

جامعة الجزائر 3

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم علوم الاتصال

إتجاهات الإعلاميين الجزائريين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية

دراسة ميدانية

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإتصال

إشراف:

أ. د فيروز قاسحي

إعداد الطالب:

رابع شيباني

العام الجامعي: 2023-2024

جامعة الجزائر 3  
كلية علوم الاعلام والاتصال  
قسم علوم الإتصال

إتجاهات الإعلاميين الجزائريين نحو القنوات الفضائية الإخبارية  
العربية  
دراسة ميدانية

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والإتصال

إشراف:

أ. د فيروز قاسحي

إعداد الطالب:

رابح شيباني

اسم ولقب الأستاذ	الصفة	جامعة الانتساب
	رئيسا	
أ. د فيروز قاسحي	مشرفا ومقررا	
	مناقشا	
	مناقشا	
	مناقشا	

العام الجامعي: 2023-2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# شكر وعرّفان

يقول عليه الصلاة و السلام " من لا يشكر الناس لا يشكر الله "

يطيب لي أن أتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذة الدكتورة: "فيروز قاسحي"

لإشرافها على الاطروحة وتوجيهاتها السديدة وأرائها النيرة التي توجت بإخراج هذا العمل العلمي .

# إهداء

إلى اللذين رباني أحسن تربية  
والذي رحمه الله ووالدتي أطال الله في عمرها  
إلى زوجتي الكريمة  
إلى أولادي : أسامة - أميرة - محمد ريان  
خالص محبتي لهم

## الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى محاولة معرفة إتجاهات الإعلاميين الجزائريين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية ومدى إرتباطهم بهذه القنوات و بخاصة في مجال مهنتهم التي تتمثل أساسا في كتابة وتحرير التقارير الإخبارية و المقالات بمختلف أنواعها و معرفة ما إذا كانت هذه القنوات أو كلها تؤثر في مواقفهم و ووجهات نظرهم نحو القضايا الأساسية المطروحة في الساحة الوطنية و الدولية ، و هل تغيرت هذه المواقف بفعل أحداث أو ظروف أو عوامل معينة ، كما حاولت الدراسة الوصول إلى مجموعة من النتائج التي لها علاقة بمتغيرات الدراسة مثل الجنس و السن و المستوى التعليمي و الخبرة و المناصب ، و من أجل إنجاز الدراسة في إطارها الميداني قام الباحث بتطبيق عينة قصدية مكونة من 352 مفردة من الإعلاميين الجزائريين ، و إختار المنهج الوصفي كأسلوب مناسب لهذه الدراسة ، نظرا لطابعها الميداني ، كما إختار كذلك أداة الإستمارة لجمع البيانات من المبحوثين .

و بعد جمع البيانات و فحصها بالإستعانة بنظام الإحصاء " SPSS " أي الحزم الإحصائية للعلوم الإجتماعية و تحليلها الكمي و الكيفي توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن الإعلاميين الجزائريين مهتمون كثيرا بالقنوات الإخبارية العربية و يتابعونها بإستمرار ، و يعتبرونها مصادر مهمة لمعلوماتهم و يستغلونها في إنتاج تقاريرهم الإخبارية و في تحرير مقالاتهم بمختلف أشكالها ، و أن الإعلاميين الجزائريين يهتمون أكثر بالمواضيع السياسية الوطنية و الدولية و بخاصة من ذوي الشهادات العليا و الذين لهم خبرة في مجال الصحافة و الإعلام، و برزت أهم نتيجة في الدراسة و المتعلقة بالإشباع المحققة من مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية حيث تبين أن معظم الإعلاميين الجزائريين (56.3%) يحصلون على المعلومات المختلفة من مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية، بينما نجد أن 43.8%، يتفاعلون إيجابيا مع ما تقدمه هذه القنوات من منتج إعلامي، كما أظهرت النتائج أن الإعلاميين الجزائريين رتبوا قناة الجزيرة على رأس القنوات التي يتابعونها و ذلك نظرا لنجاحها البارز في تغطية الأحداث الجارية و تقديمها في شكل نشرات إخبارية و مواجيز و برامج حوارية متنوعة.

## **Abstract**

The aim of this study is to find out about the attitudes of Algerian journalists towards Arab satellite news channels and the extent of their links with them, particularly in the area of their work, which consists of writing and editing press articles of all journalistic genres. The study also aims to determine whether these channels, or any of them, influence their positions and points of view. And whether their positions on fundamental issues raised on the national and international scene have changed as a result of certain events, circumstances or other factors.

This study also aims to achieve results related to study variables such as gender, age, level of education, professional experience and positions of responsibility.

In order to accomplish the study in its practical thrust, the researcher selected a sample consisting of 352 individuals and used a descriptive approach as the appropriate method for this field study. For this A questionnaire was developed and distributed accordingly to collect data from the individuals concerned.

After collecting and examining the data using SPSS statistical software, and following quantitative and qualitative analysis, the study produced a series of results, including the following

The most significant shows that Algerian journalists show a keen interest in Arab news channels and follow them regularly. They also consider them to be important sources of information that can be used in writing their press articles.

On the other hand, Algerian journalists with long experience and advanced degrees are particularly interested in national and international political issues. The most important result of the study relating to the rewards achieved by following the programmes broadcast by Arab satellite news channels is that 56.3% of Algerian journalists obtain their various information from following these satellite channels, while 43.8% interact positively with the news content they offer.

Algerian journalists rank the Al Jazeera satellite news channel first for its remarkable success in providing outstanding coverage of events and current affairs through its news bulletins, news flashes and various programmes.

## Résumé

Cette étude a pour objet la connaissance des attitudes des journalistes algériens à l'égard des chaînes d'information satellitaires arabes et le degré de leurs liens avec celles-ci, particulièrement dans le domaine de leur fonction qui consiste à élaborer et rédiger les articles de presse de tout genre journalistique. L'étude vise également à déterminer si ces chaînes, ou l'une d'entre elles, influencent leurs positions et points de vue. Et si leurs positions sur les questions fondamentales soulevées sur la scène nationale et internationale ont-elles changé en raison de certains événements, circonstances ou autres facteurs ?.

La présente étude vise également à atteindre les résultats liés aux variables de l'étude, telles que le genre, l'âge, le niveau d'enseignement, l'expérience professionnelle ainsi que les postes de responsabilité.

Afin d'accomplir l'étude dans son élan pratique, le chercheur a choisi un échantillon composé de 352 individus et a utilisé une approche descriptive comme méthode appropriée pour cette étude de terrain. Un questionnaire a été élaboré et distribué en conséquence pour recueillir les données des individus concernés.

Après collection et examination de ces données à l'aide du logiciel statistique « SPSS » et suite à leur analyse quantitative et qualitative, l'étude a abouti à un ensemble de résultats dont le plus significatif démontre que les journalistes algériens manifestent un vif intérêt pour les chaînes d'information arabes et les suivent régulièrement. Et

considèrent que celles-ci sont des sources importantes d'information pouvant être utilisées dans la rédaction de leurs articles de presse.

D'autre part Les journalistes algériens, de longue expérience et de diplômes supérieurs s'intéressent particulièrement aux questions politiques d'ordre national et international. Le plus important résultat de l'étude ayant trait aux gratifications réalisées dans le suivi des programmes diffusées par les chaînes satellitaires d'information arabes est que 56,3% de journalistes algériens obtiennent leurs diverses informations suite à leur suivi de ces chaînes satellitaires, tandis que 43,8% s'interactivent positivement autour des contenus d'information qu'elles proposent.

Comme il a été constaté que les journalistes algériens classent la chaîne satellitaire d'information d'Al Jazeera en premier rang en raison de sa réussite remarquable dans sa couverture exceptionnelle des différents événements et actualités grâce à ces journaux télévisés ses flashes d'information et ses divers programmes.

## خطة البحث

### مقدمة

#### الجانب المنهجي

1. مشكلة الدراسة
2. التساؤلات
3. أهداف الدراسة
4. أهمية الدراسة
5. منهج الدراسة
6. أداة الدراسة
7. صدق وثبات أداة الدراسة
8. الأدوات الإحصائية المستخدمة في الدراسة
9. عينة الدراسة
10. مصطلحات الدراسة
11. الخلفيات النظرية للدراسة
12. الدراسات السابقة

### الفصل الأول: مدخل الى ماهية الاتجاهات

- 1.1. تعريف الاتجاهات.
- 1.1.1. مكونات الإتجاهات .
- 2.1.1. خصائص الإتجاهات .
- 3.1.1. أنواع الاتجاهات .

4.1.1. وظائف الإتجاهات .

5.1.1. تكوين الإتجاهات .

6.1.1. العوامل المؤثرة في تكوين الإتجاهات .

7.1.1. النظريات المفسرة للإتجاهات .

8.1.1. طرق قياس الإتجاهات .

## الفصل الثاني: القنوات الفضائية الإخبارية العربية

1.2. نشأة القنوات الفضائية الإخبارية العربية

1.1.2. تطور القنوات الفضائيات الإخبارية العربية

2.1.2. تطور صناعة الأخبار العربية

1.2.3. مظاهر تطور المشهد الإخباري العربي.

4.1.2. الخدمة الإخبارية (مفهومها وخصائنها)

5.1.2. دور القنوات الإخبارية العربية في الساحة الإعلامية

2.2. إعداد الخدمة الإخبارية في الفضائيات الإخبارية العربية

1.2.2 - نشرة الأخبار

## الفصل الثالث: مدخل مفاهيمي للقائم بالاتصال

1.3. مفاهيم عن القائم بالاتصال .

2.3. أهمية القائم بالاتصال ودوره في الرسالة الإتصالية.

3.3. دراسات القائم بالإنترنت .

4.3. خصائص القائم بالإنترنت في الصحافة.

5.3. الشروط الواجب توفرها في القائم بالإنترنت .

6.3. العوامل المؤثرة على القائم بالإنترنت .

7.3. تخزين القائم بالإنترنت .

8.3. القائم بالإنترنت ونظرية حارس البوابة.

### الجانب التطبيقي

1.4 نتائج الإحصاء الوصفي للبيانات الشخصية والعادات والأنماط والدوافع والاشباع المحققة.

1.1.4 نتائج البيانات السوسيو ديمغرافية

2.4. نتائج المحور الثاني المتعلق عادات وأنماط مشاهدة الإعلاميين الجزائريين للقنوات الفضائية الإخبارية " الجزيرة، العربية، القناة الجزائرية الثالثة، النيل الإخبارية، دبي الإخبارية، med1"، الشروق الإخبارية، قناة النهار، الحياة".

3.4. نتائج المحور الثالث المتعلق بدوافع والاشباع المحققة خلال مرحلة مشاهدة الإعلاميين الجزائريين للقنوات الفضائية الإخبارية العربية " الجزيرة، العربية، القناة الجزائرية الثالثة، النيل الإخبارية، دبي الإخبارية، med1"، الشروق الإخبارية، قناة النهار، " .

4.4 نتائج الإحصاء الاستدلالي المتعلق باتجاهات الإعلاميين الجزائريين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية " الجزيرة، العربية، القناة الجزائرية الثالثة، النيل الإخبارية، دبي الإخبارية، med1"، الشروق الإخبارية، قناة النهار، " .

1.4.4. الفروق في درجات درجات اتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية حسب متغيرات الدراسة".

1.1.4.4. حسب متغير الجنس

2.4.4. حسب متغير " السن "

3.4.4. حسب متغير "المستوى التعليمي".

4.4.4. حسب متغير "المستوى العلمي".

5.4.4. حسب متغير "الخبرة المهنية".

6.4.4. حسب متغير "الخبرة المهنية".

7.4.4. حسب متغير "المنصب".

8.4.4. حسب متغير "المنصب"

النتائج العامة للدراسة

خاتمة

قائمة المراجع

## فهرس الجداول

144	متغير الجنس بالنسبة للدراسة.	الجدول رقم 01 :
145	متغير السن بالنسبة للدراسة.	الجدول رقم 02 :
146	متغير المستوى العلمي بالنسبة للدراسة.	الجدول رقم 03 :
147	متغير الخبرة المهنية بالنسبة للدراسة.	الجدول رقم 04 :
148	متغير المنصب بالنسبة للدراسة.	الجدول رقم 05 :
149	متغير كيفية مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية	الجدول رقم 06 :
150	متغير ترتيب مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.	الجدول رقم 07 :
153	متغير مدة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.	الجدول رقم 08 :
155	متغير عدد مرات مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.	الجدول رقم 09 :
157	متغير يوم المشاهدة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.	الجدول رقم 10 :
160	متغير طبيعة الأخبار مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.	الجدول رقم 11 :
163	متغير مكان المشاهدة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.	الجدول رقم 12 :
165	متغير فترة المشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.	الجدول رقم 13 :
167	متغير دوافع مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.	الجدول رقم 14 :
169	متغير الإشباعات المحققة من مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.	الجدول رقم 15 :
172	كيفية مشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية وفقا لمتغير الجنس	الجدول رقم 16 :

175	ترتيب القنوات الإخبارية الفضائية العربية وفقا لمتغير الجنس	الجدول رقم 17 :
177	دوافع مشاهدة القنوات الاخبارية الفضائية العربية وفقا لمتغير الجنس	الجدول رقم 18 :
180	ترتيب مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية وفقا لمتغير السن	الجدول رقم 19 :
184	كيفية مشاهدة القنوات الاخبارية الفضائية العربية وفقا لمتغير السن	الجدول رقم 20 :
186	دوافع مشاهدة القنوات الاخبارية الفضائية العربية وفقا لمتغير السن	الجدول رقم 21 :
189	درجة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية وفقا لمتغير المستوى التعليمي	الجدول رقم 22 :
192	ترتيب مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية وفقا لمتغير المستوى التعليمي.	الجدول رقم 23 :
196	دوافع مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية وفقا لمتغير المستوى العلمي.	الجدول رقم 24 :
200	درجة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية وفقا لمتغير الخبرة المهنية.	الجدول رقم 25 :
204	ترتيب مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية وفقا لمتغير الخبرة المهنية.	الجدول رقم 26 :
208	دوافع مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية وفقا لمتغير الخبرة المهنية.	الجدول رقم 27 :
212	إختبار "ت" لمعرفة الفروق في متوسطات درجات أفراد العينة واتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية حسب متغير "الجنس".	الجدول رقم 28 :
214	إختبار تحليل التباين الأحادي "أنوفا One Away Anova" لمقارنة فروق درجات أفراد العينة وبنود تقييم أفراد العينة اتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية.	الجدول رقم 29 :
216	نتائج اختبار المقارنة البعدية "توكي" "TUKEY" لمعرفة مستوى وجود	الجدول رقم 30 :

