

2020

The phenomenon of breaking news in television and its legal and ethical controls - A critical study

Mohamed Chettah

College of Communication and Media, Al Ain University, U.A.E, mohamed.chettah@aau.ac.ae

Follow this and additional works at: <https://digitalcommons.aau.edu.jo/aaujbl>



Part of the [Business Commons](#), and the [Law Commons](#)

Recommended Citation

Chettah, Mohamed (2020) "The phenomenon of breaking news in television and its legal and ethical controls - A critical study," *AAU Journal of Business and Law* **مجلة جامعة العين للأعمال والقانون**: Vol. 4 : Iss. 1 , Article 3.

Available at: <https://digitalcommons.aau.edu.jo/aaujbl/vol4/iss1/3>

This Article is brought to you for free and open access by Arab Journals Platform. It has been accepted for inclusion in *AAU Journal of Business and Law* **مجلة جامعة العين للأعمال والقانون** by an authorized editor. The journal is hosted on [Digital Commons](#), an Elsevier platform. For more information, please contact rakan@aarj.edu.jo, marah@aarj.edu.jo, u.murad@aarj.edu.jo.

ظاهرة الأخبار العاجلة في التلفزيون وضوابطها القانونية والأخلاقية - دراسة نقدية -

محمد شطاح

كلية الاتصال والإعلام، جامعة العين، دولة الإمارات العربية المتحدة

mohamed.chettah@aau.ac.ae

الملخص

سعت الدراسة إلى البحث في ماهية الأخبار العاجلة وفي تنامي حضورها في غرف الأخبار وعلى شاشات العرض التلفزيوني، وعن علاقتها بظاهرة الأخبار الزائفة، وفي الضوابط القانونية والأخلاقية المرتبطة بمختلف أشكال التعامل معها.

وتوصلت الدراسة من خلال مقارنة نقدية إلى عدد من النتائج، من أهمها:

- لم يعد الخبر العاجل في التلفزيون في ظل المنافسة وحمى المباشر استثناءً أو حالة غير متوقعة، بل تحول إلى قاعدة في العمل الإخباري.
 - بروز قيم جديدة في التغطية التلفزيونية للأخبار العاجلة.
 - تنامي ظاهرة عدم الالتزام بمعايير المحتوى الإعلامي والضوابط القانونية والأخلاقية في التغطية الإخبارية، بسبب المنافسة الإخبارية.
 - اتجاه التغطية الإخبارية في التلفزيون من تغطية الأخبار العاجلة إلى الأخبار الاستعجالية (الاستباقية).
 - تنامي المطالبة من قبل الهيئات الناظمة وسلطات الضبط بضرورة احترام الضوابط المهنية والقانونية والأخلاقية في الممارسة الإعلامية ومنها الإخبارية.
- وتوصي الدراسة في ضوء نتائجها بما يلي:
- إدراج مواد قانونية في التشريعات الإعلامية الناظمة للمرئي والمسموع تتعلق بضوابط تغطية الأخبار العاجلة.
 - الإعلان عن ميثاق شرف إعلامي للإعلاميين العاملين في مجال الخدمات الإخبارية العاجلة.
 - استحداث جوائز في مجال التعامل بمصداقية مع الأخبار العاجلة في القنوات التلفزيونية.
 - تدريب المهنيين على الفصل بين الأخبار العاجلة والأخبار الزائفة.
 - إدراج الأخبار العاجلة في التربية الإعلامية وفي المناهج التعليمية.
 - إدراج الأخبار العاجلة كمادة أو كمحور أساسي في مساقات الأخبار بكليات وأقسام الإعلام.

الكلمات الدالة (المفتاحية): الأخبار العاجلة؛ التلفزيون؛ الضوابط القانونية؛ الضوابط الأخلاقية.

The phenomenon of breaking news in television and its legal and ethical controls

- A critical study -

Mohamed Chettah

College of Communication and Media, Al Ain University, U.A.E

mohamed.chettah@aau.ac.ae

Abstract:

The study searches the nature of breaking news and its growing presence in newsrooms and on television screens. It has also tried to find out the relationship of breaking news with fake news. In addition, it investigates the legal and moral controls associated with the various forms of dealing with it. The study reached a number of results, the most important of which are:

- The breaking news on television is no longer an exception or an unexpected case, in the light of the ferocious competition and mounting live fever but has become a rule in the news work.
- The emergence of new values in television coverage of breaking news.
- The development of the phenomenon of non-compliance with media content standards and legal and ethical controls in news coverage due to news competition.
- The shift of news coverage on television, from breaking news to urgent (proactive) news.
- The increase of claims by the regulatory bodies and control authorities for the need to respect professional, legal and ethical controls in media practice, including news.

In light of its results, the study recommends the following measures:

- Introduction of legal articles in the audio-visual media legislation related to breaking news coverage controls.
- Proclamation of a media honor code for media professionals working in the field of breaking news services.
- The creation of prizes for credible dealing with breaking news on TV channels.
- Training of professionals to distinguish between breaking news and fake news.
- Introducing breaking news in media education and educational curricula.
- Introducing breaking news as a subject or as a primary focus in news courses in media colleges and departments.

Keywords: Breaking news; television; legal controls, ethical controls.

مقدمة:

كشفت ثورة الاتصال مع نهاية القرن العشرين عن ثورة جديدة في مجال البث التلفزيوني، وساعدت الأعمار الصناعية على انتشار رهيب للقنوات التلفزيونية، فتعددت من حيث المضامين والموضوعات، كما ساهمت ثورة تكنولوجيات الاتصال في أنتشار وسائل جديدة لتقديم المواد الإخبارية بدءاً بشبكة الأنترنت، وصولاً إلى شبكات التواصل الاجتماعي.

لقد احتدمت المنافسة بين مختلف الوسائل في تقديم المواد الإخبارية، وصمد التلفزيون في وجه التحولات الجديدة وبقي في مواقع متقدمة كمصدر للمعلومات عن الأحداث الجارية؛ حيث اتجه القارئون على هذه الوسيلة إلى تنويع الخدمة الإخبارية، فبرزت القنوات الإخبارية المتخصصة، وأصبحت التغطية الإخبارية للأحداث على مدار الساعة، وبطريقة فورية وعاجلة. وساعد تعدد المصادر وتنوع الحوامل، من تلفزيونات بلازما إلى هواتف جواله بشاشات عرض متطورة على تنامي ظاهرة الأخبار العاجلة، فتحوّلت إلى قاعدة في البث الإخباري التلفزيوني، بعد أن

كأنت ولسنوات طويلة حالة استثنائية غير متوقعة. البحث محاولة علمية تتناول هذه الظاهرة وتسعى للإجابة عن ماهية الأخبار العاجلة وعن تنامي حضورها في غرف الأخبار وعلى شاشات العرض التلفزيوني، وعن علاقتها بظاهرة الأخبار الزائفة، وأخيراً بالضوابط القانونية والأخلاقية المرتبطة بمختلف مراحل التعامل مع الأخبار العاجلة.

الإشكالية:

ساهمت ثورة تكنولوجيايات الإعلام والاتصال بشكل كبير ومؤثر في تطور الخدمات الإخبارية المقدمة من وسائل الإعلام، كما كشفت عن تحولات جذرية في الحاجة إلى المعلومات؛ إذ أصبحت الجماهير أكثر انجذاباً إلى الأخبار الفورية والعاجلة. وأدى تسارع الأحداث وتنوعها إلى ازدياد اهتمام وسائل الإعلام بتطوير خدماتها الإخبارية، وتأتي القنوات التلفزيونية في مقدمتها. لقد شهد العالم منذ مطلع هذا القرن انتشاراً لافتاً للقنوات الإخبارية المتخصصة، جنباً إلى جنب مع وسائل إعلامية أخرى كالصحف الإلكترونية والقنوات الإذاعية عبر الأقمار الصناعية، والمواقع الإخبارية على شبكات التواصل الاجتماعي؛ إذ تتنافس بالثانية في مجال متابعة الأخبار والتفرد في نقلها إلى الجماهير.

ضمن هذا الجو من التنافس، برز الاهتمام بتغطية ومتابعة الأخبار العاجلة على شاشات التلفزيون، وأصبحت قيم الفورية و «المباغثة» للمشاهد تتصدر قيم التغطية الإخبارية. كما كشف التنافس على السبق والتفرد الإخباري تأثيراته على النواحي المهنية والأخلاقية للتغطية الإخبارية اليومية للأحداث والوقائع. بناءً على ما سبق، تأتي هذه الدراسة للبحث في ظاهرة الأخبار العاجلة في القنوات التلفزيونية وفي ضوابطها المهنية والقانونية والأخلاقية. وتسعى إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. التعريف بظاهرة الأخبار العاجلة وتطورها في القنوات التلفزيونية.
2. البحث في التطورات الحاصلة في المهن المرتبطة بالتغطية الإخبارية.
3. البحث في الضوابط القانونية والأخلاقية في مجال الأخبار العاجلة، من خلال الموثيق والنصوص الصادرة عن الهيئات والتنظيمات المنظمة والمهتمة بالإعلام التلفزيوني.
4. تقديم مساهمة علمية نقدية لموضوع ظاهرة الأخبار العاجلة في التلفزيون، وتقديم إضافة للدراسات المنجزة حول الموضوع.

أولاً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

1. مفاهيم الدراسة:

● الأخبار العاجلة:

تنقسم الأخبار من حيث التوقع إلى أخبار متوقعة وأخرى غير متوقعة. والعاجل هو خبر قد يكون متوقفاً ويطلق عليه الخبر الجاهز ويكون معروفاً مقدماً لدى إدارة الأخبار، ويتم الإعداد له قبل بثه بوقت كاف، كما يحدث مع مؤتمر صحفي لوزير، أو نقل مباراة في كرة القدم أو متابعة أمسية شعرية. وفي العادة لا يشكل عبئاً على فريق العمل بالأخبار، طالما اتخذت الخطوات المهنية الصحيحة. وقد يكون الخبر غير متوقع ويطلق عليه الخبر غير الجاهز، وهو خبر لا يمكن توقع حدوثه زمانياً ومكانياً. وتعرفه أستاذة الإعلام «زينب خليل» بأنه: «الخبر الذي لا يحتمل التأجيل أو يكون بمثابة «قضية كبيرة استثنائية»، وجب الإبلاغ عنها». (زينب-2017). (<https://al-akh-bar.com/Media>). ويقسم آخرون الخبر العاجل إلى نوعين:

الأول الذي يظهر على الشاشة، والثاني الذي يصل إلى المحطة قبل دقائق من موعد النشرة، أو أثناء النشرة، ولا يختلفان في أسلوب كتابة النص باستثناء قصر الأول، وفسحة إدراج معلومات أكثر في الثاني (إسماعيل، 2013، ص157). ويقسم أيضاً إلى:

- الخبر المكتوب: وهو ما يكتب على شريط في الغالب في أسفل الشاشة خلال بث برامج أخرى، مع إشارة عاجل أو هام.
- قطع البرامج: وهو أحد الأشكال البرمجية في التغطية الطارئة للأحداث، وتحكمه مجموعة من الشروط منها قيمة الخبر، وتوفير المادة الفيلمية، وتوافقه مع السياسة التحريرية للقناة (مثنى، 2018، ص60، 59).

ويصنفه البعض ضمن الأخبار «الساخنة» Hard (مارك، 2017، ص308). ويكتب العاجل أثناء البرامج الإخبارية،

وحتى في البرامج الحوارية المباشرة ويمكن إعطاء مقدم البرنامج الخبر العاجل لقراءته أثناء البرنامج حتى ولو اضطر إلى مقاطعة ضيف البرنامج والاعتذار منه ومن المشاهدين¹.

● التشريعات الإعلامية:

تعرف الموسوعة العربية التشريعات الإعلامية بأنها «مجموعة القواعد القانونية النازمة للعملية الإعلامية ووسائلها ونشاطاتها كافة (من صحافة ومطبوعات دورية وإذاعة وتلفاز وسينما وأفلام وثائقية ووكالات أنباء ونت وشبكات التواصل الاجتماعي... إلخ) حيث تبين هذه القواعد ضوابط النشاط الإعلامي (حقوق الإعلاميين وواجباتهم) والمسؤولية الناجمة عن خرق هذه الضوابط». <http://arab-ency.com.sy/law/detail/163446>.

● الأخلاقيات المهنية:

يعرف «أندرسون» أخلاقيات الإعلام أو الاتصال بأنها: «المعايير التي توجه المشاركين في النشاط الاتصالي، التي يمكن أن يستخدمها الناقد في الحكم على النوعية الأخلاقية للاتصال» (صالح، 2002، ص: 58). ويعرفها «فروست كريس (Frost.chris, 2008, p, 246)» بأنها: «مجموعة المبادئ والمعايير التي يقوم الإنسان بتطبيقها بشكل اختياري لاتخاذ قراراته حول ما يقوم به من أفعال، وهذه المبادئ هي التي تحدد مدى صحة الفعل الإنساني». وفي «معجم المفاهيم الحديثة في الإعلام والاتصال»، (مي، 2014، ص: 29) تعرّف الأخلاقيات المهنية بأنها «مجموعة القيم والمعايير، التي يعتمد عليها أفراد مهنة ما، للتمييز بين ما هو جيد وما هو سيء، وبين ما هو صواب وما هو خاطئ، وبين ما هو مقبول أو غير مقبول، فهي تمثل مفهوم الصواب والخطأ في السلوك المهني. ولتحقيق ذلك يتم وضع ميثاق، يبين هذه القيم والمعايير والمبادئ وقواعد السلوك والممارسة».

2. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في كونها محاولة علمية نقدية للبحث في ظاهرة تنامي تغطية الأخبار العاجلة في القنوات التلفيزيونية من خلال استعراض أسبابها والبحث في جوانبها المتعلقة بالجوانب المهنية والقانونية والمعايير الأخلاقية. ويمكن إيجاز هذه الأهداف في النقاط التالية:

- البحث في تأثيرات ثورة تكنولوجيات الاتصال على الجوانب المهنية وما تتعلق منها بمهن التغطية الإخبارية.
- البحث في ضوابط ومعايير تغطية الأخبار العاجلة، والفصل بين الأخبار العاجلة والأخبار الزائفة.
- البحث في القواعد القانونية والمعايير الأخلاقية في مجال تغطية الأخبار العاجلة في القنوات التلفيزيونية.
- التوصل إلى نتائج من خلال مقارنة علمية نقدية، وصياغة توصيات حول الإشكالية التي يطرحها البحث.

