

# الأخبار السيئة تنفر الجمهور من متابعة النشرات الإخبارية

## باحثون: غلبة الأخبار السيئة تؤدي إلى تقديرات خاطئة للواقع



غرف الأخبار تبالغ في التركيز على الأحداث السيئة

ولكن روموند يعتقد أنه من الممكن أن يتلقى المشاهد الأخبار السلبية باهتمام أكثر من تلقيه الأخبار السارة. ومع ذلك فإن التركيز بشكل أقوى على الأحداث السلبية أمر إشكالي. حيث إن غلبة الأخبار السيئة يمكن أن تؤدي مجتمعا إلى تقديرات خاطئة للواقع. وتابع أن أخبار الجريمة والإرهاب تحل في التغطية الإعلامية، مساحة أكبر مما تستحق، وقال "لذلك فإن الناس يفرطون في تقييم هذه الأخبار، وهو ما يؤثر على تكوين الرأي السياسي". ونوه "هناك أحزاب تستغل ذلك وتروج لنفسها اعتمادا على خوف الناس من الأحداث السلبية".

أن "نتائج الدراسة تؤكد نظرية أن للسلبية قيمة عالية جدا في الأخبار، وبشكل مشترك بين المجتمعات المختلفة". واعتبر الباحث الألماني، أخصائي علم نفس الإعلام والاتصالات، ذلك أمرا منطقيا من ناحية تطور الإنسان، "غير أن الدراسة يعترضها عدد من مواطن القصور الإجرائي"، مبررا ذلك بأن عدد الأشخاص الذين اعتمد عليهم الباحثون كعينات كان قليلا في معظم البلدان. كما رأى روموند أن أصحاب الدراسة لم ينتقوا الأخبار السارة والأخبار السيئة التي عرضوها على المتطوعين، بشكل متوازن بما يكفي، من حيث العلاقة المحتملة للمتطوعين مع هذه الأخبار.

وللتغطية الإعلامية السلبية، حسبما أوضح الباحثون. غير أن معدي الدراسة عثروا أيضا على اختلافات فريدة واضحة بين أبناء الثقافة الواحدة، وهو ما يدل على أن وسائل الإعلام ليست مضطرة للتركيز بشكل أساسي على الأخبار السلبية. وقال الباحثون "حتى وإن كان التوجه السائد هو أن المشاهد يهتم أكثر بالأخبار السلبية، إلا أنه يبدو أن هناك عددا كبيرا من الناس لهم اهتمامات أخرى، أو ربما اهتمامات قابلة للتأخير". وهذا ما على المؤسسات الصحافية أخذه بعين الاعتبار. ويرى توباس روموند، من جامعة فيينا الألمانية، في سياق تقييمه للدراسة،

وتعلقت الأخبار الإيجابية، على سبيل المثال، بفايزين في اليانصيب، ونجاح عملية جراحية لطفل أو أشخاص يريدون تعليم الكلاب قيادة السيارة. وقاس الباحثون أثناء مشاهدة الأخبار المقاومة الكهربية لجلد الإنسان، في عدة عناوين هذه الأخبار عند الضرورة، أسفل الشاشة. وكان خيران من هذه الأخبار السبعة متعلقين ببلد الشخص المتطوع، وكان أحدهما إيجابيا والآخر سلبيا. وتعلق للأخبار السلبية، على سبيل المثال، بحريق نشب في ملهى ليلي وإلقاء القبض على مجرم سفاح، قتل عدة أشخاص، أو مشكلة بيئية.

يتأثر الناس بأخبار الصراعات والحروب والكوارث بشكل أكبر من الأخبار الإيجابية، كما أنها تحمل أهمية كبرى للمؤسسات الصحافية باعتبارها تهتم الجمهور بالدرجة الأولى فيسعى إلى متابعتها، لكن دراسة جديدة خلصت إلى أن هذه الأخبار تتسبب في نفور الجمهور وعزوفه عن متابعة النشرات الإخبارية عموما.

وأوضح الباحثون أن التغطية الإخبارية تلعب دورا محوريا بالنسبة للديمقراطيات، حيث أن من واجب الصحافيين كتابة أخبار عن الصراعات وعن الأحوال السيئة، ولكن التركيز الدائم على هذا النوع من الأخبار يدفع الجمهور للإعراض عنها. وأكد الباحثون ضرورة تفسير السبب وراء غلبة الأخبار السلبية على التغطية الإعلامية، وأشاروا في هذا السياق إلى تفسيرات مختلفة لهذه الظاهرة. ويرى بعض الباحثين أن التركيز على المعلومات السلبية يشير إلى المخاطر المحتملة، مما يجعل هذه الأخبار تغير انتباه المواطنين.