	الفروق في درجة اتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية. المدروسة حسب متغير "السن".	
219	اختبار تحليل التباين الأحادي "أنوفا One Away Anova" لمقارنة فروق درجات أفراد العينة وبنود تقييم أفراد العينة اتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية.	الجدول رقم 31:
221	نتائج اختبار المقارنة البعدية "توكي" "TUKEY" لمعرفة مستوى وجود الفروق في درجة اتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية.	الجدول رقم 32:
223	اختبار تحليل التباين الأحادي "أنوفا One Away Anova" لمقارنة فروق درجات أفراد العينة وبنود تقييم أفراد العينة اتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية.	الجدول رقم 33:
225	نتائج اختبار المقارنة البعدية "توكي" "TUKEY" لمعرفة مستوى وجود الفروق في درجة اتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية.	الجدول رقم 34:
228	إختبار تحليل التباين الأحادي "أنوفا One Away Anova" لمقارنة فروق درجات أفراد العينة وبنود تقييم أفراد العينة اتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية.	الجدول رقم 35:
229	نتائج اختبار المقارنة البعدية "توكي" "TUKEY" لمعرفة مستوى وجود الفروق في درجة اتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية.	الجدول رقم 36:

فهرس الأشكال:		
144	متغير الجنس بالنسبة للدراسة.	الشكل رقم 01 :
145	متغير السن بالنسبة للدراسة.	الشكل رقم 02 :
146	متغير المستوى العلمي بالنسبة للدراسة.	الشكل رقم 03 :
147	متغير الخبرة المهنية بالنسبة للدراسة.	الشكل رقم 04 :
148	متغير المنصب بالنسبة للدراسة.	الشكل رقم 05 :
149	متغير كيفية مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية	الشكل رقم 06 :
151	متغير ترتيب مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.	الشكل رقم 07 :
153	متغير مدة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.	الشكل رقم 08 :
155	متغير عدد مرات مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.	الشكل رقم 09 :
158	متغير يوم المشاهدة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.	الشكل رقم 10 :
160	متغير طبيعة الأخبار مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.	الشكل رقم 11 :
163	متغير مكان المشاهدة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.	الشكل رقم 12 :
165	متغير فترة المشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.	الشكل رقم 13 :
167	متغير دوافع مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.	الشكل رقم 14 :
170	متغير الإشباعات المحققة من مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.	الشكل رقم 15 :

# مقدمة

## مقدمة :

يعيش العالم خلال السنين الأخيرة تحولات ضخمة في جميع المجالات، و خاصة في ظل الثورة التي أحدثتها ظهور التكنولوجيات الحديثة، حيث أثرت هذه التحولات تأثيرا بالغا في حياة الأفراد والشعوب والأمم، و من بين هذه التحولات التي أثارت إنتباه الباحثين و الدارسين يمكن ذكر تلك التي حدثت في قطاع الإعلام و الإتصال، حيث أصبحت الظاهرة الإعلامية و الإتصالية هي التي تطغى على جميع الظواهر الإجتماعية الأخرى و ذلك بالنظر إلى الآثار التي تركتها وسائل الإعلام على المجتمعات و هي الآثار التي دفعت الباحثين إلى دراستها، وإيلائها الإهتمام البالغ من حيث التركيز على دراسات الجمهور بهدف معرفة ما خلفته وسائل الإعلام وما رافقتها من تكنولوجيات حديثة، على مخيال الجماهير بمختلف أنواعها و توجهاتها من تأثيرات .

ومن بين هذه الدراسات التي جلبت إهتمام الباحث يمكن أن نذكر تلك المتعلقة بالمحتوى الإعلامي الذي تنتجه القنوات الفضائية التلفزيونية، حيث أصبحت هذه القنوات تجتهد في تقديم المحتوى الذي يلي رغبات الجمهور و يجذبه بشكل أو بآخر إلى متابعة هذه القنوات، فوسائل الإعلام في ظل العالم الحالي الذي يطغى عليه التوجه الرأسمالي الليبرالي تهدف إلى الحصول على أكبر عدد من الجمهور بغض النظر عن طبيعة المحتوى إن كان يخدم المجتمع أم لا، و بهذا يكون العالم الكندي مارشال ماكلوهان صادقا عندما أكد على دور التكنولوجيا أو الوسيلة على حساب مضمون الرسالة ، بمقولته الشهيرة الوسيلة هي الرسالة .

ومن هذا المطلق نجد أن بعض الدراسات إهتمت بالمحتوى الذي تقدمه هذه القنوات الفضائية بصفة عامة و إنتقدته نظرا لعدم إجتهادها في تحسين ذوق الجمهور أو تلبية إنشغالاته الأساسية بدل البحث عن الطرق و الوسائل التي تجعله ينجذب إليها من دون فائدة تذكر سوى تلبية حاجياته من التسلية و الترفيه على حساب الوظائف الأخرى للإعلام مثل الوظيفة الإخبارية و التثقيفية و التربوية و التوجيهية و الإرشادية .

ومن الدراسات التي أصبحت لها أهمية قصوى في دراسات الجمهور، نذكر تلك المتعلقة بالإتجاهات حيث أصبحت هذه الدراسات تركز على محاولة معرفة طبيعة الجماهير بدقة و محاولة فهم تصرفاتها و إتجاهاتها نحو البرامج التي تقدمها هذه القنوات و أسباب إنجذابها إلى وسائل إعلام معينة دون أخرى، و هذه الدراسات تعد مهمة من أجل معرفة الجمهور بدقة وفهمه من جهة، و من أجل محاولة إعداد محتوى يناسب هذا الجمهور وخاصة إذا أردنا أن نوجه الجمهور نحو قضايا معينة من جهة أخرى .

وقد انكبت دراستنا على محاولة معرفة إتجاهات شريحة مهمة في العملية الإتصالية وهي القائمين بالإتصال ، و قد كان هدفنا من هذه الدراسة معرفة أسباب إنجذاب الإعلاميين الجزائريين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية ، ليس فقط كشريحة تمثل جزء من جمهور هذه القنوات، وإنما أيضا كصانعين لمحتوى إعلامي ييثر و ينشر بدوره ليتلقاه الجمهور، و لهذا نعتبر أن شريحة الإعلاميين كفئة تمثل النخبة جديرة بدراسة إتجاهاتها و طبيعة تعاملها مع وسائل الإعلام عامة و مع القنوات الفضائية الإخبارية العربية خاصة ، و منه دراسة دوافعها نحو التعامل مع المحتوى هذه القنوات و الأهم من ذلك، معرفة إلى أي مدى يمكن أن يستغل أفراد هذه الفئة المواد الإخبارية التي تنتجها هذه القنوات في إعدادهم للتقارير الإخبارية و لمقالاتهم التحليلية و مختلف جوانب المحتوى الذي يقومون بإعداده لصالح وسائل الإعلام التي يشغلون بها .

كما أن الدراسة حاولت معرفة ما إذا ما تقدمه القنوات الإخبارية العربية قد أثر على وجهات نظر الإعلاميين الجزائريين، المرتبطة بالسياسة التحريرية لوسائل الإعلام التي يعملون بها، و هذا أمر مهم في ظل الحرب التي تشنها الجهات الفاعلة في العالم العربي و حتى الجهات الفاعلة في العالم بإعتبار أن القنوات الفضائية الإخبارية لا يمكن فصلها عما يحدث من تجاذبات تعرفها الساحات الوطنية و الدولية، وهي تجاذبات تهدف في الأساس التحكم في إتجاهات الجماهير كما يرى المفكر و الفيلسوف الأمريكي نعوم تشومسكي و توجيهها بالشكل التي يتناول القضايا المطروحة في العالم بما يخدم مصالح هذه اللوبيات الليبرالية الغربية .

وقد حاولت دراستنا كذلك معرفة مكانة القنوات الجزائرية العمومية و الخاصة التي تعزز بها المشهد الإعلامي الجزائري و هل أن هذه القنوات يمكن أن تنافس القنوات الفضائية الإخبارية العربية و خاصة القنوات التي توصف بالثقيلة مثل قنوات الجزيرة و العربية و ما إذا كانت القنوات الجزائرية الخاصة التي ظهرت في العقد الأخير، على خلفية ما يسمى بأحداث الربيع العربي، تجذب شريحة الإعلاميين الجزائريين و تجلب إهتمامهم ، و بخاصة إذا أخذنا بعين الإعتبار الدور الذي لعبته قناة الجزيرة مثلا في التأثير على الأوضاع في العالم العربي لأهداف جيوسياسية دولية ، و ما إذا بإمكانها أن تكون كمصادر للأخبار بديلة للقنوات الإخبارية العربية، بالنسبة للإعلاميين الجزائريين، سواء ما تعلق بالأخبار المحلية أو بالأخبار الدولية، و هل يساهم الإعلاميون الجزائريون في صناعة محتوى بديل يفيد الجمهور الجزائري أم أنهم يحاكون ما تقدمه هذه القنوات من أخبار مجرد إستغلالها كمصادر للأخبار فقط .

كما أن الدراسة سعت إلى معرفة ما إذا كان عدد من المتغيرات أثرت في إتجاه الإعلاميين الجزائريين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية، و من بينها السن و النوع و المستوى التعليمي و هذه المتغير من شأنها أن

تفضي إلى نتائج مغايرة أكثر دقة، و بخاصة ما تعلق بالمحتوى الذي تقدمه القنوات الإخبارية العربية، حيث أن الفوارق التي تفرزها هذه المتغيرات، قد تغير من فهم إتجاهات أفراد العينة إجمالاً نحو القضايا التي تطرحها الإشكالية و التساؤلات و هي قضايا تهم الباحث لمعرفة - على سبيل المثال - ما إذا كانت لهذه الفئة من الإعلاميين الجزائريين التي تحمل شهادات جامعية عليا مناعة أو لها رؤى مستقلة في رسم السياسات التحريرية لوسائل الإعلام التي يعملون بها أم أنهم يقومون بإعادة صياغة المحتوى الذي يتلقونه من هذه القنوات وفق إتجاهات الجمهور الجزائري و وفق قيمه الإجتماعية و مراعاة عوامل أخرى لها علاقة بالصالح العام و بالقوانين والتشريعات.

الجانب المنهجي

### 1. مشكلة الدراسة :

تدعمت الساحة الإعلامية العربية منذ أكثر من ثلاثة عقود بالعشرات من القنوات الفضائية، ولا سيما العامة و هي القنوات التي طالما شددت إهتمام الجمهور العربي واستطاعت أن تحول أنظاره عن القنوات الأجنبية بفضل محتواها القريب من المجتمعات العربية، غير أن ما لبث المشهد الإعلامي أن عرف توجهها جديدا في إنشاء القنوات التلفزيونية التي تبث عبر الأقمار الصناعية في مختلف التخصصات، وكانت من بين هذه القنوات، تلك المتخصصة في إنتاج المواد الإخبارية مثل قناة الجزيرة و العربية وقنوات قطرية أخرى مثل النيل الإخبارية و دبي الإخبارية و الجزائرية الثالثة والنهار الجزائرية، وقد تمكنت هذه القنوات بعد وقت قصير من ظهورها إلى الوجود في شد إهتمام المشاهد العربي و بخاصة وقت حدوث الحروب والأزمات التي تعيشها المنطقة العربية .

ولعل أكبر قناة أحدثت ضجة في العالم العربي كانت قناة الجزيرة القطرية التي خصص لها مالكوها إمكانيات ضخمة من تجهيزات وأستوديوهات متطورة وأجهزة بث مزودة بأحدث التكنولوجيات وتدعمت كذلك بالكادر البشري حيث إستقطبت هذه القناة الكثير من الصحفيين من مختلف الأقطار العربية وكان عدد من الصحفيين الجزائريين ضمن الطواقم الصحفية التي شكلت قاعات التحرير أو غرف أخبار القناة هذا فضلا عن الملفات من المراسلين المتمركزين في مختلف مناطق العالم ولا سيما في المناطق الساخنة أو الحديثة أو التي تكون محط إهتمام الرأي العام في العالم العربي و في العالم، و قد أصبحت قناة الجزيرة مثلا قناة مؤثرة ليس فقط على الساحة العربية فقط بل حتى على المستوى العالمي والإقليمي، وإعتبرها الإعلام الغربي ظاهرة عالمية.