3. أسئلة الدراسة:

الدراسة هي محاولة علمية للإجابة على الأسئلة التالية:

- لماذا تنامي اهتمام القنوات التلفيزيونية بتغطية الأخبار العاجلة؟
- ما مدى تأثير تكنولوجيات الاتصال الحديثة على التغطية الإخبارية ومنها تغطية الأخبار العاجلة؟
- كيف تتعامل القنوات التلفيزيونية مع ظاهرة التلازم بين الأخبار العاجلة والأخبار الزائفة؟
- ماهي الجوانب القانونية والمعايير الأخلاقية الضابطة في مجال تغطية الأخبار ومنها الأخبار العاجلة؟

4. منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة منهج الوصف الذي يقوم على الوصف الدقيق للظاهرة والتوضيح لخصائصها، والتفسير والنقد لوضعها الراهن، مع المزاجية مع أسلوب الرصد لجانب من النصوص القانونية والمواثيق التي تناولت الضوابط القانونية والمعايير الأخلاقية في مجال تغطية الأخبار العاجلة، من خلال عدد من الأمثلة والنماذج.

5. الدراسات السابقة:

كشفت عملية البحث في الأدبيات المتعلقة بدراسة الظاهرة ندرة الدراسات العلمية التي تناولت هذا الموضوع، وما توفر غلب عليه تناول الصحفي من خلال مقالات استعرضت ظاهرة الأخبار العاجلة في القنوات التلفزيونية وأشكال التعامل معها وتأثيرها على تغطية وتقديم الأخبار على شاشات التلفزيون. من الدراسات التي بحثت في الظاهرة نجد الدراسة التقنية التي قدمها إبراهيم الصياد بعنوان: تغطية الخبر العاجل في غرف الأخبار (إبراهيم، 2014، ص96، 95). وقد استعرض فيها الأدوات اللازمة لإنجاز تغطية « احترافية» لهذا النوع من الأخبار، والمشكلات التي تواجه العاملين في إدارة الأخبار أثناء التغطية المباشرة لحدث طارئ. كما تناولت الدراسة عددا من العناصر المهمة في التغطية، ومنها: قرار التغطية - أدوات تغطية الخبر العاجل، الأخطاء الشائعة في تغطية الأخبار العاجلة- وخلصت هذه الدراسة « التقنية » إلى ضرورة تبادل الخبرات بين القائمين على التغطية الإخبارية في القنوات التلفزيونية، وضرورة التدريب العملي المستمر للمشتغلين في غرف الأخبار، إلى جانب الاهتمام بصقل وتدريب من لهم علاقة بالتغطية الإخبارية المباشرة ومنها التغطية العاجلة للأخبار.

وتناول كل من «ويتزر وكوبرين» (Weitzer & Kubrin , 2004,p:497-720) ظاهرة الأخبار العاجلة في بحثهما بعنوان: كيف يؤثر التلفزيون المحلي وظروف العالم الحقيقي على الخوف من الجريمة- واعتمدت الدراسة أربع أطروحات في تناول الظاهرة هي:

- The real -world thesis - أطروحة العالم الحقيقي.
- The cultivation thesis - أطروحة الغرس.
- The substitution thesis - أطروحة الاستبدال.
- The resonance thesis - أطروحة الرنين.

وانطلقت الدراسة من فرضية أن عددا معتبرا من الأمريكيين يصرحون في الغالب بالخوف من الجريمة، ويعتبرون أن وسائل الإعلام وخاصة القنوات التلفزيونية المحلية تقوم بتغطية أخبار الجريمة بطريقة عاجلة وانتقائية ومثيرة. وعليه فالباحثان حاولا البحث في دور وسائل الإعلام في تشكيل الخوف من الجريمة، مع ربط ذلك بالعوامل الديمغرافية وظروف الجريمة. وعكس الدراسات السابقة التي اختبرت في الغالب وسيلة إعلامية واحدة، فالباحثان تناولوا عدد من الوسائط منها التلفزيون المحلي والوطني، الإذاعة، الصحف، والأنترنيت.

كذلك تناولت دراسة «كوستاز» (Kostas Stalzis, 2012, P, 702-710) موضوع الأخبار العاجلة على الأنترنيت، وكيف يتم تحديثها وإدارتها خلال اليوم الإخباري، إذ لاحظ الباحث أن القائمين على الأخبار يواجهون تحدي الوقت، وهم مطالبون بتحديث الأخبار على مدار اليوم، وهو ما يلغي فكرة أن الأخبار «منتج نهائي». وقد تناولت الدراسة الموضوع من خلال ستة مواقع إخبارية في المملكة المتحدة، وبينت كيف تتم عملية « كسر» قصص إخبارية معينة وتحديثها خلال اليوم، وركزت على موضوع تكرار التحديثات. وخلص الباحث إلى عدد من النتائج، منها أن الأخبار على شبكات التواصل تتميز بالديمومة مقارنة بالأخبار في الراديو والتلفزيون.

وتناولت دراسة أعدها مجموعة من الباحثين بعنوان: «الأخبار العاجلة في منظور المشاهد» (Nosheen, Syed, 2014, p, 318-329) في باكستان وانطلقت من فكرة تزايد عدد الوسائط الإلكترونية في البلاد، بعد إنشاء الهيئة الناظمة للإعلام الإلكتروني-PEMRA- والتي يشمل إشرافها الراديو والتلفزيون- من خلال مراقبة المحتوى ومنح التراخيص؛ حيث ساعد هذا المناخ على ظهور جملة من الأفكار في مجال التعاطي مع الأخبار، وظهرت أنواع إخبارية جديدة منها « الأخبار العاجلة» Breaking News. وقدم فريق البحث مساهمة في فهم الأخبار العاجلة ومدى تأثيرها على المشاهدين. وتوصل إلى مجموعة من النتائج، من أهمها:

1. اختلاف مفهوم ومعنى الأخبار العاجلة بالنسبة للمشاهدين باختلاف خبراتهم وباختلاف أنماط التعرض.
2. يعتبر عدد كبير من المشاهدين أن الأخبار العاجلة هي معلومات جديدة وغير متوقعة، تشعرهم بالخوف من تطور الأحداث وانفجارها في المستقبل.
3. يرى عدد من المستجوبين أن الأخبار العاجلة تصبح مع مرور الوقت حالة «مألوفة».
4. يقوم عدد من القنوات المنافسة بعرض إشاعات وأخبار زائفة تهز ثقة الجمهور فيما يشاهد.
5. يرى عدد من المستجوبين أن الأخبار العاجلة مهمة بالنسبة للمشاهدين لأنها تختصر الوقت في الحصول على المعلومة.
6. تعتبر الأخبار العاجلة بالنسبة لعدد من المستجوبين مصدرا هاما في التعرف على الأحداث المرتبطة بالأمن والنظام العام.
7. الأخبار العاجلة هي مصدر للخوف والإثارة للجمهور المستهدف.

ومن الدراسات الحديثة في الموضوع دراسة استطلاعية Ashley Rodriguez (2018) بعنوان: «عندما يجذب شباب الألفية في الولايات المتحدة نحو الأخبار العاجلة في التلفزيون»، برعاية شركة Nielsen المتخصصة في قياس الرأي العام في عام 2018؛ إذ توصلت إلى أن شباب الألفية الجديدة وبالرغم من اعتمادهم على الأنترنت كمصدر للأخبار لكنهم في الأحداث الكبرى يتحول الشباب في الفئة العمرية من 21 إلى 37 عاما إلى التلفزيون لمتابعة الأخبار، كما هو الحال مع الانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة في 2016، وهو الشيء نفسه مع الفئات الأكثر من 38 عاما خلال انتخابات 2016 وخلال تنصيب رئيس الولايات المتحدة الأمريكية في 2017. وأشارت الدراسة إلى أن نتائج القياس توصلت إلى ارتفاع في نسب المشاهدة لشبكة Fox News وقناتي CNN و-MSN BC. وعليه فالدراسة تؤكد قدرات التلفزيون في مجال تغطية الأخبار وبخاصة الأخبار العاجلة في سرد التفاصيل وتحليل الأحداث، وتتبع تطوراتها في الزمان والمكان، وهي خصائص قد لا تتوفر في الوسائط الجديدة.

أيضا تناول «ريزبريدجر» (Alan Resbridger, 2019) ظاهرة الأخبار العاجلة في دراسة نقدية بعنوان «الأخبار العاجلة- تجديد الصحافة ولماذا الآن؟». انطلق الباحث من فكرة أن البشرية تعيش في عصر طغت فيه الأخبار و المعلومات الكاذبة على الأخبار الصحيحة، والسبب الرئيسي في ذلك، هو أنه وبفعل ثورة تكنولوجيا المعلومات تمكن الملايين من البشر من نشر وتداول المعلومات دون تمييزها أو التأكد من مصادرها. ويعرض الباحث تجربته في التعامل مع الظاهرة من خلال خبرته الممتدة على مدار عشرين سنة كرئيس تحرير لإحدى أهم الصحف في العالم وهي صحيفة The Guardian البريطانية، ويرى الباحث أيضا أننا نعيش «فوضى رقمية لا سابق لها في التاريخ» و بالتالي يجب علميا وأخلاقيا الدعوة إلى «صحافة جيدة». هذه الدراسة تقدم إضافة علمية للدراسات التي تهتم بالأبعاد المهنية والأخلاقية في الممارسة الإعلامية بصفة عامة وفي التعامل والتعاطي مع الأخبار العاجلة في قاعات التحرير وغرف الأخبار في المحطات والقنوات التلفزيونية.

من الدراسات الحديثة أيضا مساهمة (Glenn Halbrooks, 2019) بعنوان: لماذا هناك الكثير من الأخبار العاجلة على شاشة التلفزيون؟ Why Is There So Much Breaking News on TV؟ ويرى «Glenn» أنه ليس غريبا أن تقطع إحدى الشبكات التلفزيونية برامجها للإعلان عن خبر عاجل عن الهجمات الإرهابية في 11 سبتمبر، أو انفجار المركبة الفضائية «تشانجر»؟ أو إحصار في طريقه إلى المدينة التي تتواجد فيها المحطة التلفزيونية. لكن في الحقيقة ليست كل الأخبار العاجلة مرتبطة بأحداث طارئة وهامة، فهناك العديد من المحطات التلفزيونية التي تقدم 6 ساعات من الأخبار وتعتبرها أخبار آخر ساعة. وترى الدراسة أن هناك أسبابا أخرى وراء تنامي الأخبار العاجلة على شاشات التلفزيون. وهي:

- منح الأخبار حياة أطول.
- حاجة الجماهير للأخبار الفورية.
- سهولة تغطية الأخبار العاجلة.

وتؤكد الدراسة على أن العثور على الأخبار هو أبسط طريقة لتوليد المحتوى، ولذلك تتجه القنوات التلفزيونية إلى الإبقاء على الخبر لفترة طويلة، فرغم أن الإحصار قد انتهى منذ ساعات إلا أن مراسل القناة يظل يعين المكان للتحدث إلى الناجين منه. وتنتهي الدراسة إلى أنه من السهل أن تخصص القناة التلفزيونية فريقا لمتابعة خبر عاجل من إنجاز تحقيق استقصائي مدته 60 دقيقة قد يستغرق شهورا من البحث والتحرير والإنتاج.

الدراسة تؤكد حقيقة ما ذهبنا إليه في كون الأخبار العاجلة في التلفزيون «ظاهرة إعلامية»، لأن عددا كبيرا من الأخبار العاجلة لا يستحق أن يصنف كذلك، فإزدحام الشاشات بالأخبار العاجلة تحكمه عوامل كثيرة منها المنافسة بين مختلف الوسائط وسد الفراغ في البرمجة خاصة عندما تحول البث التلفزيوني إلى 24 ساعة دون انقطاع، وتخفيض تكاليف إنتاج البرامج، وأخير استقطاب الجماهير بفعل الاستعراض والمباغنة.

6. التعليق على الدراسات السابقة:-

من خلال استعراضنا لعينة من الدراسات التي تناولت موضوع الأخبار العاجلة في التلفزيون أمكننا الخروج بعدد من الاستنتاجات والملاحظات منها:

- 1- ندرة الدراسات في الموضوع خاصة في البلاد العربية، وهذا مرتبط في اعتقادنا ببيئة البحث غير المشجعة عموما، وباتجاهات البحوث - رغم أهمية هذا الموضوع - نحو الاهتمام بالإعلام الجديد في السنوات الأخيرة.
- 2- تركز أغلب الدراسات بالولايات المتحدة الأمريكية، وهذا يعكس جماهيرية هذه الوسيلة في هذا

- 3- هيمنة الدراسات والمقاربات المقارنة على الموضوع، في انتشار الوسائط الجديدة.
Rodriguez و Ashley دراسة كل من
4- تعدد اختصاصات المساهمين في الدراسات المتوفرة بين خبراء وتقنيين مثل (إبراهيم الصياد، Glenn Halbrooks وباحثين أكاديميين مثل (Nosheen, Syed and Samreen)، وهو ما منح الموضوع رؤى متعددة وثرية، تساعد الباحثين في النظر إلى الظاهرة ونقدها من زوايا متعددة.
5- تأكيد عدد من الدراسات بأن الأخبار العاجلة في التلفزيون هي "ظاهرة إعلامية" تستحق الدراسة والبحث من عدة جوانب، ومنها دراسة "Glenn".

ثانياً: تطور الخدمة الإخبارية في التلفزيون:

1. هيمنة التلفزيون على الوظيفة الإخبارية:

في 29 جوان من عام 1949 وفي الساعة التاسعة مساءً، بثت الإذاعة والتلفزة الفرنسية أول جريدة مصورة لمدة 15 دقيقة، غطت دورة فرنسا لسباق الدراجات وانتهى العرض الإخباري عند خط وصول المتسابقين ليستأنف البث بعد شهر، في ذلك اليوم لم يكن مقدم الأخبار Pierre Sabbagh سعيداً بفعل التجربة بقدر ما كانت سعادته أكثر بأن تمكن أخيراً من أن ينتزع من الراديو إحدى أهم وظائفه وهي الوظيفة الإخبارية (Mélanie Rostagnat, 2009). لقد جاءت سنوات الستينيات ليكشف التلفزيون عن قدراته الواسعة في مجال التغطية الإخبارية، ووجد في الحملات الانتخابية في الولايات المتحدة الأمريكية مجالاً رحباً للانتشار والتوسع، كما ارتبط هذا الجهاز ارتباطاً وثيقاً بصناع القرار في البلدان الصناعية وحتى البلدان النامية.

