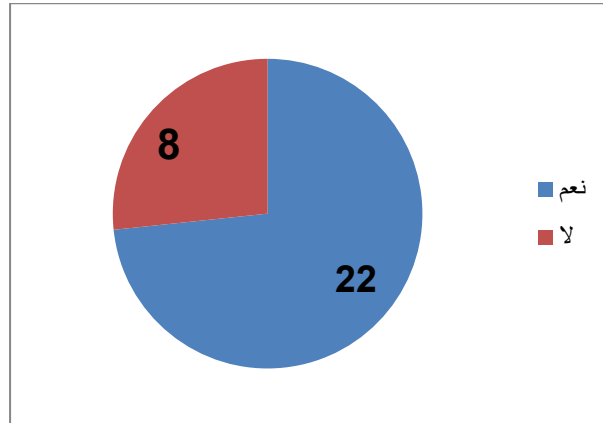
* في الجدول رقم (15) للمبحوثين أكثر من اختيار



من خلال الجدول رقم (15) والشكل رقم (15) نلاحظ أن أكثر إجابات الباحثين في التعامل لمواجهة الضغوط المهنية التي تتعرض لها هي المرونة بنسبة 20% ثم تليها الصبر والحوار بنفس النسبة 18.12% وهذا يدل على أنها الأنسب في مواجهة هذه الضغوط من خلال تجربتهم ، ثم تليها تقبل النقد بنسبة 12.77% ثم تقبل الجميع بنسبة 10.99% ثم النقاش والتجاهل بنفس النسبة 9.09% ثم التثبت بالرأي بأقل بنسبة ضئيلة جدا 1.82%

الجدول رقم (16) والشكل رقم (16) يبين توزيع أفراد العينة حسب رأي الباحثين عن عند اختيار مسؤول إعلامي هل يجب أن يكون وفق ضوابط أخلاقية وإسلامية :

النسبة المئوية %	التكرار	رأي الباحثين عن عند اختيار مسؤول إعلامي هل يجب أن يكون وفق ضوابط أخلاقية وإسلامية
73.3%	22	نعم
26.7%	8	لا
100%	30	المجموع

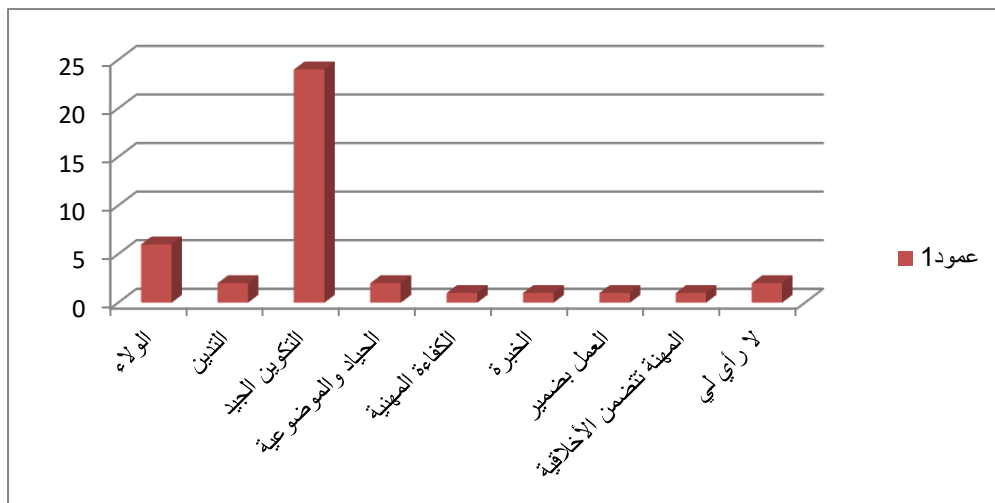


من خلال الجدول رقم (16) والشكل رقم (16) نلاحظ أن أكثر الباحثين بنسبة 73.3% أجابوا بـ نعم عن اختيار مسؤول إعلامي يجب أن يكون وفق ضوابط أخلاقية وإسلامية وهذا يدل على شرط مهم من الشروط التي يجب أن تتوفر في القائم بالاتصال بنسبة 26.7% أجابوا بـ لا

الجدول رقم (17) والشكل رقم (17) يبين توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن في رأيك ما هي السمات الواجب توافرها في المسؤول الإعلامي :

النسبة المئوية %	التكرار	رأي المبحوثين عن في رأيك ما هي السمات الواجب توافرها في المسؤول الإعلامي
15 %	06	الولاء
5 %	02	التدين
60 %	24	التكوين الجيد
5 %	02	الحياد والموضوعية
2.5 %	01	الكفاءة المهنية
2.5 %	01	الخبرة
2.5 %	01	العمل بضمير
2.5 %	01	المهنة تتضمن الأخلاقية
5 %	02	لا رأي لي
100 %	40	المجموع

* في الجدول رقم (17) للمبحوثين أكثر من اختيار

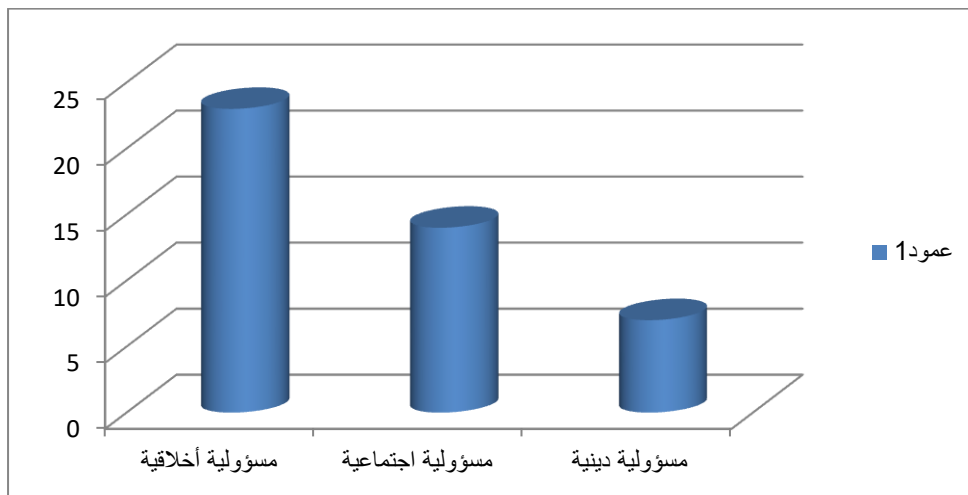


من خلال الجدول رقم (17) والشكل رقم (17) نلاحظ أن رأي أغلب المبحوثين في السمات الواجب توافرها في المسؤول الإعلامي كان اختيارهم التكوين الجيد بنسبة 60 % وهذا يعود إلى أن التكوين الجيد للعاملين يرجع أثره على المؤسسة ، ثم الولاء بنسبة 15% ثم التدين والحياد والموضوعية ولا رأي لي بنفس النسبة 5 % ثم الكفاءة المهنية و الخبرة و العمل بضمير والمهنة تتضمن الأخلاقية بنفس النسبة 2.5 %

الجدول رقم (18) والشكل رقم (18) يبين توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن ما هي مسؤوليات التي يجب أن يمارسها القائم بالاتصال من خلال عمله الإعلامي :

النسبة المئوية %	التكرار	رأي المبحوثين عن ما هي مسؤوليات التي يجب أن يمارسها القائم بالاتصال من خلال عمله الإعلامي
52.2 %	23	مسؤولية أخلاقية
31.81 %	14	مسؤولية اجتماعية
15.99 %	07	مسؤولية دينية
100 %	44	المجموع

* في الجدول رقم (18) للمبحوثين أكثر من اختيار



من خلال الجدول رقم (18) والشكل رقم (18) نلاحظ أكثر إجابات المبحوثين عن المسؤوليات التي يجب أن يمارسها القائم بالاتصال هي المسؤولية الأخلاقية بنسبة 52.2 % وهذا يدل على أن

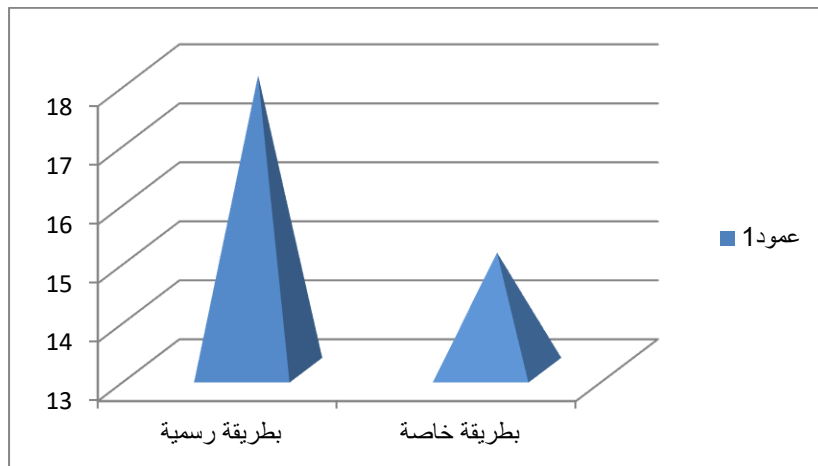
أي مهنة تتطلب الأخلاق والآداب قبل أي شيء ، ثم مسؤولية اجتماعية بنسبة 31.81 % ثم مسؤولية دينية بنسبة 15.99 %

المحور الرابع : تعامل القائم بالاتصال مع مصادر الأخبار :

الجدول رقم (19) والشكل رقم (19) يبين توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن كيف تتحصل على الأخبار :

النسبة المئوية %	التكرار	رأي المبحوثين عن كيف تتحصل على الأخبار
54.55 %	18	بطريقة رسمية
45.45 %	15	بطريقة خاصة
100 %	33	المجموع