ومن هذا المنطلق يمكن طرح العديد من التساؤلات و الإستفهامات عن تأثير القنوات الفضائية الإخبارية العربية ليس فقط على الجمهور العربي لما تقدمه من تقارير إخبارية حية، وتحليل مدعمة بخبراء و محللين على البلاتوهات التلفزيونية، و إنما حتى على الجمهور الجزائري عامة وعلى القائمين بالإتصال أو الإعلاميين الجزائريين في وسائل الإعلام الجزائرية، وذلك ليس كمتلقين عاديين أي بإعتبارهم جزء من الجمهور و لكن كمنتجين للأخبار و كمعدين لتقارير إخبارية و مقالات تحليلية، و في هذا الإطار يصبح هؤلاء الإعلاميين شريحة مستهدفة بطريقة غير مباشرة من قبل القنوات الفضائية الإخبارية العربية، و لذلك نلاحظ ظهور العديد من الدراسات التي تهتم بهذا الجانب المهم في علاقة القائمين بالإتصال و مصادر

الأخبار و المعلومات و على ضوء ذلك برزت أهمية دراسة إتجاهات الإعلاميين الجزائريين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية، باعتبارها دراسة تدخل ضمن الدراسات ذات الخلفية النظرية المتعلقة بالإعتماد على وسائل الإعلام و نظرية الإستخدامات و الإشباعات، وتظهر لأهمية هذا النوع من الدراسات نجدها تهتم بإبراز العلاقة الإرتباطية بين ما تبثه هذه القنوات الإخبارية العربية من مضامين إخبارية و الإتجاهات الإعلاميين نحو هذه المضامين وموقفهم منها و دورها كمصادر مهمة للأخبار أو مدى تأثيرها على طبيعة ما يعدونه من تقارير إخبارية ومقالات و مواضيع تحليلية أو برامج حوارية و على توجهاتهم من ناحية السياسة التحريرية، و هنا يمكن أن نطرح مشكلة بحثية جديرة بالدراسة و تتعلق أساسا بمعرفة طبيعة القنوات المشاهدة و المتابعة من قبل الإعلاميين الجزائريين و فهم مواقفهم مما تبثه هذه القنوات من مضامين التي قد تشكل خطرا على الجمهور الجزائري الذي يتلقى تلك المضامين، و ذلك إذا إعتبرنا أن هذه القنوات قد تعالج العديد من القضايا الداخلية بالدول العربية و منها المنطقة المغاربية و بخاصة الجزائر و من هذا المنطلق جاءت إشكالية دراستنا التي يمكن أن نطرحها على الشكل التالي :

**ما هي إتجاهات الإعلاميين الجزائريين نحو القنوات الفضائية العربية؟**

## 2.التساؤلات

كما يمكننا على ضوء ما سبق في الإشكالية طرح التساؤلات التالية :

- ماهي عادات وأنماط مشاهدة الاعلاميين الجزائريين للقنوات الفضائية العربية الاخبارية محل الدراسة؟
- ماهي دوافع الاعلاميين الجزائريين لمشاهدة القنوات الفضائية العربية الإخبارية محل الدراسة ؟
- هل توجد علاقة ارتباطية بين كيفية مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية والمتغيرات التالية: الجنس، السن، المستوى العلمي، الخبرة المهنية، المنصب.
- هل توجد علاقة ارتباطية بين ترتيب القنوات الفضائية الإخبارية العربية والمتغيرات التالية: الجنس، السن، المستوى العلمي، الخبرة المهنية، المنصب.
- هل توجد علاقة ارتباطية بين دوافع مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية والمتغيرات التالية: الجنس، السن، المستوى العلمي، الخبرة المهنية، المنصب.

- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة الإحصائية 0.05 في درجة اتجاهات الإعلاميين الجزائريين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية لدى أفراد العينة تعزى لمتغير الجنس، السن، المستوى العلمي، الخبرة المهنية، المنصب؟

### 3. أهداف الدراسة :

- تكمّن أهداف الدراسة فيما يلي :
- الكشف عن عادات وأنماط مشاهدة الاعلاميين الجزائريين للقنوات الفضائية العربية الإخبارية.
  - التعرف على دوافع الاعلاميين الجزائريين لمشاهدة القنوات الفضائية العربية الاخبارية .
  - الكشف عن علاقة تأثير نوع المحطة التي يشاهدها الاعلاميون الجزائريون على اتجاهاتهم نحو مختلف القنوات الفضائية العربية .
  - الكشف عن العلاقة الارتباطية بين خبرة الاعلاميين الجزائريين وعلاقتها بمشاهدة محطة اخبارية معينة.
  - الكشف عن العلاقة الارتباطية بين دوافع مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية والمتغيرات التالية: الجنس، السن، المستوى العلمي، الخبرة المهنية، المنصب.
  - الكشف عن مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة الإحصائية 0.05 في درجة اتجاهات الإعلاميين الجزائريين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية لدى أفراد العينة تعزى لمتغير الجنس، السن، المستوى العلمي، الخبرة المهنية، المنصب.

### 4. أهمية الدراسة :

تكمّن أهمية الدراسة ، في محاولة تقديم إجابات وافية عن دوافع إختيار الإعلاميين الجزائريين لقنوات إخبارية عربية دون أخرى وهو ما يجعلهم يتأثرون بهذه القنوات وما يتبعها من مخاطر الإنسياق وراء ما تبثه من أخبار قد لا تكون بالضرورة صحيحة، رغم ما يبدو عليها من مصداقية، وبالتالي إعتبار هذه القنوات كمصادر لإنتقاء الأخبار ونشرها في الصحف الوطنية ويظهر ذلك على ضوء العديد من الشكوك والأسئلة التي يطرحها المختصون والمراقبون للمشهد الإعلامي العربي في الآونة الأخيرة وخاصة مع ما بات يعرف باسم " الربيع العربي " أو "الثورات العربية " التي أظهرت أشياء خفية مثيرة للريبة بالنسبة لكثير من وسائل الاعلام العربية كقناة " الجزيرة" التي تتزايد حولها الشكوك من أنها تنفذ أجنداث سياسية خارجية

وهو ما يؤدي إلى طرح اشكالية مهمة جدا حول مدى مصداقية وسائل الإعلام وحيادها في القضايا التي تتعلق بالبعد الاقليمي والمحلي الذي تنتمي اليه.

### 5. منهج الدراسة :

تقتضي الدراسة استخدام المنهج الوصفي باعتباره يسعى لوصف اتجاهات الإعلاميين الجزائريين نحو القنوات الفضائية العربية الإخبارية ، ويحدد أبرز التحديات التي تواجهها، ويعتبر هذا المنهج نموذجا معياريا لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية. (محمد عبد الحميد، 2004، ص 158)

"واحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة محددة وتصويرها كميًا عن طريق جمع بيانات ومعلومات مقننة عن الظاهرة وإخضاعها للدراسة.

وتعد أهم أهداف البحث الوصفي هو فهم الحاضر من أجل توجيه المستقبل، فالبحث الوصفي يوفر بياناته وحقائقه واستنتاجاته الواقعية باعتبارها خطوات تمهيدية لتحويلات تعتبر ضرورية نحو الأفضل، ومن خصائص البحوث الوصفية توضيح العلاقة بين الظواهر المختلفة والعلاقة في الظاهرة نفسها (سامي محمد ملحم 2002، ص 353) والبحوث الوصفية بمفهوم الدكتور السيد علي شتا تتناول الوقائع وتقدم لها وصفا محددا لأبعادها وبنائها ومكوناتها بجمع البيانات الكافية واللائمة، ويفيد البحث الوصفي في انه يوفر المعلومات التي تتيح الفرصة لصياغة الموضوع. (السيد علي شتا، 1997، ص 122) وهناك من يقول أن الأسلوب الوصفي يقوم على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويتم وصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها تعبيرا كميًا أو كيفيًا، فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة أما التعبير الكمي فيعطيها وصفا رقميا. (عمار بوحوش، 1995، ص 129)

### 6. أداة الدراسة :

يستخدم الباحث الاستبيان لوصف وتحليل خصائص اتجاهات الاعلاميين الجزائريين نحو القنوات الفضائية العربية الاخبارية ، حيث احتوى على محور لمعرفة عادات وأنماط ودوافع مشاهدة الاعلاميين الجزائريين نحو القنوات الفضائية الاخبارية ، وأيضا الاشباع المحققة من طرف الإعلاميين الجزائريين من خلال مشاهدتهم للقنوات الإخبارية العربية.

و من جهة أخرى أيضا استخدم الباحث مقياس " ليكرت " لقياس الاتجاهات انطلاقا من مجموعة من العبارات التي قد يوافق عليها المبحوثين أو يرفضونها. والتي لديها درجة استجابة خماسية تتمثل فيما يلي: موافق بشدة، موافق ، محايد ، معارض بشدة ، معارض. كما أحتوى المقياس على 36 عبارة .

### 7. صدق وثبات أداة الدراسة:

#### - الصدق الظاهري للمقياس . **Face Validity** :

يطلق على هذا النوع أحيانا الصدق الظاهري Face Validity حيث يقوم على التقييم الذاتي المنتظم Subjective but Systematic لمدى تعبير مضمون المقياس عن الهدف منه، وهو نطلق عليه أيضا صدق المحكمين. وقد قام الباحث بعرض الاستمارة المنجزة على مجموعة من الأساتذة بهدف تحكيمها من أجل ضبطها بحيث تصبح أداة صالحة للقياس وبعد الاطلاع على توجيهات المختصين قام الباحث بتعديل الاستمارة وإلغاء بعض الأسئلة التي لا تخدم الدراسة، كما قام الباحث بإعادة صياغة بعض أسئلة الاستمارة بهدف تسهيل فهمها من طرف المبحوثين محل الدراسة ، تم عرضها في شكلها النهائي بعد ضبطها على الأستاذ المشرف للاطلاع على التعديلات التي قام بها الباحث حيث وافق عليها.

#### - صدق الاتساق الداخلي للمقياس . Internal Consistency

يعتمد هذا الأسلوب على تقدير الاتساق الداخلي لمجموعة البنود من خلال جمع الاتساقات الفردية لكل البنود للخروج بدرجة كلية للمقياس ،وقد قام الباحث بتوزيع الاستمارة على عينة استطلاعية قوامها 10 بالمئة، قدرت ب:33 مفردة وذلك لقياس الاتساق الداخلي للمقياس باستخدام معامل الارتباط بين كل فقرات المقياس باستخدام المعامل الاحصائي ألفا كرونباخ Cronbach's alpha حيث كانت نتيجة الاختبار هي : 0.82.

### 8. الأدوات الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

استخدم الباحث برنامج الحزمة الإحصائية الاجتماعية " SPSS " النسخة 24، لتحليل البيانات من خلال الأساليب الاحصائية التالية :

- الإحصاء الوصفي لمعرفة التكرارات والنسب المئوية
- المتوسطات الحسابية للانحرافات المعيارية.

- اختبار "ألفا كرونباخ" "Alpha Cronbach" لثبات أداة الدراسة.
- اختبار "T-Test" لاختبار الفروق بين متوسطين حسابيين.
- اختبار "أنوفا" "Anova" لاختبار الفروق بين أكثر من متوسطين حسابيين.
- اختبار "توكي" "Tukey Test" لمعرفة مستوى وجود الفروق.

### 9. عينة الدراسة :

لجأ الباحث الى استخدام العينة القصدية نظرا لعدم وجود كشاف أو احصائيات ثابتة للصحفيين الجزائريين وذلك بسبب طبيعة تنظيم المهنة في الجزائر، وقد إختار الباحث هذا النوع من العينة لتناسبها مع طبيعة الدراسة ومجتمع البحث الأصلي المتمثل في الإعلاميين الجزائريين ويقوم الباحث في هذا النوع من العينة "8" باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة بل يقوم هو شخصا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا " وعليه قام الباحث بتوزيع 500 إستمارة على عينة من الإعلاميين الجزائريين الذين يعملون في مختلف وسائل الإعلام الجزائرية العمومية و الخاصة و في مرحلة الإستلام لم يستطع الباحث إسترجاع سوى 396 إستمارة و بعد فحصها تم الإستغناء عن 44 إستمارة نظرا لعدم إستيفائها الشروط العلمية المطلوبة في الإجابة عن التساؤلات المدرجة في الإستمارة و على ضوء ذلك تبقى للباحث 352 إستمارة كانت محل الدراسة .

### الإطار الزماني والمكاني للدراسة:

أنجز الباحث الدراسة الميدانية خلال الموسم 2022 ، أما الاطار المكاني للدراسة فقد أنجز بالجزائر العاصمة انطلاقا من كونها بئية عمل الصحفيين الجزائريين كما أنها تمثل تمركز المقرات الإجتماعية للغالبية العظمى من وسائل الإعلامية الوطنية.

### 10. مصطلحات الدراسة :

#### إتجاهات :

يعرف الاتجاه في علم النفس الاجتماعي بأنه: "استعداد عقلي كامن يتكون نتيجة تأثير الفرد بمثيرات مختلفة في محيطه تجعله يتخذ موقفاً معيناً نحو شيء مادي أو معنوي أو شخص أو فكرة تكون موضع خلاف بحسب قيمتها الخلقية والاجتماعية".

ويعرفه روكيتش: "بأنه تنظيم مكتسب أو متعلم، يتسم بالاستمرار والتوافق حين تنسجم معتقدات الفرد مع موقفه من حادث أو فكرة أو نزعة، يستجيب لها باستجابة خاصة يفضلها صاحب الاتجاه، ويتم اكتساب الاتجاهات عن طريق التفاعل، وبالتنشئة الاجتماعية تبني الاستعدادات النفسية والانفعالات العميقة التي تترسب في الوجدان مع العواطف، وللتعليم أهمية كبيرة في تكوين الاتجاهات" (بن مرسلي أحمد، 2003 ص 197)

### الإعلاميون الجزائريون:

ونقصد به إجرائيا كل العاملين بالجهاز التحريري بمؤسسات الإعلام الجزائرية سواء الصحافة المكتوبة أو قطاع السمعي البصري أو الصحافة الالكترونية .

### الفضائيات الاخبارية:

تعرف القنوات الاخبارية على أنها تلك المحطات التي تبث عبر أقمار صناعية معينة، وهي دليل على أكبر نجاح يحققه التفكير العلمي التكنولوجي في مجال تطوير وسائل الاتصال الجماهيري الذي أصبح حقيقة واقعية مؤثرة، وذلك للخصائص والمميزات الآتية: (خضير شعبان، 1422هـ، ص 184) .....

- أن الإرسال عن طريق الأقمار الصناعية العالمية يمكن مناطق عديدة من العالم المعاصر من الحصول على معلومات مفيدة عن الدول والشعوب والثقافات.

- أنه يسهم في تطوير التبادل الثقافي والعلمي.

- أنه يتيح فرصا غير محدودة لأن تتعرف الشعوب على الثقافات الأخرى.

- أنه يوفر الوسائل العلمية لخلق نظام تعليمي سريع وشامل يمكن من تحقيق التنمية الاجتماعية.