لم يحدث في تاريخ تطور وسائل الإعلام الجماهيري أن هيمنت وسيلة على أخرى بهذه السرعة المذهلة، وهذه القدرة على أسر الجمهور، وتغيير أنماط استهلاكه لرسائل ووسائل الإعلام، بنفس الطريقة التي فعلها التلفزيون؛ إذ إنه وفي ظرف سنوات قليلة قفز إلى صدارة وسائل الإعلام، وسجل المهتمون والمختصون عشرات الملاحظات عن هذه الظاهرة، فقد كتب «جان كلود جيبينو» في الموضوع يقول «إن سيطرة التلفزيون على عقول الناس، وتأثير الصورة الذي يشمل العالم كله، أمر مقلق لأنه غير مفهوم، فإمبراطورية التلفزيون تسير وفق قوانين لم تستوعب بعد بشكل كامل، وتحرك آليات عاطفية لا يسيطر عليها أحد سيطرة تامة، ومن النادر أن يصبح شيء ما مصنوعاً مستقلاً عن صانعه بهذه الدرجة، فالتلفزيون أداة متفجرة خطيرة، وهو روح متجولة تنشر رمزية ذات معنى غير مفهوم بشكل مؤكد، وهو في غاية القوة وفي نفس الوقت أقل نضجاً بكثير مما يتصوره الناس». (جان كلود جيبينو، 1992، ص: 5). ويمكننا أن نضيف العشرات من الأوصاف والملاحظات، إلا أن المثير فيها هي إجماعها على أن التلفزيون «وسيط زائر بالأسرار».

إن ما يهم في هذه المساهمة هو الإجابة على سؤال كيف استطاع التلفزيون أن يزيح الوسائل الأخرى (الصحافة والراديو) بهذه السرعة وكيف انتقل من وسيط للتسلية والترفيه ليهيمن لاحقاً على الوظيفة الإخبارية؟ أو ما هي خصائص قوة التلفزيون التي مكنته وبهذه السرعة من احتلال صدارة وسائل الإعلام وخاصة في المجال الإخباري. من خلال الاطلاع على العديد من البحوث والدراسات يمكن الإجابة على هذا السؤال وتحديد جوانب قوة التلفزيون وخصوصيته التي مكنته من احتلال هذا الدور، وبخاصة على الصعيد الإخباري، ويمكن تحديد معالم هذا التفوق في النقاط التالية:

- يتمتع التلفزيون كجهاز إخباري بـ "الفورية" التي تزيد من واقعيته، فهو يقدم لنا مادة إخبارية من مكان وقوعها، وفي نفس زمن حدوثها، ينقل لنا الأخبار في معناها ومغزاها، وفي التو وفي لحظة وقوعها.
- التلفزيون يقدم الأحداث بالصورة التي لا يمكن أن تصل إليها وسائل الإعلام الأخرى في مشاهد متكاملة وفي صور واقعية.
- تأثير التلفزيون في الجمهور يفوق بثلاثة أضعاف تأثير الإذاعة، وبدرجة أكثر تأثير الصحافة المكتوبة. وقد أكدت العديد من الأبحاث والدراسات هذه الحقيقة.
- ينفرد التلفزيون وعلى صعيد الأخبار بخاصية فريدة هي تكوين الموقف العاطفي الذي يتجلى في دفع المشاهد إلى الغضب أو الخوف أو الكراهية أو الحزن، وهي عواطف لا تستطيع الوسائل الأخرى إحداثها بنفس القدرة والدرجة (كرم، 1985، ص: 77).
- تتمتع الأخبار في التلفزيون بجودة الاتصال وهي تتفوق في ذلك على الإذاعة والصحافة المكتوبة، فهي تتجاوز على سبيل المثال قدرة الوسيلة المطبوعة، فالكلمة المطبوعة تصبح ذات معنى عند القارئ فقط عندما يربط صورته الذهنية بما يعنيه الكاتب، فالقارئ يطالع الكلمات ويترجمها إلى صور ثم يستخلص معانيها.

- يبسط التلفزيون عملية الاتصال، فالصورة على الشاشة، وما على المشاهد إلا أن يربط بين الصورة والكلمة المنطوقة، فبدلاً من أن ينتقل ذهنه من الكلمة المكتوبة إلى الصورة إلى المعنى، فإنه ينقله مباشرة من الصورة إلى المعنى.
- لغة التلفزيون ومنها لغة الخبر التلفزيوني تقوم على البساطة والوضوح والمباشرة وقد شرحت هذه الفكرة بشكل جيد الباحثة كارولين ديانا لويس **Caroline D. Lewis** عندما أكدت أن «الكلمة المنطوقة في التلفزيون هي «الملك»، وأنها تمثل شكلاً مختلفاً من أشكال الاتصال عن الكلمة المقروءة، فالطالب الذي مازال بالجامعة أو مندوب التلفزيون حديث التخرج يتعين عليه أن يجاهد للتخلص من القوالب والأساليب المتشابهة الطنانة المملة في رتابتها، والتي مكنته من الحصول على الليسانس في العلوم الاجتماعية أو الفلسفة بدرجة الامتياز، وأن اللغة التي تتخذ من طول وعرض التركيبات وسيلة للتأثير أمر رديء في الصحافة أما في أخبار التلفزيون فهي أمر قاتل» (كارولين، 1993، ص: 29).

لقد استمر تفوق التلفزيون على وسائل الإعلام الجماهيري، وحتى في زمن الوسائط و شبكات التواصل الاجتماعي، فلم يعرف نزوحاً كما حدث للصحافة على سبيل المثال، حيث تؤكد العديد من البحوث والاستطلاعات صمود التلفزيون في وجه التحولات التي مست طرق الاستهلاك لمحتويات الإعلام، إذ تشير دراسة (Amy Mitchell and Jeffrey Gottfried, 2016) بالولايات المتحدة بعنوان: The Mod-ern News Consumer إلى أن الأمريكيين الذين يفضلون مشاهدة الأخبار ظلوا أوفياء لهذه الوسيلة، في حين هاجر قراء الأخبار في الصحف إلى النت و المواقع الإلكترونية.

2. تأثيرات ثورة تكنولوجيا الاتصال على الأخبار التلفزيونية:

كان لثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات تأثير كبير على التلفزيون في الشكل وفي المحتوى، وفي الوظيفة وفي المهنة، ويمكن تحديد هذه التأثيرات على أكثر من مستوى:

• على مستوى التقنيات:

يبدو هذا التأثير جلياً في البرامج الإخبارية وفي أهم برامجها وهي النشرة الإخبارية، وقد تعددت الأوصاف التي قدمت للنشرة الإخبارية المصورة فوصفتها Marlène Colomb Gully بأنها برنامج موحد للمشاهدين، إذ أن 75% من أجهزة الاستقبال تكون في حالة تشغيل عند تقديم الأخبار وهو ما يعني أن ثلاثة على أربعة من المشاهدين يتابعون الأخبار (Marlène Colomb Gully, 1995, P: 9). ووصفها آخرون بأنها نوع من «الاحتفالية» المنتظم (Commission nationale de la communication et des libertés, 1987, p: 5). إن الجريدة المصورة هي فعل اجتماعي لا مناص منه، مرتبط بنشاط الفرد، ومؤشر لضبط الوقت وإيقاع حياته اليومية. وعليه فإن النشرات الإخبارية هي أكثر البرامج التلفزيونية عرضة للتطوير بفعل التطور السريع لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وهذا منذ الولوج إلى عصر الطريق السريع للمعلومات والتفاعلية أو عصر «المعلومة بين أطراف أصابعك» «أو Information at your finger tips» وهي عبارة مستعارة من «بيل غيتس» «Bill Gates» مؤسس شركة Microsoft والتي تعني أيضاً: أجهزة استقبال أقل كلفة + شبكات قوية + بنوك معطيات غنية = الاتصال والحصول على المعلومات في أوقات قياسية. وعليه يسعى القائمون على الأخبار في التلفزيونات لتأكيد ذلك في التغطية وفي نقل الأحداث بصفة متواصلة.

• على مستوى مصادر الأخبار:

لم تعد وسائل الإعلام تعاني شحاً في المادة الإخبارية كما كانت عليه في مطلع القرن الماضي حيث كان مذيع الأخبار في الـ BBC يطل على الشاشة في موعد نشرة السادسة ليقول للمشاهدين: «لا توجد أخبار اليوم» «أي: "There is no news today"»، ثم يختفي تاركاً الشاشة لبرامج أخرى. (إسماعيل، 2013، ص: 15). ولم تعد المحطات التلفزيونية في مجال التزود بالمعلومات والأخبار مرتبطة بوكالات الأنباء الكلاسيكية التي تعمل عن طريق البرقيات، بل تعدتها إلى مصادر جديدة ومتنوعة بدءاً بوكالات الشريط المصور والمراسلين التابعين للمحطات نفسها، بل إن الكثير من القنوات أصبحت مصدراً للصور والأخبار لباقي القنوات الأخرى. ويمكن تحديد المصادر الجديدة فيما يلي:

أ- وكالات الأنباء بالصورة: International visual news agencies:

ظهر هذا النوع من الوكالات بعد تطور صناعة التلفزيون وانتشاره وحاجته الماسة إلى الصورة المتحركة، كما كان الشأن مع الوكالات التقليدية التي ظهرت استجابة لحاجة الصحف للشريط الإخباري المكتوب من أهم وأكبر هذه الوكالات نجد «فيز نيوز» «Vis News» البريطانية ووكالة يونايتد براس أنترناشيونال (UPI) ووكالة CBS المصورة الأمريكية والوكالة الألمانية للخدمة التلفزيونية (DPA (E TES) ووكالة WTN.

ب- المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل:

ظلت المحطات التلفزيونية إلى عهد قريب ترفض الاعتماد على المواد الإخبارية والصور المنتشرة على المواقع الإلكترونية، وترفض التعامل مع المواد الإخبارية المعروضة عليها، لكن توسع استخدامات الأنترنت وسهولة الوصول إليها خاصة في حال الحروب والأحداث المفاجئة، دفع بالقنوات التلفزيونية إلى التوسع في هذه المصادر. وبدا ذلك أكثر وضوحاً خلال السنوات الأخيرة في العديد من أماكن الأحداث والأزمات وبؤر التوتر، إذ لم تستطع القنوات «الرسمية» منع طوفان الصور عبر الفضائيات عن طريق الهواتف الجوال، ولم تتردد شبكات التلفزيون في اعتماد صور فيديو هواتف الجوال ومواقع اليوتيوب، والتضحية في العديد من الحالات بالقيمة الفنية للصورة، كالوضوح والدقة، وذلك لصالح القيمة الإخبارية للحدث.

• على مستوى التحرير والتقديم:

مكنت التكنولوجيات الجديدة في مجال الاتصال القائمين على تحرير الأخبار من التغلب على الصعوبات التي ظلت غرف وقاعات التحرير تواجهها لعدة عقود، وذلك باستخدام الكمبيوتر وأساليب التجميع الإلكتروني، التي سمحت بتحرير مادة إخبارية جيدة وعرض صور عالية الوضوح، إلى جانب جرافيكس تتطور أساليب إخراجها يوماً بعد يوم. ويبقى في اعتقادنا مشكل التحكم في اللغة حيث يفقد رونقه لصالح الصورة والعناصر المرئية. وقد كشفت البحوث والدراسات بأن أكثر المستفيدين من التكنولوجيات الجديدة هم المذيعون ومقدمو الأخبار، فقد تقلصت متابعهم بفعل استعادة استوديوهات الأخبار بمعدات حديثة في مجال الجمع والتخزين والتحرير والتقديم، كذلك سهّل الديكور الافتراضي والعناصر المرئية والصور التوضيحية -كما أسلفنا- مهام المذيعين في النشرات والمواجيز الإخبارية، وساعدت التكنولوجيات بوجه عام في نسج علاقة حميمة بين القائم بالإعلام والجمهور. وتشير تقارير حديثة إلى حاجة القائم بالإعلام في قاعات التحرير وغرف الأخبار إلى التطبيقات الجديدة، ومنها تقرير بعنوان: «10 تطبيقات أدوات يجب أن يجربها الصحفيون» ومنهم العاملون في الأخبار بالتلفزيون (عمرو الأنصاري 2019 <https://ijnet.org/ar/story>). ويرى التقرير أن ثورة تكنولوجيات الاتصال أفرزت بيئة عمل جديدة في قاعات التحرير وغرف الأخبار، فقد فرضت التكنولوجيا، الهاتف الذكي والجهاز اللوحي والكمبيوتر المحمول، وأصبح الصحفي يقضي ثلث وقته مع هذه الأدوات والوسائط، فبات من الضروري تعلم عدد من التطبيقات التي توفر الجهد والوقت، وتزيد من جودة الانتاج ومنها: Hipdf-unroll.me- Streak-Download- Navi-Temp Mail-Elephant- Otter Voice Notes- Duplicate File Cleaner- Duplicate File Cleaner- Universal Copy- Screen Translate.

• على مستوى المهنة:

ناضلت الصحافة لفترة طويلة من أجل الاعتراف بها كوسيلة من وسائل التثقيف ونقل المعرفة، فقد اعتبر الكثير من المفكرين والأدباء (في أوروبا) النماذج الأولى من الصحف بأنها أداة لنشر الإسفاف والمَس بالذوق العام. كذلك كان الحال عند اكتشاف المبادئ الأولى للبيث الإذاعي وبعدها البيث التلفزيوني، فلم تكن الوظيفة الإعلامية على رأس اهتمام الوسيلتين بقدر ما كان الاهتمام كله موجهاً نحو التسلية والترفيه وتقديم مختلف فنون الاستعراض. لقد كشف هذا التطور عن عدم التلازم بين مسار الوسائل والرسائل من جهة وبين مسار القائم بالاتصال من جهة ثانية؛ إذ ناضل الصحفيون الأوائل ولعقود طويلة من أجل الاعتراف بهذه المهنة، حيث تدرجت من الصحفي «الأجير» كما جاء في قانون Brachard في فرنسا عام 1935 إلى الجورنالجي، فإلى «الصحفي المحترف» في التشريعات الإعلامية اللاحقة (جريدة الدستور المصرية)².

لقد أدت التطورات المتسارعة والاكتشافات المتلاحقة لوسائل الاتصال، بدءاً من نهاية القرن التاسع عشر إلى العقد الأخير من القرن الماضي إلى بروز عدد من المهن، ارتبطت بهذا الشكل أو ذلك بمهنة الصحافة منها: الناشر والمصحح والخطاطون والمخرجون والمصورون.. إلخ. وقد اختفى بعضها لاحقاً لصالح مهن أخرى. واليوم يقف المشرع في مجال الإعلام أمام أنشطة ومهن جديدة أفرزتها تكنولوجيات الاتصال مثل «صحافة المواطن» و«المدونون» ويسعى إلى ضبطها وتحديد مواصفاتها ورسم حدودها.

