

القيم الإخبارية في الفيتشر الإذاعي لبرنامجي بي بي سي اكسترا وصباح مونت كارلو إزاء القضايا المحلية

News values in the radio feature for BBC Extra program and the morning of Mont Carlo
regarding local issues

أ.د ايمن عبدالرحمن

حيدر حسين عبود

قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة بغداد، بغداد، العراق

alwalihaidar1@gmail.com

imanabd@yahoo.com_

مستخلص البحث:

يهدف البحث إلى التعرف على القيم الإخبارية التي يعتمد عليها المعدون في اختيار وتحديد وبث قصص الفيتشر ببرنامجي صباح مونت كارلو وبي بي سي اكسترا، واعتمد البحث التساؤل الرئيس: ماهي القيم الإخبارية في مضامين الفيتشر الإذاعي لبرنامجي بي بي سي اكسترا وصباح مونت كارلو عبر إذاعتي بي بي سي عربي ومونت كارلو الدولية؟ ولتحقيق أهداف البحث المتمثلة بتحديد القيم الإخبارية في الفيتشر الإذاعي ومعرفة أبرز أنواع قصص الفيتشر وكشف ترتيب القضايا المحلية في الإذاعتين، استخدم الباحث المنهج المسحي باعتباره "جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف الظاهرة" وأداة تحليل المضمون معتمداً على عينة قصدية من حلقات البرنامجين وبلغت ٥٢٤ حلقة بواقع ٣٦٥ لبرنامج صباح مونت كارلو و ١٥٩ حلقة لبرنامج بي بي سي اكسترا وتوصل إلى نتائج أبرزها:

_اعتماد البرنامجين على القيم الإخبارية في بث القصص التي تعنى بالقضايا المحلية.

_جاءت قيمة الاهتمامات الإنسانية في المرتبة الأولى بترتيب القيم في البرنامجين.

_حلت القضايا الاجتماعية في المرتبة الأولى تليها الأمنية والاقتصادية والسياسية على التوالي.

الكلمات المفتاحية: (القيم الإخبارية، الفيتشر الإذاعي، القضايا المحلية، الإذاعات الدولية، الفهم

Abstract:

The research aims to identify the news values that producers rely on in selecting, identifying and broadcasting feature stories on the Monte Carlo Morning and BBC Extra programs. The research adopted the main question: What are the news values in the content of the radio feature for the BBC Extra and Sabah Monte Carlo programs on BBC Arabic and Monte Carlo International radio stations? To achieve the research objectives of determining the news values in the radio feature, knowing the most prominent types of feature stories, and revealing the ranking of local issues on the two radio stations.

The researcher used the survey method as “an organized scientific effort to obtain data, information, and descriptions of the phenomenon.” and the content analysis tool was based on a purposive sample of episodes of the two programs, which amounted to 524 episodes, 365 for the Monte Carlo morning program and 159 episodes for the BBC Extra program and the most prominent results are:

- The two programs rely on news values in broadcasting stories that deal with local issues.
- The value of human concerns came first in the ranking of values in the two programs.
- Social issues ranked first, followed by security, economic, and political issues, respectively.

Keywords: (news values, radio feature, local issues, International radio, Understanding)

مقدمة: Introduction

يهتم الصحفيون باختيار مواضيع وقضايا مختلفة لبحثها بنوع من الحدس المهني، لتحقيق عدة أهداف من بينها التنوع والتوسع بالتغطية وجذب أكبر عدد من الجمهور على اعتبار أن الإذاعة لها أهمية كبيرة في توفير المعلومات عن الأحداث والقضايا المختلفة، بهدف إزالة الغموض وتعزيز الفهم إزائها.

مع التطور الكبير في التكنولوجيا والتقنيات وسهولة جمع الاخبار أصبحت الإذاعات الموجهة والناطقة باللغة العربية تبث لجميع الدول العربية بينها العراق، فاليوم لا توجد عوائق جغرافية أو تقنية تمنعها من إيصال بثها ولكن نلاحظ ان هناك اختلافا وتباينا بترتيب بث هذه القضايا بين إذاعة وأخرى، وفقا لمعايير مادية وذهنية تتعلق بانتقاء الأحداث وتحديد صلاحيتها للبث ومكانها والزمن الذي ستستغرقه بالبث وهذا ما يطلق عليها من قبل الباحثين "القيمة الإخبارية"

القيمة الإخبارية هي القواعد التي تشكل القرارات التحريرية في تغطية بعض القضايا والأحداث وتجاهل أخرى، فيوميا تتنافس ملايين الأحداث سواء في مجالات السياسية والاقتصاد والاجتماع والأمن وحتى ما يتعلق بالمشاهير للبث، لكن لا يمكن بث جميعها لعدة اعتبارات منها محدودية وقت البث والبرامج الإخبارية، لذا يأتي هنا دور الصحفيين في فرض احكامهم وتقرير القيمة وتحديد ما يجمع وينتقى.

القيم الإخبارية في الفيتشر لا تختلف عن باقي الفنون الصحفية، فالوقت محدود وعدد القضايا كبير وتتحدد مضامينه بنفس الآلية التي يتبعها الصحفيون في انتقاء الأحداث، مع التركيز على القضايا ذات البعد الإنساني النابعة من طبيعة الفيتشر و"انسنة القضايا فيه" وهو الاختلاف الجوهرى مع باقي الفنون والقوالب الصحفية الأخرى.

الفيتشر أو ما يعرف بالقصة الخبرية، ايضا هو من القوالب التي برزت خلال الفترة الماضية كنوع جديد وظيفتها تتجاوز الخبر، فهي تنقل الجوانب الإنسانية المخفية للحدث وتزيل الغموض عن تفاصيله بأسلوب كتابة شيق

يجذب المستمع ويشده، لاكتشاف جوانب الحدث وتعيد ترتيب الأدوار وتوجه الاهتمام إلى القضايا التي تحظى باهتمام المجتمع في العراق.

الفصل الأول: الإطار المنهجي methodology:

أولاً- مشكلة البحث Research problem:

ترتبط الإذاعة بشكل مباشر بالجمهور، نظراً لخصائصها ووظيفتها في التفسير ونقل الأخبار والمعلومات إلى المستمعين بقوالب وأشكال برمجية مختلفة، ومنها قصص الفيتشر التي أخذت حيزاً واسعاً في البرامج الإذاعية خلال الفترة الماضية وغيرت من التركيبة البرمجية للإذاعات بناءً على قيم تحكم انتقائها وتحدد صلاحيتها للبحث من عدمها واشكالية البحث هنا أن هناك ضبابية تغطي على اختيار القيم لهذه القصص الإذاعية بين محطة وأخرى، وتمثل التساؤل الرئيس للدراسة في: "(ماهي القيم الإخبارية في مضامين الفيتشر الإذاعي لبرنامج بي بي سي اكسترا وصباح مونت كارلو عبر إذاعتي بي بي سي عربي ومونت كارلو الدولية)، ويتفرع منها التساؤلات الآتية:

_ ما أبرز القيم الإخبارية التي اعتمدها معدو قصص الفيتشر في البرنامجين؟

_ ما مصادر المعلومات في الفيتشر الذي ييبث خلال البرنامجين؟

_ ما القضايا التي تتأولها الفيتشر في البرنامجين؟

_ ما أنواع قصص الفيتشر في البرنامجين؟

_ ما طبيعة العلاقة بين القيم الإخبارية والقضايا التي يتضمنها الفيتشر؟

ثانياً: أهمية البحث research importance:

تكمن الأهمية من البحث نفسه، ويمكن تحديدها بالآتي:

_ الأهمية العلمية: تتمثل بإثراء البحوث العلمية بنوعية جديدة من المواضيع، فمنع الملاحظ أن الدراسات الإعلامية في العراق لم تنصد لموضوع البحث في الفترة الماضية، فمن المهم تشخيص القيم الإخبارية في الفيتشر الإذاعي

ودورها في انتقاء وبث القصص، لإعطاء تصورات ومؤشرات عن طبيعتها وترتيبها وعلاقتها بالقضايا المحلية، فضلا عن توفير قاعدة معرفية للباحثين اللاحقين.

_الأهمية المجتمعية: تتمثل في توفير بيانات ومعلومات إلى الجمهور عن كيفية انتقاء قسم من قصص الفيتشر وبثها دون غيرها

ثالثا- أهداف البحث:

يهدف البحث إلى:

_ معرفة أبرز القيم الإخبارية في قصص الفيتشر عبر برنامجي بي بي سي اكسترا وصباح مونت كارلو.

_ تحديد طبيعة العلاقة بين القيم الإخبارية والقضايا المحلية في البرنامجين.

- معرفة نوعية قصص الفيتشر في الإذاعتين ومصادر معلوماتها.