ويعرف البث المباشر بأنه عبارة عن: "اتصال يتم بصفة آلية من محطة الإرسال التلفزيوني المباشر إلى جهاز التلفاز البيتي دون أي وسيط سوى أقراص الالتقاط المقعرة، ويتمثل هذا الإرسال بالاتصال الإذاعي الذي يتقيد بحدود المكان والزمان". (مؤيد عبد الجبار الحديثي، 2002، ص 82)

### 11. الخلفيات النظرية للدراسة :

#### أ- نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:

تفرض أي دراسة علمية كانت أن تستند إلى خلفية نظرية حتى تكون منطلقاتها الأساسية صحيحة وتصحح ذات قيمة علمية في نتائجها، وبما أن دراستنا تتعلق بالإتجاهات فقد سبق لعلماء الاجتماع أن وضعوا

## الجانب المنهجي

مجموعة من الفروض المتعلقة بهذا الموضوع، إذ ترى ملفين ديفلر " Melvin Difler " و سندرا بال روكيتش " Sandra Ball Rocketch " إن هذه النظرية تستند إلى مجموعة من الفروض الفرعية أهمها :

- الحاجة للمعلومات و الأخبار تتزايد وتتناقص تبعا للحاجة لهذه المعلومات و الأخبار حيث يعتمد الأفراد كثيرا على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات
- حيوية النظام الإعلامي بالنسبة للأفراد المجتمع تزيد من درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم .
- اختلاف حاجات الجماهير و أهدافهم الفردية و النفسية تؤثر في درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام .
- كما تعتمد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بالجمهور النشط كما تراها " ميلفين وسندرا " ، وأفضل طريقة للتفكير في هذا النشاط هي على أساس مقياسي يتدرج من غير مستهلكين لوسائل الإعلام أو غير نشطين تماما إلى مستهلكين جدا فقد ربطت الباحثتان بالاعتماد على وسائل الإعلام و أضافا إن مستوى أو درجة اعتماد الفرد يكون نتيجة ما يلي :
- عدد و أهمية وظائف توصيل المعلومات التي تؤديها وسيلة الإعلام .
- درجة التغيير و الصراع الموجودة في المجتمع و الأزمات التي يمر بها .
- ولكن نجد أن الأفراد مثل باقي الأنظمة الاجتماعية الأخرى، توجههم أهداف يسعون إلى بلوغها عن طريق التبادل و الاعتماد على مختلف الأنظمة، وبعض أهدافهم تتطلب الوصول إلى مصادر تسيطر عليها وسائل الإعلام الجماهيرية. ولدراسة نمطية علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام الجماهيرية من خلال الأهداف يمكننا الإشارة إلى جدول الفصل التالي و الذي أشارت إليه كل من " ميلفن و ساندر " :

الفهم	التوجيه	التسلية
معرفة الذات : مثل : التعلم عن الذات	توجيه العمل: مثل: أن تقرر ماذا	التسلية: مثل: الاسترخاء عندما
المرء و نموه كشخص	تستر وكيف تلبس ثيابك أو كيف تحتفظ برشاقتك	تكون بمفردك أو لديك ما تفعله بنفسك

## الجانب المنهجي

التسلية الاجتماعية:	توجيه تفاعلا تبادليا :	الفهم الاجتماعي:
مثل: الذهاب إلى السينما أو الاستماع إلى الموسيقى مع الأسرة و الأصدقاء	مثل: الحصول على دلالات في كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة	مثل : معرفة أشياء عن العالم أو الجماعات المحلية و تفسيرها

فرغبة الفرد بالتعرض لوسائل الإعلام سواء الحصول على المعلومات أم لغيرها هي المتغير الأساسي الذي يفسر التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية لوسائل الإعلام، وبذلك تقترب هذه النظرية من وتكامل مع نظريات الإدراك والتعلم الاجتماعي ودوافع واستخدامات وسائل الإعلام و الاشباع التي تحققها. (يوسف تمار، 2005، ص ص 90-98)

### ب- نظرية الاستخدامات والاشباع:

تختلف المسميات التي تطلق على مدخل الاستخدامات والاشباع ، فهناك من يطلقون عليه نموذج Model وهناك بعض الباحثين يرتقون به الى مرتبة النظرية Theory، وهناك من يطلقون عليه مدخل Approach ، في حين يفضل البعض وهم الأقلية تسميتها باسم نظرية المنفعة (الطرابيشي والسيد، 2006، ص ص 255).

وتركز النظرية على دراسة الأسباب الخاصة بالتعرض في محاولة للربط بين هذه الأسباب والاستخدام مع تصنيف الاستخدام في فئات تشير الى شدته أو كثافته ، وتم صياغة هذه الأسباب في عدة إطارات كان أهمها إطار الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتلبية حاجات معينة في وقت معين ، وأصبحت رغبة الفرد في إشباع حاجات معينة من التعرض لوسائل الاعلام هي الإطار العام للعلاقة بين تعرض الفرد لوسائل الاعلام ومحتواها ومدى ما يحققه هذا التعرض من اشباع للحاجات المتعددة وتلبيتها(محمد عبد الحميد، 1997، ص ص 209).

وقد حدد منظرو هذه النظرية أهداف نظرية الاستخدامات والاشباع فيما يلي: (الطرابيشي والسيد، 2006، ص ص 266)

- تفسير وتحليل كيفية استخدامات الجمهور لوسائل الاعلام المختلفة لإشباع حاجاتهم وتوقعاتهم
- التعرف على دوافع وأنماط وخصائص التعرض لوسائل الاعلام
- معرفة حقيقة الوظائف التي تقوم بها وسائل الاعلام المختلفة من خلال قياس النتائج المترتبة على التعرض لتلك الوسائل

أما فروض النظرية فتحدد كالتالي (الطراييشي والسيد، 2006، ص ص 266):

- الأصول النفسية والاجتماعية
- افتراض الجمهور النشط
- دوافع استخدامات وسائل الاعلام
- اشباعات وسائل الاعلام
- توقعات الجمهور من وسائل الاعلام

### 12. الدراسات السابقة :

1/ الدراسة الأولى: جاءت بعنوان "اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الدينية الإسلامية

ودورها في توعيته ضد التطرف والتعصب" للدكتورة رحيمة الطيب عيساني أستاذة محاضرة بجامعة باتنة؛ الجزائر وقد سعت هذه الدراسة إلى محاولة قياسي إتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الدينية وما إذا كان لها دور في توعيته من التطرف الديني والتعصب العقائدي .

وقد سعت هذه الدراسة حسب الباحثة لتقف على مدى مساهمة الفضائيات الدينية في إبراز الشكل الصحيح للتدين، وتزويد الشباب الجزائري بالثقافة الإسلامية الرصينة؛ من أجل العودة به إلى ساحات الفكر النير ومحاوله البعد عن طروحات التعصب والتطرف التي عاينها خلال ما اصطلح على تسميته بالعشرية السوداء في الجزائر، والتي أتت على الأخضر واليابس جراء عمليات الانتشار للفكر المتطرف الوافد إلينا من الشرق والغرب على السواء، والذي ظهرت ملامحه أكثر في الاستقطاب الحاد بين التيارات العلمانية والإسلامية، ومحاوله كل واحد منها الاستفراد بالساحة السياسية والاجتماعية والثقافية.

وقد إختارت الباحثة منهج المسح بالعينة لجمهور هذه الفضائيات من الشباب الجامعي، كما إختارت العينة بالطريقة الحصصية، ووفقا لهذا فقد وزعت استمارة الاستبيان في جامعتين في منطقتين من الجزائر؛ مثلت الأولى الشمال الجزائري ومثلت الثانية الجنوب منه، وبلغ الحجم الإجمالي للعينة (250) مفردة؛ (125) لكل تجمع سكاني من التجمعين.

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

-أعرب أغلب أفراد العينة(175) مبحوثا أنهم يشاهدون الفضائيات الدينية؛ أي بنسبة (80.28 %)

-احتلت قناة "أقرأ" المرتبة الأولى في المشاهدة، فقد أجاب لصالحها(137) مبحوثا من أفراد العينة يمثلون نسبة(23.78 %)، وجاءت في المرتبة الثانية قناة"المجد" العامة بإجابة(86) مبحوثا يمثلون نسبة (14.93 %) من أفراد العينة ال(175)، ثم قناة "الرسالة" بإجابة(80) فردا من أفراد العينة، تمثلها نسبة (13.89%)، فيما جاءت قناة "العفاسي"، وقناة "الناس" في المرتبة نفسها بإجابة(72) فردا لكل واحدة منهما ونسبة ممتثلة في (12.50 في المائة، وجاءت بقية القنوات بإجابات ونسب ضعيفة مقارنة بما أعطي من تفضيل في المشاهدة للقنوات السابقة. وهكذا نلاحظ أن القنوات الأكثر تفضيلا كانت غالبا القنوات التي بدأت في الظهور منذ فترة كافية لتعرف المشاهدين عليها وإمكانية الحكم عليها.

- بدأ أغلب أفراد العينة مشاهدة الفضائيات الدينية منذ أقل من خمس سنوات فقد أجاب بذلك(117))، فيما بدأت نسبة(21.14) ممتثلة لـ(37) فردا يمثلون نسبة(66.86 في المائة من أفراد العينة مشاهدة هذه القنوات منذ أكثر من خمس سنوات، و(12.00 في المائة ) منذ خمس سنوات بالضبط.

- يرى معظم أفراد العينة أن الفضائيات الدينية تثري المعلومات الدينية عند الأفراد فقد وافق على هذه العبارة(151) مبحوثا منهم يمثلون نسبة(86.29)، وأنها تعالج القضايا والمشكلات المهمة في حياة الناس بإجابة(147) فردا من أفراد العينة يمثلون نسبة(84)، وأنها تطرح أسس التدين الصحيح فقد أجاب بالموافقة لهذه العبارة(149) مبحوثا يمثلون نسبة(85.14 في المائة )، وأنها توّعي ضد مخاطر الأفكار الهدامة، بإجابة(131) مبحوثا يمثلون نسبة(74.86 في المائة).

- يوافق معظم أفراد العينة على أن الفضائيات الدينية تقليدية في الطرح والمناقشة، فقد أجاب بالموافقة على العبارة المقترحة(115) مبحوثا يمثلون نسبة(65.71 في المائة )، كما يوافقون على أن بعض مذيعيها ليسوا من الكفاءات فقد وافق على العبارة(102) مبحوثا يمثلون نسبة(58.29 في المائة )، وأنها تتحدث في قضايا وموضوعات معروفة فقد سجل للعبارة المقترحة(119) مبحوثا يمثلون نسبة(68 في المائة).

يرى معظم أفراد العينة أن الفضائيات الدينية لا تتحدث كثيرا عن سماحة الإسلام، وهو ما عبرت عنه نسبة(65.71 في المائة ) التي لم توافق على العبارة المقترحة(الفضائيات الدينية تتحدث كثيرا عن سماحة الإسلام)، وهي في رأيهم لا تبرز أخلاقيات الحوار مع الآخر إلا قليلا، فلم يوافق(80 في المائة ) من أفراد العينة على قولنا(إن الفضائيات الدينية تبرز أخلاقيات الحوار مع الآخر)، إلا أنها تعالج قضايا الأمة العاقمة، ولا تركز على الخلافات المذهبية فقد كانت نسبة الموافقة على العبارة المقترحة عن رأيهم بشأنها(70.86 في

## الجانب المنهجي

---

المائة ) من أفراد العينة، وتبرز بوضوح الشكل الصحيح للتدين فقد وافق نسبة (57.71 في المائة ) على ذلك، وهي تتحدث كثيرا عن موقف الإسلام من التعصب والتطرف (68 في المائة).

### 2 - الدراسة الثانية: جاءت بعنوان "إتجاهات المشاهدين نحو البرامج و الخدمة الإخبارية في

التلفزيون الأردني" من إعداد قبلان عبدوه قبلان حرب وتحت إشراف الدكتور محمد شلبية ، وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على إتجاهات المشاهدين الأردنيين نحو البرامج والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني في الفترة مابين 2007.11.10 إلى 2007.03.31، وفي إطار نظرية الإستخدامات والإشباع، ونظرية الإعتماد على وسائل الإتصال.

ومن أجل ذلك إستخدم الباحث منهج مسح جمهور وسائل الإتصال لعينة قصدية من المجتمع الأردني بلغت 600 مفردة ، أعمارهم فوق ال 15 سنة تم إختيارهم من جميع محافظات دولة الأردن الإثني عشر.

وقد خلصت الدراسة إلى ما يلي : أن نسبة 92 في المائة من أفراد العينة تشاهد التلفزيون الأردني، بينما لا تتعرض له سوى نسبة 8 في المائة، و أن نسبة 39 في المائة من العينة تشاهد التلفزيون الأردني ساعة يوميا ، وبينت الدراسة أن أكثر الأنماط البرمجية المشاهدة هي الأخبار والبرامج الإخبارية ، إذ بلغت النسبة 52 في المائة ، وجاءت المسلسلات في المرتبة الثانية بنسبة 45 في المائة ، ولكن جاء رضا أفراد العينة عن التلفزيون الأردني منخفضة وبلغ المتوسط الحسابي 1.9 من 3 .

وزادت الإتجاهات السلبية للمشاهدين للتلفزيون الأردني عن الإتجاهات الإيجابية حيث بلغ المتوسط الحسابي للإتجاهات السلبية 2.23 من 3، بينما كان المتوسط الحسابي بالنسبة للإتجاه الإيجابي 1.84 من 3 ، كما زادت الإتجاهات السلبية تجاه الخدمة الإخبارية للتلفزيون الأردني عن الإتجاهات الإيجابية وقد بلغ المتوسط الحسابي للإتجاهات السلبية 2.68 من 3، بينما كان المتوسط الحسابي للإتجاهات الإيجابية 1.58 من 3.

### 3- الدراسة الثالثة: جاءت بعنوان " علاقة شباب دولة الكويت بالقنوات التلفزيونية

الفضائية"(1997): وهي دراسة تطبيقية على عينة من طلبة جامعة الكويت. للدكتور عبد الباسط عبد الجليل، ومحمد معوض إبراهيم هدف من خلالها إلى التعرف على دور القنوات التلفزيونية الفضائية التي يستقبلها شباب دولة الكويت في حياتهم وموقفهم منها، وذلك من خلال دراسة ميدانية أجريت على الطلبة والطالبات في جامعة الكويت الذين يشكلون (9%) من إجمالي عدد سكان دولة الكويت (2مليون)

نسمة)،. وحاولت الدراسة الإجابة على عدة تساؤلات تشكل موقف الشباب وعلاقتهم بالقنوات الفضائية التي يشاهدونها.