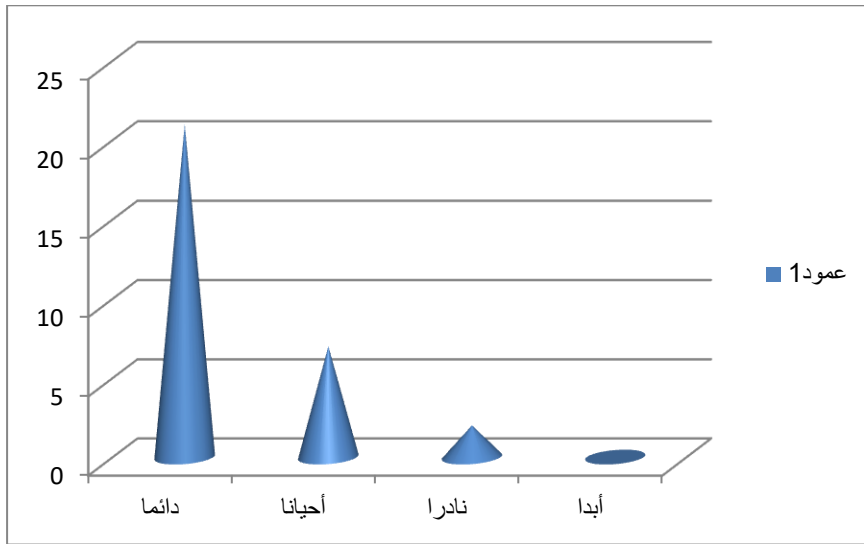
* في الجدول رقم (19) للمبحوثين أكثر من اختيار



من خلال الجدول رقم (19) والشكل رقم (19) نلاحظ أن أكثر المبحوثين يحصلون على الأخبار بطريقة رسمية بنسبة 54.55 % وبطريقة خاصة بنسبة 45.45 %.

الجدول رقم (20) والشكل رقم (20) يبين توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن هل تتأكد من مصادر الخبر :

النسبة المئوية %	التكرار	رأي المبحوثين عن هل تتأكد من مصادر الخبر
70 %	21	دائما
23.3 %	07	أحيانا
6.67 %	02	نادرا
00 %	00	أبدا
100 %	30	المجموع

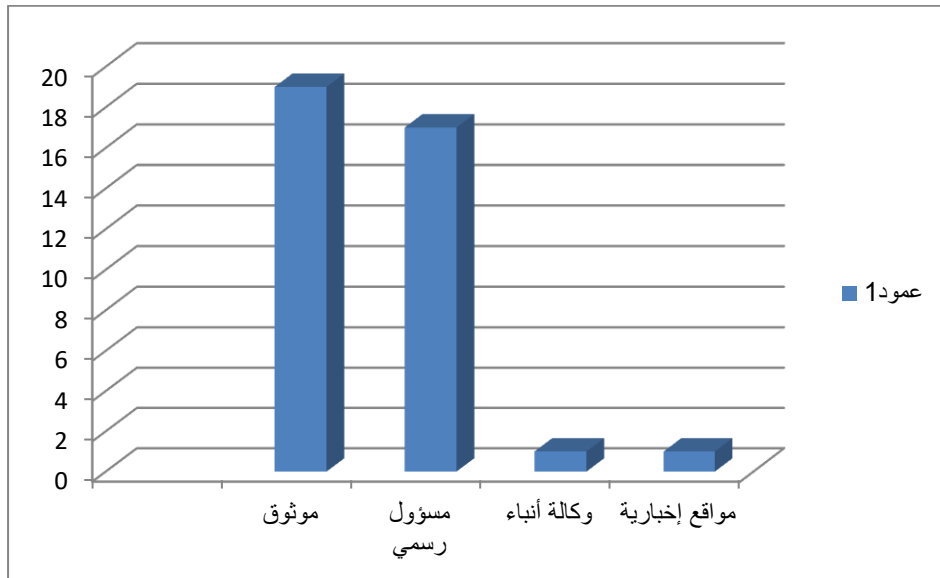


من خلال الجدول رقم (20) والشكل رقم (20) نلاحظ أن أغلب المبحوثين يتأكدون من مصادر الخبر دائما بنسبة 70 % وهذا يعود إلى التزام الإعلاميين والمراسلين المحليين بالمصداقية في نقل الأخبار ، وأحيانا بنسبة 23.3 % ونادرا بنسبة 6.67 % وأبدا بنسبة 00 %

الجدول رقم (21) والشكل رقم (21) يبين توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن مصادر الخبر يجب أن تكون من :

النسبة المئوية %	التكرار	رأي المبحوثين عن مصادر الخبر يجب أن تكون من
50 %	19	موثوق
44.7 %	17	مسؤول رسمي
2.65 %	01	وكالة أنباء
2.65 %	01	مواقع إخبارية
100 %	38	المجموع

* في الجدول رقم (21) للمبحوثين أكثر من اختيار

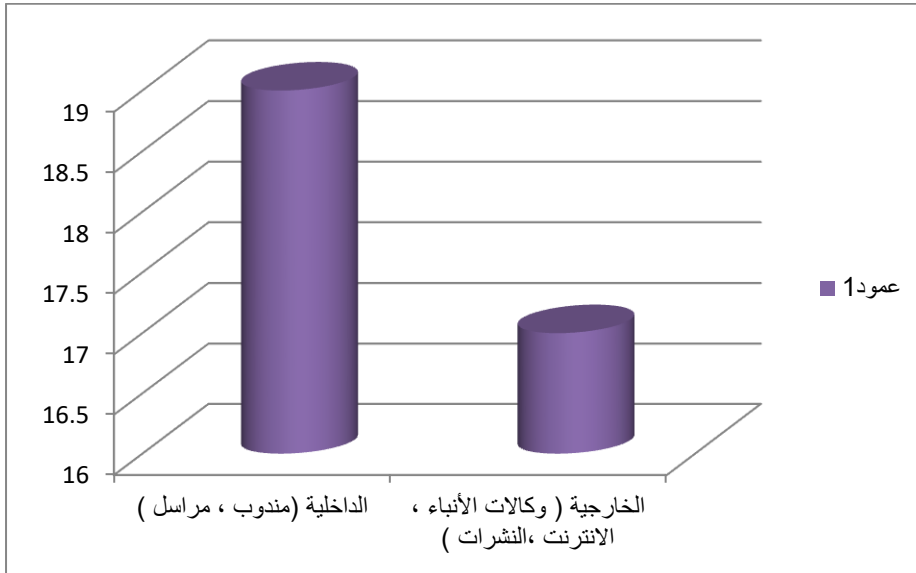


من خلال الجدول رقم (21) والشكل رقم (21) نلاحظ أن أكثر إجابات المبحوثين عن مصادر الخبر يجب أن تكون من موثوق بنسبة 50 % وهذا يدل على أن مصادر الخبر يجب أن تكون موثوق بصحتها ، يعتبر وبنسبة 44.7 % من مسؤول رسمي وبنسبة 2.65 % وكالة أنباء مواقع إخبارية

الجدول رقم (22) والشكل رقم (22) يبين توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن في مؤسساتكم تفضلون الاعتماد على المصادر :

النسبة المئوية %	التكرار	رأي المبحوثين عن في مؤسساتكم تفضلون الاعتماد على المصادر
52.8 %	19	الداخلية (مندوب ، مراسل)
47.2 %	17	الخارجية (وكالات الأنباء ، الانترنت ،النشرات)
100 %	36	المجموع

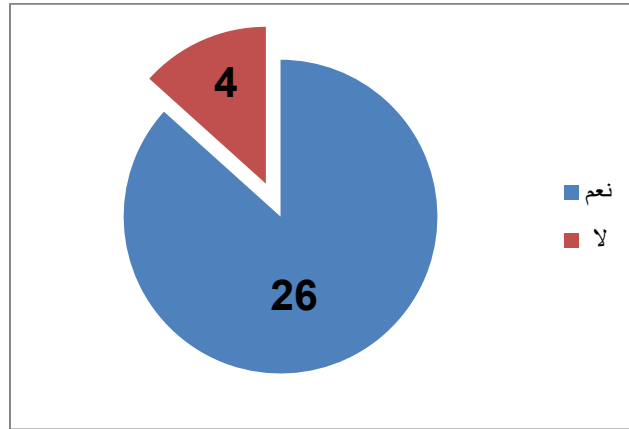
* في الجدول رقم (22) للمبحوثين أكثر من اختيار



من خلال الجدول رقم (22) والشكل رقم (22) نلاحظ أن أكثر المبحوثين يفضلون الاعتماد على المصادر الداخلية (مندوب ، مراسل) بنسبة 52.8 % ، وهذا يدل على أن الإعلام المحلي يعتمد في أكثر الأحيان على مصادره الداخلية ، ونسبة 47.2 % يفضلون الاعتماد على المصادر الخارجية (وكالات الأنباء ، الانترنت ،النشرات) .