لقد تعددت تسميات القائم بالمهنة بحسب وظائفه الاتصالية، فقد حددت إحدى الدراسات هذه المفردات في: القائم بالاتصال في شبكة الأنترنت The Web Communicator، والصحفي الإلكتروني، Online Journalist والمحرر

المتكامل Integrated Reporter، وحارس البوابة الإلكترونية Online Gatekeeper، الأنترنت - Internet Jour-nalist، وصحفي الويب Web Journalist، ومحرر النسخة الإلكترونية، والصحفي المباشر Online Journalist، أو «المنتج The Producer» (شريف، 2014، ص: 101). ويزداد الحديث اليوم عن وظيفة جديدة هي «محرر التشارك والتفاعل»، وقد بيّن إيلي باورز Elia Powers الأستاذ المساعد في الصحافة ووسائل الإعلام الجديدة في جامعة «توسون» بولاية ميريلاند بالولايات المتحدة وظيفته وهي: «محرر يعمل مع زملائه في قاعات التحرير و غرف الأخبار في التحرير ويمتد عمله ليشمل العلاقات العامة والتسويق يقوم بتدقيق وتحليل البيانات وتحديد أفضل الفترات والأوقات لنشر القصص والموضوعات الإخبارية بناءً على تفضيلات جمهور المستخدمين، من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، ويساعد في إدارة حسابات غرف الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي، فيتفاعل مع التغريدات وينقح ويرد على التعليقات». (إيلي، <http://mediashift.org/social-media>). ويشير عدد من الدراسات إلى تعدد وتنوع مهن الاتصال مستقبلاً، ومنها دراسة (Assael, Celine MAS, 2018, p:565) فقد صنفتها في أربع مجموعات، يتفرع منها ما يزيد عن ثلاثين مهنة، وهذه المجموعات هي:

- مهن الاتصال التجاري.
- مهن الاستشارات الاتصالية.
- مهن الخلق والإبداع لمحتويات الاتصال.
- مهن صناعة وإنتاج مواد الاتصال.

ثالثاً: الأخبار العاجلة في التلفزيون:

ارتبط الخبر العاجل ولفترة طويلة بوكالات الأنباء، حيث دأبت على إرسال برقيات إلى مشتركيها تحمل صفة «العاجل Urgent»، ولم تكن القنوات التلفزيونية تهتم بهذا الموضوع إلا في الحالات الاستثنائية، حيث تقطع البرامج للإعلان عن الخبر، أو يقطع المذيع موضوعات النشرة بعبارة «ورد إلينا الآن أو اللحظة الخبر التالي». وكانت بعض الأخبار العاجلة تنتظر موعد الموجز الإخباري أو النشرة الإخبارية لتقدم إلى المشاهدين. لقد ساعدت ثورة الأقمار الصناعية والبث المباشر، والتنافس بين وسائل الإعلام على دخول خدمة الأخبار العاجلة إلى قاموس العمل الإخباري في التلفزيون.

1. كيف تتعامل التلفزيونات مع الخبر العاجل؟

- تتعامل المحطات والقنوات التلفزيونية في غالب الأحيان مع الأخبار العاجلة عبر القيام بما يلي:
- بعد التأكد من وقوع الحدث، يكلف رئيس التحرير فريق عمل يفصل عن الفريق الأصلي تكون مهمته متابعة تطورات الخبر العاجل وتنفيذ التغطية.
 - يحدّد رئيس التحرير شكل التغطية، وتحدّد أهمية الخبر مستوى التغطية، وفي كل الأحوال يحتاج فريق العمل إلى معلومات متدفقة من موقع الحدث، ولذلك لا بد من الانتقال الفوري إلى هذا الموقع أو التنسيق بواسطة التبادل الإخباري إذا كان الحدث خارج نطاق الدولة. وفي الحالتين لا بد من توافر مراسل ومن التأكد من جاهزية الأدوات الفنية، مثل الكاميرات والصوت ومعدّات النقل المباشر.
 - يجهّز الاستديو بأطقم العمل، من مذيعين ومخرجين ومصورين وفنيين، مع ضرورة وجود محرّر بالأستديو لتلقّي توجيهات رئيس التحرير (إبراهيم، ص: 96-95).

2. مراحل تغطية الخبر العاجل:

- تستدعي عملية تغطية الأخبار العاجلة في القنوات التلفزيونية التزاماً بعدد من الخطوات والترتيبات، أهمها:
- الشروع في بث الصورة الحية من موقع الحدث بمجرد وصولها إلى أستديو البث، مع ضرورة الإشارة على الشاشة بكلمة) مباشر (، بالإضافة إلى توضيح مكان الحدث، وبعض المحطات تفضل كتابة كلمة «الآن» أو «هام» أو «آخر الأخبار».
 - الاعتماد التام على المراسل في موقع الحدث، لأن مهمته بالدرجة الأولى نقل التطورات أولاً بأول، وتجنّب توجيه أسئلة معقدة إلى المراسل، تتطلب منه جهداً كبيراً في تفصي الحدث، ولذلك يراعي المحرّر عدم صياغة أيّ أسئلة تُخرج المراسل عن دوره، ويترك للمراسل الحرية في التعليق وتقديم الوقائع وتقديم شهادات من عين المكان.
 - اللجوء للمحللين والمختصين من الأستديو، في حال استمرار الحدث في التطور لشرح وتفسير الخلفيات والأبعاد المتعلقة بالخبر.

- تنتقل تغطية الخبر العاجل فيما بعد إلى مرحلة تسجيل ردود الأفعال ويمكن إجراء الاتصالات بواسطة الأقمار الصناعية أو الأنترنت وشبكات التواصل والهواتف الجواله وتطبيقاتها المختلفة. (إبراهيم، ص: 96)

رابعاً: لماذا تنامي اهتمام التلفزيون بالأخبار العاجلة؟

أدت ثورة وسائل الإعلام مع نهاية القرن التاسع عشر واحتدام المنافسة فيما بينها إلى تنامي الاهتمام بتقديم الأخبار ومتابعتها، وساعد على ذلك ظهور وكالات الأنباء وانتشار مراسليها عبر العالم بهدف جمع الأخبار ومعالجتها وتوزيعها على المشتركين من صحف ومحطات إذاعية وتلفزيونية. وازدادت وتيرة الاهتمام بالأخبار مع نهاية القرن العشرين الذي شهد ثورة في تكنولوجيات الاتصال والمعلومات، وهي خلاصة الاندماج بين ثلاث ثورات، هي:

- ثورة المعلومات أو ذاك الانفجار المعرفي الضخم، والمتمثل في ذلك الكم الهائل من المعرفة في أشكال وتخصصات ولغات متعددة.
- ثورة الحاسبات الإلكترونية التي توغلت في جميع أشكال الحياة الإنسانية وامتزجت بوسائل الاتصال واندمجت معها.
- ثورة وسائل الاتصال المتمثلة في الاتصالات السلكية واللاسلكية، مروراً بالتلفزيون والنصوص المتفزة، والأقمار الصناعية والألياف البصرية، وصولاً إلى الهواتف والمنصات الذكية.

لقد شهد مطلع القرن الحادي والعشرين انتشاراً هائلاً للمحطات والقنوات التلفزيونية؛ حيث تتنافس بالدقيقة على جمع الأخبار وبنها على مدار الساعة، كما ظهرت مئات القنوات الإخبارية التلفزيونية التي تقدم خدمة إخبارية متواصلة، بدأت مع CNN بالولايات المتحدة الأمريكية؛ إذ انتقلت من قناة متنوعة إلى قناة متخصصة في نمط إخباري معين، يبدأ بالأخبار السياسية وينتهي بأخبار الرياضة والطقس.

وفتح لاحقاً ثورة مواقع التواصل الاجتماعي ومختلف التطبيقات ومنها الفيس بوك واليوتيوب والأنستغرام والتويتز أفقاً رحبة أمام تداول الأخبار وتبادلها. كما ساعد تطور تكنولوجيات الاتصال بحصول العاملين في مجال التغطية الإخبارية على مزيد من الأدوات وفي مقدمتها الهواتف المحمولة بتقديم الأخبار حال الحصول عليها. ومن مميزات هذه الهواتف قدرتها الفائقة على عرض الأحداث لحظة وقوعها، كما ساعد ربطها بالتتابع الصناعية من إرسال صور وأشرطة فيديو من عين المكان دون الحاجة إلى شاحنات الإرسال المتصلة بالأقمار الصناعية. وزاد استخدام الهواتف الجواله في مجال إنتاج المواد الإعلامية والتغطية الإخبارية، ووضع القائمين على القنوات التلفزيونية أمام تحديات ورهانات كبيرة.

ويرجع الخبراء أسباب تنامي ظاهرة تغطية الأخبار العاجلة إلى مجموعة من الأسباب منها:

1. ثورة تكنولوجيات الاتصال والمعلومات.
2. المنافسة بين وسائل الإعلام التقليدية.
3. المنافسة بين وسائل الإعلام التقليدية والإعلام الجديد.
4. تحولات جمهور البرامج الإخبارية: وهي التحولات التي طرأت على جمهور البرامج الإخبارية التلفزيونية، ومن أهمها:

- تأثير الوسائل الجديدة على معدلات المشاهدة للبرامج الإخبارية.
- تغير عادات وأنماط المشاهدة والمتابعة للبرامج الإخبارية.
- تغير فئات الجماهير المهتمة بالأخبار في التلفزيون؛ إذ تشير الدراسات إلى اعتماد عنصر الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية كمصادر للحصول على المعلومات وتداولها.

5. تحولات العملية الإخبارية: ويمكن رصد ذلك من خلال:
 - التوجه نحو الأخبار الأقل تكلفة.

- بروز قيم جديدة في التعامل مع الأخبار، أهمها قيم العنف والاستعراض وفق ثلاثي «إغناسيو راموني Ignacio Ramonet وميردوك³ Rupert Murdoch».

- الاتجاه نحو تقليص الوقت المخصص للأخبار والتركيز على الأخبار العاجلة، وقد عبر أحد الإعلاميين عن ذلك عندما قال: «ما يقلقني هو اختصار العالم في ثلاثين دقيقة». كما تناولت الظاهرة دراسة تحليلية تناولت نشرات التلفزيون في القنوات الفرنسية عندما خلصت إلى التساؤل عن جدوى نشره إخبارية بـ 24 موضوع في 37 دقيقة، وعن مصير الوظيفة التحليلية والتفسيرية لنشرة (www.recit.net) (-Analyse d'un journal télévisé-).
- نهاية عهد الـ **Prime Time** أو ذروة المشاهدة، بسبب بروز القنوات الإخبارية المتخصصة التي تبث أخبارها

على مدار 24 ساعة.

لقد ازدادت ظاهرة اهتمام القنوات التلفزيونية بالأخبار العاجلة، وأخذ هذا الاهتمام عدة مظاهر، منها استخدام كلمة «عاجل» أو «هام» أو «ورد الآن» على الشاشات، على مدار ساعات البث، وبخاصة في القنوات الإخبارية المتخصصة، أو من خلال الإعلان عن تقديم خدمة الأخبار العاجلة على الهواتف الجواله ومختلف المنصات. ونورد فيما يلي نماذج منها:

• خدمة أخبار Sky News عربية:

توفر خدمة أخبار سكاى نيوز عربية خدمات إخبارية لحظة بلحظة على مدار الساعة وعلى جميع المنصات، كما توفر خدمة الأخبار العاجلة عبر الرسائل النصية القصيرة ميزة تلقي الأخبار المهمة حال وقوعها على شكل إشعارات تصل الهواتف الجواله للمشتركين (<http://www.skynewsarabia.com>).

• خدمة BBC للأخبار العاجلة:

تطرح الـ BBC إمكانية الحصول على الأخبار العاجلة على مدار الساعة، في كل وقت وفي أي مكان يرغب فيه المشترك، وتقدم هذه الخدمة عبر عدة طرق منها:

- الاشتراك في صفحة بي بي سي على موقع تويتر.
- عبر البريد الإلكتروني، وهي خدمة مجانية.
- عبر الهاتف المحمول (<http://www.bbc.com>).

• خدمة الأخبار العاجلة لتلفزيون الشارقة.

شرع تلفزيون الشارقة بالتعاون مع مؤسسة الاتصالات في تقديم خدمة الأخبار العاجلة منذ 2008، مقابل رسوم رمزية، وتختلف الخدمة المقدمة لتلفزيون الشارقة بعض الشيء في مضمونها مقارنة بقنوات تلفزيونية أخرى إذ تقضي الفكرة بتقديم «خدمة الأخبار العاجلة» من خلال الرسائل النصية والـ SMS لتغطية أخبار المراسيم والقرارات والمشاريع والخدمات الجديدة في الدوائر المحلية بالشارقة والفعاليات والأنشطة المختلفة في مختلف مناطق الإمارة إلى أهم ما يقع في العالم من أحداث. (<http://www.smc.ae>) وتشير تقارير وبحوث المتخصصين إلى أنه ومنذ 2015 أصبحت المواقع الإلكترونية المتخصصة في تبادل ومشاركة الصور والفيديو مثل تويتر وفيس بوك وأنستغرام هي الحوامل والمنصات الأكثر عرضاً للأخبار العاجلة، كما شهدت ظهور تطبيقات خاصة لتقديم ونشر التقارير والموضوعات الإخبارية ومن بينها «ستيلر» و«جامنسب» و«ستور هاوس» التي باتت بديلاً للحزم الإخبارية التقليدية، فقد عرفت نفس الفترة تمكن أحد المراسلين من إعداد وبث كل تقارير موضوعاته بواسطة جهاز أي فون (نيل اوغستين)⁴. ويمكن في الأخير الإشارة إلى عدد من المؤشرات عن تنامي ظاهرة الأخبار العاجلة في القنوات التلفزيونية في المستقبل وهي:

1. ازدياد حجم الإعلانات عن خدمات الأخبار العاجلة.

من خلال مشاهدة عدد من القنوات التلفزيونية وتصفح عدد من الصحف ومعاينة عدد من المواقع الإلكترونية، يمكن للمشاهد العادي أن يلاحظ هذا الحجم من الإعلانات التي تنصدر المواد الإعلامية بالإعلان عن تقديم خدمات الأخبار العاجلة تحت عدة مسميات، وضمن عدد لامتناهي من العروض والإغراءات، تنتوع من الأخبار السياسية إلى الاقتصادية والرياضية، فالى أخبار الطقس والسفر والسياحة.

2. جوائز التغطية الإخبارية العاجلة.