واعتمدت الدراسة على منهج المسح باستخدام عينة عشوائية طبقية منتظمة، وبلغ قوام العينة (200) مائتي طالب وطالبة تم سحبهم من كشوف أسماء الطلاب بطريقة منتظمة. وتوصلت الدراسة إلى: أن جميع المبحوثين من الطلبة والطالبات في جامعة الكويت عينة البحث يشاهدون القنوات التلفزيونية الفضائية. كما أشارت الدراسة إلى أن معدل مشاهدة الأخبار التلفزيونية في تزايد مستمر، نظرا للظروف التي تعيشها منطقة الخليج والتوتر المستمر فيها، فقد ازدادت ثقة المشاهدين بأخبار التلفزيون بصورة كبيرة. واكتسبت أخبار التلفزيون تأثيرا متزايدا في مجالات السياسة وتكوين الرأي العام. وأن نهاية الأسبوع والإجازات هي أكثر الأيام مشاهدة للقنوات الفضائية، وأنهم يشاهدونها حسب الظروف، فليست هناك مواعيد محددة لمتابعتها، وأن أهم القنوات التي يستقي منها أخبارهم: (MBC) بنسبة (70%) و(CNN) بنسبة (58%)، و(BBC) بنسبة (15%). وبهذا تكون الدراسة قد أجابت على كل التساؤلات التي استهدفت التعرف إليها.

**وفي الختام أوصت** الدراسة بضرورة تطوير برامج القنوات التلفزيونية الفضائية العربية، بحيث تكون أكثر ثراء وتنوعا وأعمق مضمونا وأسرع حركة، مع الاهتمام بتحسين مستوى النشرات الإخبارية على وجه الخصوص مع التأكيد على الأمانة في العرض، والتوازن في المضمون، والتميز في صيغ الإنتاج. كما ناشدت الدراسة تلفزيون الكويت ضرورة تطوير إنتاج برامجه لتجذب الشباب إليها لإشباع احتياجاته واهتماماته، وحشد كل طاقاته وقدراته لمواجهة البث المباشر للقنوات التلفزيونية الأجنبية. والقيام بالبحوث الميدانية المستمرة للتعرف على تأثيرات برامج القنوات التلفزيونية الفضائية على الشباب الكويتي، ومتابعة ما تقدمه هذه القنوات من برامج وفقرات للشباب، وهي التي تشكل منافسا قويا لبرامج تلفزيون الكويت.

**4- الدراسة الرابعة :** جاءت بعنوان " إتيهاات طلبة الجامعات الأردنية نحو الفضائيات العربية ل: نديم الربجي محمد حسن\_ وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهاات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية، وإلى معرفة العادات الاتصالية وأنماط المشاهدة، إضافة إلى حجم تعرضهم لهذه المحطات. ولبلوغ أهداف هذه الدراسة، قام الباحث بتصميم استبانة تكونت من ( 3 ) أجزاء: الجزء الأول: البيانات الشخصية.

الجزء الثاني: عادات وأمطاط المشاهدة.

الجزء الثالث: تقييم المحطات الفضائية العربية.

وقد تكون مجتمع الدراسة من جميع الطلبة الملتحقين بالجامعات الأردنية الحكومية والخاصة. أما عينة الدراسة فقد شملت ( 5 ) جامعات تمثل جميع أقاليم الأردن، وتم انتقاؤها بالطريقة العشوائية البسيطة، ( وهي: اليرموك، الهاشمية، الحسين بن طلال، البترا، وجرش. وبلغ عدد الاستبيانات الموزعة ( 650 والمستردة ( 572 ) بنسبة استجابة ( 88 في المائة

وتلخصت أبرز النتائج التي توصلت لها الدراسة فيما يلي:

جاءت محطة (MBC) لأكثر مشاهدة من قبل الطلبة من بين جميع المحطات الفضائية العربية، تليها ( MBC 2 ) (الفضائية (LBC). روتانا)، (الجزيرة الإخبارية)، وتجدر الإشارة إلى أن الفضائية الأردنية جاءت بالمرتبة التاسعة تفضيلاً للمشاهدة من قبل الطلبة لمجمل المحطات الفضائية العربية.

- جاءت المحطات الفضائية العربية التالية الأدنى مشاهدة من قبل الطلبة: (الفضائية المصرية ، الاقتصادية (Chatco)، و العقارية ١.

-اتفق معظم الطلبة على أن الكليبات الغنائية التي تبث عبر المحطات الغنائية العربية فاضحة وخادشة للحياء العام ولا تراعي الآداب.

-جاء نوع محطات الدراما (المسلسلات والأفلام) الأكثر تفضيلاً من قبل الطلبة .

-جاء نوع البرامج الدرامية (المسلسلات والأفلام) الأكثر تفضيلاً من قبل الطلبة .

- يشاهد معظم الطلبة التلفزيون من ساعة إلى ساعتين يومياً في أيام الدوام والدراسة، بينما ترتفع إلى أكثر من 4 ساعات وأكثر) في أيام العطل ونهاية الأسبوع.

- فترة السهرة من ( 8 إلى 12 مساءً) هي الأكثر مشاهدة لدى الطلبة

- الهدف الأبرز للطلبة من المشاهدة هو الترفيه والتسلية، ثم قتل الفراغ والملل .

- يجد معظم الطلبة أن المحطات الدينية تزيد من صلتهم بالله، وتشدهم محاضراتها وبرامجها للمتابعة

## 5- الدراسة الخامسة :\_ جاءت بعنوان « Mediated public diplomacy Satellite TV news in the Arab world and perception effects

الدبلوماسية العامة بواسطة الأقمار الصناعية: أخبار التلفزيون الفضائية في العالم العربي وتأثيرات الإدراك، من انجاز : Erik C Nisbet ، Wayne Wanta ، Shahira Fahmy .

أجرت الدراسة استطلاعاً عبر الإنترنت باللغة العربية على مستخدمي التلفزيون العرب على مواقع الويب العربية، بما في ذلك موقع إخباري واحد ممول من الولايات المتحدة. وقد بحثوا في العوامل التي أدت إلى وجود فجوات في التعرض والإدراك للمصداقية لثلاث قنوات إخبارية عربية. وبالتحديد، درسوا المتغيرات التي ميزت بين التعرض والإدراك المتعلق بثلاث وسائل إعلامية فضائية - الجزيرة والعربية والحرّة. وأظهرت النتائج أن أهمية القضية والمواقف تجاه الولايات المتحدة كانت مؤشرات مهمة للفجوات في التعرض بين الشبكة الممولة من الولايات المتحدة ووسائل الإعلام العربية الأخرى. وكانت فجوات التعرض أيضاً مؤشرات قوية للمصداقية المتصورة.

استنتجت الدراسة أن أهمية القضية والمواقف تجاه الولايات المتحدة كانت مؤشرات مهمة للفجوات في التعرض بين الشبكة الممولة من الولايات المتحدة ووسائل الإعلام العربية الأخرى. وكانت فجوات التعرض أيضاً مؤشرات قوية للمصداقية المتصورة.

تشير النتائج إلى أن الجهود الإعلامية الأمريكية للترويج لسياسات الولايات المتحدة الخارجية تعتمد بشكل أساسي على المواقف السياسية تجاه الولايات المتحدة لدى الجماهير العربية. وبعبارة أخرى، فإن تصورات الجمهور العربي ومواقفهم تجاه الولايات المتحدة تؤثر على درجة التوافق والمصداقية المتصورة مع مبادرات الدبلوماسية العامة الأمريكية، بما في ذلك إطلاق شبكة الحرّة في العالم العربي. ومع ذلك، تشير النتائج هنا فقط إلى اتجاه التأثيرات - موقف القضية الذي يؤدي إلى التعرض الذي يؤدي إلى المصداقية المتصورة. والعكس ممكن أيضاً: يمكن أن تؤدي المصداقية المتصورة لوسيلة إخبارية إلى مستويات أعلى من التعرض. ويمكن أن تؤدي المستويات العالية من التعرض إلى تأثيرات على مواقف القضية لدى المستجيبين. ويمكن فحص هذا النموذج المحتمل في الأبحاث المستقبلية.

وأخيراً، يقر المؤلفون بأن هذه الدراسة لم تتضمن للأسف نتائج استطلاع عبر الإنترنت نُشر على عنوان URL لموقع الجزيرة على الويب. وبالتالي، ونظرًا لأن هذه الشبكة لم تشارك في هذه الدراسة، فمن المحتمل أن تكون البيانات منحازة. ومن المحتمل أن تكون النتائج الإضافية من الجزيرة قد أسفرت عن

تفسيرات مختلفة للمتغيرات التي تتنبأ بالتعرض العام والمصدقية المتصورة للشبكات الثلاث التي تمت دراستها هنا.

وفي الواقع، هناك حاجة إلى المزيد من الأبحاث حول وسائل الإعلام في العالم العربي أكثر من أي وقت مضى. وأعاد عصر ما بعد 11 سبتمبر التأكيد على قضية المشاعر المعادية لأمريكا بين العديد من السكان في العالم العربي. بالإضافة إلى ذلك، لا يزال هناك توتر كبير بين الولايات المتحدة والعالم العربي، ولا سيما فيما يتعلق بالصراع الإسرائيلي/الفلسطيني، وشكاوى الولايات المتحدة بشأن البرنامج النووي الإيراني، والاحتلال الأمريكي البارز الأخير للعراق لما يقرب من ثماني سنوات، والحرب الجارية في أفغانستان الدولة الإسلامية المجاورة. وعلاوة على ذلك، وفقاً لهوارد (2010)، كان للإنترنت دور فعال في تعزيز الشبكات الإرهابية. يواجه القادة السياسيون في العالم العربي حاليًا معضلة بسبب تطوير المجال العام عبر الإنترنت. أدت تقنيات المعلومات الجديدة التي حسنت الأوضاع الاقتصادية في هذه البلدان أيضًا إلى تفويض هيكل السلطة غير الديمقراطية - التي دعمتها حكومة الولايات المتحدة في كثير من الحالات (على سبيل المثال الرئيس السابق مبارك لما يقرب من ثلاثة عقود). وبالتالي، لا يزال البحث الإضافي ضروريًا لفهم أفضل لكيفية تأثير المواقف السياسية تجاه الولايات المتحدة على الطريقة التي يختار بها المستهلكو الأخبار ويعالجون المعلومات التي يتم التوسط فيها في العالم العربي.

وكخاتمة أخيرة، يبدو أن الربيع العربي في جميع أنحاء الشرق الأوسط وشمال إفريقيا (مثل الثورات الأخيرة في تونس ومصر وليبيا) قد أشعله فيسبوك وتويتر ويوتيوب ووسائل التواصل الاجتماعي الأخرى. لذلك، فإن مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي ومدى تعرضها لها وكيف تؤثر على سلوك المواطنين والحكومات في أجزاء مختلفة من العالم العربي تبدو مجالًا مثيرًا للبحث. سيكون من المثير للاهتمام، على سبيل المثال، معرفة ما إذا كان نموذج إنتمان - الذي يشير إلى أن نجاح وفشل الجهود التي يتم التوسط فيها للترويج للمواقف الإيجابية تجاه السياسة الخارجية الأمريكية يعتمد على التوافق الثقافي والسياسي بين الولايات المتحدة والجمهور العربي - لا يزال يمكن الحفاظ عليه في ظل البيئة الإعلامية الجديدة. وينبغي أن تحقق الأبحاث المستقبلية في الدور المستقبلي للدبلوماسية العامة الأمريكية في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المنطقة وكيف يمكن أن يشكل هذا الدور تصورات العرب وقادتهم بشأن الديمقراطيات القادمة في المنطقة وتعزيز المواقف السياسية الإيجابية تجاه الحكومة الأمريكية.

5- الدراسة السادسة : جاءت بعنوان Freedom as a Value in Arab Media:

Perceptions and Attitudes Among Journalists حرية الصحافة في الإعلام العربي:

التصورات والمواقف لدى الصحفيين من انجاز Hussein Amin حسين أمين.

و تناقش هذه المقالة تطور حرية الصحافة والرقابة في مصر والعالم العربي. كما يناقش أنماط التأثير على حرية الصحافة وتأثيرها على الصحفيين العرب. وتخلص إلى أن حرية الصحافة في البلدان العربية وأداء الصحفيين العرب لا يزالان مهددين بثقافة سياسية رقابية تتطور في بيئة يهيمن عليها عادة حزب سياسي واحد. الرقابة العلنية والرقابة الذاتية أمر شائع في وسائل الإعلام الإخبارية العربية اليوم، وقد تم تجنيد برامج التعليم الصحفي، تمامًا مثل وسائل الإعلام نفسها، في الواقع في مشروع وطني لإنتاج الدعاية. ستزيد التغييرات التكنولوجية التي تفتح العالم من ضغوط التغيير وستجعل قضايا الرقابة قديمة حيث يجد الصحفيون منافذ للإبلاغ بين وسائل الإعلام عبر الوطنية.

وتؤكد أن النهج المتبع تجاه حرية الصحافة الذي يُدرّس عمومًا في العالم العربي لا يرقى إلى المعايير الدولية ولا يُعد الطلاب جيدًا للوظائف في هذا المجال. معظم أعضاء هيئة التدريس الذين يدرسون هذه المناهج - مدرسو وخبراء الاتصال الجماهيري - هم نتاج نفس النظام. إنهم مثقلون بالعمل وعادة ما يتقاضون أجرًا زهيدًا، وغالبًا ما يضطرون إلى تولي وظائف ثانية؛ إنهم بالكاد في الوضع المثالي لتطوير نماذج جديدة ومحلية وحرّة لدراسات وسائل الإعلام الجماهيري.