رابعا- نوع البحث ومنهجه:

يعد البحث من ضمن البحوث الوصفية وقد اعتمد الباحثان على المنهج المسحي الذي يمثل جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف الظاهرة (العامري و الساعدي، ٢٠٢٢) والذي وفر للباحث إمكانية تحديد الأرقام والبيانات الخاصة بموضوع الدراسة بهدف الوصول إلى نتائج محددة تجيب عن تساؤلات البحث وتحقيق أهدافه، لأنه لا يرمي إلى جمع البيانات فقط، إنما تفسيرها وتحليلها للوصول إلى النتائج (العزاوي و فليحي، ٢٠٢١، صفحة ١٢٢)

خامسا: مجالات البحث:

١- المجال المكاني: نظراً لكثرة الإذاعات الدولية الناطقة باللغة العربية، فاختار الباحث إذاعتي بي بي سي ومونت كارلو الدولية، لطبيعة برامجها الإخبارية واهتمامها بقصص الفيتشر التي تعنى بالقضايا المحلية في العراق.

٢- المجال الزمني: يتمثل المجال الزمني للبحث للفترة الممتدة من ٢٠٢١/٧ إلى ٢٠٢٢/٦/٣١.

سادسا: أداة البحث

اعتمد الباحث على أداة تحليل المضمون، وهو "تصنيف المادة المكتوبة أو المسموعة أو المرئية تحت فئات وفق معايير محددة بما يكشف خصائص هذه المادة من حيث الشكل والمحتوى"، (محسن و عبدالرزاق، ٢٠٢٣، صفحة ٩٢)، حيث وفر للباحث الآلية المناسبة لإعطاء وزنٍ لكل قيمة إخبارية في قصص الفيتشر.

سابعاً: مجتمع وعينة البحث:

يتمثل مجتمع البحث بالإذاعات الموجهة الناطقة بالعربية وتمثلت عينة البحث في الحصر الشامل للمحتوى الإعلامي الذي تضمن فيتشر إذاعي (قصص خبرية) في برنامجي بي بي سي اكسترا وصباح مونت كارلو للفترة من ٢٠٢١/٧/١ إلى ٢٠٢٢/٦/٣١ والبالغ ٥٢٤ حلقة بواقع ٣٦٥ لبرنامج صباح مونت كارلو و ١٥٩ حلقة لبرنامج بي بي سي اكسترا.

ثامناً: الصدق والثبات:

١_ الصدق

استخدم الباحث الصدق الظاهري الذي يعتمد على آراء الخبراء في تقييم استمارة تحليل المضمون ومدى فاعليتها لقياس ودراسة متغيرات البحث وبعد الاتفاق بين الخبراء على فقرات الاستمارة مع التوجيه بتعديل وحذف وإضافة بعض الفئات والعبارات كانت نتيجة الصدق على النحو الآتي: (٨٧,٩١%)

وتم حساب الصدق الظاهري عن طريق تطبيق المعادلة الآتية:

$$\text{الصدق} = 100 \times \frac{\text{عدد الفئات المتفق عليها بين المحكمين}}{\text{مجموع الفئات}}$$

$$\text{الصدق} = 87.91 = \frac{80}{91} \times 100$$

٢- الثبات:

استخدم الباحث أسلوب إعادة الاختبار، إذ قام باختيار عينة من ٢٠ حلقة لكل إذاعة بنسبة ٧,٦٣% وأعاد التحليل بعد شهر وحصل على النتائج نفسها للثبات.

وتم حساب معامل الثبات عن طريق معادلة (هولستي) والذي حقق نسبة عالية بلغت (٩٠%) مما يدل على صلاحية استمارة التحليل لتحقيق أهداف البحث، وتم قياس الثبات على النحو الآتي:

$$R = \frac{2(C_1, C_2)}{C_1 + C_2}$$

إذ إن: R = معامل الثبات.

C_1, C_2 = عدد الفئات التي اتفق عليها الباحث في أثناء التحليلين

$C_1 + C_2$ مجموع عدد الفئات التي تم تحليلها في المرتين.

وبالتعويض وعن طريق تحويل الحقائق الرقمية إلى نتائج فأن:

$$R = \frac{148}{164} = \frac{37+72 * 3}{2 + 828} = 0.90$$

تاسعا: الدراسات السابقة:

١_ (دراسة السمرمد ٢٠١٤) (السمرمد، ٢٠١٤): تعتبر الدراسة من الدراسات الوصفية واعتمدت على المنهج المسحي وهدفت إلى معرفة دوافع تعرض الإعلاميين العراقيين إلى الإذاعات الدولية الموجهة الناطقة باللغة العربية وحجم المعرفة السياسية التي اكتسبوها جراء هذا التعرض واستخدم الباحث اداة الاستبانة ومقياس لمعرفة الاثار المعرفية الناتجة عن الاعتماد على الإذاعات الدولية وخرجت بعدة نتائج منها، أن الإذاعات الدولية تعد مصدرا مهما من مصادر المعرفة السياسية للإعلاميين العراقيين وتسهم في زيادة معرفتهم السياسية وقدرتها على كشف الغموض وتكوين الاتجاهات وترتيب الأولويات وتغيير القيم.

٢_ دراسة (شديد ٢٠١٩) (شديد، ٢٠١٩): اهتمت بدراسة تأثير التكوين المهني للقائم بالاتصال على أسلوب كتابة الفيتشر، وهدفت إلى التعرف على أسلوب كتابة الفيتشر ومحددات اختيار القضايا وتأثير التكوين المهني وسنوات الخبرة على قدرة الإعلاميين لكتابة الفيتشر واستخدام المنهج المسحي بشقيه التحليلي والميداني، واعتمدت على أداتي التحليل الأسلوبي والتحليل السردى وخرجت بعدة نتائج أبرزها أن القصص الإنسانية والملونة والبروفایل

جاءت بالمرتبة الأولى وحلت فئات القضايا السياسية والإنسانية والاجتماعية بالمراتب الأولى، أما فيما يتعلق بالقيم، فجاءت السلبية والصراع والغربة والطرفة والشهرة في المراتب الأولى.

٣_دراسة (2023 Strömberg) (Strömberg, 2023): هدفت إلى معرفة القيم الإخبارية التي تستخدمها إذاعة (bbc) البريطانية في اختيار واعداد التقارير الخاصة باللجئين الأفغان والأوكرانيين واستخدمت المنهج المسحي واعتمدت أداة تحليل المضمون لتحليل القيم والاستبيان لمعرفة مدى اعتماد عينة المبحوثين على الإذاعة كوسيلة اخبار ومصدر للمعلومات وتوصلت إلى نتائج أبرزها أن قيم القرب والاهتمامات الإنسانية والفورية بالمراتب الثلاث الأولى بالنسبة لللاجئين الأوكرانيين وقيم القرب والسلبية والحالية بالمرتبة الثالثة بالنسبة لللاجئين الأفغان، فيما جاءت القصص الإنسانية بالمرتبة الأولى بالنسبة لللاجئين الأوكران، لإعطاء أهمية للقصة، عكس الأفغان التي كانت القصص تركز على الشخصية وأن المبحوثين يقرون دور الإذاعة بتوفير الأخبار الجديرة بالثقة، نظرا لتاريخ العلامة التجارية لها.

الفصل الثاني: الإطار النظري:

أولا: القيم الإخبارية:

تشير المصادر إلى إن أول التعريفات والتفسيرات المعاصرة لمفهوم القيم الإخبارية هو ما قدمه يوهان غالتونك وماري روغة، حيث عرفها على، أنها "المعايير التي إذا ما توفرت كلها أو بعضها في حدث ما زادت في احتمالات الإبلاغ عنه، وهذه المعايير هي التكرار والجسامة والوضوح والدالة أو الألفة والاعتیاد والتطابق والتوافق والمفاجئة والاستمرارية والتركيبية"، كما تميز بعض الدراسات بين الأحداث والقصص الإخبارية، وترى إن القيم الإخبارية ترتبط بالقصص الإخبارية وليس بالأحداث (التميمي، ٢٠٠٨، صفحة ٤٠).

رغم اختلاف الباحثين في تحديد تعريفات ومفاهيم القيم الإخبارية، إلا إن أغلبهم اتفقوا على أنها معايير لانتقاء ونشر الاخبار والمفاضلة بينها، فعربيا عرفها نصر الدين العياضي، بأنها "مجموعة المعايير المادية والذهنية التي سيتم على أساسها تحويل الحدث إلى خبر، فهي الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث والجمهور، وهي تكشف على جوهر الحدث وعن استخدامه الاجتماعي أي تحويله إلى موضوع للاطلاع" (العياضي، ١٩٩٤، صفحة ٢٧)، وأنواعها هي:

- الحالية أو الفورية: تعني نشر القصص الإخبارية بالوقت المناسب وإن يكون الحدث جديدا.