الجدول رقم (23) والشكل رقم (23) يبين توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن هل يؤثر نقص المصادر على الوصول إلى المعلومة وبناء الأخبار في مؤسستكم :

النسبة المئوية %	التكرار	رأي المبحوثين عن هل يؤثر نقص المصادر على الوصول إلى المعلومة وبناء الأخبار في مؤسستكم
86.7 %	26	نعم
13.3 %	04	لا
100 %	30	المجموع

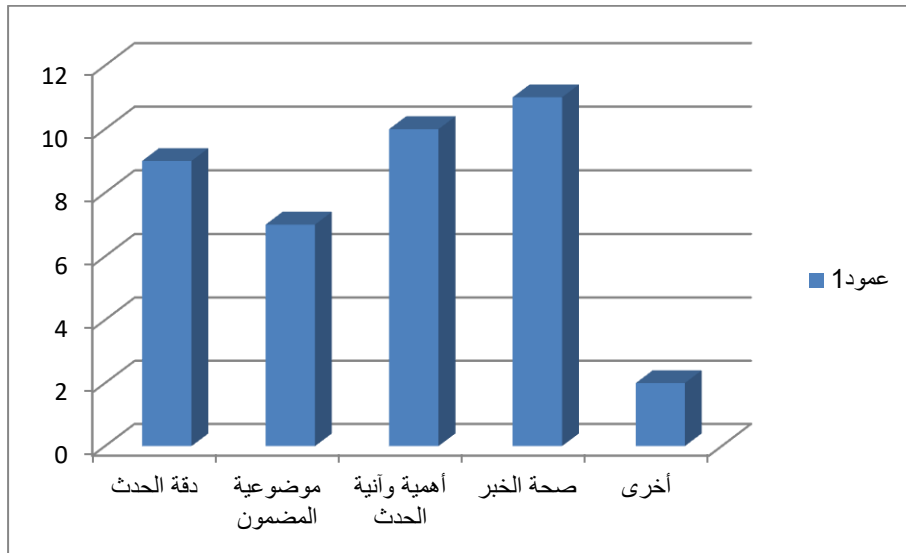


من خلال الجدول رقم (23) والشكل رقم (23) نلاحظ أن أغلب المبحوثين أجابوا بـ نعم يؤثر نقص المصادر على الوصول إلى المعلومة وبناء الأخبار بنسبة 86.7 % وهذا يدل على أن الأخبار يجب أن تكون من عدة مصادر وجهات داخلية وخارجية حتى تصبح لها قيمة ومصداقية كبيرة ، ونسبة 13.3 % أجابوا بـ لا .

الجدول رقم (24) والشكل رقم (24) يبين توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن إذا كانت الإجابة نعم كيف يؤثر ذلك :

النسبة المئوية %	التكرار	رأي المبحوثين عن إذا كانت الإجابة نعم كيف يؤثر ذلك
23.07 %	09	دقة الحدث
17.94 %	07	موضوعية المضمون
25.66 %	10	أهمية وأنية الحدث
28.20 %	11	صحة الخبر
5.13 %	02	أخرى
100 %	39	المجموع

* في الجدول رقم (24) للمبحوثين أكثر من اختيار

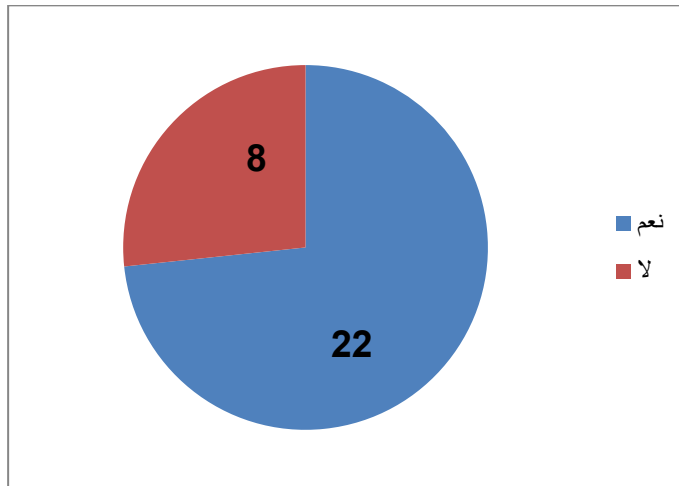


من خلال الجدول رقم (24) والشكل رقم (24) نلاحظ أن المبحوثين الذين كانت إجاباتهم بنعم اختاروا صحة الخبر بنسبة 28.20 % وهذا يدل على أن نقص المصادر تؤثر على صحة الخبر ، ثم تليها أهمية وأنية الحدث بنسبة 25.66 % ثم دقة الحدث بنسبة 23.07 % ثم موضوعية المضمون بنسبة 17.94 % ثم أخرى بنسبة 5.13 %

المحور الخامس : الخبر الصحفي من منظور إسلامي :

الجدول رقم (25) والشكل رقم (25) يبين توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن هل ترى فرقا بين الخبر من منظور إسلامي والخبر في الفلسفات الإعلامية الأخرى :

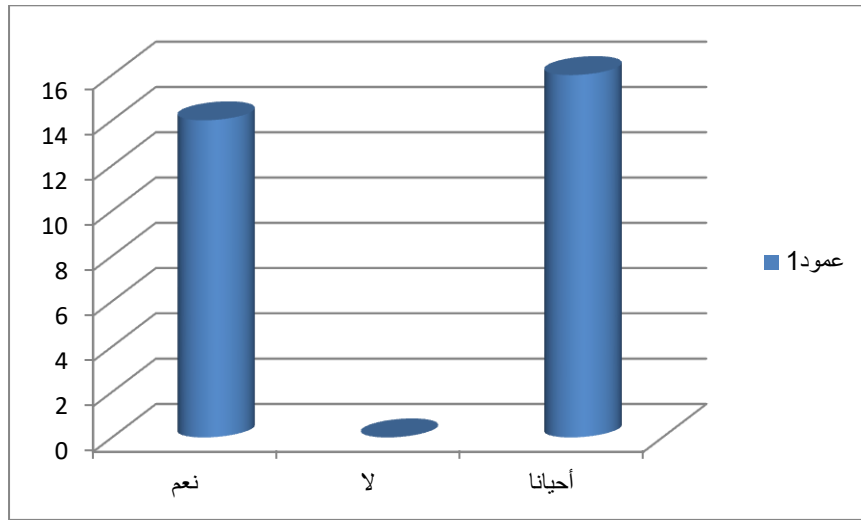
النسبة المئوية %	التكرار	رأي المبحوثين عن هل ترى فرقا بين الخبر من منظور إسلامي والخبر في الفلسفات الإعلامية الأخرى
73.3 %	22	نعم
26.7 %	08	لا
100 %	30	المجموع



من خلال الجدول رقم (25) والشكل رقم (25) نلاحظ أن أغلب المبحوثين بنسبة 73.3 % نعم يرون فرق بين الخبر من منظور إسلامي والخبر في الفلسفات الإعلامية الأخرى وبنسبة 26.7 % أجابوا بـ لا

الجدول رقم (26) والشكل رقم (26) يبين توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن هل يختلف الخبر من منظور إسلامي عن الخبر في الفلسفات الأخرى :

النسبة المئوية %	التكرار	رأي المبحوثين عن هل يختلف الخبر من منظور إسلامي عن الخبر في الفلسفات الأخرى
% 46.7	14	نعم
% 00	00	لا
% 53.3	16	أحيانا
% 100	30	المجموع

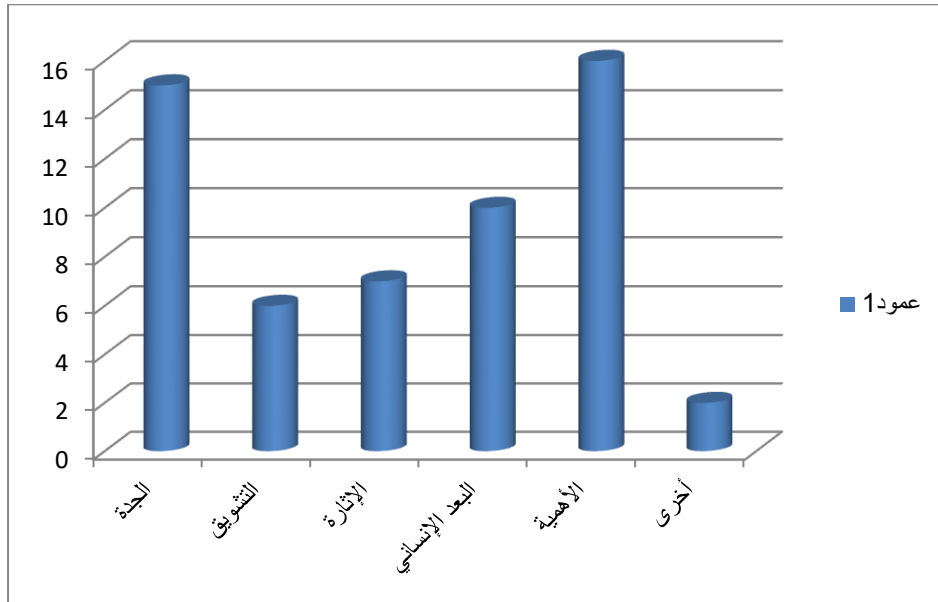


من خلال الجدول رقم (26) والشكل رقم (26) نلاحظ أن أكثر إجابات المبحوثين بنسبة 53.3 % أحيانا يرون اختلاف وهذا يعود في اختلاف المنهج الإسلامي والمنهج الوضعي الفلسفي ، وبنسبة 46.7 % ب نعم ، وبنسبة 00 % ب لا

الجدول رقم (27) والشكل رقم (27) يبين توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن في ماذا تتمثل معايير اختيار الأخبار ونشرها :

النسبة المئوية %	التكرار	رأي المبحوثين عن في ماذا تتمثل معايير اختيار الأخبار ونشرها
26.78 %	15	الجدة
10.7 %	06	التشويق
12.5 %	07	الإثارة
17.89 %	10	البعد الإنساني
28.56 %	16	الأهمية
3.57 %	02	أخرى
100 %	56	المجموع