# الفصل الأول

مدخل إلى ماهية الاتجاهات

### 1.1. تعريف الاتجاهات:

يعود ظهور مصطلح **الاتجاهات "Aititudes"** في علم النفس منذ سنة 1909 و1910 واتسع استخدامه لدرجة أن بعض علماء النفس الأوائل أمثال توماس وبوغاردس ذهبوا إلى حد القول أن علم النفس الاجتماعي ماهو إلا الدراسة العلمية للاتجاهات (sherif. Ms sherif.w 1956) والاتجاهات هي من أهم الموضوعات التي يتم تناولها بالدراسة في علم النفس الاجتماعي ودينامية الجماعة بشكل خاص، ونظرا للأهمية التطبيقية في مجالات مختلفة من بينها الإعلام والاتصال (عبد العزيز إمام، دت، ص 56)

**ويعرفها جوردن آلبرت (G.w Allport) :** بأنها حالة من النهي والتأهب العقلي والعصبي التي تنظمها الخبرة وتوجه إستجابات الفرد نحو عناصر البيئة (فرج كامل، 1986، ص 98)، ويعتبر بوغاردس الاتجاهات بأنها حالة من التأهب قد تكون قصيرة المدى في أي لحظة وقد تكون بعيدة وفي هذا الإطار يعرفها المدى أي تستمر لزمان طويل (حسين العامري، 2010، ص 153)، ويرى آلبرت في تعريف شامل للاتجاهات بأنها حالة إستعداد عقلي وعصبي ينشأ من خلال التجربة، ويؤثر ديناميكيا على إستجابات الفرد إزاء الموضوعات والمواقف التي يتصل بها (مصطفى زيدان، 1993، ص 243)، ويصف بوغاردس (bogardes) الاتجاهات بأنها ميل الفرد إلى الإقتراب أو الإبتعاد في سلوكه من بعض عوامل البيئة، كذلك ميل الفرد إلى أن يسبغ على هذه العوامل معايير موجبة أو سالبة بحسب درجة انجذابه أو نفوره منها (عزیز حنا داود وتحسين علي حسين، د ت، ص 8)، ويعرفها عالم الاجتماع الكندي روكايتش بأنها تنظيم مكتسب له صفة الاستقرار النسبي للمعتقدات التي يعتقدها الفرد نحو موضوع أم موقف ويهيئه للاستجابة تكون له أفضلية عنده (محمود صادق، 2002، ص 57)، و حسب حامد زهران فإن الإتجاه هو تكوين فرضي أو متغير كان أو متوسط (يقع ما بين المثير والاستجابة)، وهو عبارة عن استعداد نفسي أو تهيء عصبي متعلم للاستجابة الموجبة أو السالبة أو أشخاص أو أشياء أو موضوعات أو مواقف أو رموز في البيئة التي تستثير هذه الإستجابة (حامد عبد السلام، 1977، ص 146).

وينظر بروشانسكي وسيدبنرغ إلى الإتجاه على أنه عبارة عن ميل معقد، وتختلف هذه الإستجابة من ثقافة إلى ثقافة أخرى (محمد ابراهيم، 2005، ص 75).

ويعتبرها العالم المختص في قياس الاتجاهات النفسية ثرستون (thurstone) بأنها حصيلة التعميم الموجب أو السالب لإستجابات الفرد، وهذه الإستجابات تتحكم فيها إلى حد كبير قوى الدافعية وشحناتها بدرجاتها المتفاوتة المختلفة (سعد عبد الرحمان، 1998، ص 358).

ويقترَب من هذا التصور سارتان (sartain) 1967 وآخرون بوصف الاتجاه بأنه ميل لدى الفرد للإستجابة قبولا أو رفضا نحو موضوع، كذلك تقدم انستازي (1974anstasi) تعريفا للإتجاه بوصفه ميلا للإستجابة مع أو ضد موضوع ما مثل الأسرة أو نحو عادة ما أو جماعة معينة أو جنس أو قومية..... الخ، ويعرفه كل من ثورنديك وهاجين (thorndike&hagan) بأنه ميل لتأييد أو معارضة مجموعات معينة من الأشخاص أو الأفكار أو المؤسسات الإجتماعية (عزيز حنا داود وتحسين علي تحسين، مرجع سابق، ص 8.9).

ويرى أبو النيل محمد السيد أن الاتجاهات هي استعداد نفسي تظهر محصلته في وجهة نظر الشخص حول موضوع من الموضوعات سواء كان إجتماعيا أو إقتصاديا أو سياسيا أو حول قيمة من القيم كالقيمة الذهبية أو الجمالية أو النظرية أو الإجتماعية أو حول جماعة من الجماعات، ويعبر عن هذا الإتجاه تعبيرا لفظيا بالموافقة عليه أو عدم الموافقة (عبد الفتاح دويدار، 1992، ص 55).

وفي نظر جودة بن جابر الإتجاه هو استعداد نفسي أو تهيء عقلي عصبي متعلم، يؤهل الفرد للإستجابة بأنماط سلوكية محددة {موجبة أو سالبة} نحو أشخاص أو أفكار أو حوادث أو أوضاع أو أشياء أو رموز معينة في البيئة التي تشير إلى هذه الإستجابة (المرجع نفسه، ص 56).

### 1.1.1 مكونات الاتجاهات :

كان سميث (smith) هو أول من قدم تحليلا منظما وشاملا عن الاتجاهات قد ميز في وصفه بين ثلاثة مكونات يمكنه قياسها المكون الأول: يتمثل في الجانب المعرفي ويميز بين السياق المعلوماتي (informational context) الذي يتضمن معلومات الفرد ومعتقداته عن موضوع الإتجاه، من المنظور الزمني "Time perspective" وهو مقدار الدور الذي تؤديه التطورات المتوقعة بالنسبة لموضوع الإتجاه في نظرة الفرد الحالية، المكون الثاني يتمثل في الجوانب الإنفعالية والتي يمكن قياسها من حيث وضعيتها وشدتها، المكون الثالث و يتمثل في الجانب النزوعي {السلوكي} ويتصل بطرق العمل التي يرغب الشخص في اتباعها نحو موضوع الإتجاه (عبد الله معتر وخليفة عبد اللطيف، 2001، ص 281).

وقد أكدت وتؤكد معظم الدراسات التي أجريت وتجري في هذا المجال صدق هذا التقسيم لمكونات الاتجاهات، ولكل مكون من هذه المكونات طبيعة خاصة، وعوامل تؤدي إلى تكوينه وسوف نتناول ذلك بشيء من التفصيل .

#### أ. المكون المعرفي للإتجاه :

ويضم المعارف الخبرات التي تراكمت لدى الفرد من خلال تفاعله مع عناصر بيئته والتي يمكن تصنيفها في مجموعات ثلاث هي :

- . المدركات والمفاهيم concepts
- . المعتقدات beliefs
- . التوقعات expetations

وتتوفر هذه العناصر في المكون المعرفي لأي إتجاه بصرف النظر عن طبيعة الإتجاه موجب أو سالب (عبد العزيز إمام، مرجع سابق، ص 60). وبصفة عامة يشير المكون المعرفي إلى المعلومات والحقائق والأحكام والمعتقدات والقيم والآراء التي ترتبط بموضوع الإتجاه، أي مقدار ما يعلمه الفرد عن موضوع الإتجاه، فكلما كانت معرفته لهذا الموضوع أكثر كان إتجاهه واضحا أكثر، فالطالب الذي يظهر استجابات ثقيلة نحو الدراسات ودورها في الحياة الإجتماعية، وضرورة تطويرها لإنجاز حياة مجتمعية أفضل، وهي أمور تتطلب الفهم والتفكير والمحاكمة والتفويم (نشواتي عبد الحميد، 1983، ص 472).

#### ب. المكون السلوكي : behavioral componet

ويشير هذا المكون إلى أن الاتجاهات هي موجّهات لسلوك الفرد فهي إما تدفعه إلى التصرف على نحو ايجابي نحو موضوع ما أو إلى التصرف على نحو سلبي (شحاتة ربيع، 2004، ص 198)، فالإتجاهات هي موجّهات لسلوك الفرد إما تدفعه إلى التصرف إيجابيا أو سلبيا بمعنى أن الإتجاه مكون أو نزوعي يوجه سلوك الفرد اتجاه موضوع ما، هذه الوجهة قد تكون ايجابية أو سلبية (سناء حسن عماشة، 2010، ص 20)

وبمعنى آخر المكون السلوكي هو مجموعة الافعال والسلوكيات التي يقوم بها الشخص ليشير إلى اتجاه معين نحو شيء ما ويمكن معرفته وقياسه بالملاحظة (عبد الحفيظ سلامة، 2007، ص 63). ويمكن اعتبار أن المكون السلوكي هو خطة سلوك الفرد نحو موضوع الإتجاه، ويعني بخطة السلوك الطريقة التي سوف يعامل بها الفرد موضوع الإتجاه في موقف اجتماعي معين (حسن الجبالي، 2003، ص

(237)، فإذا كان موضوع الإتجاه هو تعليم المرأة فإن المكون السلوكي يتمثل في ترك المرأة تتعلم وتواصل الدراسة، أو رفض مساعدتها على مواصلتها، وكذلك اصطناع العراقيين لتوقيفها عن الدراسة (محمود شمال حسن، 2001، ص 280).

### ج. المكون الوجداني: affective componet

ويعد أهم مكونات الإتجاه ويمكنه التعرف عليه خلال مساعي الشخص ورغباته في الموضوع، ومن إقباله عليه أو نفوره منه، وحببه له أو كرهه، ويتلون الإتجاه

في ضوء الإنفعال أو العاطفة المصاحبة له، فقد تكون الإتجاهات لثلاثة أشخاص نحو موضوع ما طبيعة مشتركة {سالبة مثلاً} إلا أن مشاعرهم نحو هذا الموضوع تختلف من شخص لآخر، كأن يكون الاول خائفاً والثاني مشمئزاً، والثالث كارهاً، ولذلك فإن معظم الدراسات والبحوث التي أجريت حول المكونات العاطفية و الإنفعالية للإتجاه النفسي كانت تدور دائماً حول عمق وشدة الانفعال الذي يصاحب سلوك الفرد نحو موضوع أو شيء معين (عبد العزيز إمام، مرجع سابق، ص 60-61).

وفي توضيح أكثر يمكن القول أن المكون العاطفي أو الوجداني يعود إلى مشاعر الشخص ورغباته حول قضية اجتماعية ما، أو قيمة معينة، أو موضوع ما، إما في إقباله عليه أو نفوره منه أي قد تكون الاستجابة سلبية أو إيجابية وهذا يرجع إلى الجانب العاطفي لكل إنسان، وأحياناً يكون هذا الشعور غير منطقي، فالقبول أو الرفض، والحب أو الكره قد يكون دون مسوغ واضح أحياناً (نشواتي عبد المجيد، مرجع سابق، ص 472)، أي بمعنى هل هذا الموضوع يجعل الإنسان إذا تعامل معه مسروراً أو غير مسرور، وهل هذا الشيء يعتبر مكروهاً أو محبوباً له بصفة خاصة، وعلى ذلك فالإنسان يتحرك في سلوكه وتعبيره طبقاً لذلك مع الإتجاه (عزیز ابراهيم، 2009، ص 2322)

#### 2.1.1. خصائص الإتجاهات :

يجمع العلماء الدارسون لعلم النفس الإجتماعي أن أهم خاصيتين في الإتجاهات هما أنها أولاً مكتسبة أي أنها ليست وراثية، ويتم عن طريق التعلم، وثانياً أنها تتميز بالثبات النسبي، أي أنها أقل عرضة للتعديل ولكنها تتعرض للتغيير على ضوء المتغيرات والظروف التي تحيط بالفرد ويتأثر بها .

وهناك العديد من الخصائص المتعلقة بالإتجاهات نذكرها فيما يلي :

1. الإتجاهات النفسية مكتسبة ومتعلمة وليست موروثية .
2. الإتجاهات لا تتكون من فراغ ولكنها تتضمن دائماً علاقة بين الفرد وموضوع من موضوعات البيئة .

3. تتعدد الإتجاهات وتختلف حسب المثيرات المرتبطة به (سناء حسن عماشة، مرجع سابق، ص 21)
4. قابلية للقياس والتقويم من خلال السلوك الملاحظ .
5. تتكون وترتبط بمثيرات ومواقف إجتماعية ويشترك عدد من الافراد أو الجماعات فيها .
6. يمكن التعبير عنها بعبارات تثير إلى نزعات إنفعالية .
7. نزعة فردية لا تشكل جزء من ثقافة المجتمع.
8. تتفاوت في وضوحها و جلائها فمنها ما هو واضح المعالم ومنها ما هو غامض (سامي محمود ملحم، 2012، ص319)
9. الاتجاهات توضح وجود علاقة بين الفرد وموضوع الاتجاه.
10. الاتجاه يتمثل فيما بين استجابات الفرد للمثيرات الاجتماعية من أنساق و اتفاق يسمح بالتنبؤ باستجابة الفرد لبعض المثيرات الاجتماعية المعينة .
11. الاتجاه قد يكون محدودا أو عاما .
12. الاتجاه يقع دائما بين طرفين متقابلين أحدهما موجب والآخر سالب هما التأييد المطلق والمعارضة المطلقة .
13. الاتجاه تغلب عليه الذاتية أكثر من الموضوعية من حيث محتواه (حامد عبد السلام، 1977، ص 145.144).
14. تتباين الاتجاهات من نمطها وشدتها، ويمكن تمثيلها بأنها خط متصل يمتد من التأييد المطلق {الإيجابية} إلى الحياد ثم يصل إلى المعارضة الكاملة {السلبية} .
15. تعمل الاتجاهات كموجهات سلوكية للفرد باعتبارها تمثل تهيء واستعداد وإمكانات لدى الفرد للاستجابة بطريقة معينة نحو موقف ما .
16. تتشكل الاتجاهات إزاء موضوع ما اعتمادا على المكونات التالية: المكون المعرفي والمكون الوجداني والمكون السلوكي، أي أنها ثلاثية الابعاد (درويش زين، 1999، ص 91).
17. ترتبط الاتجاهات بمثيرات ومواقف اجتماعية.
18. يغلب على الاتجاهات الذاتية من الموضوعية .
19. من الاتجاهات ما هو قوي يقاوم التعديل، ومنها ما هو سهل التعديل.
20. يتأثر الاتجاه بخبرة الفرد ويؤثر فيها .