- القرب المكاني والعاطفي: تهتم هذه القيمة ببث الاخبار والقضايا القريبة من الناحيتين الجغرافية والثقافية، فالجمهور يهتم بالأحداث القريبة منه جغرافيا (وهبي، ١٩٨٥، صفحة ٨٠)، كذلك يهتم بالأحداث القريبة منه ثقافيا (عبدالنبي، ١٩٨٩، صفحة ٤٣).
- الاهتمامات الإنسانية: تتشابه هذه القيمة مع الفيتشر في إبراز القضايا الإنسانية وتثير العواطف والمشاعر الإنسانية (شاهين، ٢٠١٤، صفحة ١٢).
- الصراع: تعتبر من أكثر القيم الإخبارية انتشارا واستخداما في ظل تفاقم الازمات بمختلف المجالات (الصيفي و الدهمشي، ٢٠٢١، صفحة ١٦٩)، وتركز في أوقات السلم على الخلافات السياسية والتوترات الدبلوماسية، اما في وقت الحرب فتأخذ شكل الازمة وتصبح اكثر حدة وعنفا (عبد المنعم، ٢٠١٦، صفحة ٨٩).
- الصدق والدقة: الصدق لا تعد قيمة بقدر ماهي شروط أخلاقية ومهنية ينبغي ان تلتزم بها وسائل الإعلام (كنعان، ٢٠١٤، صفحة ١١٠)، والدقة تشمل كل كلمة أو عبارة في القصة الخبرية ويمكن التعامل معها بالرجوع الدائم للمصادر (إبراهيم، ٢٠٢٠، صفحة ١٠٠).
- الشهرة: ترتبط هذه القيمة بإحدى أنواع قصص الفيتشر (الملف الشخصي أو البروفایل)، فشهرة السياسيين ورجال الاعمال والفنانين والرياضيين تصنع قيمة اخبارية تحدد أماكنية نشر القصة من عدمها (Luttrell, 2018, p. 49).
- الضخامة: يمكن تحديد قوة هذه القيمة من خلال جانبيين، الأول يتعلق بقوة الحدث واثارته لاهتمام أكبر عدد ممكن من الناس (شاهين، ٢٠١٤، صفحة ٣٧)، والثاني يتعلق بضخامة الأرقام أو الأعداد (غازي، التحرير الصحفي.. توظيف تكنولوجيا الاتصال، ٢٠٢١، صفحة ١٤٠).
- الأهمية: تعني أن الحدث يهم أكبر عدد من شرائح الجمهور وأبناء المجتمع ويتعلق بأمر مصيري أو يغطي حدثا بارزا على الصعيد الداخلي أو الخارجي (البدران، ٢٠٠٢، صفحة ٢١٩).
- الإثارة والتشويق: يعني أن تحمل القصة أحداثا مثيرة وتحوي عنصر التشويق و الابتعاد عن الموضوعات الجافة وتقييد القصص بأسلوب شيق يدفع لمتابعتها (غازي، التحرير الصحفي.. توظيف تكنولوجيا الاتصال، ٢٠٢٢، صفحة ١٤٠).
- الطرافة والغرابة: هي الوقائع غير المألوفة والتي لم يتعود الجمهور على سماعها وتخطب خياله.
- المنافسة: تعتبر المنافسة من القيم الإخبارية الهامة الأمر الذي يتحقق في أخبار المسابقات والمباريات الرياضية والمنافسة بين الممثلين ونجوم المجتمع والمشاهير والسياسة وغيرها من ألوان المنافسة التي تجذب اهتمام المستمع وغريزة متابعة المنافسات هي غريزة انسانية (عبد التواب، ٢٠٢٠).

- الاستمرارية وإمكانية التنبؤ: تتعلق بالقصص المتوقع حدوثها وينتظر إذاعتها مثل الانتخابات أو ترقب لإعلان تغيير وزاري أو قرارات هامة تمس حياة المواطنين (نصر، ٢٠٢١، صفحة ٤٧).

ثانيا: الفيتشر وأنواعه

كلمة فيشتر (feature) تعني ملامح أو معالم، فقد تستخدم لتدل على ملامح الوجه أو ملامح جانب معين من جوانب الحياة ولقد استخدم بعض الباحثين مصطلح "برامج الإبراز" بدلا من برامج الفيتشر باعتبار ان هذه البرامج تنطوي على إبراز شخص أو حدث أو مفهوم أو قضية من كافة الوجوه وتقديم صورة متكاملة عنها للمستمع، فالفيتشر من خلال معنى الكلمة يهدف إلى إبراز الأحداث بشكل يسهم في اشباع حاجات الجمهور وتعزيز فهمه للأحداث والموضوعات التي تهمة وتدفعه للتعرض إلى الإذاعة" (فوزي، ٢٠١٧، صفحة ١٩١)

وبرزت عدد من التعريفات باختلاف الازمان والمؤلفين، فمنهم من عرفه، بأنه "قالب إذاعي ذو شكل درامي ومحتوى وثائقي ويتناول شخصية أو حدثا أو قضية أو فكرة بتعمق من مختلف الجوانب والزوايا وعرض الموضوع وتغطيته بصورة متكاملة" (الديحاني، ٢٠١٢، صفحة ٥٢)، فيما عرفه بركات عبدالعزيز، بأنه "قالب إذاعي يعرض المضمون بأسلوب ابداعي تحده ذاتية المنتج مع الالتزام بالمعايير الإذاعية" (عبدالعزيز و معوض، ٢٠٠٠، صفحة ٣٣٥)، ويعتبره عماد حسن مكأوي، بأنه "شكل برمجي يستهدف إبراز شخصية أو حدث أو فكرة أو مفهوم أو قضية من الأوجه كافة وتقديم صورة متكاملة عنها للمتسمع ويستخدم هذا الشكل عدة اساليب لتحقيق هدفه مثل التعليق والحوار والمناقشة والوثائق، كما يستخدم المونتاج بحرفيه عالية للتأكيد على الفكرة أو الرأي ويستهدف هذا القالب البرمجي تحليل الموقف الحالي والتنبؤ بالمستقبل بناء على تحليل منطقي مدروس" (مكأوي و عبد الغفار، ٢٠٠٨، صفحة ٨٣).

واتفق الباحثون على ان أبرز انواع القصص في الفيتشر هي:

أ- قصص الاهتمامات الإنسانية: هي القصص التي تهتم بشؤون الإنسان وتجاربه (Bland, Wragg, & Theaker, 2005, p. 94)، مثل القصص عن الناجين من الكوارث أو الهزائم والانتصارات (Lynch, 2013, pp. 201-203).

ب- القصص الملونة: تسمى ايضا الوصفية، لأنها تكتب بلغة وصفية تصف المكان والأحداث بسرد هيكلي مشوق، مما يمنح المستمعين إحساسًا قويًا بما يشبه التواجد في موقع الحدث وتخطب الحواس وتصف ما يريد ان يسمعه ويشعر به افراد الجمهور (Smith, Whitaker, & Ramsey, 2019, p. 217).

- ت-قصص الخلفية التاريخية: تعنى هذه القصص بشرح السياق التاريخي للقضايا والأماكن والأشخاص واعطاء معلومات كثيفة عنها للجمهور (Smith, Whitaker, & Ramsey, 2019, p. 218).
- ث-قصص الملفات الشخصية أو البروفایل: هي قصص تتناول السيرة الذاتية عن أشخاص ارتبطوا بقضية ما أو مشهورين وتتطلب إعدادًا جيدًا لجذب الانتباه (A group of researchers, 1997, pp. 85-88).
- ج- القصص الإخبارية: تستند إلى حدث إخباري وقع بصورة فورية وله زاوية إنسانية، وقد تكون تداعيات حريق أو كارثة وغرضها الإعلام وليس الترفيه وتكتب بطريقة شيقة (Hall, 2010, p. 221).
- ح- القصص الإرشادية: أهمية هذا النوع من الفيتشر من أهمية تسميته، فهو يقدم الإرشادات والنصائح إلى الجمهور عن القضايا والأزمات وطرق حلها (Jay, 1982, p. 13)، وتشرح للمستمعين كيفية القيام بشيء ما أو اتباع سلوك معين وتبنى على تجارب شخصية لأفراد من المجتمع مروا بظروف خلال المرض أو قاموا بسلوك خاطئ (McIntyre, 1996, صفحة 111).
- خ- قصص الذكرى السنوية: تستخدم مقدمة وصفية وسرد لموضوعات الذكرى السنوية مثل وقوع حدث غير التاريخ أو وفاة شخصية مهمة (Jay, 1982, p. 14).