واشنطن - من المعتاد أن تستدعي الأخبار السيئة ردود فعل أقوى لدى الناس مقارنة بالأخبار السارة، ولكن التركيز الدائم على الصراعات والأحوال السيئة قد يصدّ المواطنين عن متابعة هذه الأخبار ويجعلهم يعرفون عنها. وقال باحثون من عدة دول بينها الولايات المتحدة وكندا، إن تأثير الأخبار السيئة موجود لدى شعوب العالم باختلاف ثقافتهم، ولكن ليس بالضرورة لدى جميع أبناء الشعب الواحد. وتوصل الباحثون إلى نتائج الدراسة التي نشروها في العدد الأخير من مجلة "بروسيدنجز" المتخصصة الصادرة عن الأكاديمية الأميركية للعلوم، بعد إجراء تجارب على مواطنين من 17 دولة. وقال خبير الماني مستقل في سياق تقييم نتائج الدراسة إن النتائج منطقية، ولكنه رأى أن الدراسة تعترضها بعض مواطن القصور الإجرائي.

**من واجب الصحافيين كتابة أخبار عن الصراعات والأحوال السيئة ولكن التركيز الدائم عليها يدفع الجمهور للإعراض عنها**

وكثيرا ما يبدو العالم في نشرة الأخبار مكانا مخيفا، وذلك لأن الأخبار السلبية هي التي تغلب عادة على التغطية الإخبارية. ويقول الباحثون تحت إشراف ستوارت سوروكا، من جامعة ميشيغان بمدينة آن آربر الأمريكية، إن أهمية المواقف السلبية للأخبار واضحة نسبيا، لذلك تؤثر على اختيار المواضيع وعلى إنتاج الأخبار في نفس الوقت.

## روترز تناقش قيم الصحافة العالمية في برنامج القيادات الإعلامية بدبي

من الشهر ذاته. ويهدف البرنامج، إلى تطوير جيل من المواهب الإعلامية الشابة، والمؤثرين الإعلاميين، بقود الإعلام العربي مستقبلا، حيث يشارك في هذه النسخة 100 شاب وشابة من شتى أنحاء المنطقة، جرى اختيارهم من بين أكثر من 1200 طلب للمشاركة التي تلقاها مركز الشباب العربي، وذلك بعد قيام لجنة تحكيم مختصة تضم نخبة من الخبراء والإعلاميين البارزين بدراسة كافة الطلبات المقدمة وتقييمها، ومراجعة المواد الإعلامية للمتنافسين عن تجاربهم الحالية، وتطلعاتهم المستقبلية. وتخلل اليوم الثاني أيضا 4 ورش عمل تناولت العديد من القضايا والموضوعات الأساسية في جوانب العمل الإعلامي الاحترافي بما فيها ورشة حول "قواعد الصحافة" وورشة أخرى بعنوان "أساليب نقل الأخبار"، استعرض خلالها فريق من خبراء مؤسسة تومسون رويترز العوامل الرئيسية التي يتعين أخذها بعين الاعتبار عند نقل الأخبار والتقارير الصحافية عبر القنوات المختلفة، سواء كانت وسائل تقليدية أو من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

وناقش البرنامج عدة مواضيع في ما يخص أخلاقيات العمل الإعلامي وأهمية الالتزام بمبادئ العمل لتطوير مستقبل مهني ناجح مبني على الثقة والمصداقية، وذلك خلال المحاضرة التي ألقاها قنديل بعنوان "الصحافة العالمية: القيم والمبادئ". وتواصل فعاليات "برنامج القيادات الإعلامية العربية الشابة" من خلال ورش عمل ومحاضرات والدورات التدريبية التي قدمتها مجموعة من الخبراء والمختصين البارزين في مجال الإعلام في العالم العربي. وانطلق البرنامج في نسخته الثالثة الأحد في دبي، ومن المقرر أن تنتقل إلى أبوظبي في الثامن من سبتمبر الجاري وتستمر حتى الـ15

دي - أكدت هبة قنديل المستشارة الإعلامية في مؤسسة تومسون رويترز للأبناء أنه "في ظل التحول الكبير الذي يعيشه المشهد الإعلامي، وتزايد مصادر الأخبار وإقبال العديد من الأفراد على إنتاج المحتوى، من المهم جدا التمسك بأصول الصحافة والإعلام والمبادئ الأساسية التي رسخت عليها هذه المهنة لضمان النوعية والثقة". وأضافت قنديل في ورشة عمل ضمن فعاليات "برنامج القيادات الإعلامية العربية الشابة" المقامة في دبي، أن هذه المبادئ تساعد على فرز الأخبار والتحقق منها بمنهجية واضحة مبنية على أسس علمية موثوقة، وأنا أشجع الشباب على التفكير النقدي وطرح الأسئلة الصحيحة لإنتاج محتوى نوعي موثوق.



تأهيل الشباب لقيادة الإعلام

## الصحافة تتعلم لغة التفرغ

خاصية التفاعل المباشر من طرف الجمهور العريض في إبداء الرأي، بل إن تغريدات الرئيس الأمريكي مثلا تواجه بشكل فوري وحال نشرها برودود أفعال متباينة، وخاصة في ما يتعلق بالقضايا الخلافية الحادة. في سلسلة الجرائم التي وقعت في الولايات المتحدة مؤخرا بادر الرئيس الأمريكي إلى التغريد معلقا ومواسيا ولكنه واجه سيل من ردود الأفعال الملحقة بتغريداته، ردود أفعال أغلبها غاضب من سياسات الرئيس تجاه قضية الهجرة وشعبوية الخطاب وصولا إلى اتهام الرئيس بالعنصرية.