21. الاتجاه قابل للقياس والتقويم بأدوات وأساليب مختلفة (المعاينة خليل، 2000، ص 162).
- وإذا كان علماء النفس قد قسموا خصائص الاتجاهات إلى هذا العدد الهائل من الخصائص فإنه يمكن أن نوجز أو نلخص خصائص الاتجاهات في النقاط التالية:
1. **الاتجاهات مكتسبة وليست فطرية** : أي أن الفرد يكتسب خلال حياته وما يمر به من خبرات، وهو يختلف عن العادة في وعي الفرد به، وفي مكان التعبير عنه بطريقة لفظية، دون أن يترجم هذا التعبير اللفظي إلى سلوك عملي فوري (عبد الله، معتر سيد، 1989، ص 40).
  2. **الاتجاهات ثابتة نسبياً** : كلما تعلم الفرد الإتجاهات في مراحل عمرية مبكرة ازدادت ثباتا فتصبح أقل عرضة للتعديل أو التغيير، ومع تقدم العمر تصبح هذه الاتجاهات قابلة للتعديل والتغيير في قوتها وثباتها، وذلك في ضوء المتغيرات والظروف التي تحيط بالفرد ويأثر بها (أبو جلاله، صبحي حمراء، 2007، ص 184)، كما تتصف الاتجاهات بالثبات النسبي لأنها تتعامل مع الموضوعات والقضايا بنوع من الثبات، فهي تستقر وتستمر بعد أن تتكون، إلا أنها تبقى قابلة للتغيير والتعديل نتيجة الخبرات التي يكوها الفرد في موقف معين، وتسمح درجة الثبات التي تتميز بها من استخدامها في التنبؤ بالسلوك في المستقبل (حسن الجبالي، مرجع سابق، ص 240).
  3. **الاتجاهات سلبية وإيجابية** : يمثل رضا الفرد عن موضوع ما أو شيء ما أو فكرة معينة اتجاهها إيجابيا في سلوكياته في حين يكون رفضه للموضوع أو الشيء أو الفكرة اتجاهها سلبيا و نظرا لأهمية الاتجاهات في حياة الفرد، إذ أنها تحدد أنواع السلوك الذي يمارسه، فقد اهتمت التربية بتكوين الاتجاهات السلبية عند الطلاب ولتحقيق ذلك اشتملت أهداف التربية الحديثة بتكوين الاتجاهات السليمة عند الطلاب، و ترى انه ينبغي على المعلمين السعي والاهتمام إلى تحقيق هذه الأهداف، فمن حق الفرد أن يتخذ موقفا حيال موضوع او حالة، فقد يقبل ما يواجهه من حالات أو افكار أو موضوعات بالارتياح أو السعادة، وقد يكون حياديا إزاءها كما أنه قد يشعر بالرفض وعدم قبولها (أبو جلاله، مرجع سابق، ص 185).
  4. **الاتجاهات اجتماعية** : توصف الاتجاهات بأنها ذات أهمية شخصية اجتماعية، تؤثر في علاقة الطالب بزملائه أو العكس، وعلى ذلك فإن للجماعة دورا بارزا في السلوك الفردي، وأن الطالب ربما يؤثر في إستجابة الطلاب الآخرين (زيتون عايش، 2010، ص 139).
- وتعتبر العلاقة التبادلية بين الفرد والآخرين هي عامل يشير إلى الإتجاه ونوعه، فكلما كانت العلاقة حميمة بينهما كانت الاتجاهات ايجابية بينهما، ويسلك سلوكيات مقبولة يرضى عنها، كما أن الأفراد

يعدلون من هذه السلوكيات والمشاعر لتنسجم مع تلك الاتجاهات (أبو جلاله، صبحي حمدان، مرجع سابق، ص 184.185).

**5 . الاتجاهات متقاربة في وضوحها :** فمنها ما هو واضح المعالم ومنها ما هو غامض، فمن الناس من يكون لديه اتجاه واضح نحو حزب معين فهو يعارضه ويعلم المآخذ الذي يعارضه بسببها، في حين نجد من الأفراد من يكون لديه اتجاه موجب نحو العلوم الطبيعية والتميز بين النواحي النظرية والتطبيقية (سنة حسن عماشة، مرجع سابق، ص 22).

**6 . الاتجاهات ذاتية في غالبيتها :** حيث تغلب عليها الذاتية أكثر من الموضوعية من حيث محتواها ومضمونها المعرفي ومثال على ذلك أن مجموعة من الأفراد قد يذكرون بألسنتهم بأنهم يؤيدون الديمقراطية أو الاشتراكية التعاونية ثم يكون لكل فرد منهم مفهومه الخاص عند هذه الموضوعات (سنة حسن عماشة، المرجع نفسه، ص 22).

**7 . الاتجاهات قوية وضعيفة :** فالاتجاهات القوية تكون شحنتها الانفعالية كبيرة وقوتها الدافعية لتوجيه سلوك صاحبها كبيرة، أما الاتجاهات الضعيفة فتكون شحنتها الانفعالية ضعيفة، ومن ثمة قوتها الدافعية لتوجيه سلوك صاحبها ضعيفة (أبو جلاله، صبحي حمدان، مرجع سابق، ص 185).

**8 . خاصية التناقض :** قد يكون لدى الفرد اتجاه واحد نحو شيء أو شخص أو موقف، ولكن قد يحدث ان تتصارع الاتجاهات الشخصية مع التوقعات الاجتماعية في موقف آخر، ذلك عندما يكون لدى الشخص اتجاهات متناقضة، كل منها تكونت من خلال خبراته الفردية، والاتجاهات التي ينبغي ان يعتنقها تبعاً لمعايير ثقافية، وطبيعي أن يلجأ الفرد في حل هذه الصراعات إلى عدة وسائل منها ما هو سوي، ومنها ما هو غير سوي .

**9 . خاصية التقييم :** يرى محمود ابو النيل أن اهم جانب من جوانب الاتجاه يكمن ويتركز في خاصيته التقييمية، إذ أن الشخص يكون "مع" أو "ضد" شيء ما، و يشار إلى التقييمات من خلال معتقدات ومساعي الفرد عن موضوع الاتجاه والاستعدادات السلوكية اتجاه موضوع الاتجاه أيضاً، ولهذا فإن بناء الاتجاه يتكون من مكونات معرفية وعاطفية وسلوكية، وتتضح خصائص الاتجاه من خلال بحث هذه النواحي وفحص محتواها وبناءها، وانطلاقاً من هذه الخاصية فإن الاتجاهات تعطي للحوادث معنى ودلالة، ويظهر ذلك إبان التغييرات والأزمات والهزائم، إذ تسمح المعتقدات بإعطاء دور جديد للفرد، ومن ثم بإعطاء مغزى للحياة (عبد العزيز إمام، مرجع سابق، ص 58.59).

### 3.1.1. أنواع الاتجاهات :

تختلف تصنيفات الاتجاهات النفسية الاجتماعية حسب الأسس التي يعتمد عليها علم النفس الاجتماعي، كما أن هناك من علماء النفس الاجتماعي يصنفون الاتجاهات استنادا إلى خصائصها ويعود هذا الاختلاف في تصنيف الاتجاهات إلى اختلاف تكوينها لدى الانسان لأسباب وعوامل نفسية، ورغم هذا الاختلاف في تصنيف الاتجاهات إلا أن علماء النفس الاجتماعي اتفقوا على تصنيف الاتجاهات وفق أسس معينة ومحددة تجمع كل تلك الاختلافات وهي كالتالي :

**1 . الاتجاهات العامة والنوعية :** على الرغم من انكار بعض العلماء وجود الاتجاهات العامة التي تنصب على النواحي الذاتية، إلا أن الأبحاث التجريبية تدل دلالة واضحة وصريحة على وجود الاتجاهات العامة، ومن أهم هذه التجارب تجربة هارتلي e.l hartley حيث قام بدراسة تجريبية للتعصب القومي، وقد وجد الباحث أن هناك جماعات تتعصب لكل شيء إلى درجة ما هو خيالي مما ينم عنه اتجاهات متناهية في عموميتها (فؤاد البهي السيد، 1999، ص 251).

كما دلت أبحاث كل من { تالب ودافنسون } أن الاتجاهات الحزبية السياسية تتسم بصفة العموم، وذلك عندما سأل حزبي الأحرار والمحافظين في بريطانيا عن التمييز العنصري والقومية والاستعمار والتسلح والسلام، كما، وجد هارتلي في دراسة حول التعصب ضد اليهود أن التعصب يتصف بالعمومية (سعد عبد الرحمان، 1985، ص 335-336).

وقد أثبتت تجارب كانتريل وضوح وجلاء تقسيم الاتجاهات إلى عامة ونوعية، فأما العامة فهي أكثر ثبوتا واستقرارا من النوعية، وأما النوعية فتسلك مسلك يخضع في جوهره لإطار الاتجاهات العامة (فؤاد البهي السيد، مرجع سابق، ص 251).

**2 . الاتجاهات الجماعية الفردية :** الاتجاهات الفردية هي تلك الاتجاهات التي تصدر عن فرد واحد حول موضوع معين يهيمه هو شخصا دون غيره من أفراد الجماعة، أما الاتجاهات هي تلك التي تصدر عن مستوى جميع أفراد المجتمع حول قضية أو موقف معين يهتم به جميع أفرادها، ويمتاز هذا النوع بالقوة والاستمرارية واستخدام العنف احيانا (السيسي شعبان، 2009، ص 180).

وكتفسير أوضح للاتجاهات الجماعية والفردية نقول أن الاتجاهات الجماعية هي تلك الاتجاهات التي يشترك فيها عدد كبير من أفراد المجتمع مثل اعجاب الناس بالبطولة أو اعجاب الشعب بقائده أو

زعيمه، أما الاتجاهات الفردية فهي تلك تميز فردا عن آخر، مثل اعجاب فرد بزميل له، أو اعجاب شخص بشيء معين (سناء حسن عماشة، مرجع سابق، ص 23).

ويمكن ملاحظة الاتجاهات العامة بين عدد كبير من الناس لهم اتجاه ايجابي نحو نوع معين من الأطعمة، كاتجاه افراد المجتمع السعودي نحو تناول الأرز { الكبسة }، وكذلك نلاحظ الاتجاهات الفردية في اختيار لون معين من ألوان الملابس لكل فرد من أفراد الأسرة الواحدة (حمزة مختار، 1992، ص 178).

**3 . اتجاهات عامة واتجاهات خاصة :** الاتجاهات العامة تكون معممة نحو موضوعات متعددة وتكون أكثر ثباتا واستقرار من الاتجاهات الخاصة التي تكون محدودة نحو موضوع نوعي محدد (أحمد سهير، 2001، ص 42).

والاتجاهات العامة هي التي لها صفة العمومية وتنتشر وتشيع بين أفراد المجتمع مثل الاتجاه نحو المبدأ القائل أن الوقاية خير من العلاج، والاتجاهات الخاصة هي التي تنصب على النواحي الذاتية مثل الفردية أو الاتجاه نحو الزواج أو الأفياء (سناء حسن عماشة، مرجع سابق، ص 23).

**4 . الاتجاهات الموجبة والاتجاهات السالبة :** يطلق على الاتجاه لفظ ايجابي إذا كان ينحو بالفرد اتجاه الموضوع ويفر منه، أي أنه يتسم بالقبول والموافقة على موضوع الاتجاه، أما الاتجاه السلبي فهو الاتجاه الذي ينافي بالفرد عن موضوع الاتجاه ويبعده عنه (أحمد محمد عبد الله، 1996، ص 70).

كما أن الاتجاهات الايجابية هي تلك التي تلقى الرضاء والقبول باعتناقها نظرا لتحقيقها رغبة أو غاية لدى الفرد، أما الاتجاهات السلبية فهي تلك التي تلقى الرفض وعدم القبول (السيسي شعبان، مرجع سابق، ص 180)

وقد كان هذا التصنيف { ايجابي وسلبي } أساس تعريف ثيرستون للاتجاه، فهو يعرفه بأنه "التعاطف مع أو ضد شيء سيكولوجي " وبسبب اصرار ثيرستون على هذا المحور للاتجاه وتطبيقه لهذا التعريف في مقاييس الاتجاهات التي قام ببنائها ظل هذا المحور أساسيا في أعمال علماء النفس المهتمين بدراسة الاتجاهات في نصف القرن الأخير، أيضا فإن مقاييس ثيرستون اعتمدت على سؤال المبحوثين رأيهم عن طريق الموافقة أو عدم الموافقة على قائمة من العبارات، ومن ثم فقد تأصل محور الايجاب والسلب في منهج البحث وأسلوبه أيضا، وقد سار ليكرت على نهج ثيرستون وقام ببناء مقاييس للاتجاهات تعتمد أيضا على موافقة المبحوثين أو معارضتهم على مجموعة من العبارات (فرج الكامل، 1985، ص 92)

5. اتجاهات قوية واتجاهات ضعيفة : تظهر الاتجاهات القوية عادة في السلوك الفعلي القوي والذي يعبر عن العزم والتصميم (حسن الجبالي، مرجع سابق، ص 239).

ويمكن معرفة الاتجاه القوي من خلال السلوك المبتهج من قبل الفرد أو الجماعة، فإذا كان السلوك حادا شديدا منفعلا كان الاتجاه الذي يختفي وراءه قويا والعكس بالعكس، ولا يتعلق الأمر بالاتجاه الفردي فحسب بل حتى الاتجاه الجماعي (عبد الرحمان المعايطه، 2000، ص 163)

ويعتبر الاتجاه القوي أكثر ثباتا، ومن الصعب تغييره، إذ أنه ينعكس على نزوع الفرد وتفاعله مع الآخرين، فالفرد الذي يمتلك اتجاهها قويا نحو الرذيلة نجده يثور وينفعل، وقد يتصرف بشكل عنيف إذا رأى سلوكا منحرفا (حسن الجبالي، مرجع سابق)

كما أن الاتجاهات القوية تشير إلى موقف الفرد من هدف الاتجاه وهل هذا الموقف موقفا حاسما أولا مثل الذي يرى المنكر أو عمل الشر فيعجب ويثور ويعارض ذلك بشدة ويحاول منعه (الدسوقي عبد الرحمان، د ت، ص 153)

ويذهب كانتريل في بحثه الذي نشره في سنة 1946 بعنوان شدة الاتجاه إلى أن قوة الجماعة الصغيرة التي يسيطر عليها اتجاه شديد حاد أبلغ اثرا في ديناميكية المجتمع من الجماعة الكبيرة التي لا يسيطر عليها نفس الاتجاه (فؤاد البهي السيد، مرجع سابق، ص 253)

أما الاتجاهات الضعيفة فهي الاتجاهات التي من السهل التخلي عنها وقبولها للتحول والتغيير تحت وطأة الظروف والشدائد (سناء حسن عماشة، مرجع سابق ص 24)، والاتجاهات الضعيفة تكتسب تحت تأثير ضعيف من وسائل الاعلام أو الأشخاص كما أنها اتجاهات من السهل أن يتخلى عنها الفرد نظرا لضعف شدتها، كما أنها تكتسب حول موضوعات أو مواقف بيئية ثانوية وقيمتها ضعيفة لدى الأفراد (عامر أحمد محمد، د ت، ص 113). والاتجاهات الضعيفة تكمن عادة وراء السلوك المتراخي المتردد، فمن كان يملك اتجاهها ضعيفا فقد يستنكر الموقف، ولا يثور أو ينفعل، والاتجاه الضعيف عادة ما يسهل تعديله أو تغييره (حسن الجبالي، مرجع سابق، ص 24).