ثالثا: القيم الإخبارية في الفيتشر الإذاعي:

بداية قصص الفيتشر كانت للترفيه ولم تهتم بالقصص الإخبارية، (University of Washington, 1914, p. 28)، لذلك بدأ كتاب الفيتشر يتقيدون في القيم الإخبارية التي سميت بـ"الناعمة" مثل الجودة والاهتمام البشري والشهرة، مثلا كتابة فيتشر عن شخص ما أو شيء مثير للاهتمام (Granato, 2002, p. 8)، ويتم تقييم الفيتشر من خلال قدرته على إظهار قيم الاهتمام البشري مثلا القصص التي تؤثر في حياة الناس أو قيم التسلية التي تقدم قصص المتعة وتتعامل مع الملذات المتنوعة في الحياة (Dale & Pilgrim, 2017, pp. 27-28)، إلا أنها اليوم تحتوي على قيم للترفيه وكذلك القيم الإخبارية، واصبح من الصعب بشكل متزايد التحدث عن القصص دون القيم الإخبارية (Walgrave & Van Aelst, 2017, p. 43)، يستخدم الصحفيون قيم الأخبار في القصص على أساس الانتقاء والمفاضلة بينها (Jensen, 2013)، ويميلون إلى القيم التي تجعل القصص أكثر جدارة بالنشر (Browne, 2005, p. 173)، كما تتحدد أهمية الفيتشر باتخاذ القرارات بشأن فترة بثها وفقا للقيم الإخبارية (Cotter, 2010, الصفحات 54-55).

ثالثا: القضايا المحلية:

يتحدد مفهوم القضايا، بانها"تلك الأحداث التي يعايشها أفراد الجمهور، بعضهم يتمتعون بخبرات شخصية واحتكاك مباشر ويسهل عليهم فهم القضايا وتصورها والبعض الآخر يتمتعون حيالها بخبرات شخصية واحتكاك مباشر ويصعب عليهم فهمها وتصورها وهي أنواع وفئات عامة مثل: القضايا الاقتصادية - القضايا الاجتماعية - القضايا الثقافية - القضايا السياسية والقضايا الصحية والقضايا الدينية وغيرها من القضايا وهي تتسم بالاستمرارية وداخلها العديد من الموضوعات المتعددة" (أحمد، ٢٠٢١، صفحة ٣٤).

اما القضايا المحلية فقد ارتبطت بالإعلام وقد اشتقت من مصطلح "Local" الخاص بجميع بلدان أوروبا من الكلمة اللاتينية "LOCUS" وهي تعني المكان، ولقد وجدت الكلمة في عديد من اللغات الأوروبية وهي تشير إلى مكان صغير منفصل عن كيانات كبيرة المدى أو تشير إلى الجزء وليس الكل أو مكان من نطاق يمتد من الكبير إلى الصغير" (حميد، ٢٠١٢، صفحة ٥٦).

ويرى الباحث بان القضايا المحلية هي"تلك القضايا والمشكلات التي تهم شريحة كبيرة من المجتمع وتؤثر على حياة الناس بشكل جوهري وتثير الرأي العام من خلال طرحها بوسائل الاعلام وغالبا ما تتعلق بالمجالات السياسية والخدمات الاساسية كالصحة والتعليم والعنف والفساد".

ثالثا: الإطار العملي: الدراسة التحليلية:

جدول رقم(١) التوزيع الكلي للقيم الإخبارية بين برنامجي بي بي سي اكسترا وصباح مونت كارلو.

أسم البرنامج	التكرار	النسبة المئوية
صباح مونت كارلو	٦٧	٥١,٥٤%
بي بي سي اكسترا	٦٣	٤٨,٤٦%
المجموع	١٣٠	١٠٠%

يؤشر الجدول رقم (١)، أن القيم الإخبارية جاءت في المرتبة الأولى في برنامج صباح مونت كارلو بواقع (٦٧) تكرارا وبنسبة (٥١,٥٤%)، فيما حلت في المرتبة الثانية في برنامج بي بي سي اكسترا بواقع (٦٣) تكرارا وبنسبة (٤٨,٤٦%).

جدول رقم (٢) القيم الإخبارية في قصص الفيتشر في برنامجي صباح مونت كارلو وبي بي سي اكسترا.

القيم الإخبارية	صباح مونت كارلو		بي بي سي اكسترا		المجموع الكلي	النسبة المئوية
	الترتيب	النسبة المئوية	الترتيب	النسبة المئوية		
الاهتمامات الإنسانية	الأولى	٦١,١٩%	الأولى	٦١,١٩%	٧٣	٥٦,١٥%
الصراع	الثالثة	١٠,٤٥%	الثالثة	١٢,٧٠%	١٥	١١,٥٤%
المنافسة	الرابعة	٨,٩٦%	الرابعة	٧,٩٤%	١١	٨,٤٦%
الشهرة	الثانية	١١,٩٤%	الثانية	٦,٣٥%	١٢	٩,٢٣%
الأهمية	السادسة	٢,٩٨%	الرابعة	٧,٩٤%	٧	٥,٣٩%
الضخامة	الخامسة	٤,٤٨%	الثانية	١٤,٢٨%	١٢	٥,٣٩%
المجموع	٦٧	١٠٠%	٦٣	١٠٠%	١٣٠	١٠٠%

في الجدول أعلاه، يشير المجموع الكلي للفئات على مستوى البرنامجين، أن فئة (الاهتمامات الإنسانية) جاءت أولاً بواقع (٧٣) تكراراً وبنسبة (٥٦,١٥%)، وفئة (الصراع) ثانياً بـ(١٥) تكراراً وبنسبة (١١,٥٤%) وفئتي (الشهرة والضخامة) ثالثاً مشتركة بـ(١٢) تكراراً وبنسبة (٩,٢٣%)، وفئة (المنافسة) رابعاً بـ(١١) تكراراً وبنسبة (٨,٤٦%)، وفئة (الأهمية) خامساً بـ(٧) تكرارات وبنسبة (٥,٣٩%).

وعلى مستوى برنامج صباح مونت كارلو، جاء ترتيب فئة (الاهتمامات الإنسانية) أولاً بـ(٤١) تكراراً وبنسبة مئوية (٦١,١٩%)، وفئة (الشهرة) ثانياً بـ(٨) تكرارات وبنسبة (١١,٩٤%)، وفئة (الصراع) ثالثاً بـ(٧) تكرارات وبنسبة (١٠,٤٥%)، وفئة (المنافسة) رابعاً بـ(٦) تكرارات وبنسبة (٨,٩٦%)، وفئة (الضخامة) خامساً بـ(٣) تكرارات وبنسبة (٤,٤٨%)، وفئة (الأهمية) سادساً بتكرارين وبنسبة (٢,٩٨%).

وعلى مستوى برنامج بي بي سي اكسترا، حلت فئة (الاهتمامات الإنسانية) أولاً بـ(٣٢) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٦١,١٩%)، وفئة (الضخامة) ثانياً بـ(٩) تكرارات وبنسبة (١٤,٢٨%) وحلت فئة (الصراع) ثالثاً بـ(٨) تكرارات

وبنسبة (١٢,٧٠%)، وفتنا (المنافسة والأهمية) رابعا مشترك بـ(٥) تكرارات وبنسبة (٧,٩٤%)، وفتة (الشهرة) خامسا بـ(٤) تكرارات وبنسبة (٦,٣٥%).

جدول رقم (٣) يبين أنواع الفيتشر (القصص الخبرية) التي وردت بها القيم الإخبارية.

النسبة المئوية	المجموع الكلي	بي بي سي اكسترا			صباح مونت كارلو			أنواع القصص
		المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	
%٤٠,٧٧	٥٣	الأولى	%٤٢,٨٦	٢٧	الأولى	%٣٨,٨١	٢٦	الاهتمامات الإنسانية
%٨,٤٦	١١	السادسة	%٣,١٧	٢	الثالثة	%١٣,٤٣	٩	القصص الملونة
%٦,١٥	٨	الخامسة	%٤,٧٦	٣	الخامسة	%٧,٤٦	٥	الخلفية التاريخية
%٣,٨٥	٥	الخامسة	%٤,٧٦	٣	السادسة	%٢,٩٨	٢	الملفات الشخصية أو البروفایل
%٢١,٥٤	٢٨	الثانية	%٢٥,٤٠	١٦	الثانية	%١٧,٩١	١٢	ذات مغزى اخباري
%٥,٣٨	٧	الثالثة	%٧,٩٤	٥	السادسة	%٢,٩٨	٢	الارشادية
%٧,٦٩	١٠	الرابعة	%٦,٣٥	٤	الرابعة	%٨,٩٦	٦	الذكرى السنوية
%٦,١٥	٨	الخامسة	%٤,٧٦	٣	الخامسة	%٧,٤٦	٥	الاتجاه
%١٠٠	١٣٠		%١٠٠	٦٣		%١٠٠	٦٧	المجموع

من الجدول أعلاه، يشير الترتيب الكلي للفئات إلى، إن فئة (الاهتمامات الإنسانية) حلت أولاً بـ(٥٣) تكرارا وبنسبة (٤٠,٧٧%)، وفئة (ذات مغزى اخباري) ثانيا بـ(٢٨) تكرارا وبنسبة (٢١,٥٤%)، وفئة (الملونة) ثالثا بـ(١١) تكرارا وبنسبة (٨,٤٦%)، و(الذكرى السنوية) رابعا بـ(١٠) تكرارات وبنسبة (٧,٦٩%)، وفئتا (الاتجاه والخلفية التاريخية) خامسا مشترك بـ(٨) تكرارات وبنسبة (٦,١٥%)، وفئة (القصص الارشادية) سادسا بـ(٧) تكرارات وبنسبة (٥,٣٨%) وفئة (الملفات الشخصية أو البروفایل) سابعا بـ(٥) تكرارات وبنسبة (٣,٨٥%).