أدى تنامي ظاهرة تغطية الأخبار العاجلة في وسائل الإعلام ومنها القنوات التلفزيونية إلى قيام عدد من المؤسسات المتخصصة في المهن والأنشطة الإعلامية بتخصيص جوائز للأخبار العاجلة ومنها جائزة «بولتزر» الشهيرة التي منحت في 2016 كلا من وكالة رويترز Reuters وصحيفة نيويورك تايمز New York Times جائزة «تصوير الأخبار العاجلة عن صور متعلقة بأزمة اللاجئين في أوروبا والشرق الأوسط. كما حصلت صحيفة «لوس أنجلس تايمز» Times Angeles Los على جائزة بولتزر لتغطية الأخبار العاجلة، عن تغطيتها لتقرير عن أحداث مذبحه سان برناردينو بينما (<http://ara.reuters.com>).

3. ظهور وسائل إعلام جديدة باسم «العاجل».

تتخذ وسائل الإعلام من صحف وإذاعات وقنوات تلفزيونية ومواقع اليكترونية أسماء تختلف من عصر لآخر، وغالبا ما تكون من أسماء لمؤسسيها مثل وكالة رويترز Reuters وقبلها وكالة هافاس Havas، أو من معلم تاريخي مثل «الأهرام» أو من قيمة مرتبطة بالعدالة والحرية وغيرهما، فنجد أسماء لقنوات تليفزيونية أو صحف مثل: «السلام، العدالة، الحرية»، أو من وظيفة من وظائف وسائل الإعلام مثل «الأخبار، الأحداث و التبليغ»، وأخيرا ظهرت بعض الصحف والقنوات والمواقع الإليكترونية بأسماء تعبر عن ازدياد الاهتمام بالأخبار العاجلة فظهرت صحف باسم «عاجل» وقنوات تليفزيونية باسم «الآن».

خامسا: متلازمة الأخبار العاجلة والأخبار الزائفة وتأثيرها على مصداقية وأخلاقيات الأخبار التليفزيونية.

كشف تنامي الأخبار العاجلة في وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، عن ظاهرة إعلامية جديدة، هي ظاهرة الأخبار الزائفة، Fake News، وزاد التنافس وحى الحصرية من تفاعلهما، وشكل تنوع وتعدد المواقع الإخبارية بيئة ملائمة لانتشار الأخبار الزائفة. وترتبط الأخبار الزائفة ارتباطا كبيرا بالأخبار العاجلة من حيث سرعة الانتشار والتداول، لكن الخبراء يحذرون من أن ناشري هذه الأخبار قد يستخدمون أحيانا الوسائل التقليدية كالصحف لنشر مغالطة القراء. فقد كشفت دراسة حديثة لـ «تشيونغ ساو وزملائه» من جامعة أنديانا في بلومغتون بالولايات المتحدة الأمريكية أن بوتات مواقع التواصل الاجتماعي Social media bots تساهم في نشر الأخبار الزائفة. ويؤكد فريق البحث ذاته أن «البوتات» نشيطة لاسيما في المراحل الأولى من نشر الأخبار الزائفة، ومعظمها يوجه نشاطه نحو مستخدمين مؤثرين» (https://technologyreview.ae).

تنتقل الأخبار الزائفة بشكل كبير عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل Face book، Instagram، Snapchat وغيرها، وتنتقل بسرعة وفي ثواني عبر أجزاء المعمورة عندما يتم تداولها بين رواد المواقع عبر نقرات الإعجاب دون اللجوء إلى التصفية أو التحقق من صحتها ومصدرها الأصلي، ويحدث هذا أيضا في الصحف وقنوات الراديو والتلفزيون لكن بدرجة أقل، لأن الإعلاميين في الوسائط التقليدية يحرصون في الغالب على التحقق من الأخبار قبل نشرها. وهو ما يفسر تمتع التلفزيون بمصداقية عالية مقارنة مع باقي الوسائل الأخرى وقد أكدته دراسة أجريت في 2017 شملت 8000 شخص في فرنسا والبرازيل والولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة (انظر الجدول أسفله). (https://www.cbnews.fr/medias).

جدول يوضح ترتيب مصداقية المصادر الإخبارية حسب الدراسة.*

النسبة	الترتيب	المصدر
72%	1	المجلات الإخبارية
69%	2	القنوات التليفزيونية الإخبارية المتواصلة
68%	3	البرامج الإخبارية بالراديو
67%	4	الصحف اليومية
67%	4	البرامج الإخبارية التليفزيونية
65%	6	مواقع وتطبيقات الراديو والتلفزيون
64%	7	مواقع وتطبيقات الصحف اليومية
63%	8	مواقع وتطبيقات المجلات
50%	9	تطبيقات مواقع إخبارية أخرى
37%	10	تطبيقات المراسلات
33%	11	شبكات التواصل الاجتماعي

*الجدول من تصميم الباحث

وتتعدد أسباب انتشار الأخبار الزائفة، فمنها الدعائية والسياسية، ومنها المالية بسبب الأرباح التي يجنيها أصحاب المواقع عبر عائدات الإعلان. وهناك أمثلة عديدة لهذه الظاهرة منها قيام مجموعة من الشباب في مقدونيا بنشر أخبار زائفة عن الرئيس الأمريكي Trump في الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 2016، وتحقيق أرباح مالية

معتبرة بفضل عائدات الإعلان نتيجة كل نقرة. وتتعدد مجالات الأخبار الزائفة من نشر أخبار زائفة عن رجال السياسة، إلى أخبار نجوم الرياضة والفن. والصور التالية تمثل نموذجاً عن أخبار زائفة عن حريق كاتدرائية نوتردام في باريس بتاريخ 15 إبريل 2019 ففي مساء ذلك اليوم نشرت حسابات مزورة أخباراً عاجلة، ادعى أصحابها أنها تابعة لمواقع إعلامية مثل CNN و Buzz Feed و Fox News أن الحريق نجم عن «أعمال إجرامية وإرهابية» (<https://observers.france24.com/ar>). وفي هذه الحالة يوجه الاتهام عادة من طرف اليمين عبر وسائل إعلامية إلى الجالية العربية المهاجرة بفرنسا. وقد تأكد لاحقاً أن سبب الحريق شرارة كهربائية بسبب أشغال الترميم التي تشهدها الكنيسة.



- صورة للخبر المزيف.
وتتزايد الجهود لمحاربة الأخبار الزائفة وتتعدد الآليات لحلها وتأتي في مقدمتها:
- **الحلول التقنية:**

من خلال اللجوء إلى بعض التطبيقات، وإلى كتيبات تشرح طرق التحقق من المعلومة، كما هو الحال في «دليل اليونسكو لحماية الصحفيين»؛ إذ ينطلق من فكرة أنه وفي عصر شبكات التواصل الاجتماعي زاد انتشار المعلومات المضللة التي انتقلت من كونها خطأ غير مقصود لعمل ممنهج في كثير من الأحيان، وعليه فالصحفيون في السنوات الأخيرة لم يصبحوا مصدرًا للتضليل فحسب، بل ضحية أيضًا له، ويقدم الدليل توصيفًا للمخاطر التي تتعرض لها مهنة الصحافة و نصائح للصحفيين لتجنب الوقوع في نشر المعلومات الخاطئة والمضللة وما يترتب عليها من فقدان للثقة و المصادقية.

(Le Monde الفرنسية دليلًا أطلق عليه اسم: Decodex وهو كتيب يحاول الإجابة على مجموعة من الأسئلة تقود إلى تمييز المعلومة الصحيحة من الزائفة. ومن هذه الأسئلة: هل ما نقرأه أو نشاهده يومياً هو معلومة أم رأي أم إشاعة؟ ما هو مصدرها؟ وهل هذه أو تلك الصورة حديثة؟ وما هو تاريخها؟ وهل تم استخدامها سابقاً وفي سياق آخر؟ وحتى نحافظ بعض مواقع التواصل الاجتماعي على مصداقيتها لدى مستخدميها اتجهت نحو محاربة الأخبار الزائفة من خلال استحداث خدمات إيقاف المواقع التي تقوم بخداع المستخدمين. وقد أطلق موقع «يوتيوب» ميزة جديدة تحمل عبارة «تنبيه.. خدعة» أو «مزيف» لمقاطع الفيديو التي تتضمن معلومات خاطئة أو مزيفة (<https://observers.france24.com/ar>)⁵. كذلك قامت إدارة «فيس بوك» بإضافة تقنيات جديدة للوصول إلى الحسابات المزيفة وتأمين اختراق بيانات مستخدميها، كما استحدثت منصب «رئيس

المحتويات الإخبارية» في مايو 2017 لمكافحة الأخبار الزائفة، كما أعلنت مؤخرا» عن نيتها بإنشاء «محكمة عليا» من أجل النظر في القضايا الخلافية التي يثيرها المحتوى المعروض، وحدت حدودها شركة «ويكيبيديا» من خلال إنشاء موقع «ويكي تريبون» لكشف الأخبار الملوقة. (www.futurecenter.ae).

- الحلول القانونية:

أدى تفاقم ظاهرة الأخبار الزائفة في وسائل الإعلام بنوعها التقليدي والجديد إلى بروز جدل في أوساط المشتغلين والمهتمين بالعمل الإعلامي، وتباينت المواقف والآراء بين اتجاه راديكالي يدعو إلى كبح الظاهرة من خلال إصدار جملة من القوانين الرادعة تصل إلى حد تجريم نشر وبت الأخبار الزائفة، ورأي آخر يرى أن قوانين التجريم بإمكانها التضييق على العمل الإعلامي. ومن الأمثلة على هذه النقاشات ما شهدته الساحة الإعلامية المغربية عندما شرعت وزارة الثقافة والاتصال في إعداد مشروع يهدف إلى تجريم الأخبار الزائفة، وفصل جرائم الحق العام المرتكبة عن طريق وسائل النشر عن قانون الصحافة <https://observers.france24.com/ar>.

وفي مصر تضمن قانون العقوبات في مادته 188 ما يلي: «يعاقب بالحبس مدة لا تجاوز سنة وبغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنيه ولا تزيد على عشرين ألف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من نشر بسوء قصد بإحدى الطرق المتقدم ذكرها أخبارا أو بيانات أو إشاعات كاذبة أو أوراقا مصطنعة أو مزورة أو منسوبة كذبا إلى الغير، إذا كان من شأن ذلك تكدير السلم العام أو إثارة الفزع بين الناس أو إلحاق الضرر بالمصلحة العامة. (قانون العقوبات - مصر) (<https://manshurat.org/node/14677>).

وفي دولة الإمارات العربية المتحدة صدر «ميثاق الخدمة العامة لوسائل الإعلام الوطنية» وقد نص على: «يسعى ميثاق الخدمة العامة لوسائل الإعلام الوطنية إلى تحقيق التناغم مع أولويات حكومة دولة الإمارات العربية المتحدة في تحقيق رؤية الإمارات 2021». (ميثاق الخدمة العامة لوسائل الإعلام الوطنية ص: 3). <https://nmc.gov.ae>. وقبله قرار رئيس مجلس إدارة المجلس الوطني للإعلام رقم 26 لسنة 2017 في شأن المحتوى الإعلامي. وقد نصت المادة 5 على ما يلي: يحظر نشر أو تداول أو بث أو طباعة أي محتوى إعلامي يتعارض مع معايير المحتوى الواردة في هذا القرار وأية قوانين وأنظمة أخرى سارية، ويجب أن يتوافق المحتوى الإعلامي بشكل خاص مع المعايير الآتية:

- احترام الذات الإلهية والمعتقدات الإسلامية والأديان السماوية والمعتقدات الأخرى، وعدم الإساءة لأي منها بما في ذلك عدم تجسيد الأنبياء والرسول.
 - احترام نظام الحكم في الدولة ورموزه ومؤسساته والمصالح العليا للدولة والمجتمع.
 - احترام الموروث الثقافي والحضاري والهوية الوطنية للدولة.
 - عدم نشر أو تداول ما يسيء للوحدة الوطنية والتماسك الاجتماعي، بما في ذلك عدم إثارة النزعات المذهبية والجهوية والقبلية وعدم التحريض على العنف والكراهية والأعمال الإرهابية، وعدم إثارة البغضاء وبث روح الشقاق في المجتمع.
 - احترام توجهات وسياسات الدولة على المستوى الداخلي والدولي.
 - عدم الإساءة للقيم السائدة في المجتمع ومراعاة مقتضيات المصلحة العامة.
 - عدم الإساءة للنظام الاقتصادي والقضائي والأمني في الدولة وعدم نشر الشائعات والأخبار المغرضة والمضللة.
 - عدم الإساءة للأطفال والنساء أو لأي فئة أخرى في المجتمع.
- وتم التفصيل فيما يجب الالتزام به وحددت المحظورات تحت كل بند من البنود المذكورة أعلاه. ومن المعايير المختصة بالأخبار الزائفة نصت معايير المحتوى على:

- احترام المبادئ والمواثيق الأخلاقية في العمل الإعلامي.
- لا يجوز بسوء قصد نشر أخبار كاذبة أو أوراق مصطنعة أو مزورة أو منسوبة كذبا إلى الغير (<https://www.government.ae/ar>).

ويمكن إدراج القانون رقم (5) لسنة 2012 بشأن جرائم تقنية المعلومات في دولة الإمارات العربية المتحدة ل إلى الوسائل و الأدوات القانونية التي اتبعتها دولة الإمارات في مجال مكافحة الجريمة الإلكترونية والحد منها. (حسن، 2015، ص: 21-52) ويتقاطع هذا القانون مع ميثاق الخدمة العامة لوسائل الإعلام الوطنية ووثيقة معايير المحتوى الإعلامي باعتبار أن التلفزيون يعمل في بيئة إلكترونية ويستخدم تطبيقاتها الإلكترونية ويعتمدها كمصادر للأخبار ومنها الأخبار العاجلة، وما يترتب عليها من الوقوع في بث الأخبار الزائفة التي تنتهك عددا من المحظورات المنصوص عليها

في قانون مكافحة الجرائم الإلكترونية.

وفي دول الاتحاد الأوروبي شرع الأعضاء خلال عام 2018 في البحث في سبل مكافحة انتشار الأخبار الزائفة ونشرت المفوضية الأوروبية رسالة (بياناً) حول مكافحة التضليل الإعلامي على شبكات النت بتاريخ 26/4/2018 كشفت فيه عن قيام الاتحاد بإصدار مدونة أوروبية للممارسة الجيدة للعمل الإعلامي ضمن مقاربة وسطية تمكّن المشرّع من تحقيق التوازن بين مكافحة المعلومات والأخبار الزائفة من جهة، وحرية التعبير وتعددية وسائل الإعلام وعدم اللجوء إلى الرقابة من جهة أخرى (Gabriela, 2018).