* في الجدول رقم (27) للمبحوثين أكثر من اختيار

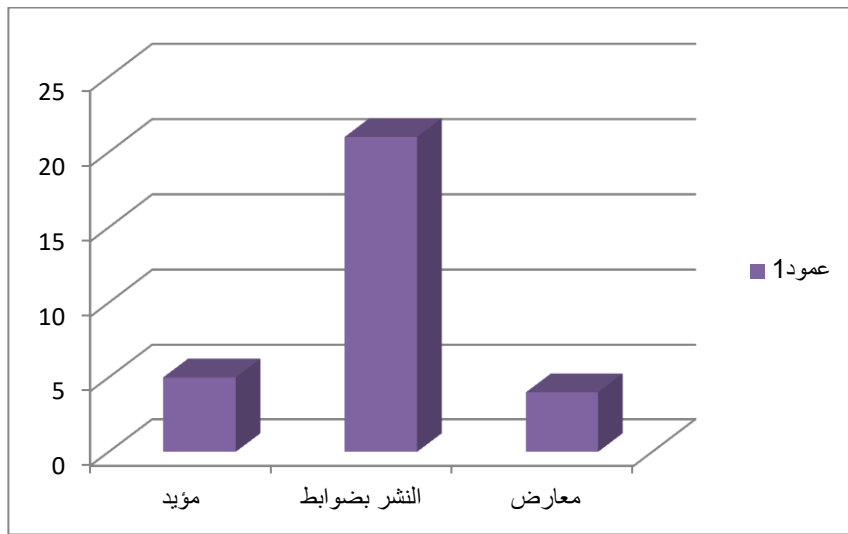


من خلال الجدول رقم (27) والشكل رقم (27) نلاحظ أن نسبة 28.56 % من إجابات المبحوثين كانت الأهمية ثم تليها الجدة بنسبة 26.78 % وهذا يدل حسب رأي المبحوثين على أن الجدة والأهمية تعتبر من أهم عناصر القيم الخبرية التي يجب توافرها في اختيار الأخبار ونشرها ، ثم

البعيد الإنساني بنسبة 17.89% ثم الإثارة بنسبة 12.5% ثم التشويق بنسبة 10.7% ثم أخرى بنسبة 3.57%

الجدول رقم (28) والشكل رقم (28) يبين توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن هل أنت مؤيد أو معارض لنشر أخبار الجرائم :

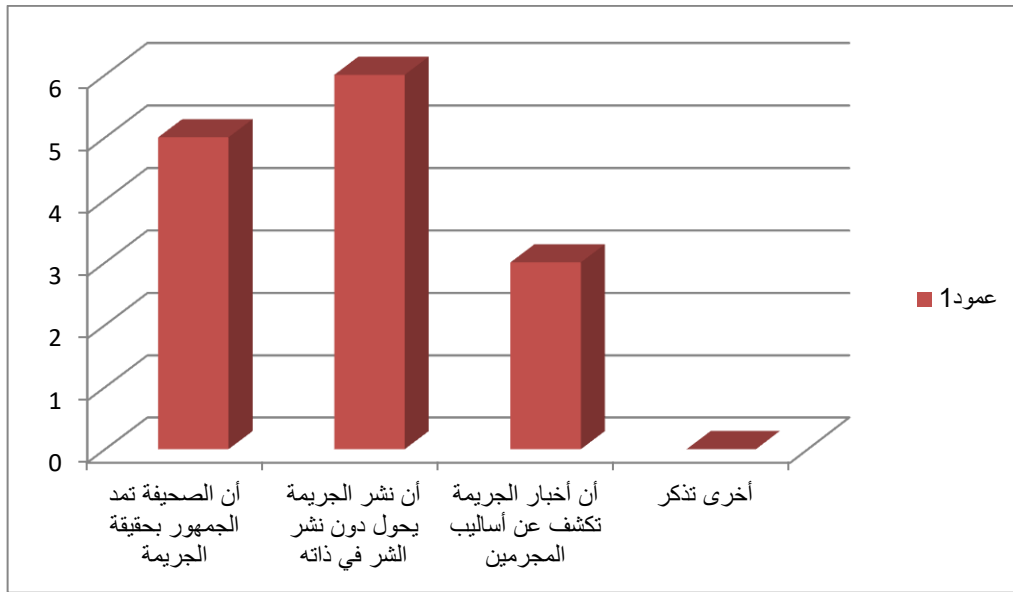
النسبة المئوية %	التكرار	رأي المبحوثين عن هل أنت مؤيد أو معارض لنشر أخبار الجرائم
16.7 %	05	مؤيد
70 %	21	النشر بضوابط
13.3 %	04	معارض
100 %	30	المجموع



من خلال الجدول رقم (28) والشكل رقم (28) نلاحظ أن أغلب إجابات المبحوثين كانت النشر بضوابط بنسبة 70% ثم بنسبة 16.7% مؤيد ثم بنسبة 13.3% معارض

الجدول رقم (29) والشكل رقم (29) يبين توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن في حالة إن كنت مؤيد ... حدد الأسباب ... :

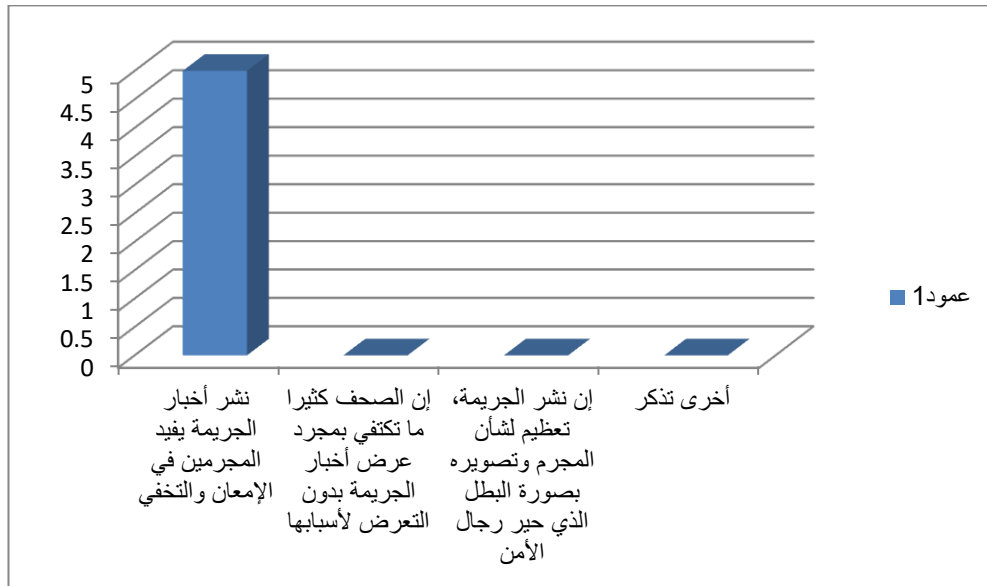
النسبة المئوية %	التكرار	رأي المبحوثين عن في حالة إن كنت مؤيد ... حدد الأسباب ...
35.71 %	05	أن الصحيفة تمد الجمهور بحقيقة الجريمة
42.85 %	06	أن نشر الجريمة يحول دون نشر الشر في ذاته
21.44 %	03	أن أخبار الجريمة تكشف عن أساليب المجرمين
00 %	00	أخرى تذكر
100 %	14	المجموع



من خلال الجدول رقم (29) والشكل رقم (29) نلاحظ أن أكثر المبحوثين المؤيدين للنشر أجابوا عن أن نشر الجريمة يحول دون نشر الشر في ذاته بنسبة 42.85 % ثم تليها أن الصحيفة تمد الجمهور بحقيقة الجريمة بنسبة 35.71 % ثم أن أخبار الجريمة تكشف عن أساليب المجرمين بنسبة 21.44 % ثم أخرى بنسبة 00 %

الجدول رقم (30) والشكل رقم (30) يبين توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن في حالة إن كنت معارض ... حدد الأسباب ... :

النسبة المئوية %	التكرار	رأي المبحوثين عن في حالة إن كنت معارض ... حدد الأسباب ...
100 %	05	نشر أخبار الجريمة يفيد المجرمين في الإمعان والتخفي
00 %	00	إن الصحف كثيرا ما تكتفي بمجرد عرض أخبار الجريمة بدون التعرض لأسبابها
00 %	00	إن نشر الجريمة، تعظيم لشأن المجرم وتصويره بصورة البطل الذي حير رجال الأمن
00 %	00	أخرى تذكر
100 %	05	المجموع



من خلال الجدول رقم (30) والشكل رقم (30) نلاحظ أن كل إجابات المبحوثين المعارضين للنشر كانت عن أن نشر أخبار الجريمة يفيد المجرمين في الإمعان والتخفي بنسبة كاملة 100 % والأسباب المتبقية مع أخرى تذكر بنسبة 00 %

ثانيا : نتائج الدراسة الميدانية :

بعد جمع البيانات وتحليل نتائجها ومنه سوف نعرض هذه النتائج بشكل عام حسب المحاور الأساسية للاستمارة .

النتائج المتعلقة بالضوابط المهنية من منظور إسلامي :

1 - أظهرت الدراسة أن أكثر الباحثين أجابوا بـ نوعا ما عن درايتهم بالقوانين التي تنظم مهنة الإعلام وهذا يعود إلى قلة وعيهم بالقوانين .

2 - بينت الدراسة أن الضمير المهني ثم القوانين والتشريعات الإعلامية هي الأقدر على تنظيم مهنة الإعلام .

3 - بينت الدراسة أن القوانين والأخلاقيات التي تنظم مهنة الإعلام تلتزم بالمرجعية الإسلامية جزئيا.

4 - بينت الدراسة أن أغلب الباحثين نوعا ما راضين عن الوضع الحالي في التزام الإعلام المحلي بالمرجعية الإسلامية .

5 - بينت الدراسة أن الصحفيين المحليين ملتزمين بالمرجعية الإسلامية من خلال المسؤولية تجاه المجتمع أحيانا .