وعلى مستوى برنامج صباح مونت كارلو، حلت فئة (الاهتمامات الإنسانية) أولاً بـ(٢٦) تكرارا وبنسبة (٣٨,٨١%)، وفئة (ذات مغزى اخباري) ثانيا بـ(١٢) تكرارا وبنسبة (١٧,٩١%)، وفئة (الملونة) ثالثا بـ(٩) تكرارات وبنسبة (١٣,٤٣%)، وفئة (الذكرى السنوية) رابعا بـ(٦) تكرارات وبنسبة (٨,٩٦%)، فئتا (الخلفية التاريخية والاتجاه) خامسا مشترك بـ(٥) تكرارات وبنسبة (٧,٤٦%)، وفئة (الملفات الشخصية أو البروفایل والارشادية) خامسا مشترك بتكرارين ونسبة (٢,٩٨%).

وعلى مستوى برنامج بي بي سي اكسترا، جاءت فئة (الاهتمامات الإنسانية) أولاً بـ(٢٧) تكرارا وبنسبة (٤٢,٨٦%)، وفئة (ذات مغزى اخباري) ثانيا بـ(١٦) تكرارا وبنسبة (٢٥,٤٠%)، وفئة فئة (القصص الارشادية) ثالثا بـ(٥) تكرارات وبنسبة (٧,٩٤%)، وفئة (الذكرى السنوية) رابعا بـ(٤) تكرارات وبنسبة (٦,٣٥%)، وفئتا (الخلفية التاريخية والاتجاه) خامسا مشترك بواقع (٣) تكرارات وبنسبة (٤,٧٦%)، وفئة (الملونة) سادسا بواقع تكرارين وبنسبة (٣,١٧%).

جدول رقم (٤) يبين توزيع مصادر المعلومات في الفيتشر (القصص الإخبارية) عبر البرنامجين.

النسبة المئوية	المجموع الكلي	بي بي سي اكسترا			صباح مونت كارلو			مصادر المعلومات
		المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	
٣٤,٨٨%	١١٣	الثانية	٣٠,٣٨%	٤٨	الأولى	٣٩,١٦%	٦٥	شخصيات ذات علاقة بالقضية
٣٦,١١%	١١٧	الأولى	٣٤,٨١%	٥٥	الثانية	٣٧,٣٥%	٦٢	الضيوف الاخرون

المسؤولون الحكوميون	٢٥	%١٥,٠٦	الثالثة	٣٧	%٢٣,٤٢	الثالثة	٦٢	%١٩,١٣
دراسات وإحصائيات	١٤	%٨,٤٣	الرابعة	١٨	%١١,٣٩	الرابعة	٣٢	%٩,٨٨
المجموع	١٦٦	%١٠٠		١٥٨	%١٠٠		٣٢٤	%١٠٠

في الجدول اعلاه، يوضح الترتيب الكلي للفئات في البرنامجين، إن فئة (ضيوف آخرون) جاءت أولاً بواقع (١١٧) تكراراً وبنسبة (٣٦,١١%) وفئة (شخصيات ذات علاقة بالقضية) ثانياً بواقع (١١٣) تكراراً وبنسبة (٣٤,٨٨%) والفئة (المسؤولون الحكوميون) ثالثاً بواقع (٦٢) تكراراً وبنسبة (١٩,١٣%) وفئة (دراسات وإحصائيات) رابعاً ب(٣٢) تكراراً وبنسبة (٩,٨٨%)

وعلى مستوى برنامج صباح مونت كارلو، جاء الترتيب كالاتي: فئة (الشخصيات ذات العلاقة بالقضية) أولاً بواقع (٦٥) تكراراً وبنسبة (٣٩,١٦%) وفئة (الضيوف الآخرون) ثانياً بواقع (٦٢) تكراراً وبنسبة (٣٧,٣٥%) وفئة (المسؤولون الحكوميون) ثالثاً بواقع (٢٥) تكراراً وبنسبة (١٥,٠٦%) وفئة (دراسات وإحصائيات) رابعاً بواقع (١٤) تكراراً وبنسبة (٨,٤٣%).

وعلى مستوى برنامج بي بي سي اكسترا، جاءت فئة (ضيوف آخرون) أولاً بواقع (٥٥) تكراراً وبنسبة (٣٤,٨١%) وفئة (شخصيات مرتبطة بالقضية) ثانياً بواقع (٤٨) تكراراً وبنسبة (٣٠,٣٨%) وفئة (المسؤولون الحكوميون) ثالثاً بواقع (٣٧) تكراراً وبنسبة (٢٣,٤٢%) وفئة (دراسات وإحصائيات) رابعاً بواقع (١٨) تكراراً وبنسبة (١١,٣٩%).

جدول رقم (٥) نوعية العناوين في الفيتشر (القصص الإخبارية) عبر برنامجي صباح مونت كارلو وبي بي سي اكسترا.

أنواع العناوين	صباح مونت كارلو		بي بي سي اكسترا		المجموع النسبة المئوية
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
الوصفي	%٥٢,٢٤	٣٥	%٣٨,١٠	٢٤	%٤٥,٣٨
الاستقهامي	%٧,٤٦	٥	%١١,١١	٧	%٩,٢٣
المباشر	%٣٨,٨١	٢٦	%٤٦,٠٣	٢٩	%٤٢,٣١

الاقتباسي	١	%١,٤٩	الرابعة	٣	%٤,٧٦	الرابعة	٤	%٣,٠٨
المجموع	٦٧	%١٠٠		٦٣	%١٠٠		١٣٠	

يظهر الجدول رقم (٥)، أن هناك اختلافا بين البرنامجين من حيث ترتيب الفئات وعدد التكرارات وطريقة صياغة عنوان الفيتشر، حيث أن فئة العنوان الوصفي جاءت في المرتبة الأولى في برنامج صباح مونت كارلو بواقع ٣٥ تكرارا وبنسبة ٥٢,٢٤% ومن أمثلة هذه العناوين هي (الصقلاوية.. قرية بلا رجال) و(العراق يفقد لقب أرض السواد لقب العراق)، وهي فئة حلت بالمرتبة الثانية في برنامج بي بي سي اكسترا بواقع ٢٤ تكرارا وبنسبة ٣٨,١٠% مثل(ديالي.. حلم الجهاديين وخاصة العراق الرخوة).

كان الاختلاف أيضا في فئة العنوان المباشر فحلت في المرتبة الثانية في برنامج صباح مونت كارلو بواقع ٢٦ تكرارا وبنسبة ٣٨,٨١% ومن امثلتها (ارتفاع الأسعار يؤثر على أجواء رمضان في العراق)، فيما حلت هذه الفئة في المرتبة الأولى ببرنامج بي بي سي اكسترا بواقع ٢٩ تكرارا وبنسبة ٤٦,٠٣% مثل(غضب من مقتل ناشطة نسوية بينما يحتفل العالم بيوم المرأة).

أما العنوان الاستفهامي فلم تختلف من حيث الترتيب، حيث حلت فئة العنوان الاستفهامي في المرتبة الثالثة في برنامج صباح مونت كارلو بواقع ٥ تكرارات وبنسبة ٧,٤٦%، وهو الترتيب نفسه في برنامج بي بي سي اكسترا وبواقع ٧ تكرارات وبنسبة ١١,١١% مثل (كيف تؤثر الأوضاع السياسية على حياة العراقيين).

ولم تختلف فئة العنوان الاقتباسي كثيرا، فحلت في المرتبة الرابعة في برنامج صباح مونت كارلو بواقع تكرار واحد وبنسبة ١,٤٩% وفي المرتبة الرابعة أيضا في برنامج بي بي سي اكسترا بواقع ٣ تكرارات وبنسبة ٤,٧٦% مثل(كنت ابلغ من العمر ست سنوات وكسر انفي).

وفي الترتيب الكلي للفئات، جاءت فئة العنوان الوصفي في المرتبة الأولى بواقع ٥٩ تكرارا وبنسبة ٤٥,٣٨%، وحلت فئة العنوان المباشر في المرتبة الثانية بواقع ٥٥ تكرارا وبنسبة ٤٢,٣١%، وفي المرتبة الثالثة كانت فئة العنوان الاستفهامي بواقع ١٢ تكرارا وبنسبة ٩,٢٣% وحلت في المرتبة الرابعة والأخيرة فئة العنوان الاقتباسي بواقع ٤ تكرارات وبنسبة ٣,٠٨%.