سادساً: الضوابط القانونية والأخلاقية في تغطية الأخبار العاجلة في التلفزيون:

في ظل ثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وفي ضوء تحولات جماهير وسائل الإعلام ومن بينها جماهير التلفزيون فإن الحديث عن الأخبار ومنها الأخبار العاجلة يثير جملة من التساؤلات، عن ماهية الأخبار العاجلة؟ وماهية القيم الإخبارية الجديدة؟ وما هي الضوابط القانونية والمعايير الأخلاقية والمهنية التي يجب مراعاتها في مجال تغطية الأخبار العاجلة؟

إن الإجابة على ما تقدم من أسئلة يمر حتماً عبر إعادة تعريف الخبر الصحفي الذي لم يعد ذلك التعريف الذي قدمه مجموعة من المختصين خلال القرن الماضي وعلى رأسهم «فرانس فابر» الذي عرف الخبر بأنه «ذلك النوع الصحفي الرئيسي الذي يقوم بنقل معلومات بشكل ملتزم حول وقائع معينة بأسلوب مكثف وأسرع طريقة ممكنة، وينبغي أن يكون واقعياً وملتزماً ومقتعاً» (صلاح، 2013، ص: 87). لقد تطورت الممارسة الإعلامية، وتتنوع المصادر وتعددت الوسائل وتغيرت الجماهير وتعددت أنماط وعادات المشاهدة والمتابعة للأخبار وعليه فالخبر الصحفي اليوم وضمن البيئة الإعلامية الجديدة هو كل ما من شأنه أن يحمل عنصر المفاجأة والمباغنة للجمهور، وكل ما يرتبط بالتسلية والترفيه، ولم يعد الخبر نوعاً صحفياً يقوم على الموضوعية والواقعية والحياد، ويعكس الجوانب الإنسانية. وينطبق ذلك أكثر على الأخبار العاجلة فلم يعد الخبر العاجل ذلك الخبر الذي لا يرقى إليه الشك والذي تتولى وكالة الأنباء بنقله وتوزيعه على المشتركين فيها من صحف ومحطات إذاعية وتليفزيونية، مذيلاً أو موقعا بكلمة «عاجل». إذا ما هو الخبر العاجل؟ هل هو تلك الأخبار الهامة غير المتوقعة، والتي تهم أكبر قدر من الجماهير أم أن الخبر العاجل هو أية خدمة «إخبارية» تقدم إلى الجماهير بشكل سريع وبشكل مفاجئ، وبطريقة غير مألوفة، أو أية معلومة تخترق خصوصية الأفراد والمؤسسات؟ أم أن الأخبار العاجلة في نهاية المطاف هي كل تغطية أو خبر أو صورة أو فيديو يؤدي إلى إثارة الجماهير ورفع درجة الانفعال لديها؟ إن الإجابة على ما تقدم يتطلب توضيح ومراجعة جملة من المبادئ التي حكمت الممارسة الإعلامية على مدى أكثر من ثمانية عقود، أي منذ عام 1929 عندما شرعت الـ BBC البريطانية في تقديم خدمة تليفزيونية تجريبية ولكن منتظمة (لمدة نصف ساعة يومياً)، ثم أول جريدة إخبارية في التلفزيون الفرنسي في جوان 1949 وما تلاهما من قوانين وتشريعات، وقواعد مهنية وأخلاقية، عمدت جميعها إلى تنظيم عمل وسائل الإعلام ومنها التلفزيونيون، وبالأخص في مجال الخدمة الإخبارية. إن تعريف الخبر في النهاية يتغير مع تطور الأدوات والوسائل الناقلة له ومع تطور أنماط وعادات المتابعة للأخبار ومع تطور البيئة الإعلامية بصفة عامة. وقد تناولت التعريفات الكلاسيكية ذلك عندما أشارت إلى أن الخبر يرتبط بالوسائل ويستمد خصائصه منها، ولذلك نقول الخبر الصحفي والخبر الإذاعي والتليفزيوني، ثم أخيراً خبر الشبكة العنكبوتية وخبر شبكات التواصل الاجتماعي. والحال حول طبيعة الخبر من حيث الفورية من الخبر العادي إلى الخبر العاجل الذي يعرفه أحد منتجي نشرات الأخبار بأنه: «خبر غير المتوقع ولا يحمل أنباءً مرتقبة أو متوقعة»⁶.

1. القواعد الأخلاقية والمهنية:

هي مجموعة القيم والمعايير، التي يعتمدها أفراد مهنة ما، للتمييز بين ما هو جيد وما هو سيء، وبين ما هو صواب وما هو خاطئ، وبين ما هو مقبول أو غير مقبول، فهي تمثل مفهوم الصواب والخطأ في السلوك المهني، ولتحقيق ذلك يتم وضع ميثاق، يبين هذه القيم والمعايير والمبادئ وقواعد السلوك والممارسة، ارتبطت تاريخياً التشريعات المتعلقة بأخلاقيات المهنة بتطور وسائل الإعلام والممارسات الإعلامية. وعموماً فإن التشريعات المنظمة للأخلاقيات تسعى إلى تحقيق جملة من الأهداف يمكن اختصارها في:

1. توفر إحساساً بالذاتية المهنية، وتشير إلى نضج المهنة.
2. تتيح للجماهير المهنية أن تعرف نفسها، وتخبر الممارسين للمهنة من هم؟ وماذا يجب أن يقوموا به؟
3. تساهم في تشكيل صورة واضحة عن ممارسي المهنة، وتحدد ما يتوقعه منهم المجتمع.
4. تساعد على تحسين مستوى الأداء المهني، وتعزز الإحساس الداخلي بالانتماء للمهنة، والحرص على كرامتها وصورتها لدى المجتمع.

وقد تدرجت القوانين الناظمة للعمل الإعلامي من قوانين الصحافة والمطبوعات إلى القوانين الناظمة للمرئي والمسموع، فقوانين الإعلام الإلكتروني. وبالنسبة للتلفزيون فقد أدى انتشاره وتعدد محتوياته وتنوع جماهيره إلى ظهور مجالس وهيئات للمرئي والمسموع، ونقابات وجمعيات للعاملين في هذا المجال، واكبتها تشريعات وقواعد تنظم العمل الإعلامي وتضبط أخلاقياته.

2. القواعد الناظمة لأخلاقيات العمل الإخباري:

تتضمن مبادئ الشرف الصحفي والإعلامي عددا من الحقوق، من بينها، حق الجمهور في المعرفة، وتنوع مصادر المعلومات، والدقة والتصحيح للأخطاء، وفصل الرأي عن الخبر، وحق النقد، والتغطية المتكاملة والشاملة للأحداث. وتتضمن أيضا عددا من المبادئ والمسؤوليات تجاه المواطن، منها:

- احترام حق الخصوصية.
 - احترام حرمة الأماكن الخاصة.
 - عدم نشر معلومات خاصة عن شخص دون موافقته.
 - عدم استخدام أجهزة التنصت والتصوير الدقيق.
 - عدم الإساءة إلى شرف الإنسان أو سمعته.
 - احترام حق الأفراد في الرد.
- كما تتضمن مبادئ وقواعد المسؤولية تجاه الدولة أهمها حماية الأمن القومي، واحترام المؤسسات، وتتضمن مبادئ وقواعد مسؤولية تجاه مصادر المعلومات منها إسناد المعلومات إلى المصدر، عدم الكشف عن أسماء المصادر.
- وتسعى هيئات ومجالس المرئي والمسموع إلى إلزام القنوات التلفزيونية باحترام القواعد الضابطة المستمدة من هذه المبادئ. ونورد منها هذه النماذج:

• المجلس الأعلى للسمعي بصري CSA (فرنسا)

يتولى المجلس الأعلى للسمعي بصري CSA مهام الحفاظ على القيم الأخلاقية للممارسة الإعلامية ومنها التغطية الإخبارية العادية أو العاجلة، ووضع المجلس جملة من المبادئ والقواعد الأخلاقية للبرامج والأخبار التلفزيونية، تتناول فيها عددا من القضايا منها: حماية الأطفال من الآثار السلبية للتلفزيون، التعددية السياسية في التلفزيون، الاتصال التجاري والذي يتضمن الإعلان والرعاية). ويرى ضرورة احترام هذه المبادئ ومنها:

1. احترام الشخصية الإنسانية.
2. محاربة العنصرية.
3. حفظ الأمن العام.
4. احترام الخصوصية (الحياة الشخصية للأفراد).

ويوضح المجلس الأعلى في وثيقته أن هذه القواعد متضمنة في المادة 1 من قانون 30 سبتمبر 1986 ويرتكز المجلس أيضا على نصوص منها المادة 9 من القانون المدني الذي يحمي الحياة الخاصة (الخصوصية) للأفراد، وقانون الصحافة الصادر في 29 جويلية 1881 (قانون المطبوعات) حول حرية الصحافة والذي يدين الإهانة والتشهير. (<https://www.csa.fr>) وكل هذه المبادئ وغيرها مدرجة في دفتر الشروط واتفاقيات إنشاء القنوات التلفزيونية. وقد قام المجلس في ضوء هذه المبادئ بالتدخل في عدد من الحالات في مجال التغطية الإخبارية الفورية والعاجلة ومنها تغطية القنوات الفرنسية لعدد من الأحداث على المباشر وتحريف بعض الصور كما كان الحال في مظاهرات أصحاب السترات الصفراء في ديسمبر 2018. (<https://www.lemonde.fr/actualite-medias>)

• المجلس الوطني للإعلام (دولة الإمارات العربية المتحدة):

يحرص القائمون على العملية الإعلامية في دولة الإمارات العربية من خلال المجلس الوطني للإعلام على ضرورة احترام معايير المحتوى الإعلامي التي كرسها مختلف القوانين والتشريعات الناظمة للممارسة الإعلامية، ومنها البرامج الإخبارية في التلفزيون والتي نوجز منها:

1. عدم الإساءة للذات الإلهية والديانات السماوية.
2. احترام نظام الحكم ورموزه في الدولة.
3. احترام الموروث الثقافي والحضاري.
4. عدم الإساءة للوحدة الوطنية والتماسك الاجتماعي.

5. احترام التوجهات السياسية للدولة.

6. احترام الهوية الوطنية.

7. احترام المبادئ الأخلاقية في العمل الإعلامي.

ويوضح القانون الاتحادي رقم (11) في شأن تنظيم واختصاصات المجلس الوطني للإعلام في المادة 10 المعايير والضوابط الصادرة عن المجلس في أن: «تلتزم المؤسسات الإعلامية ووسائل الإعلام في الدولة بالأنظمة والضوابط التي تصدر عن المجلس كما تلتزم بتقديم المعلومات والبيانات التي يطلبها المجلس لتحقيق أغراضه». (<https://nmc.gov.ae>) ويمتد نشاط المجلس إلى المؤسسات والمحال العاملة في ميدان الإعلام، وقد نفذ المجلس في عام 2016 حوالي 8500 حملة ومهمة تفتيشية على المؤسسات والمحال الإعلامية في الدولة، للتأكد من مدى التزامها بمعايير والشروط الخاصة بالتراخيص الإعلامية، بما فيها تراخيص المصنفات الفنية «السمعية والمرئية والسينمائية وألعاب الفيديو وبرامج الكمبيوتر»، وتم تحرير 722 مخالفة. (جريدة البيان الإماراتية بتاريخ 26 يناير 2017. من الموقع: <https://www.albayan.ae/across-the-uae/accidents/> 2017-01-269). ويوضح قرار مجلس الوزراء رقم 13 لسنة 2011 بشأن ترخيص أنشطة الخدمة الإذاعية والتلفزيونية (قرار مجلس الوزراء رقم 2011، ص: 113، ص: 2). أن نظام البث الإذاعي والتلفزيوني بمقتضى هذا القرار يهدف إلى:

1. تحديد المبادئ العامة والأطر والمعايير التي تحكم ترخيص البث الإذاعي والتلفزيوني ومتابعته وفقاً للقوانين والأنظمة والتعليمات التي تصدر بهذا الشأن، وبما يتفق مع السياسة العامة للدولة واستراتيجية الحكومة الاتحادية.
 2. تأكيد احترام القيم الدينية والثقافية والاجتماعية والمحلية السائدة في الدولة.
 3. تعزيز حرية التعبير والتفاعل والبناء في الفضاء الإذاعي والتلفزيوني.
 4. تعزيز جهود توطيد وتنمية الموارد البشرية الوطنية في مجال الإعلام الإذاعي والتلفزيوني.
 5. تطوير القطاع الإذاعي والتلفزيوني كصناعة مهمة، تسهم في دفع عجلة التنمية الاقتصادية في الدولة.
 6. توفير محتوى إعلامي متوازن ومسؤول ونزيه، يحترم خصوصية الأفراد، ويحمي فئات المجتمع المختلفة من التأثيرات الضارة المحتملة للبث الإذاعي والتلفزيوني.
- المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام (مصر):

يحدد المجلس طبيعته على موقعه الإلكتروني في النقاط التالية:

- المجلس هو السلطة المختصة في مصر بحماية الرأي والفكر والتعبير وضمان استقلال الإعلام طبقاً لنصوص الدستور والقانون.
 - يتولى المجلس منح تراخيص العمل الإعلامي ووضع المعايير وتقييم الأداء.
 - يتمتع المجلس بالاستقلالية التامة في كل شؤونه بنص القانون وبحكم تكوينه من ممثلين عن الكيانات الإعلامية والشعبية المنتخبة والعلمية المتخصصة.
- وتشمل اختصاصات 22 بندا منها البنود 3 و4 و5 و6 والتي نصت على ما يلي:
3. وضع وتطبيق الضوابط والمعايير اللازمة لضمان التزام الوسائل والمؤسسات الإعلامية والصحفية بأصول المهنة وأخلاقياتها.
 4. وضع القواعد والمعايير المهنية الضابطة للأداء الصحفي والإعلامي والإعلاني بالاشتراك من الرقابة المعنية.
 5. تلقي وفحص شكاوى ذوي الشأن عما ينشر بالصحف أو يبث بوسائل الإعلام ويكون منظوماً على أساس بسمعة الأفراد أي التعرض لحياتهم الخاصة، وله اتخاذ الإجراءات المناسبة تجاه الصحيفة أو الوسيلة الإعلامية في حال مخالفتها للقانون أو لمواثيق الشرف وله إحالة الصحفي أو الإعلامي إلى النقابة المعنية لمساءلته في حال توافر الدلائل الكافية على صحة ما جاء في الشكاوى ضده.
 6. وضع وتطبيق القواعد والضوابط التي تضمن حماية حقوق الجمهور وضمان جودة الخدمات التي تقدم له (المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام مصر، الموقع الرسمي <http://scm.gov.eg>).