النتائج المتعلقة بضوابط عمل القائم بالاتصال في الإعلام المحلي من منظور إسلامي :

1 - وضحت الدراسة أن أكثر ضغوط مهنية يتعرض لها القائم بالاتصال هي سياسة المؤسسة الإعلامية ثم علاقات العمل وضغوطه ثم الجمهور .

2 - بينت الدراسة أن أغلب الباحثين يتعاملون مع الضغوط المهنية التي يتعرضون لها بالمرونة ثم الحوار والصبر .

3 - بينت الدراسة أن عند اختيار مسؤول إعلامي يجب أن يكون وفق ضوابط أخلاقية وإسلامية.

4 - وضحت الدراسة أن من السمات التي يجب أن تتوفر في المسؤول الإعلامي التكوين الجيد .

5 - بينت الدراسة أن أول المسؤوليات التي يجب أن يمارسها القائم بالاتصال من خلال عمله الإعلامي المسؤولية الأخلاقية ثم الاجتماعية ثم الدينية .

النتائج المتعلقة بتعامل القائم بالاتصال مع مصادر الأخبار :

- 1 - أظهرت الدراسة أن أغلب المبحوثين يحصلون على الأخبار بطريقة رسمية .
- 2 - أظهرت الدراسة أن أغلب المبحوثين يتأكدون من مصادر الخبر .
- 3 - أظهرت الدراسة أن مصادر الخبر يجب أن تكون من موثوق ثم مسؤول رسمي .
- 4 - بينت الدراسة أن أغلب المبحوثين يفضلون الاعتماد على المصادر الداخلية في مؤسستهم .
- 5 - أظهرت الدراسة أن نقص المصادر يؤثر على الوصول إلى المعلومة وبناء الأخبار .
- 6 - بينت الدراسة أن نقص المصادر يؤثر على صحة الخبر وأهمية وآنية الحدث .

النتائج المتعلقة بالخبر الصحفي من منظور إسلامي :

- 1 - وضحت الدراسة أن أغلب المبحوثين يرون فرق بين الخبر من منظور إسلامي والخبر في الفلسفات الإعلامية الأخرى .
- 2 - وضحت الدراسة أن أغلب المبحوثين يرون اختلاف بين الخبر من منظور إسلامي والخبر في الفلسفات الإعلامية الأخرى .
- 3 - وضحت الدراسة أن المعايير معايير اختيار الأخبار ونشرها تتمثل في الأهمية والجددة .
- 4 - وضحت الدراسة أن أغلب المبحوثين مؤيدين لنشر أخبار الجرائم بضوابط .
- 5 - بينت الدراسة أن أغلب أسباب المؤيدين لنشر أخبار الجرائم تمثلت في أن نشر الجريمة يحول دون نشر الشر في ذاته .
- 6 - بينت الدراسة أن كل المعارضين لنشر أخبار الجرائم تمثلت أسبابهم في نشر أخبار الجريمة يفيد المجرمين في الإمعان والتخفي .




الخاتمة

أحمد الله حمدا كثيرا طيبا مباركا فيه على أن وفقني في إنجاز هذا البحث المتواضع والذي قمت فيه بدراسة موضوع " فن الخبر الصحفي من منظور إسلامي في الإعلام المحلي " باعتبار أن الخبر على الدوام هو المادة الأكثر تبادلا بين البشر ، فقد تناقلته الأقسام البشرية في البدايات الأولى للإنسان بشتى الطرق والوسائل ، وكان يمثل ضرورة حياتية بالنسبة لهم وما يزال يكتسي أهمية بالغة في علوم الإعلام والاتصال الحديثة ؛ لأنه يعتبر المادة الأولية التي تقوم عليها كل الفنون الصحفية ، وتعد قواعده وأسسها وسماته ذاتها مع الاختلاف في وسائل الإعلام مكتوبة ، أو سمعية أو بصرية ، أو حتى إذا تعلق الأمر بالوسائط التفاعلية متعددة المعلوماتية التي اكتسحت الساحة الإعلامية في هذا العصر. وبعد دراستي للموضوع من الناحية النظرية والتطبيقية توصلت إلى النتائج التالية أهمها :

- المسؤوليات التي يجب أن تتوفر في عمل القائم بالاتصال ثلاث مسؤوليات أساسية هي أخلاقية واجتماعية ودينية .
- القيم الخيرية لا بد من توافرها في الأخبار أو توفر بعض عناصرها ، فهي معيار في اختيار أو انتقاء الأخبار الصالحة للنشر .
- بينت الدراسة أنه يوجد اختلاف وفرق بين منظور الفلاسفة الإعلامية والمنظور الإسلامي حول الخبر الصحفي .
- يدخل في تصنيف الأخبار عدة معايير معتمدة في ذلك فهناك تصنيف وفقا للوسيلة وتصنيف حسب النطاق الجغرافي وتصنيف حسب طبيعة وقوعها وتصنيف وفقا لموضوعها .

التوصيات :

بعد دراستي للموضوع بشقيه النظري والتطبيقي تبين لي أن مجال البحث في فنيات التحرير الصحفي في الإعلام المحلي واسع وغني من الناحية المعرفية ولا يمكن أن أقول أو أدعي أن هذه الدراسة كافية في تغطية هذا الموضوع الخصب لذلك أدعو كل المهتمين إلى بذل المزيد من الجهود في البحث والتوسع في هذا المجال منطلقين في ذلك إلى ما توصلت إليه نتائج هذه الدراسة .



قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولاً : المصادر

القرآن الكريم :

1- القرآن الكريم برواية حفص عن نافع

السنة النبوية :

2- صحيح مسلم ، مسلم بن الحجاج أبو حسن القشيري النيسابوري ، بيروت ، دار الأفاق الجديدة، د ط ، دت .

ثانياً : الكتب :

3- أ. د. مُجَّد منير حجاب ، الإعلام الإسلامي ، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2002 .

4- أ.د. عبد الرزاق مُجَّد الدليمي ، الخبر في وسائل الإعلام ، عمان ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2012 .

5- أ.د. مُجَّد معوض ، أ.د. عبد السلام إمام ، المدخل في فن الخبر الصحفي وتطبيقاته العلمية ، القاهرة، دار الكتاب الحديث ، ط1، 2011 .

6- إبراهيم إمام ، دراسات في الفن الصحفي ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ط1، دت .

7- إسماعيل حمدي مُجَّد ، الضوابط الشرعية للإعلام ، عمان ، دار معزز للنشر والتوزيع ، ط1، 2017 ، ص 89 .

8- جمعة أمين عبد العزيز، الدعوة قواعد وأصول ، القاهرة ، دار الدعوة للطبع والنشر، ط4 ، 1992

9- د. أحمد خليل الصالحي ، فن الخبر الصحفي ، الأردن ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط1، 2015 .

- 10- د. حامد عبد القادر الرحاب ، فن التحرير الصحفي ، الأردن ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2015 .
- 11- د. زكريا عكه وآخرون ، الجزائر قراءات في الإعلام المحلي ، دار جيطلي ، د ط ، 2016.
- 12- د. سعيد إسماعيل صيني ، قواعد أساسية في البحث العلمي ، بيروت ، مؤسسة الرسالة للنشر والتوزيع ، ط1، 1994 .
- 13- د. عبد الفتاح عبد النبي، سوسيولوجيا الخبر الصحفي دراسة في انتقاء ونشر الأخبار ، القاهرة ، العربي لنشر والتوزيع ، ط1، 1998.
- 14- د. عبد الكريم زيدان ، أصول الدعوة ، لبنان ، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع ، ط9 ، 2002
- 15- د. عبد اللطيف حمزة ، المدخل في فن التحرير الصحفي ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، ط4 ، د ت .
- 16- د. فاروق أبوزيد ، فن الخبر الصحفي ، القاهرة ، دار عالم الكتب ، ط2 ، د ت .
- 17- د. مُجَّد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، القاهرة ، دار عالم الكتب ، ط3 ، 2004 .
- 18- د.إسراء جاسم فلهي الموسوي ، الخصائص المهنية للقائم بالاتصال في الصحافة ، عمان ، دار أمجد للنشر والتوزيع ، ط1، 2019 .
- 19- د.إسماعيل إبراهيم ، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق ، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط1، 1998.
- 20- د.حسن عماد مكاوي ، د. ليلي حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ط1، 1998.
- 21- د.حسني مُجَّد نصر ، د.سناء عبد الرحمان ، التحرير الصحفي في عصر المعلومات ، الإمارات العربية المتحدة ، دار الكتاب الجامعي، ط4 ، 2014.
- 22- د.طه أحمد الزيدي ، المرجعية الإعلامية في الإسلام ، الأردن ، دار النفائس لنشر والتوزيع ، ط1، 2010

قائمة المصادر والمراجع

- 23- د.عذراء عيواج، محاضرات في فنون التحرير الصحفي ، الجزائر ، ألفا للوثائق نشر و استراد وتوزيع الكتب ، ط1 ، 2018
- 24- د.مُحَمَّد معوض ، د.بركات عبد العزيز ، الخبر الإذاعي والتلفزيوني ، القاهرة ، دار الكتاب الحديث ، ط2 ، 2000.
- 25- د.نعمات أحمد عثمان، فنون التحرير الصحفي ، القاهرة ، دار المعرفة الجامعية ، ط1، 2014.
- 26- رستم أبو رستم ، الإعداد والتقديم الإذاعي والتلفزيوني ، الأردن ، دار المعتر للنشر والتوزيع ، ط1، 2017 .
- 27- رفعت عارف الضبع ، الخبر، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2011.
- 28- سعيد ربيع عبد الجواد ، فن الخبر الصحفي، القاهرة ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، ط1 ، 2005 .
- 29- شفيق محمود عبد اللطيف ، وكالات الأنباء رؤية جديدة ، القاهرة ، دار المعارف ، د ط ، د ت .
- 30- طارق سيد أحمد لخلفي ، فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية ، مصر ، دار المعرفة الجامعية ، د ط ، 2005 .
- 31- طه أحمد الزبيدي ، المسؤولية الأخلاقية في الإعلام الإسلامي ، الأردن ، دار النفائس للنشر والتوزيع ، ط1، 2013 .
- 32- عامر إبراهيم قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات ، عمان ، دار اليازوري العلمية ، ط1 ، 1999 .
- 33- عبد الرحمان العساوي ، مناهج البحث العلمي في الفكر الإسلامي والفكر الحديث ، لبنان ، دار الراتب الجامعية ، د ط ، د ت .
- 34- عبد الرحمن إبراهيم الشاعر، مهارات الاتصال رؤية - تحليلية ، عمان ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2012 .
- 35- عبد الرزاق مُحَمَّد الديلمي ، فن التحرير الإعلامي المعاصر ، عمان ، دار جرير للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2010 .