جدول رقم (٦) نوعية المقدمات في الفيتشر (القصص الإخبارية) عبر برنامجي صباح مونت كارلو وبي بي سي اكسترا.

أنواع المقدمات	صباح مونت كارلو	صباح بي بي سي اكسترا	المجموع النسبة المئوية
	الترتبات	الترتبات	الترتبات
	النسبة المئوية	النسبة المئوية	النسبة المئوية
الوصفية	٣٩	١٥	٥٤
التلخيصية	٢٣	٢٩	٥٢
التساؤل	٤	٨	١٢
المقارنة	١	صفر	١
الاقتباسية	صفر	١١	١١
المجموع	٦٧	٦٣	١٣٠

بالنظر إلى الجدول رقم (٦)، يمكن ملاحظة الاختلاف الكبير في ترتيب الفئات وعدد التكرارات لأنواع المقدمات التي صاغها معدو البرامج لقصصهم، حيث حلت فئة المقدمة الوصفية في المرتبة الأولى في برنامج صباح مونت كارلو بواقع ٣٩ تكرارا وبنسبة ٥٨,٢١% وهي نوعية من المقدمات كانت مرتفعة بشكل كبير في القصص الوصفية والخلفية التاريخية والبروفایل، أما هذه الفئة فجاءت في المرتبة الثانية في برنامج بي بي سي اكسترا بواقع ١٥ تكرارا وبنسبة ٢٣,٨١% وتم استخدامها في القصص الوصفية وقصص الذكرى السنوية، واختلف ترتيب فئة المقدمة التلخيصية في البرنامجين، فجاءت بالمرتبة الثانية في برنامج صباح مونت كارلو بواقع ٢٣ تكرارا وبنسبة ٣٤,٣٣% وتم استخدامها بالقصص الإخبارية بنسبة كبيرة، وهي الفئة التي جاءت في المرتبة الأولى ببرنامج بي بي سي اكسترا بواقع ٢٩ تكرارا وبنسبة ٤٦,٠٣% وأيضا استخدمت في القصص الإخبارية والاهتمامات الإنسانية.

استخدم البرنامجان، مقدمة التساؤل التي حلت في المرتبة الثالثة في برنامج صباح مونت كارلو بواقع ٤ تكرارات وبنسبة ٥,٩٧% واستخدمت بنسبة كبيرة في القصص الإرشادية والاتجاه، فيما جاءت هذه الفئة بالمرتبة الرابعة في برنامج بي بي سي اكسترا بواقع ٨ تكرارات وبنسبة ١٢,٧٠% وتم استخدامها بصورة كبيرة في قصص الإخبارية والاهتمامات الإنسانية.

لم يتم استخدام فئة مقدمة المقارنة بصورة كبيرة، حيث جاءت هذه الفئة في المرتبة الرابعة في برنامج صباح مونت كارلو بواقع تكرار واحد وبنسبة ١,٤٩%، فيما جاءت هذه الفئة في المرتبة الخامسة في برنامج بي بي سي اكسترا بواقع صفر تكرار.

أما فئة المقدمة الاقتباسية فكان الاختلاف أكبر من الفئات الأخرى، فحلت بالمرتبة الخامسة في برنامج صباح مونت كارلو بواقع صفر تكرار والمرتبة الثالثة في برنامج بي بي سي اكسترا بواقع ١١ تكراراً وبنسبة ١٧,٤٦% وتم استخدامها في القصص الإرشادية وذات المغزى الإخباري والبروفایل.

أما الترتيب الكلي لهذا الجدول في البرنامجين، فحلت فئة المقدمة الوصفية في المرتبة الأولى بواقع ٥٤ تكراراً وبنسبة ٤١,٥٤%، أما فئة المقدمة التلخيصية فجاءت في المرتبة الثانية بواقع ٥٢ تكراراً وبنسبة ٤٠%، واحتلت فئة مقدمة التساؤل المرتبة الثالثة بواقع ١٢ تكراراً وبنسبة ٩,٢٣%، وجاءت فئة المقدمة الاقتباسية في المرتبة الرابعة بواقع ١١ تكراراً وبنسبة ٨,٤٦% وحلت فئة مقدمة المقارنة في المرتبة الخامسة والأخيرة بواقع تكرار واحد وبنسبة ٠,٧٧%.

جدول رقم (٧) مكونات الفيتشر (القصص الإخبارية) عبر برنامجي صباح مونت كارلو وبي بي سي اكسترا.

مكونات الفيتشر	صباح مونت كارلو	بي بي سي اكسترا	المجموع	النسبة المئوية
	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة الكلي	
المقاطع والمقتطفات الصوتية	٢١٨	١٩٤	٤١٢	٨٣,٧٤%
المؤثرات الصوتية	٢٣	٨	٣١	٦,٣٠%
الربط	١١	٩	٢٠	٤,٠٧%
الاجاني والشعر	٤	١٣	١٧	٣,٤٥%
الموسيقى	٧	٥	١٢	٢,٤٤%
المجموع	٢٦٣	٢٢٩	٤٩٢	١٠٠%

بالنظر إلى الجدول رقم (٧)، تعد المقاطع الصوتية من أساسيات الفيتشر، حيث أنها جاءت في المرتبة الأولى في البرنامجين، و حلت هذه الفئة في المرتبة الأولى في برنامج صباح مونت كارلو بواقع ٢١٨ تكراراً وبنسبة ٨٢,٨٩%، وهي فئة جاءت في المرتبة الأولى أيضاً في بي بي سي اكسترا بواقع ١٩٤ تكراراً وبنسبة ٨٤,٧٢%، أما الاختلاف من حيث الترتيب وعدد التكرارات، فقد كان في فئة المؤثرات الصوتية التي حلت في المرتبة الثانية

في برنامج صباح مونت كارلو بواقع ٢٣ تكرارا ونسبة ٨,٧٥%، لكن هذه الفئة حلت في المرتبة الرابعة ببرنامج بي بي سي اكسترا بواقع ٨ تكرارات ونسبة ٣,٤٩%.

تشابهت فئة "الربط" في البرنامجين من حيث المرتبة ولكنها اختلفت بعدد التكرارات وادوات الربط المستخدمة، حيث جاءت في المرتبة الثالثة ببرنامج صباح مونت كارلو بواقع ١١ تكرارا ونسبة ٤,١٨% وتم ربط قضايا الابتزاز والعنف الأسري والفقر والبطالة والاستثمار وضعف القوانين وقضايا الموروث الثقافي والتقاليد السائدة، فيما حلت هذه الفئة في المرتبة الثالثة ايضا في برنامج بي بي سي اكسترا بواقع ٩ تكرارات وبنسبة ٣,٩٣% وربطت القضايا الاقتصادية بعدم تنفيذ الخطط التنموية وربطت القضايا الصحية والتصحر والمياه بدراسات سابقة عن اثار الجفاف على العراق.

تباين استخدام الاغاني والشعر في البرنامجين، حيث حلت هذه الفئة في المرتبة الخامسة ببرنامج صباح مونت كارلو بواقع ٤ تكرارات ونسبة ١,٥٢%، فيما حلت في برنامج بي بي سي اكسترا في المرتبة الثانية بواقع ١٣ تكراراً ونسبة ٥,٦٨%.

ولم يكن الاختلاف كبيرا في فئة الموسيقى، حيث حلت في المرتبة الرابعة ببرنامج صباح مونت كارلو بواقع ٧ تكرارات ونسبة ٢,٦٦%، فيما جاءت بالفئة الخامسة أيضا في برنامج بي بي سي اكسترا بواقع ٥ تكرارات وبنسبة ٢,١٨%.

أما الترتيب الكلي للتكرارات في هذا الجدول، فجاءت فئة المقاطع والمقتطفات الصوتية في المرتبة الأولى بواقع ٤١٢ تكراراً وبنسبة ٨٣,٧٤%، فيما حلت فئة المؤثرات الصوتية في المرتبة الثانية بواقع ٣١ تكرارا وبنسبة ٦,٣٠%، اما فئة الربط فقد حلت بالفئة الثالثة بواقع ٢٠ تكرارا وبنسبة ٤,٠٧%، واحتلت فئة الاغاني والشعر المرتبة الرابعة بواقع ١٧ تكرارا وبنسبة ٣,٤٥%، وحلت في المرتبة الخامسة والأخيرة بواقع ١٢ تكرارا ونسبة ٢,٤٤%.