كما دعم المجلس أنشطته بإصداره وثيقة المعايير الإعلامية وقد تضمنت على الخصوص: «تلتزم الوسائل الإعلامية بعدم تقديم أية معلومات إلا بعد التأكد من دقتها وأن تراعي التزام الإعلامي بعدم إخفاء أي جزء منها أو تشويهها، وألا يبني تقاريره على معلومات منقولة من وسيلة إعلامية أخرى أو مواقع التواصل الاجتماعي وأن يتأكد من صحة المعلومات بنفسه، وأن يسندتها للجهات الصادرة عنها وألا يتناول المعلومات الشخصية أو الأسرية إلا إذا كانت لها صلة مباشرة بالمحتوى الإعلامي، وتسري الخصوصية على كافة المعلومات الشخصية بما فيها أجهزة

الكمبيوتر والتليفونات. كما أصدرت وثيقة «أكواد التغطية المتخصصة»، إلى جانب لائحة الجزاءات والتدابير الإعلامية، واستمارة الشكاوى خلال عام 2019 وتم تنزيلها على الموقع الإلكتروني للمجلس بهدف توسيع مجال الاطلاع ودعمًا لحق المواطن في المعلومات ومنها المعلومات المتعلقة بقواعد وضوابط الممارسة الإعلامية (<http://eg.gov.sc/>).

● سلطة الضبط للسمعي بصري (الجزائر):

- وتتعدد مهامها في مجال ضبط الممارسة الإعلامية في المجال السمعي البصري، ومن أهمها:
1. السهر على حرية ممارسة النشاط السمعي البصري، ضمن الشروط المحددة في القانون والتشريع والتنظيم الساري المفعول.
 2. السهر على عدم تحيز الأشخاص المعنويين الذين يستغلون خدمات الاتصال السمعي البصري التابعة للقطاع العام.
 3. السهر على ضمان الموضوعية والشفافية.

ويضيف المجلس في فقرة أخيرة بأن مهام وصلاحيات سلطة ضبط السمعي بصري تمتد إلى النشاط السمعي بصري عبر الأنترنت (سلطة ضبط السمعي البصري، الجزائر، الموقع الرسمي. (<http://arav.dz/ar/>))

وتمارس سلطة الضبط عملها من خلال الرقابة والتنبيه والتحذير والعقاب وتلزم وسائل الإعلام السمعي بصري بقواعد الممارسة الإعلامية ومن أمثلة ذلك دعوتها القنوات الجزائرية إلى ضرورة الالتزام بالمادة 54 في نقيضها (بندها) السابعة من القانون 04-14 المتعلق بالنشاط السمعي، وشددت على العمل بعيدا عن «التشهير بأسماء المتوفين ومراعاة لمشاعر الأهل والأقارب» بعد أن راجت في القنوات ظاهرة الأخبار العاجلة عن وفيات الحجاج في الأراضي المقدسة بطريقة منفرة ومتسرعة. (<http://www.aps.dz/ar/algerie/76603-2019-09-19>)

وتحرص العديد من القنوات التليفزيونية على احترام هذه القواعد عند ممارسة التغطية الإخبارية، فقد تضمنت وثيقة عن «البي بي سي» BBC أن الحقيقة والحياد والاستقلالية قيم راسخة لدى المؤسسة، وقد طورتها في دليل للإرشادات يلخص هذه الأخلاقيات والقيم فيما يتعلق بالمحتوى الإعلامي الذي يقدم في التلفزيون والراديو أو الأنترنت، وتقدم هذه الإرشادات للقائمين بالإعلام بالمؤسسة، ويتم تحيينها وتجديدها بين الفترة والأخرى. وترى الوثيقة أن هذه الإرشادات صممت في الأساس للمساعدة على «اتخاذ القرارات التحريرية». أنها بإيجاز جوهر «القيم الصحفية» لدى المؤسسة. وتنطلق الوثيقة من كون أن كل صحفي في الأصل يريد أن يكون «الأول في بث الخبر» ولكن عليه أن «يفعل ذلك بشكل سليم» وعليه أن يراعي جملة من الاعتبارات نوجز منها ما يتعلق بالخدمة الإخبارية والعاجلة وهي:

1. الدقة أكثر أهمية من السرعة، وعلى الصحفي أن يكون شاهدا على الأحداث وأن يجمع المعلومات أولا، وليس مقبولا أن يقدم تقريرا عاجلا بوصفه حقيقة معتمدا على تقرير لوكالة أنباء أو مواقع اجتماعية.
2. لكي يحقق الصحفي الحياد، عليه أن يكون عادلا ومنفتحاً وموضوعياً عند معاينة الأدلة وتناول الوقائع.
3. إذا كانت المعلومات التي يريدها الجمهور متوفرة فقط عبر مصادر مجهولة أو عبر مشاركين، فالتحفظ على هوية أو طبيعة المصدر هو الحل الأخير.
4. إشراك الأطفال والشباب (دون سن الأهلية) في التقارير الصحفية يجب أن يتم بعد الحصول على موافقة مسبقة ممن لديه وصاية أبوية أو قانونية عليهم.
5. الموازنة بين مصلحة الجمهور والدقة في نقل المعلومة والاندفاع، وعلى الصحفي تجنب الكشف غير المبرر للخصوصية عند تناول الحوادث أو الكوارث أو الحروب. ويتوجب عند مقابلة جريح أو مفجوع في حادث أو كارثة أن يتم عبر أصدقاء أو أقرباء أو مستشار (www.bbc.com/arabic).

سابعاً: القيم الإخبارية الجديدة للأخبار العاجلة والمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للتلفزيون:

كشفت ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال عن ازدياد حمى المنافسة بين وسائل الإعلام على المادة الإخبارية، وساهت ثورة مواقع التواصل الاجتماعي لاحقاً في ازدياد حدة الظاهرة، من هنا سعى القائمون على القنوات التلفزيونية إلى العمل على مواكبة التطورات الحديثة من خلال التوسع في وسائل البث والوصول إلى جمهور المشاهدين، عبر استخدام وسائل جديدة لعرض المحتويات والمواد الإخبارية التلفزيونية، وإنشاء حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي، وتأسيس أقسام خاصة بالوسائل الجديدة وإنجاز برامج إعلامية تفاعلية تتواصل من خلالها

عبر الشبكات الاجتماعية ومنها الفيس بوك والتويتتر.

وفي سبيل الإبقاء على التفوق والصدارة في مجال تقديم الخدمة الإخبارية اتجهت العديد من القنوات التلفزيونية إلى الاهتمام بالخبر العاجل الذي تحول من حالة استثنائية غير متوقعة إلى قاعدة في اليوم الإخباري للقنوات، وإلى قيمة إخبارية ضروري توفرها في الخبر حتى يدفع به للعرض أو البث. وأصبح «كل ما هو عاجل خبر»، وأصبحت قيم السرعة والمباغنة للمشاهد أكثر القيم الإخبارية حضورا في قاعات التحرير وغرف الأخبار، ويمكن اعتبار هذا التحول بداية لانحراف التلفزيون عن المسؤوليات الاجتماعية والأخلاقية تجاه المادة الإخبارية المعروضة من جهة وتجاه جمهوره من المشاهدين. يمكن تحديد «القيم الجديدة» في النقاط التالية:

1. من الجدة إلى اللحظية:

أصبحت القنوات التلفزيونية وعبر شاشاتها أو حساباتها على مواقع التواصل الاجتماعي تتنافس في تقديم الأحداث لحظة وقوعها، دون انتظار اكتمال عناصر القصة الخبرية.

2. من الشمولية إلى الخاص:

لم تعد القنوات التلفزيونية كثيرة الاهتمام بضخامة الخبر وكم المشاهدين بقدر اهتمامها بالخصوصية وبكيفية تسويقه وإيصاله إلى المستقبل.

3. من قيمة الإنسانية إلى قيم العنف والاستعراض:

اتجهت القنوات التلفزيونية إلى التركيز على أخبار الكوارث والحروب والصراع مع التركيز على حالات العنف وتكرار مشاهدته طوال اليوم، ضمن ما بات يعرف في أدبيات الإعلام بال«عنف الإخباري».

4. من قيمة الصدق والواقعية إلى الدعاية الإخبارية:

لم تعد القنوات التلفزيونية في مجال التغطية الإخبارية ومنها تغطية الأخبار العاجلة تهتم بقيم الصدق والواقعية والحيادية بقدر اهتمامها بالتضمين والانحياز لهذه الجهة أو تلك.

5. من قيمة المصادر العلمية إلى قيمة المصادر المجهولة:

دأبت القنوات التلفزيونية في الماضي القريب على الحفاظ على مصداقيتها لدى المشاهدين من خلال تأكيد مصادر الأخبار، وهي قيمة متضمنة في جميع التشريعات ومواثيق الشرف الإعلامي لكن المناقسة والفورية والحصرية، جعلت العديد من القنوات تتسارع في الإعلان عن الأخبار العاجلة دون تأكيد مصادرها.

6. من الخبر العاجل إلى الخبر المستعجل (الاستباقي) Proactive news:

لقد انتقل التعامل مع الأخبار في وسائل الإعلام من مرحلة كان نقل الأخبار فيها يتسم بالبطء، وذلك لقلّة الوسائل فقد استخدمت وكالة هافاس Havas في فرنسا الحمام الزاجل لنقل الأخبار، وكان انتشار الخبر يستغرق أياما وشهورا، وقد عجلت ثورة وسائل الاتصال الجماهيري وانتشار وكالات الأنباء في نقل الأخبار لحظة حدوثها. إن اللافت للانتباه اليوم وفي زمن تعدد الوسائل والوسائط وفي زمن حمى المنافسة هو الاتجاه نحو استعجال واستباق الوقائع والأحداث، ونشر الأخبار قبل حدوثها من خلال السرعة والمباغنة للمشاهد (معجم المعاني الجامع)⁷.

في هذا الإطار ترى «جيورجيانا ستانسكي» (Georgiana, 2015, p: 81-91) في دراسة حول الأخبار العاجلة بأنه بات من الأهمية بمكان أن يولي الصحفيون أهمية خاصة للبحث والتأكد من الأخبار قبل نشرها أو بثها، وتقدير تأثيرها على جمهور المستقبلين، إذ لا يعقل أن يتراوح عدد الأخبار العاجلة في الوسيلة الإعلامية الواحدة ما بين 10 و12 خبرا في اليوم، وتضيف الباحثة: «أن ذلك يسهم في تدني مصداقية الإعلاميين لدى الجمهور، ويضفي مزيدا من السخرية على مفهوم الخبر العاجل».

وقد نبهت نظرية المسؤولية الاجتماعية Theory of Social Responsibility إلى ذلك منذ عقود وفي أعقاب انتقاداتها للنظرية الليبرالية التي اتجهت من خلالها وسائل الإعلام إلى تعظيم الربح والاستثمارات، واعتبار العملية الإعلامية برمتها نشاطا اقتصاديا يخضع إلى قوانين السوق، ومنه اتجهت المصاميم الإعلامية إلى الاهتمام بموضوعات الإثارة والتسلية والترفيه، تدعمها في ذلك كبريات شركات الإعلان والتجارة، وطبعت رسائل الإعلام في مجملها، بطابع العنف والاستعراض والتسلية المبالغ فيها. لقد نشأت نظرية المسؤولية الاجتماعية ضمن توجه يهدف إلى تهذيب النزعة الليبرالية المتوحشة لنظرية الحرية، وإلى إعادة بناء وظائف وسائل الإعلام في المجتمع

ضمن إطارين هامين هما الحرية والمسؤولية. والمسؤولية الاجتماعية هي الأخلاق التي توجه أي عمل، سواء في وسائل الإعلام أو غيرها من المنظمات، التي تضع التزاماً تجاه البيئة والمجتمع والثقافة والاقتصاد، يشجع على الحرية الكاملة للصحافة وعدم فرض رقابة، لكن ينبغي تنظيمها وفقاً للمسؤوليات الاجتماعية والضوابط الأخلاقية.

وأخيراً ندعو إلى ضرورة العودة بالتلفزيون إلى الوظائف التي دعت إليها نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام (McQuail, 2010, p: 145-147) والمتضمنة للوظائف والواجبات التالية:

- أن تعمل على تقديم تقرير صادق وشامل وذكي، عن الأحداث اليومية.
- أن تعمل كمببر لتبادل التعليق، والنقد.
- أن تقدم صورة للجماعات المتنوعة التي يتكون منها المجتمع.
- أن تبرز أهداف المجتمع، وقيمه، وتوضحهما.
- أن توفر معلومات كاملة عما يجري يومياً.

وقد لخصها «ايدن وايت» مدير شبكة الصحافة الأخلاقية (Ethical Journalism Network) في خمسة مبادئ هي:

1. الحقيقة والدقة: وتتم من خلال الحصول على المعلومات بشكل صحيح والتأكد منها والاعتذار عند التأكد من عدم صحتها.
2. الاستقلالية: ومعناها أن يكون الصحفي مستقلاً، ويجب أن يعلن صراحة عن انتمائه وذمته المالية.
3. الإنصاف والنزاهة: أغلب القصص لها وجهان على الأقل، فيجب أن تكون القصص متوازنة والموضوعية غير ممكنة في جميع الحالات، ولكن الإبلاغ المحايد يبني الثقة.
4. الإنسانية: عدم الإيذاء للأخرين من خلال السيق والانفراد بالمعلومة، والالتزام بالتشريعات والمعايير والمواثيق المنظمة لذلك.
5. المساءلة: وهي علامة الاحتراف، والصحافة المسؤولة هي القدرة على تحمل المسؤولية. في حال الخطأ، وما يتبعه من تصحيح واعتذار. (<https://ethicaljournalismnetwork.org>)

و شهدت السنوات الأخيرة اهتماماً كبيراً بالموضوع من قبل الأكاديميين والمختصين والهيئات والمنظمات المهنية، من خلال عقد العديد من المؤتمرات والندوات لمناقشة موضوعات أخلاقيات العمل الصحفي ومنها العمل الإخباري في التلفزيون، كما صدرت العديد من النصوص والتشريعات المعززة للممارسة الإعلامية المستقلة والمسؤولة. ويبقى العمل الإعلامي معرضاً لعدد من التجاوزات في ظل المنافسة وحمى المباشر واستعجال عرض الوقائع والأحداث، مما يستدعي المرافقة القانونية والأخلاقية للتغطية الإخبارية ومنها تغطية الأخبار العاجلة على شاشات التلفزيون.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة من خلال مقارنة نقدية لظاهرة الأخبار العاجلة في التلفزيون إلى النتائج التالية:

1. لم يعد الخبر العاجل في التلفزيون في ظل المنافسة وحمى المباشر استثناءً أو حالة غير متوقعة، بل تحول إلى قاعدة في العمل الإخباري، وصار عنواناً ثابتاً وجزءاً من العناصر المرئية لشاشات القنوات التلفزيونية.
2. بروز قيم جديدة في التغطية التلفزيونية للأخبار العاجلة، أبرزها قيم الإثارة والعنف والاستعراض.
3. تلازم الأخبار العاجلة مع الأخبار الزائفة (المفبركة)، مما يزيد في أعباء والتزامات القائمين على العمل الإخباري في التلفزيون.
4. تنامي ظاهرة عدم الالتزام بمعايير المحتوى الإعلامي والضوابط القانونية والأخلاقية في التغطية الإخبارية، بسبب اشتداد المنافسة على الأخبار بين التلفزيون ووسائل الإعلام الأخرى التقليدية والجديدة من جهة، وبين القنوات التلفزيونية ونظيراتها من جانب آخر.
5. تراجع مصداقية التلفزيون لدى الجماهير بسبب طغيان الأخبار العاجلة على اليوم الإخباري للتلفزيون.
6. اتجاه التغطية الإخبارية في التلفزيون من تغطية الأخبار العاجلة إلى الأخبار الاستعجالية (الاستباقية) بسبب المنافسة والاستعراض.
7. تنامي المطالبة من قبل الهيئات النازمة وسلطات الضبط بضرورة احترام الضوابط المهنية والقانونية والأخلاقية في الممارسة الإعلامية ومنها الإخبارية.