- 36- عبد الكريم النملة ، المهذب في علم أصول الفقه المقارن ، الرياض ، دار الرشد ، ط 1 ، 1999 .
- 37- عبد الله زلطة ، القائم بالاتصال في الصحافة ، د ب ، الدار العالمية للنشر والتوزيع ، ط 1 ، 2007 .
- 38- علي عبد الفتاح علي ، مناهج كتابة الأخبار وتحريرها ، الأردن ، دار الأيام للنشر والتوزيع ، ط 4 ، 2014 .
- 39- علي عبد الفتاح كنعان ، الصحافة الالكترونية في ظل الثورة التكنولوجية ، الأردن ، دار اليازوري العلمية ، ط 1 ، 2014 .
- 40- فؤاد توفيق العاني ، الصحافة الإسلامية وأثرها في الدعوة ، لبنان ، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع ، ط 1 ، 1993 .
- 41- مثنى الحارث الضاري ، الإعلام الإسلامي الواقع والطموح ، العراق ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط 1 ، 2007 .
- 42- مُجَّد حسام الدين ، المسؤولية الاجتماعية للصحافة ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ط 1 ، 2003 .
- 43- مُجَّد حمدي زقزوق ، الإنسان والقيم في التصور الإسلامي، مصر ، دار الرشاد للنشر والتوزيع ، ط 1 ، 2003 .
- 44- مُجَّد زياد حمدان ، البحث العلمي كنظام ، عمان ، دار التربية الحديثة ، د ط ، 1989 .
- 45- مُجَّد عبد الفتاح حافظ الصيرفي ، البحث العلمي الدليل التطبيقي للباحثين ، عمان ، دار وائل للنشر، ط 1 ، 2002 .
- 46- مُجَّد عبيدات وآخرون ، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات ، عمان ، دار وائل للطباعة والنشر ، ط 2 ، 1999 .
- 47- مُجَّد معوض ، الخبر في وسائل الإعلام ، القاهرة ، دار الكتاب الحديث ، ط 1 ، 1994 .
- 48- محمود منصور هيبه ، الخبر الصحفي وتصنيفاته ، مصر ، مركز الإسكندرية للكتاب ، د ط ، 2004 .

قائمة المصادر والمراجع

- 49- محمود يوسف السماسيري ، فلسفات الإعلام المعاصر قراءة في ضوء المنظور الإسلامي ، الولايات المتحدة الأمريكية ، المعهد العالمي للفكر الإسلامي ، ط1 ، 2008 .
- 50- منال المزاهرة، نظرية الاتصال ، عمان ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، ط1، 2012.
- 51- موريس أنجرس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، تر : بوزيد صحراوي وآخرون الجزائر، دار القصبه ، ط2 ، 2006 .
- 52- نعمان عثمان ، الخبر ومصادره في العصر الحديث ، مصر ، دار المعرفة الجامعية ، د ط ، 2006 .

ثالثا : المعاجم والقواميس :

- 1- إبراهيم مصطفى ، المعجم الوسيط ، تح : مجمع اللغة العربية ، الإسكندرية ، دار الدعوة للنشر والتوزيع ، ط4 ، 2004 .
- 2- ابن منظور، لسان العرب ، لبنان ، دار صادر، ط1 ، د ت .
- 3- أحمد بن محمد علي الفيومي ، المصباح المنير ، بيروت ، المكتبة العلمية ، د ط ، د ت.
- 4- إسماعيل بن عباد ، المحيط في اللغة ، تح : محمد حسن آل ياسين ، لبنان ، عالم الكتب ط1، 1994.
- 5- الجوهري ، الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية ، تح : أحمد عبد الغفور عطار ، لبنان، دار العلم للملايين ، ط 4 ، 1987.

رابعا : المجلات والبحوث :

- 1- أ. صالحى دليلة ، الواقع السوسيو مهني للمراسل الصحفي في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية ، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي ، العدد 10 مارس 2015 .
- 2- سمير بن جميل راضي ، الإعلام الإسلامي رسالة وهدف ، رابطة العالم الإسلامي ، العدد 172، سنة 2015 .

خامسا : الرسائل والمذكرات :

- 1- سارة بوشارب ، تحرير الأخبار في الإذاعات المحلية (دراسة ميدانية على القائم بالاتصال في إذاعة أم البواقي) ، رسالة ماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص سمعي بصري ، جامعة العربي بن مهيدي أم الواقي - كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، 2017
- 2- سمية إبراهيم المكاوي ، الإعلام الإسلامي والإعلام الغربي في حاضر اليوم (دراسة مقارنة)، رسالة ماجستير ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - كلية الدراسات العليا ، سنة 2016.
- 3- عبد الحي عبد السميع ، الخبر في القرآن الكريم ، مذكرة ماجستير دعوة وإعلام ، جامعة باتنة - كلية العلوم الإسلامية والاجتماعية ، سنة 2010 .
- 4- فوزية عكاك ، القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة (دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر والشروق جانفي - ديسمبر 2007) ، رسالة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر 3 - كلية العلوم السياسية والإعلام ، سنة 2012 .

سادسا : المواقع الإلكترونية :

- 1- أخلاقيات ومبادئ العمل الصحفي الإعلامي ، شوهده بتاريخ : 2020/08/06 على الساعة 11:00 : <http://hrdoegypt.org/> ، الموقع :
- 2- الإعلام الإسلامي ضرورة عصرية ، شوهده بتاريخ : 2020/08/02 على الساعة : 22:30 ، الموقع : <https://www.islamweb.net>
- 3- حمير الحواري ، أهمية الإعلام للعمل الإسلامي ، شوهده بتاريخ : 2020/07/28 على الساعة : 18:40 ، الموقع : <https://www.islamweb.net>
- 4- د. الأمير صحصاح ، العوامل المؤثرة على السياسة التحريرية في الصحافة ، شوهده بتاريخ : 2020/08/06 على الساعة : 09:40 ، الموقع : <https://mqqal.com/>
- 5- عبد الله لباييدي ، حاجة الدعاة إلى الإعلام ، شوهده بتاريخ : 2020/07/26 على الساعة : 18:46 ، الموقع : <https://www.aljazeera.net>

قائمة المصادر والمراجع

- 6- لبابة حسن ، تعريف الصحافة وأنواعها ، شوهد بتاريخ : 2020/08/18 على الساعة :
19:11 ، الموقع : <https://sotor.com>
- 7- مُجّد مروان ، المسؤولية ، شوهد بتاريخ : 2020/08/03 ، على الساعة: 19:20 ، الموقع
<https://mawdoo3.com>



فهرس الآيات القرآنية

الصفحة	رقم الآية	السورة	الآية
29	44	البقرة	﴿ أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ وَأَنْتُمْ تَتْلُونَ الْكِتَابَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ ﴾
21	111	البقرة	﴿ وَقَالُوا لَنْ يَدْخُلَ الْجَنَّةَ إِلَّا مَنْ كَانَ هُودًا أَوْ نَصَارَى تِلْكَ أَمَانِيُّهُمْ قُلْ هَاتُوا بُرْهَانَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ ﴾
29	247	البقرة	﴿ وَقَالَ لَهُمْ نَبِيُّهُمْ إِنَّ اللَّهَ قَدْ بَعَثَ لَكُمْ طَالُوتَ مَلِكًا قَالُوا أَنَّى يَكُونُ لَهُ الْمُلْكُ عَلَيْنَا وَنَحْنُ أَحَقُّ بِالْمُلْكِ مِنْهُ وَلَمْ يُؤْتَ سَعَةً مِنَ الْمَالِ قَالَ إِنَّ اللَّهَ اصْطَفَاهُ عَلَيْكُمْ وَزَادَهُ بَسْطَةً فِي الْعِلْمِ وَالْجِسْمِ وَاللَّهُ يُؤْتِي مَن يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ ﴾
29	269	البقرة	﴿ يُؤْتِي الْحِكْمَةَ مَنْ يَشَاءُ وَمَنْ يُؤْتَ الْحِكْمَةَ فَقَدْ أُوتِيَ خَيْرًا كَثِيرًا وَمَا يَذَّكَّرُ إِلَّا أُولُو الْأَلْبَابِ ﴾
18	83	آل عمران	﴿ أَفَعَيِّرَ دِينَ اللَّهِ يَبْغُونَ وَلَهُ أَسْلَمَ مَنْ فِي السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ طَوْعًا وَكَرْهًا وَإِلَيْهِ يُرْجَعُونَ ﴾
30	118	آل عمران	﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّخِذُوا بَطَانَةً مِنْ دُونِكُمْ لَا يَأْلُونَكُمْ خَبَالًا وَدُؤًا مَاعِنْتُمْ فَذَ بَدَتِ الْبَعْضَاءُ مِنْ أَفْوَاهِهِمْ وَمَا تُخْفِي صُدُورُهُمْ أَكْبُرُ قَدْ بَيَّنَّا لَكُمْ الْآيَاتِ إِنْ كُنْتُمْ تَعْقِلُونَ ﴾
22	104	آل عمران	﴿ وَلَتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴾
34	59	الأنعام	﴿ وَعِنْدَهُ مَفَاتِحُ الْغَيْبِ لَا يَعْلَمُهَا إِلَّا هُوَ ﴾