جدول رقم (٨) القضايا المحلية التي وردت فيها القيم الإخبارية في البرنامجين

النسبة المئوية	المجموع الكلي	بي بي سي اكسترا			صباح مونت كارلو			أنواع القضايا
		المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	

السياسية	٦	٨,٩٦%	الرابعة	٩	١٤,٢٨%	الثالثة	١٥	١١,٥٤%
الأمنية	٩	١٣,٤٣%	الثالثة	١٥	٢٣,٨١%	الثانية	٢٤	١٨,٤٦%
الاقتصادية	١٣	١٩,٤٠%	الثانية	٥	٧,٩٤%	الرابعة	١٨	١٣,٨٥%
الاجتماعية	٣٩	٥٨,٢١%	الأولى	٣٤	٥٣,٩٧%	الأولى	٧٣	٥٦,١٥%
المجموع	٦٧	١٠٠%		٦٣	١٠٠%		١٣٠	١٠٠%

من الجدول أعلاه، يتبين الترتيب الكلي للفئات بيد، إن فئة (الاجتماعية) جاءت أولاً بـ (٧٣) تكراراً وبنسبة (٥٦,١٥%) وفئة (الأمنية) ثانياً بـ (٢٤) تكراراً وبنسبة (١٨,٤٦%) وفئة (الاقتصادية) ثالثاً بـ (١٨) تكراراً وبنسبة (١٣,٨٥%) وفئة (السياسية رابعاً) بـ (١٥) تكراراً وبنسبة (١١,٥٤%).

وعلى مستوى برنامج صباح مونت كارلو، حلت فئة (الاجتماعية) أولاً بـ (٣٩) تكراراً وبنسبة (٥٨,٢١%) وفئة (الاقتصادية) ثانياً بـ (١٣) تكراراً وبنسبة (١٩,٤٠%)، وفئة (الأمنية) ثالثاً بـ (٩) تكرارات وبنسبة (١٣,٤٣%) وفئة (السياسية) رابعاً بـ (٦) تكرارات وبنسبة (٨,٩٦%).

وفي برنامج بي بي سي اكسترا، حلت فئة (الاجتماعية) أولاً بـ (٣٤) تكراراً وبنسبة (٥٣,٩٧%) وفئة (الأمنية) ثانياً بـ (١٥) تكراراً وبنسبة (٢٣,٨١%) وفئة (السياسية) ثالثاً بـ (٩) تكرارات وبنسبة (١٤,٢٨%) وفئة (الاقتصادية) رابعاً بـ (٥) تكرارات وبنسبة (٧,٩٤%).

جدول رقم (٩) يوضح ارتباط القيم الإخبارية بنوعية القضايا في الفيتشر:

القيم القضايا	صباح مونت كارلو								بي بي سي اكسترا					
	السياسية		الأمنية		الاجتماعية		الاقتصادية		السياسية		الأمنية		الاجتماعية	الاقتصادية
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
الاهتمامات الإنسانية	١٦,٦٧%	٦	٥٠%	٣٠	٦٩,٧٨%	٤	٦٦,٦٦%	٣	٢٧,٢٧%	٩	٦٤,٢٩%	١٧	٥٠%	٣
الصراع	٣٣,٣٣%	٤	٣٣,٣٣%	١	٢,٣٢%	صفر	صفر	٤	٣٦,٣٦%	٢	١٤,٢٨%	٢	٥,٨٨%	صفر
المنافسة	٣٣,٣٣%	٢	١٦,٦٧%	١	٢,٣٢%	١	١٦,٦٧%	٣	٢٧,٢٧%	صفر	صفر	١	٢,٩٤%	١
الشهرة	١٦,٦٧%	صفر	صفر	٧	١٦,٢٨%	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	٤	١١,٧٦%	صفر
الأهمية	صفر	صفر	صفر	١	٢,٣٢%	١	١٦,٦٧%	صفر	صفر	صفر	صفر	٥	١٤,٧١%	صفر

الضخامة	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر
المجموع	٦	١٢	%١٠٠	٤٣	%١٠٠	٦	%١٠٠	١١	%١٠٠	١٤	%١٠٠	٣٤	%١٠٠	٤	%١٠٠

يظهر الجدول رقم (٩)، ارتباط القيم بالقضايا كآلاتي:

_ (الاهتمامات الإنسانية) جاءت في برنامج صباح مونت كارلو القضايا (الاجتماعية) أولا و(الأمنية) ثانيا و(الاقتصادية) ثالثا و(السياسية) رابعا، فيما جاءت ببرنامج بي بي سي اكسترا في (الاجتماعية) أولا والأمنية (ثانيا) و(الاقتصادية والسياسية) ثالثا مناصفة.

_ (الصراع) جاءت في برنامج صباح مونت كارلو القضايا (الأمنية) أولا و (السياسية) ثانيا و (الاجتماعية) ثالثا و الاقتصادية (رابعا)، فيما حلت ببرنامج بي بي سي اكسترا (السياسية) أولا و (الأمنية) و(الاجتماعية) ثانيا مناصفة و (الاقتصادية) ثالثا.

_ (المنافسة) جاءت في برنامج صباح مونت كارلو (السياسية) و(الأمنية) أولا مناصفة و(الاجتماعية) و(الاقتصادية) ثانيا مناصفة أيضا، فيما جاء توزيعها في بي بي سي اكسترا بالقضايا (السياسية) أولا و(الاجتماعية) و(الاقتصادية) ثانيا و(الأمنية) ثالثا.

_ (الشهرة) حلت في برنامج صباح مونت كارلو بالقضايا (الاجتماعية) أولا و(السياسية) ثانيا و(الأمنية) و(الاقتصادية) ثالثا، فيما جاءت ببرنامج بي بي سي اكسترا بالقضايا (الاجتماعية) أولا و(السياسية) و(الأمنية) و(الاقتصادية) ثانيا بالتساوي.

_ (الأهمية) جاءت في برنامج صباح مونت كارلو بالقضايا (الاقتصادية) و(الاجتماعية) أولا مناصفة وفي (السياسية) و(الأمنية) ثانيا مناصفة وببرنامج بي بي سي اكسترا حلت بالقضايا (الاجتماعية) أولا وأخذت جميع التكرارات.

_ (الضخامة) حلت ببرنامج صباح مونت كارلو القضايا (الاجتماعية) أولا وأخذت جميع التكرارات، وجاءت ببرنامج بي بي سي اكسترا، القضايا(الاجتماعية) أولا و(الأمنية) ثانيا و(السياسية) ثالثا و(الاقتصادية) رابعا.

الاستنتاجات:

_ يرى الباحث أن قيمة الاهتمامات الإنسانية حلت في المرتبة الأولى في الإذاعتين، نظرا لطبيعة قصص الفيتشر الذي يعتمد على الجانب الإنساني في تناول الأحداث والقضايا.

يُجد الباحث ان الإذاعتين بثتها القضايا المحلية، بغض النظر عن الاختلاف في الترتيب وعدد التكرارات، وهذا يدل على الاهتمامات الكبيرة الذي توليه الإذاعات الناطقة بالعربية لقضايا العراق.

يرى الباحث أن احتلال القضايا الاجتماعية المرتبة الأولى في الإذاعتين يعطي دلالة واضحة على ان مضامين الفيتشر جاءت مقارنة لترتيب القيم الإخبارية، خاصة فيما يتعلق بالاهتمامات الإنسانية.

احتلت نوعية القصص ذات الاهتمامات الإنسانية المرتبة الأولى في البرنامجين، انسجاما مع مضامين قصص الفيتشر التي تعنى بالجانب الإنساني كما تم ذكره سابقا، مع الإشارة إلى ان لقصص الفيتشر العديد من الانواع مثل الوصفية وذات المغزى الاخباري التي احتلت مراتب متقدمة في النتائج نظرا للطبيعة الإخبارية والوصفية للقصص.

تختلف طريقة عرض القضايا في البرنامجين من حيث المدة الزمنية، فمثلا في برنامج صباح مونت كارلو كانت اغلب القصص قصيرة تكون مدتها بين ١,٣٩ دقيقة، أما في برنامج بي بي سي اكسترا فتكون طويلة وتصل مدتها إلى ٧ دقائق احيانا.

المصادر

المصادر العربية:

إبراهيم السيد حسنين. (٢٠١٥). أخلاقيات الإعلام وقوانينه. القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.

إبراهيم وهبي. (١٩٨٥). الخبر الإذاعي. القاهرة: دار الفكر العربي للطبع والنشر.

أحمد العبد أبو السعيد. (٢٠١٤). الكتابة لوسائل الإعلام. عمان: اليازوري.

أحمد شاهين. (٢٠١٤). القصة الإخبارية في نشرات الأخبار الفضائية. القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.

أسماء قنديل. (٢٠١٩). «الفيتشر»... فن التعبير عن الحدث بجزوره التاريخية. لندن: صحيفة الشرق الأوسط.

إلهام يونس أحمد. (٢٠٢١). التنمية المستدامة والتمكين السياسي واقع المرأة العربية. القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع.