كانت تلك المشاعر الغاضبة تصل إلى الرئيس وتظهر أمام عينيه ملتصقة بتغريداته وهو مظهر غير مسبوقة من مظاهر المنصات الاتصالية، أن يتسلم زعيم سياسي لدولة عظمى مواقف سلبية وغازبية ومنتقدة تلقى عليه في وجهه مباشرة. لم تكن الخطابات التي تنشر من خلال الصحافة تتيح مثل هذه التقييمات بهذه السعة ومساحة الحرية في التعبير وبشكل فوري.

أما الصحافة من جهتها فهي صارت تعول في بعض الأحيان على تلك المواقف من خلال خاصية التعليقات المتاحة للقراء، ولكنها لا تشبه ولا تصل إلى ضخامة التعليقات على التغريدات التي تلحق بصفحات الساسة وأصحاب القرار والشخصيات العامة. لقد صار الاندفاع الشعبي وجمهور المتلقين الذي يعد بعشرات الآلاف الذين يعلقون على التغريدات في زمن قياسي قصير ظاهرة جديدة وغير مسبوقة وهو ما جعل الصحافة تطور أدواتها فتلجأ إلى أسلوب التغريد بشكل أو بآخر من أجل اجتذاب مزيد من الجمهور لصالحها.

ومقاتلتهم الصحافية في تويتر في شكل تغريدات مركزة، وبذلك وجد الصحافيون أنفسهم مأخوذون إلى لغة التفرغ وصارت الصحافة تتعلم لغة التفرغ وتمارسها في عناوينها وملخصاتها من جهة وما يغرر به الصحافيون من جهة أخرى.

الموقف السياسي ورؤية الإدارة الأمريكية وعلى رأسها الرئيس دونالد ترامب صارا علامة فارقة في ولوج كبار الساسة عالم التفرغ، واستخدامه أداة لإيصال المواقف والتوجهات السياسية. الصحافة من جانبها صارت تقتفي أثر تغريدات الرئيس الأمريكي، وتستند إليها وتعيد نشرها وتعلق عليها وتبني عليها مقالات الرأي. في العادة يعتمد الساسة على الإيجازات الصحافية وكذا المتحدثون الصحافيون، أما في حالة الإدارة الأمريكية الحالية فقد صارت التغريدات بمثابة خطاب رسمي، وصارت منصة تويتر هي منصة المتحدث الرسمي مع أن ذلك لم يبلغ وظيفة أولئك المتحدثين الرسميين، لكن تغريدات الرئيس كانت تستبق البلاغات الصحافية في كثير من الأحيان.

ولعل من الخصائص الاتصالية غير المسبوقة في هذه المنصة هي

**الصحافيون وجدوا أنفسهم مأخوذون إلى لغة التفرغ وصارت الصحافة تتعلم لغة التفرغ وتمارسها في عناوينها وملخصاتها من جهة وما يغرر به الصحافيون من جهة أخرى**

طاهر علوان  
كاتب عراقي  
مقيم في لندن

لم يكن المعنيون بالصحافة يعلمون شيئا عن لغة التفرغ أو لغة التدوينات القصيرة - تويتر قبل مطلع العام 2006. زمن كاف لكي تتضح وتتحوّل إلى أداة تواصلية فاعلة وتصنع لها جيلا من المستخدمين، ثم لتقترب بالتدريج من لغة الصحافة من خلال بث الخبر والمخيل إلى القصة الصحافية. أما اليوم فتمتد تمام ما بين لغة التدوينات القصيرة وتويتر وبين الصحافة وتلازم غير مسبوقة بينهما. تستشهد الصحافة بتغريدات تويتر وتستند إليها مصدرا موثوقا، وخاصة عندما تصدر عن سياسيين وعن زعامات سياسية أو شخصيات ذات وزن إعلامي أو فني أو شخصيات اجتماعية بل والمشاهير بصفة عامة. هذا الإطار والمنصة الاتصالية شكلا تجمعا غير مسبوقة لكل هؤلاء في إطار السطور والكلمات القليلة التي تقيد المغردين. في المقابل صار المغرودون يقتبسون من الصحافة قصصا الأكثر أهمية أو تلك التي تحمل معلومات استقصائية ذات أهمية خاصة.

لكن الصحافة بالمقابل وبعد أن كانت تسهب في عرض القصص الصحافية صارت من علاماتها الإيجاز والتكثيف، وصارت بعض عناوينها أشبه بتغريدات، وتم ذلك بقصد وبالإستفادة من التركيز والتكثيف اللذين تميز بهما التغريدات في تويتر مع وجود صحف تميل إلى ذلك الشكل في صياغة العناوين بصرف النظر عن تويتر. الصحافيون من جانبهم وجدوا في تويتر ضالّتهم فاندفعوا لنشر قصصهم