22	72	الأَنْفَال	﴿ وَإِنِ اسْتَنْصَرُوكُمْ فِي الدِّينِ فَعَلَيْكُمُ النَّصْرُ ﴾
20	119	التَّوْبَةِ	﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ ﴾
22	122	التَّوْبَةِ	﴿ وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِنْهُمْ طَائِفَةٌ لِيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ ﴾
30	51	الْأَنْبِيَاءِ	﴿ وَلَقَدْ آتَيْنَا إِبْرَاهِيمَ رُشْدَهُ مِنْ قَبْلُ وَكُنَّا بِهِ عَالِمِينَ ﴾
23	19	النُّورِ	﴿ إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ ﴾
22	33	فَصَلِّتْ	﴿ وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنِّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ ﴾
54 - 52	06	الْحَجَرَاتِ	﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنِ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴾
20	11	الْحَجَرَاتِ	﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرْ قَوْمٌ مِنْ قَوْمٍ عَسَىٰ أَنْ يَكُونُوا خَيْرًا مِنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِنْ نِسَاءٍ عَسَىٰ أَنْ يَكُنَّ خَيْرًا مِنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنْفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِالْأَلْقَابِ بِئْسَ الْأَسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ وَمَنْ لَمْ يَتُبْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ ﴾
54	12	الْحَجَرَاتِ	﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِمَّنِ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَحْسَسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَحِيمٌ ﴾

35	27 - 26	الجن	﴿عَالِمُ الْغَيْبِ فَلَا يُظْهِرُ عَلَىٰ غَيْبِهِ أَحَدًا إِلَّا مَنِ ارْتَضَىٰ مِنْ رَسُولٍ فَإِنَّهُ يَسْأَلُكُم مِّن بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِمَّنْ خَلْفَهُ رِصْدًا﴾
20	05 - 01	العلق	﴿اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ اقْرَأْ رَبُّكَ الْأَكْرَمُ الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ﴾
42	05	البينة	﴿وَذَلِكَ دِينُ الْقِيَمَةِ﴾

فهرس الأحاديث النبوية :

رقم الصفحة	راوي الحديث	طرف الحديث
22	رواه مسلم	لَا تَحَاسَدُوا وَلَا تَنَاجَشُوا وَلَا تَبَاغَضُوا وَلَا تَدَابَرُوا ...
54	رواه مسلم	إِيَّاكُمْ وَالظَّنَّ، فَإِنَّ الظَّنَّ أَكْذَبُ الْحَدِيثِ ...

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
71	توزيع أفراد العينة عن حسب الجنس	1
71	توزيع أفراد العينة عن حسب العمر	2
72	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	3
73	توزيع أفراد العينة عن حسب التخصص العلمي	4
74	توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية	5
75	توزيع أفراد العينة عن حسب طبيعة القطاع الذي تنتمي إليه مؤسستكم	6
75	توزيع أفراد العينة عن حسب نوع المؤسسة الإعلامية التي تشغل بها	7
76	توزيع أفراد العينة عن حسب طبيعة العمل الذي تشغله	8
77	توزيع أفراد العينة حسب رأي الباحثين عن هل أنت على دراية بالقوانين التي تنظم مهنة الإعلام	9
78	توزيع أفراد العينة حسب رأي الباحثين عن في رأيك أيها أقدر على تنظيم مهنة الإعلام	10
79	توزيع أفراد العينة حسب رأي الباحثين عن أن القوانين والأخلاقيات التي تنظم مهنة الإعلام تلتزم بالمرجعية الإسلامية	11
80	توزيع أفراد العينة حسب رأي الباحثين عن هل أنت راض عن الوضع الحالي في التزام الإعلام المحلي بالمرجعية الإسلامية	12
81	توزيع أفراد العينة حسب رأي الباحثين عن الصحفيين المحليين ملتزمين بالمرجعية الإسلامية من خلال المسؤولية تجاه المجتمع	13

الفهارس

82	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن الضغوط المهنية التي تراها تؤثر على عملك	14
84	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن كيف تتعامل لمواجهة الضغوط المهنية التي تتعرض لها	15
85	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن عند اختيار مسؤول إعلامي هل يجب أن يكون وفق ضوابط أخلاقية وإسلامية	16
86	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن في رأيك ما هي السمات الواجب توافرها في المسؤول الإعلامي	17
87	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن ما هي مسؤوليات التي يجب أن يمارسها القائم بالاتصال من خلال عمله الإعلامي	18
88	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن كيف تتحصل على الأخبار	19
89	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن هل تتأكد من مصادر الخبر	20
90	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن مصادر الخبر يجب أن تكون من	21
91	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن في مؤسستكم تفضلون الاعتماد على المصادر	22
92	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن هل يؤثر نقص المصادر على الوصول إلى المعلومة وبناء الأخبار في مؤسستكم	23
93	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن إذا كانت الإجابة نعم كيف يؤثر ذلك	24
94	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن هل ترى فرقا بين الخبر من منظور إسلامي والخبر في الفلسفات الإعلامية الأخرى	25
95	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن هل يختلف الخبر من منظور إسلامي عن الخبر في الفلسفات الأخرى	26

الفهارس

96	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن في ماذا تتمثل معايير اختيار الأخبار ونشرها	27
97	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن هل أنت مؤيد أو معارض لنشر أخبار الجرائم	28
98	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن في حالة إن كنت مؤيد ... حدد الأسباب ...	29
99	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن في حالة إن كنت معارض ... حدد الأسباب ...	30

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
71	توزيع أفراد العينة عن حسب الجنس	1
72	توزيع أفراد العينة عن حسب العمر	2
72	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	3
73	توزيع أفراد العينة عن حسب التخصص العلمي	4
74	توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية	5
75	توزيع أفراد العينة عن حسب طبيعة القطاع الذي تنتمي إليه مؤسستكم	6
76	توزيع أفراد العينة عن حسب نوع المؤسسة الإعلامية التي تشغل بها	7
77	توزيع أفراد العينة عن حسب طبيعة العمل الذي تشغله	8
78	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن هل أنت على دراية بالقوانين التي تنظم مهنة الإعلام	9
79	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن في رأيك أيها أفدر على تنظيم مهنة الإعلام	10
80	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن أن القوانين والأخلاقيات التي تنظم مهنة الإعلام تلتزم بالمرجعية الإسلامية	11
81	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن هل أنت راض عن الوضع الحالي في التزام الإعلام المحلي بالمرجعية الإسلامية	12
82	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن الصحفيين المحليين ملتزمين بالمرجعية الإسلامية من خلال المسؤولية تجاه المجتمع	13

83	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن الضغوط المهنية التي تراها تؤثر على عملك	14
84	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن كيف تتعامل لمواجهة الضغوط المهنية التي تتعرض لها	15
85	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن عند اختيار مسؤول إعلامي هل يجب أن يكون وفق ضوابط أخلاقية وإسلامية	16
86	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن في رأيك ما هي السمات الواجب توافرها في المسؤول الإعلامي	17
87	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن ما هي مسؤوليات التي يجب أن يمارسها القائم بالاتصال من خلال عمله الإعلامي	18
88	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن كيف تتحصل على الأخبار	19
89	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن هل تتأكد من مصادر الخبر	20
90	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن مصادر الخبر يجب أن تكون من	21
91	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن في مؤسستكم تفضلون الاعتماد على المصادر	22
92	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن هل يؤثر نقص المصادر على الوصول إلى المعلومة وبناء الأخبار في مؤسستكم	23
93	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن إذا كانت الإجابة نعم كيف يؤثر ذلك	24
94	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن هل ترى فرقا بين الخبر من منظور إسلامي والخبر في الفلسفات الإعلامية الأخرى	25
95	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن هل يختلف الخبر من منظور إسلامي عن الخبر في الفلسفات الأخرى	26

الفهارس

96	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن في ماذا تتمثل معايير اختيار الأخبار ونشرها	27
97	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن هل أنت مؤيد أو معارض لنشر أخبار الجرائم	28
98	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن في حالة إن كنت مؤيد ... حدد الأسباب ...	29
99	توزيع أفراد العينة حسب رأي المبحوثين عن في حالة إن كنت معارض ... حدد الأسباب ...	30

فهرس الموضوعات

3	شكر وعرفان
4	الإهداء
5	ملخص الدراسة :
7	جدول الرموز والإشارات
أ - ب	مقدمّة

الفصل الأول : الإطار المنهجي

4	إشكالية الدراسة
4	تساؤلات الدراسة
5	أهمية الدراسة
5	أهداف الدراسة
6	أسباب اختيار الموضوع
6	الدراسات السابقة
10	المفاهيم والمصطلحات
12	نوع الدراسة ومنهجها
13	أداة جمع البيانات
14	مجتمع الدراسة والعينة
14	الأساليب الإحصائية المستخدمة

15.....	صدق وثبات الأداة.....
15.....	صعوبات الدراسة.....
الفصل الثاني : القائم بالاتصال وضوابطه في إعلام الإسلامي	
17.....	تمهيد.....
18.....	المبحث الأول : ماهية الإعلام الإسلامي.....
18.....	المطلب الأول : تعريف الإعلام الإسلامي.....
18.....	المطلب الثاني : أهمية الإعلامي الإسلامي.....
20.....	المطلب الثالث : خصائص الإعلام الإسلامي.....
21.....	المطلب الرابع : أهداف الإعلام الإسلامي.....
24.....	المبحث الثاني : القائم بالاتصال في الإعلام الإسلامي.....
24.....	المطلب الأول : مفهوم القائم بالاتصال.....
24.....	المطلب الثاني : الشروط الواجب توافرها فيه.....
25.....	المطلب الثالث : مسؤوليات القائم بالاتصال.....
27.....	المطلب الرابع : الضغوط المهنية على القائم بالاتصال.....
29.....	المطلب الخامس : الضوابط القرآنية في اختيار المسؤول الإعلامي.....
31.....	خلاصة الفصل.....