- أيسر إسماعيل محمود إبراهيم. (٢٠٢٠). *اسس وقوانين الصحافة العالمية*. عمان: دار اليازوري العلمية.
- بارق علي محسن، و نوح عزالدين عبدالرزاق. (٢٠٢٣، ٦، ٢٨). *القيم الخبرية في المواقع الالكترونية لوكالات الأنباء الاقليمية ازاء الشأن العراقي*. الباحث الإعلامي، صفحة ٩٢.
- بركات عبدالعزيز ، و محمد معوض. (٢٠٠٠). *إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية*. الكويت: دار ذات السلاسل للطباعة والنشر والتوزيع.
- ثامر عزيز الديحاني. (٢٠١٢). *برامج الشباب في إذاعتي الكويت ومارينا*. عمان: جامعة الشرق الأوسط.
- جون أوين، و هيدر بيردي. (٢٠٢١). *التغطية الإخبارية الدولية: بين الخطوط الأمامية والمواعيد النهائية*. (نيرة محمد صبري، المترجمون) القاهرة: مؤسسة هندأوي.
- حسن علي قاسم. (٢٠١٩). *إنتاج المواد السمعية البصرية: الأسس العلمية والمهنية*. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- حسن عماد مكأوي، و عادل عبد الغفار. (٢٠٠٨). *الإذاعة في القرن الحادي والعشرين*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- حسين العزأوي، و أحمد فلحي. (٢٠٢١، ٨، ٨). *أبعاد السياسة الاعلامية في القنوات الفضائية الموجهة من وجهة نظر القائم بالاتصال دراسة مسحية*. مجلة الباحث الإعلامي، صفحة ١٢٢.
- خالد محمد غازي. (٢٠٢١). *التحرير الصحفي.. توظيف تكنولوجيا الاتصال*. القاهرة: وكالة الصحافة العربية.
- خالد محمد غازي. (٢٠٢٢). *التحرير الصحفي.. توظيف تكنولوجيا الاتصال*. القاهرة: وكالة الصحافة العربية.
- سارة نصر. (٢٠٢١). *الدولة وحروب الجيل الخامس " تشكيل الوعي والتصدي لة "*. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- صالح محمد حميد. (٢٠١٢). *دور الإذاعات المحلية في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية*. عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.
- عبدالفتاح ابراهيم عبدالنبي. (١٩٨٩). *سوسيولوجيا الخبر الصحفي*. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

عبدالله البدران. (٢٠٠٢). الخبر الصحفي في منهج الإعلام الإسلامي. دمشق: دار المكتبي للطباعة والنشر والتوزيع.

علاء نجاح نوري السمرد. (٢٠١٤). د، الاعتماد على الإذاعات الدولية الموجهة ودوره في بناء المعرفة السياسية لدى الاعلاميين العراقيين. بغداد: أطروحة دكتوراه غير منشورة في كلية الإعلام جامعة بغداد.

علي كنعان. (٢٠١٤). الصحافة: مفهومها وأنواعها. عمان: دار المعترز .

غادة عبد التواب. (٢٠٢٠). المدخل الوظيفي والجماهيري للإعلام الصحفي. القاهرة: Horus publish.

فتحي حسين عامر. (٢٠١٢). علم النفس الإعلامي. العربي للنشر والتوزيع: القاهرة.

محمد خليل شديد. (٢٠١٩). علاقة التكوين المهني للقائم بالاتصال بمستويات توظيف وأساليب كتابة الفيتشر بالصحف اليومية الخاصة. القاهرة: رسالة ماجستير غير منشورة في كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

محمد عبد حسن العامري، و علي صادق الساعدي. (٢٠٢٢). الاتصال المواجهي الحملات الانتخابية وتأثيرها في الجمهور. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

محمود كنانة فوزي. (٣٠ حزيران، ٢٠١٧). المقومات البنائية للكتابة الإذاعية. مجلة البحوث والدراسات الإنسانية العدد ١٤، صفحة ١٧٥_٢٠٦.

مرعي مذكور. (١٩٩٨). الصحافة الإخبارية والمسئولية الإسلامية للمندوب الصحفي. القاهرة: دار الصحة.

نصر الدين العياضي. (١٩٩٤). مبادئ اساسية في كتابة الخبر. الجزائر: المؤسسة الجزائرية للطباعة.

نيازي حسن الصيفي، و فلاح عامر الدهمشي. (٢٠٢١). اتصال الصراعات والأزمات: المبادئ والتطبيق. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.

هاشم حسن التميمي. (٢٠٠٨). فلسفة الخبر الصحفي: دراسة لمفهوم القيم الإخبارية في الصحافة. عمان: دار ورد الأردنية للنشر والتوزيع.

ياسمين أسامة عبد المنعم. (٢٠١٦). صورة المرأة العربية في الصحافة الأمريكية والبريطانية خلال الفترة من ٢٠١١ - ٢٠١٣. القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع.

المصادر الاجنبية

Ferrucci, P. (2019). *Making Nonprofit News: Market Models, Influence and Journalistic Practice*. london: Routledge.

Smith, R., Whitaker, R., & Ramsey, J. (2019). *MediaWriting: Print, Broadcast, and Public Relations*. london: Routledge.

A group of researchers. (1997). *Advanced Campus Journalism*. Manila: Rex Bookstore, Inc.

Academic Writer. (2019). *Publication Manual*. Amerecan: Available in multiple formats.

Bland, M., Wragg, D., & Theaker, A. (2005). *Effective Media Relations: How to Get Results*. london: Kogan Page Publishers.

Bleyer, W. G. (2017). *Types of News Writing*. London : Fb&c Limited.

Brian Rappert و Brian Balmer .(٢٠١٦) .*Absence in Science, Security and Policy: From Research Agendas to Global Strategy* .Berlin: Springer.

Browne, K. (2005). *An Introduction to Sociology*. Cambridge: Polity.

Bryce Telfer McIntyre .(١٩٩٦) .*English News Writing: A Guide for Journalists who Use English as a Second Language* .Hong Kong: Chinese University Press.

Colleen Cotter .(٢٠١٠) .*News Talk: Investigating the Language of Journalism* . Cambridge: Cambridge University Press.

Dale, C., & Pilgrim, T. (2017). *Fearless Editing: Crafting Words and Images for Print, Web, and Public Relations*. London: Taylor & Francis.

DeFleur, M. L. (2010). *Mass Communication Theories: Explaining Origins, Processes, and Effects*. Boston: Allyn & Bacon.

Goodman, S., & Graddol, D. (1996). *Redesigning English: New Texts, New Identities*. Florida: Psychology Press.

Granato, L. (2002). *Newspaper Feature Writing*. Sydney: UNSW Press.

Hall, H. (2010). *Junior High Journalism*. New York: The Rosen Publishing Group, Inc.

Hall, H., & Manfull, A. (2014). *Writing Engaging Features*. New York: The Rosen Publishing Group.

Harkrider, J., & Hill, M. (1993). *Getting Started in Journalism*. Indiana: Indiana University.

Helen Caple و Monika Bednarek .(٢٠١٧) .*The Discourse of News Values: How News Organizations Create Newsworthiness* .Oxford : Oxford University Press.

Jay, E. (1982). *A Concise Guide to Newspaper Feature Writing*. Maryland: University Press of America.

John Maxwell .(٢٠٠٠) .*How to Make Our Own News: A Primer for Journalists and Environmentalists* .Kingston: Canoe Press, University of the West Indies.

Klaus Bruhn Jensen .(٢٠١٣) .*A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies* .London: Routledge.

- Luttrell, R. (2018). *Trump Tweets, the World Reacts: Understanding What Is Relevant and Why*. Maryland: Lexington Books.
- Lynch, L. (2013). *Exploring Journalism and the Media*. Boston: Cengage Learning.
- Phillip J Morledge .(٢٠٠٩) .*Getting the Scoop – A Manual for Reporters, Correspondents, and Students of Newspaper Writing* .Phillip Morledge.
- sit, w. (2005). *abaa*. Retrieved from AL–Bahith: <http://abaa.uobaghdad.edu.iq>
- Streisel, J. (2016). *High School Journalism: A Practical Guide*. North Carolina: McFarland.
- Strömberg, E. (2023). *Discourse Analysis of News Values in BBC Reports on Refugees from Ukraine and Afghanistan*. stockholms: stockholms universitet.
- Susan R .Fineman .(٢٠٠٦) .*Read All about It* .San Francisco: Teacher Created Resources.
- Tim Sullivan .(١٩٨٣) .*Key Concepts in Communication* .Michigan: University of Michigan.
- TRT. (n.d.). *Turnitin*. Retrieved from Turnitin: <http://www.Turnitin.com>
- University of Washington. (1914). *Supplementary Lectures in Journalism: Addresses on Various Phases of Newspaper*. Washington: University of Washington.
- Walgrave, S., & Van Aelst, P. (2017). *How Political Actors Use the Media: A Functional Analysis of the Media's Role in Politics*. Berlin: Springer.