8. تنامي المطالب من قبل الباحثين والأكاديميين والتنظيمات المهنية بضرورة التزام القنوات التلفزيونية في تغطية الأخبار العاجلة بواقعية وصدق الأخبار ومصداقية مصادرها.
9. تزايد اهتمام القوانين والمواثيق المنظمة للعمل الإعلامي بظاهرة الأخبار العاجلة، والسعي لضبطها وتنظيمها بما يتماشى ومبادئ التشريعات الإعلامية وأخلاقياتها.
10. تطور الأدوات والتطبيقات التقنية لمراقبة الأخبار العاجلة وتنقيتها من الأخبار الزائفة والمفبركة.
11. التوجه نحو تشديد العقوبات في التشريعات والقوانين الناظمة، وضبط التجاوزات في مجال التغطية الإخبارية، ومنها تغطية الأخبار العاجلة في القنوات التلفزيونية.

توصيات الدراسة:

كشفت المقاربة النقدية لموضوع «ظاهرة الأخبار العاجلة في التلفزيون وضوابطها المهنية والأخلاقية» عن مجموعة من النتائج والمؤشرات يمكن في ضوءها التوصية بما يلي:

1. إدراج مواد قانونية في التشريعات الإعلامية الناظمة للمرئي والمسموع تتعلق بضوابط تغطية الأخبار العاجلة.
2. الإعلان عن ميثاق شرف إعلامي للإعلاميين العاملين في مجال الخدمات الإخبارية العاجلة.
3. استحداث جوائز في مجال التعامل بمصداقية مع الأخبار العاجلة في القنوات التلفزيونية.
4. تدريب المهنيين على الفصل بين الأخبار العاجلة والأخبار الزائفة.
5. إدراج الأخبار العاجلة في التربية الإعلامية وفي المناهج التعليمية.
6. إدراج الأخبار العاجلة كمادة أو كمحور أساسي في مساقات الأخبار بكليات وأقسام الإعلام.

الخاتمة:

أحدثت ثورة تكنولوجيات الاتصال والمعلومات مع نهاية القرن الماضي ومطلع الألفية الحالية تحولات جذرية في تقديم وعرض المواد الإخبارية، واكبتها حالة غير مسبوقة من التنافس بين مختلف الوسائل والوسائط في الوصول إلى الجماهير. وأضحى عنصرا السرعة والأنية من أهم القيم السائدة في التعامل مع الأحداث والأخبار اليومية، فتنامت ظاهرة الأخبار العاجلة على شاشات التلفزيون، وزاد في انتشارها ظهور القنوات الإخبارية المتخصصة، وتعددت المواقع والحوامل والمنصات الإخبارية.

لقد أحدثت ثورة تكنولوجيات الاتصال ثورة في القيم الإخبارية الكلاسيكية، وباتت قيم السرعة والحظية والاستعراض والاستعجال هي القيم السائدة في قاعات التحرير وغرف الأخبار. كما أدت المنافسة بين مختلف الوسائل في التفرد والسبق الصحفي إلى تفاقم ظاهرة «الأخبار الزائفة» التي ارتبطت بالأخبار العاجلة، وجعلت مصداقية وسائل الإعلام محل مراجعة من قبل الجماهير في العديد من المناسبات. من هنا بات التأكد والتحقق من صدق الأخبار قبل الاستعجال في عرضها محل اهتمام القنوات التلفزيونية الحريصة على مصداقيتها لدى المشاهدين، وكذلك القائمين على التشريعات الإعلامية ومواثيق أخلاقيات المهنة الإخبارية.

المراجع:

أ- العربية:

- إبراهيم، الصياد (2014): تغطية الخبر العاجل في غرف الأخبار، مجلة الإذاعات العربية، العدد 1، تونس.
- إسماعيل، الأمين (2013): الكتابة للصورة، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت.
- إيلي باورز: دراسة دور محرّر التفاعل والتشارك في خمس غرف إخبارية. عن موقع: <http://mediashift.org>، Retrieved 10/1/2017.
- جان كلود، جويبيو (1992): التلفزيون: وسيط زاحر بالأسرار، مجلة رسالة اليونسكو، باريس.

- جريدة البيان الإماراتية بتاريخ 26 يناير 2017، 722، «مخالفة خلال 8500 حملة تفتيشية نفذها المجلس الوطني للإعلام».
- حسن، عبيد صالح، (2015)، سياسة المشرع الإماراتي لمواجهة الجرائم الإلكترونية، مجلة الفكر الشرطي، المجلد 24، العدد 95، الإمارات العربية المتحدة.
- صالح، سليمان (2002): أخلاقيات الإعلام، مكتبة الفلاح، الكويت.
- صلاح، عبد الحميد (2013): فن التحرير الصحفي، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة.
- قانون العقوبات -مصر. <https://manshurat.org/node/14677> Retrieved 20/2/2019
- مارك بالنافز وآخرون (2017)، نظريات ومناهج الإعلام، ترجمة، عاط حطبية، دار النشر للجامعات، القاهرة.
- مثنى، الغانمي (2018): التليفزيون والحرب، دراسة في اتجاهات الأخبار وتأثيراتها وأنعكاساتها، دار مجد للنشر والتوزيع، عمان.
- مي، العبد الله وآخرون، (2014)، معجم المفاهيم الحديثة في الإعلام والاتصال، دار النهضة العربية، بيروت.
- إبراهيم، عيسى (2006): جريدة الدستور، القاهرة.
- شريف درويش اللبان (2014): الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، مجلة رؤى استراتيجية، الإمارات العربية المتحدة.
- كارولين، ديانالويس (1993) : التغطية الإخبارية للتلفزيون، ترجمة محمود شكري العدوي المكتبة الأكاديمية، القاهرة.
- كرم، شلبي (1985): الخبر الإذاعي، فنونه وخصائصه، دار الشروق، جدة.
- ب- الأجنبية:**
- Alan Rusbridger, (2019), Breaking News: The Remaking of Journalism and Why It Matters Now, Canongate Books Ltd, United Kingdom
- Amy Mitchell and Jeffrey Gottfried, (2016), The Modern News Consumer, Pew Research Center, News attitudes and practices in the digital, [tps://www.journalism.org/2016/07/07](https://www.journalism.org/2016/07/07)
- Ashley Rodriguez. (2018), when news breaks, even US millennials turn to TV, <https://www.abc.com/1383734/>, retrieved 28/12/2019
- Assael Adary, Celine MAS, Et Autres (2018), Communicator- Toute La communication à l'ère digitale, édition /DUNOD, Paris, p:565
- Commission nationale de la communication et des libertés, (1987), douze ans de television, 1974-1986, La documentation française, paris
- .Forst, Christ (2008), Journalism Ethics and Regulation, Pearson Longman. London
- .Gabriela Karandzhulov, (2018), La réponse européenne aux fausses Nouvelles. 26 Avril 2018
- Georgiana Camelia Stanescu (2015), Breaking News and News Alert, between Information and Spectacle for Rating, Social Sciences and Education Research Review, Issue No: 2, Editura Sitech, Craiova, Romania
- Glenn Halbrooks (2019), Why Is There So Much Breaking News on TV? (<https://www.thebalancecareers.com>)
- Kostas Saltzis (2012) Breaking news Online, Journalism Practice, 6:5-6, 702-710, DOI: 10.1080/17512786.2012.667274
- .Marlène Colomb Gully: (1995) les informations TV, PUF, Paris
- McQuail, Denis (2010), McQuail's Mass Communication Theory (sixth edition, SAGE Publications Ltd, London
- .Mélanie Rostagnat,(2009), Aujourd'hui, le JT fête ses 60 ans ! <http://www.ozap.com>
- Nosheen Hussain, Syed Azfar Ali, Samreen Razi: Understanding Breaking News from Viewer's Perspective (2014), A Phenomenological Approach, Academic Research International Vol. 5(4) July 2014
- UNESCO (2018), Journalism 'Fake News' & Disinformation, Handbook for Journalism Education and Training. Published in 2018 by the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, UNESCO, Paris, P: 14-15
- Weitzer, R., & Kubrin, C. E. (2004), Breaking news: How local TV news and real-world conditions affect fear of crime. Justice Quarterly, 21/3

ج- الوثائق:

- .<https://nmc.gov.ae>. القانون الاتحادي رقم (11) في شأن تنظيم واختصاصات المجلس الوطني للإعلام.
 قانون العقوبات - مصر. <https://manshurat.org/node/14677>
 قرار رئيس مجلس إدارة المجلس الوطني للإعلام رقم 26 لسنة 2017. <https://www.government.ae/ar>
 قرار مجلس الوزراء رقم 13 لسنة 2011 بشأن ترخيص أنشطة الخدمة الإذاعية والتلفزيونية. الإمارات العربية المتحدة.
<https://nmc.gov.ae>
 ميثاق الخدمة العامة لوسائل الإعلام الوطنية. <https://nmc.gov.ae>
 وثيقة البي بي سي BBC - التغطية الإخبارية. www.bbc.com/arabic
 وثيقة المعايير الإعلامية. <http://scm.gov.eg>.

د- المواقع الإلكترونية:

- .<http://ara.reuters.com/> Retrieved 10/5/2018
<http://arab-ency.com.sy/law/detail/163446>. Retrieved 28/12/2019
<http://arav.dz/ar/> Retrieved 15/4/2019
<http://scm.gov.eg/864-2/> Retrieved 15/3/2019
<http://www.aps.dz/ar/algerie/76603/> Retrieved 19/09/2019
<http://www.bbc.com/> Retrieved 20/2/2017
<http://www.bbc.com/arabic/> Retrieved 15/12/2016
<http://www.futurecenter.ae/> Retrieved 20/4/2019
<http://www.recit.net/> Retrieved 20/05/201
<http://www.skynewsarabia.com/> Retrieved 20/2/2018
<http://www.smc.ae/ar/Content/> Retrieved 10/1/2016
https://al-akhbar.com/Media_Tv/231075/ Retrieved 28/12/2019
<https://ethicaljournalismnetwork.org/30/12/2019>
<https://ijnet.org/ar/story> Retrieved 28/12/2019
<https://observers.france24.com/ar/> Retrieved 15/8/2019
<https://technologyreview.ae/> Retrieved 10/5/2018
<https://www.cbnews.fr/medias/> Retrieved 10/02/2019
<https://www.csa.fr/> Retrieved 19/09/2019
<https://www.government.ae/ar/> Retrieved 15/2/2019
<https://www.lemonde.fr/actualite-medias> Retrieved 30/12/2019

الهوامش:

- 1- مثال ذلك إعلان قناة "المحور" المصرية في خبر عاجل وفاة الشاعر المصري الكبير "عبد الرحمن الأبنودي" و تم الإعلان عن الخبر في برنامج حوار ديني "المسلمون يتساءلون"، حيث اعتذر المذيع للضيف، وقدم الخبر وطلب منه كلمة في حق الراحل (قناة المحور المصرية بتاريخ 26/6/2017).
- 2- إبراهيم عيسى في جريدة الدستور بتاريخ: 2006-12-6 حول الموضوع: كتب - كانت المحاكم لا تقبل بشهادة الجورنالجي ولا بشهادة المشخصاتي!
كان هذا في زمن مضى، حيث كان القضاء (والمجتمع قطعاً) يعتبر أن مهنتي الجورنالجي (الصحفي) والمشخصاتي (الممثل) من المهن الوضيعة التي لا يمكن تصديق أي من الجورنالجية والمشخصاتية في شهادة يرويهها أمام هيئة المحكمة قد تبرئ متهمًا أو تدينه، فمن أين يعرف القاضي أن هذا المشخصاتي لا يكذب وهو ليل نهار يتقمص شخصيات ليست له ويدعي لنفسه صفات وسمات ليست فيه؟ ثم هذا الجورنالجي يمشي بين الناس بالأخبار فيكشف العورات ويهتك الستر ولا يؤتمن على الأسرار؟!، استمر الوضع على النظرة الحقيرة لمهنتي الصحفي والممثل زمنًا طويلاً، كافح وناضل خلاله صحفيون نبلاء وأحرار وممثلون وفنانون عظام ورواد ليغيروا هذه النظرة ويصنعوا للجورنالجي والمشخصاتي كرامتهما واعتبارهما، ووضعوا هاتين المهنتين موضع التشريف والتكريم بعد المساواة مع كل المهن الشريفة الأخرى.
- 3- هي ثلاثية SSS عند ميردوك، وعندا راموني هي ثلاثية: Amour, mort, humour.
- 4- هو نيل أو غنستين مراسل مع إذاعتي wtop fm و wtop.com، في واشنطن. أول من أنجز كل تقاريره ومراسلاته على جهاز iPhone.
- 5- يقدم موقع France24 خدمة حول الأخبار المزيفة في ركن: "مراقبون بشعار "دققوا، راقبوا، صوروا".
<https://observers.france24.com/ar/20190416>, Retrieved 15/12/2018
- 6- الصغير، سلام: منتج نشرات أخبار في تليفزيون دبي، مقابلة بتاريخ 10/01/2020.
- 7- جاء في معجم المعاني الجامع بخصوص كلمة استنباق ما يلي:
1. استنباق الأحداث:
(أ) بيع أوراق مالية بصورة غير قانونية قبل إدراجها لدى هيئة الأسواق والأوراق المالية.
(ب) شراء أوراق مالية بناء على معلومات داخلية لم تنتشرها الشركة رسمياً بعد. (مالية)
2. استنباق: اسم
مصدر استنبق
استنباق الأحداث: تعجلها قبل حدوثها.
<https://www.almaany.com/ar>, Retrieved 15/12/2018