الفصل الثالث : فن الخبر الصحفي في ضوء نظرية الإعلام الإسلامي

- تمهيد.....33
- المبحث الأول : الخبر في ضوء النظريات الإعلامية.....34
- المطلب الأول : ملامح منهجية المنظور الإسلامي.....34
- المطلب الثاني : الخبر في نظرية السلطة.....37
- المطلب الثالث : الخبر الصحفي في النظرية الاشتراكية.....37
- المطلب الرابع : الخبر في النظرية الليبرالية.....38
- المطلب الخامس : الخبر في نظرية المسؤولية الاجتماعية.....40
- المبحث الثاني : معايير اختيار الأخبار ونشرها.....42
- المطلب الأول : مفهوم القيم الخيرية.....42
- المطلب الثاني : أهمية القيم الخيرية.....43
- المطلب الثالث : عناصر القيم الخيرية.....44
- المطلب الرابع : المعايير الخاصة بالسياسة التحريرية.....47
- المطلب الخامس : أخلاقيات نشر الأخبار وضوابطها من منظور إسلامي.....49
- المبحث الثالث : فنيات الخبر الصحفي.....56
- المطلب الأول : مفهوم التحرير الصحفي وأهميته.....57
- المطلب الثاني : مفهوم الخبر الصحفي ونشأته وتطوره.....58
- المطلب الثالث : القوالب الفنية للخبر.....59

60.....	المطلب الرابع : أنواع الأخبار.....
63.....	المطلب الخامس : مصادر الأخبار.....
68.....	خلاصة الفصل.....
الفصل الرابع : الجانب الميداني للدراسة	
70.....	تمهيد.....
71.....	عرض البيانات وتحليلها وتفسيرها.....
71.....	المحور الأول: البيانات الشخصية.....
77	المحور الثاني : الضوابط المهنية من منظور إسلامي.....
82.....	المحور الثالث : ضوابط عمل القائم بالاتصال في الإعلام المحلي من منظور إسلامي.....
88.....	المحور الرابع : تعامل القائم بالاتصال مع مصادر الأخبار.....
94.....	المحور الخامس : الخبر الصحفي من منظور إسلامي.....
100.....	نتائج الدراسة الميدانية.....
100.....	النتائج المتعلقة بالضوابط المهنية من منظور إسلامي.....
100.....	النتائج المتعلقة بضوابط عمل القائم بالاتصال في الإعلام المحلي من منظور إسلامي.....
101.....	النتائج المتعلقة بتعامل القائم بالاتصال مع مصادر الأخبار.....
101.....	النتائج المتعلقة بالخبر الصحفي من منظور إسلامي.....
103.....	الخاتمة.....
105.....	قائمة المصادر والمراجع.....

الفهارس

113.....	فهرس الآيات القرآنية.....
116.....	فهرس الأحاديث النبوية.....
117.....	فهرس الجدول.....
120.....	فهرس الأشكال.....
123.....	فهرس الموضوعات.....
129	الملاحق.....

الملاحق

استمارة استبيان ضمن دراسة بعنوان :

فن الخبر الصحفي من منظور إسلامي في الإعلام المحلي

دراسة ميدانية على الإعلاميين والمراسلين بولاية الوادي

تحية طيبة وبعد :

أنا طالب في العلوم الإسلامية أقوم ببحث في إطار تحضير مذكرة الماستر بعنوان: فن الخبر الصحفي من منظور إسلامي في الإعلام المحلي ، ولتحقيق أهداف هذه الدراسة أتمنى منكم التكرم والإجابة على الأسئلة الموجودة في هذه الاستمارة بدقة ووضوح .

ملاحظة : بيانات هذه الاستمارة سرية ولن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي .

وفي الأخير تقبلوا مني فائق الشكر والاحترام على حسن تعاونكم في إنجاز هذا البحث.

السنة الجامعية : 1440 هـ - 1441 هـ / 2019 م - 2020 م

● المحور الأول : البيانات الشخصية

1- الجنس :

ذكر أنثى

2- العمر :

أقل من 25 سنة من 25 سنة إلى 30 سنة أكثر من 30 سنة

3- المستوى التعليمي :

ثانوي جامعي دراسات عليا

4- التخصص العلمي :

- إعلام واتصال

- علوم إنسانية

- علوم اجتماعية

- أخرى

5- الخبرة المهنية :

أقل من 5 سنوات من 5 سنوات إلى 10 سنوات أكثر من 10 سنوات

6- طبيعة القطاع الذي تنتمي إليه مؤسستكم :

عمومي خاص

7- نوع المؤسسة الإعلامية التي تشغل بها :

الإذاعة التلفزيون الجريدة الإعلام الإلكتروني

8- طبيعة العمل الذي تشغله :

صحفي مراسل مصور رئيس تحرير

● المحور الثاني : الضوابط المهنية من منظور إسلامي

9- هل أنت على دراية بالقوانين التي تنظم مهنة الإعلام ؟

نعم لا نوعا ما

10- في رأيك أيها أقدر على تنظيم الممارسة الإعلامية ؟

- القوانين والتشريعات الإعلامية

- مبادئ الضمير المهني

- الهيئات والمنظمات الإعلامية

11- هل ترى أن القوانين والأخلاقيات التي تنظم مهنة الإعلام تلتزم بالمرجعية الإسلامية ؟

كليا جزئيا لم يلبها أي اهتمام

12- هل أنت راض عن الوضع الحالي في التزام الإعلام المحلي بالمرجعية الإسلامية ؟

نعم لا نوعا ما

13- هل ترى أن الصحفيين المحليين ملتزمين بالمرجعية الإسلامية من خلال المسؤولية تجاه المجتمع ؟

دائما أحيانا نادرا أبدا

● المحور الثالث : ضوابط عمل القائم بالاتصال في الإعلام المحلي من منظور إسلامي

14- ما هي الضغوط المهنية التي تراها أنها تؤثر على عملك ؟

- سياسة المؤسسة الإعلامية

- علاقات العمل وضغوطه

مصادر الأخبار

الجمهور

15- كيف تتعامل لمواجهة الضغوطات المهنية التي تتعرض لها ؟

الحوار الصبر المرونة تقبل النقد

النقاش التجاهل التثبيت بالرأي تقبل الجميع

16- عند اختيار مسؤول إعلامي هل يجب أن يكون وفق ضوابط أخلاقية وإسلامية ؟

نعم لا

17- في رأيك ما هي السمات الواجب توافرها في المسؤول الإعلامي ؟

الولاء

التدين

التكوين الجيد

أخرى أذكرها

لا رأي لي

18- ماهي مسؤوليات التي يجب أن يمارسها القائم بالاتصال من خلال عمله الإعلامي؟

مسؤولية أخلاقية مسؤولية اجتماعية مسؤولية دينية

● المحور الرابع : تعامل القائم بالاتصال مع مصادر الأخبار

19- كيف تتحصل على الأخبار ؟

بطريقة رسمية بطريقة خاصة

20- هل تتأكد من مصادر الخبر ؟

دائماً أحيانا نادرا أبدا

21- مصادر الخبر يجب أن تكون من ؟

- موثوق
- مسؤول رسمي
- أخرى
-

22- في مؤسستكم تفضلون الاعتماد على المصادر ؟

- الداخلية (مندوب ، مراسل)
- الخارجية (وكالات الأنباء ، الانترنت ، النشرات)

23- هل يؤثر نقص المصادر على الوصول إلى المعلومة وبناء الأخبار في مؤسستكم ؟

- نعم لا

24- إذا كانت الإجابة بـ " نعم " كيف يؤثر ذلك ؟

- دقة الحدث
- موضوعية المضمون
- أهمية وآنية الحدث
- صحة الخبر
- أخرى
-

● المحور الخامس : الخبر الصحفي من منظور إسلامي

25- هل ترى فرقا بين الخبر من منظور إسلامي والخبر في الفلسفات الإعلامية الأخرى ؟

- نعم لا

26- هل يختلف الخبر من المنظور الإسلامي عن الخبر في الفلسفات الأخرى ؟

نعم لا أحيانا

27- في ماذا تتمثل معايير اختيار الأخبار ونشرها ؟

الجدة الإثارة الأهمية
التشويق البعد الإنساني أخرى

28- هل أنت مؤيد أو معارض لنشر أخبار الجرائم ؟

مؤيد النشر بضوابط معارض

29- في حالة إن كنت مؤيد... حدد الأسباب..

- أن الصحيفة تمد الجمهور بحقيقة الجريمة
- أن نشر الجريمة يحول دون نشر الشر في ذاته
- أن أخبار الجريمة تكشف عن أساليب المجرمين

30- في حالة إن كنت معارضا... حدد الأسباب..

- نشر أخبار الجريمة يفيد المجرمين في الإمعان والتخفي
- إن الصحف كثيرا ما تكتفي بمجرد عرض أخبار الجريمة بدون التعرض لأسبابها
- إن نشر الجريمة، تعظيم لشأن المجرم وتصويره بصورة البطل الذي حير رجال الأمن
- أخرى تذكر :

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