وتشير الاتجاهات الضعيفة إلى موقف الفرد الضعيف والمستسلم والذي لا يستطيع المقاومة أو الاحتمال (الدسوقي عبده ابراهيم، مرجع سابق، ص 153).

6.الاتجاهات السرية والعلنية : الاتجاهات السرية هي تلك الاتجاهات التي يخفيها الفرد ولا يفصح عنها، وغالبا لا يتفق هذا الاتجاه مع معايير الجماعة وقيمها { التحليل النفسي } (سناء حسن عماشة، مرجع سابق، ص 23).

وفي هذا النوع من الاتجاهات يرغب الفرد في عدم التحدث عن اتجاهاته ويحتفظ بها في قرارة نفسه (الدسوقي عبده ابراهيم، مرجع سابق، ص 153)، وينكره إذا سئل عنه، ومثال ذلك الاتجاهات نحو التنظيمات المحظورة (حسن الجبالي، مرجع سابق، ص 239).

أما الاتجاهات العلنية فهي تلك الاتجاهات التي يظهرها الفرد دون حرج أو تحفظ، وهذه الاتجاهات غالبا ما تكون متفقة مع معايير الجماعة وقيمها الأخلاقية والسلوكية (سناء حسن عماشة، مرجع سابق، ص 23)، أي أن الفرد لا يخشى إعلانها هذه الاتجاهات مادام الجميع من أفراد الجماعة يتبناها، وهي تتوافق مع طروحاتها ومواقفها، ولذلك فالفرد في هذا النوع من الاتجاهات يسلك بمقتضاها في مواقف حياته اليومية دون حرج أو تحفظ، وهذا الاتجاه غالبا ما يكون متوافقا مع معايير الجماعة ومتوسط الشدة، حيث لا توجد ضغوط اجتماعية تحاول إيقافه أو كبتة، والاتجاهات المعلنة ترتبط بما لدى الفرد من معتقدات أو قيم سائدة في مجتمعه حيث لا يجد حرجا في إعلانها (فؤاد البهي عبد الرحمان، مرجع سابق، ص 258).

#### 4.1.1. وظائف الاتجاهات :

يتساءل دانيال كانز (Daniel katz) ماهي والوظائف التي تقوم بها الاتجاهات التي يكتسبها الفرد أثناء رحلة حياته، ويجب عن هذا السؤال في مقال مهم له بعنوان "المدخل الوظيفي لدراسة الاتجاهات"، ويذكر كانز أن هذا المدخل يساعد في معرفة وفهم الأسباب التي تجعل الأفراد يتمسكون باتجاهات معينة، وبمعنى آخر ما هي دوافع الفرد أو حاجاته التي تجعله متمسكا باتجاه ما ؟ وتوصل كانز إلى أن وظائف الاتجاهات تتعدد بالنسبة للأفراد المختلفين سواء في عدد الوظائف أو شدة إلحاحها كما قد تتباين تلك الوظائف في ضوء سلم الأولويات بالنسبة للأفراد المختلفين، وقدم كانز على ضوء هذه الدراسة أربعة وظائف للاتجاهات وهي: الوظيفة التوافقية، الوظيفة الدفاعية عند الذات، الوظيفة التعزيزية والوظيفة المعرفية (عزيز حنا داوود، تحسين علي تحسين، مرجع سابق، ص 21).

## 1. الوظيفة التوافقية : adjustment function

يبحث الانسان من خلال هذه الوظيفة في زيادة المثوبة وتقليل العفوية، وعليه يسعى في تنمية الاتجاهات التي تساعده في تحقيق أهدافه، فالطبيب المشهور ذو الدخل المرتفع يكون اتجاهها ضد تأميم الطب، على عكس الطبيب الناشئ الذي يكون اتجاهها مع التأميم ويعني هذا الاتجاه قد حقق أهداف الفرد ومراميه (المرجع نفسه).

ويعمل الفرد من خلال تبنيه هذه الوظيفة من الاتجاهات جاهدا للتكيف مع الجماعة ومع اتجاهاتها وذلك حتى يتمكن من تحقيق أهدافه وأهداف المنظمة التي ينتمي إليها، والفرد هنا يبحث عن القبول الاجتماعي في مجتمع لا بد له من أن يكيف نفسه مع اتجاهات ذلك المجتمع من أجل تحقيق التجانس والتوافق بينه وبين المجتمع الذي يعيش فيه (جابر نصر الدين ولوكيا الهامشي، 2006، ص 96).

وحسب كانز فإن الفرد يسعى عموما إلى الحصول على أقصى قدر من الجزاء وتقليل العقبات المتوقع من البيئة الخارجية إلى أدنى الدرجات، والاتجاهات حسب كانز هي في العادة الوسيلة التي عن طريقها يحاول المرء تحقيق أهدافه المطلوبة وتفادي النتائج السيئة، أو هي ردود الفعل العاطفية الناتجة عن تجربة الفرد السابقة في محاولة تحقيق وإشباع دوافعه، في هذه الحالة فإن الاتجاه بالنسبة للفرد يكون تبني ما يتحدد على أساس إدراك الفرد لمدى استفادته من هذا الشيء في الماضي (فرج كامل، مرجع سابق، ص 98)

## 2. وظيفة دفاعية للذات : ego.defence function

تخدم بعض الاتجاهات الخاصة بالفرد وتحميه، كميكانيزمات دفاع من الألم الداخلي، وتعد عملية استنباط إحدى العمليات التي تعزي فيها الآخر أو الآخرين ما يعدد لأنفسنا من خصائص غير مقبولة ومن ثمة نعد عن أنفسنا مثل تلك الصفات، فالطالب الراسب قد يعزو رسوبه لعدم كفاءة التدريس، وهنا يستخدم {ميكانيزم} التبرير كدفاع عن الذات التي لم تؤدي واجبها كما يجب أثناء الدراسة والاستعداد للامتحان (سناء حسن عماشة، مرجع سابق، ص 316).

ويسعى الفرد من خلال تبنيه هذه الوظيفة لحمل بعض الاتجاهات التي تتفق مع القيم والمثل التي يؤمن بها ويجد اتساعا بالتعبير عنها، فعندما يفصح عنها فإنه يعبر عن اعترافه والتزامه بها، ويشعر بالرضا

لأنه نجح في تأكيد الصفات الايجابية لفكرته عن نفسه بغض النظر عن الرضا الاجتماعي أو رضا الآخرين (سعد جلال، 1984، ص 169).

وهناك في علم النفس ما يسمى "ميكانيزمات الدفاع عن النفس" والمقصود بها الميكانيزمات التي يحمي بها الفرد نفسه من غرائزه وشهوته ونزعاته غير المقبولة، ويمكنه من التعرف على الظواهر الخارجية التي تهدد كيانه، وميكانيزمات الدفاع عن النفس هي أيضا الوسائل التي عن طريقها يقلل الفرد من قلقه المتولد عن هذه الشهوات أو الظواهر الخارجية، وباختصار فإن عدد أكبر من اتجاهاتنا يقوم أساسا بالدفاع عن الصورة التي كونها لأنفسنا من أنفسنا (سعد جلال، 1984، ص 169).

### 3. الوظيفة المعرفية : cognitive function

تساعد اتجاهات الفرد وتمده بمستويات من القيم والمعارف المتعارف عليها في مجتمع ما، ومن ثم يتمكن من إجراء تقويم شامل لتلك القيم والمعارف، فالمعرفة تنير الطريق أمام إصدار أحكام واتخاذ مواقف ايجابية، وعليه يصبح الفرد ذا أحكام متسقة فيزداد فهمه، وتستقيم استجاباته إزاء المثيرات البيئية و الاجتماعية الموجودة في محيطه (فرج كامل، مرجع سابق، ص 99) .

وهناك من يسميها بالوظيفة الاقتصادية، بمعنى أنها تلخص لنا معارفنا وتعطينا دليلا مبسطا وعلينا للسلوك المناسب نحو أشياء معينة، ففي الحياة كما هو الحال في العلم تكون الظواهر الأولية كثيرة لدرجة يصعب علينا جمعها ومعرفتها، لكننا نميل لتجميعها في أصناف ونربط بينها في علاقات ثم تكوين تعميمات تفيدنا، وتتكون من الأنماط المعرفية والمعتقدات التي تكون عالم اتجاهاتنا (سواء حسن عماشة، مرجع سابق، ص 22).

وتتصف هذه الوظيفة أيضا بالبحث عن المعاني ومحاولة الفهم والنزعة نحو التنظيم الأفضل للمدركات والاعتقادات حتى تتسم أفكار الفرد بالوضوح والاتساق، وهكذا فإن الانسان يفضل أن تكون معتقداته وأفكاره متسقة، وأن يؤدي ذلك إلى زيادة فهمه ومعرفته، وهذا بالتالي يؤدي إلى أن يستجيب الفرد وجدانيا و تقييميا نحو البيئة المحيطة بشكل يتصف بالثبات النسبي (عبد العزيز إمام، مرجع سابق، ص 84).

ويمكن من خلال ما سبق أن نذكر أو أن نحصر أهم وظائف الاتجاهات في النقاط التالية (فرج كامل، مرجع سابق، ص 99):

1. تنظم العمليات الادراكية والدفاعية والمعرفية حول بعض النواحي الموجودة في المجال الذي يعيش فيه .

2. يوجه استجابات الفرد للأشخاص والأشياء والموضوعات بطريقة شبه ثابتة.
  3. تبلور العلاقة بين الفرد وعالمه الخارجي.
  4. تيسر للفرد القدرة على السلوك واتخاذ القرار في المواقف المختلفة في شكل متسق دون اللجوء إلى التفكير المستقل في كل موقف.
  5. تعبر عن انطباع الفرد لما يسود مجتمعه من معايير وقيم ومعتقدات.
  6. تؤدي بالفرد إلى ان يدرك ويفكر بطريقة محددة إزاء الموضوعات .
  7. تحدد الاطار المرجعي للفرد والجماعة المرجعية التي يهتدي بها الأفراد .
- 5.1.1. تكوين الاتجاهات:**

يتفق علماء النفس أن الاتجاهات هي عبارة عن استجابات عاطفية ووجدانية شرطية تتكون من خلال التجربة السابقة والارتباط بين المنبه والاستجابة، فإذا أدى الارتباط بين منبه معين واستجابة معينة إلى حصول الفرد على جزاء، وإلى إزالة حالة القلق والتوتر، فإن ذلك يؤدي إلى استشارة عواطف ايجابية تتكرر في كل مرة يتم فيها هذا الارتباط المجزي، ومن ناحية أخرى إذا كان الارتباط بين المنبه والاستجابة يترتب عن ذلك تكوين استعدادات أو مشاعر أو اتجاهات ايجابية أو سلبية نحو الأشياء (حسن الجبالي، مرجع سابق، ص 241) .

كما يتفق علماء النفس أن الاتجاهات الاجتماعية لدى الفرد يتم اكتسابها، أي أنها مكتسبة وذلك عن طريق التفاعل الذي يحدث بين الفرد وغيره من أفراد المجتمع في مختلف النشاطات المشتركة التي تجمعهم معا، وتم اكتسابها أيضا من خلال التنشئة الاجتماعية والتعليم بمراحلها المختلفة، والمؤسسات الاجتماعية المختلفة كالأسرة والأصدقاء والأندية والتجمعات والنقابات وغيرها، كما يرتبط تكوين الاتجاهات بنشأة الاتجاهات لدى الفرد، بمعنى كيف يكون الشخص اتجاهه نحو الاستعداد لرؤية العالم من حوله بطريقة مستنيرة، وكيف يكتسب الاستعداد لتقليل بعض الاتجاهات والأشياء من حوله، ورفض البعض الآخر (الدسوقي عبده ابراهيم، مرجع سابق، ص 147).

وعلى ضوء ما تقدم يمكن القول أن الاتجاهات تتكون بصورة مختلفة، ومراحل مختلفة، كذلك تبعا لعمر الفرد وشخصيته وقدراته العقلية ومدى تفاعله مع بيئته فقد يكون الفرد راشدا ولكنه ذو شخصية أمعية تابعة (عبد العزيز إمام، مرجع سابق، ص 62)

ويرى بعض علماء النفس الاجتماعي أن هناك عدة شروط يجب توفرها لتكوين الاتجاهات وهي

كالتالي (سواء حسن عماشة، مرجع سابق، ص 25)

**1 . قبول نقدي للمعايير الاجتماعية :** عن طريق الإيحاء من أكثر العوامل شيوعا في تكوين الاتجاهات النفسية، حيث كثيرا ما يقبل الفرد اتجاهها معينا، دون أن يكون له أي اتصال مباشر بالأشياء أو الموضوعات المتصلة بهذا الاتجاه، فالإتجاه أو تكوين رأي ما لا يكتسب بل تحدده المعايير الاجتماعية العامة التي يكتسبها الأطفال عن آبائهم دون نقد أو تفكير، فتصبح جزء نمطيا من تقاليدهم وحضارتهم، ويصعب عليهم التخلص منه، ويلعب الإيحاء دورا هاما في تكوين هذا النوع من الاتجاهات، فهو إحدى الوسائل التي يكتسب بها المعايير السائدة في المجتمع دينية أو اجتماعية أو خلقية أو جمالية .

**2 . تعميم الخبرات :** إن الانسان دائما يستعين بخبراته الماضية ويعمل على ربطها بالحياة الحاضرة، فالطفل مثلا يدرّب منذ صغره على الصدق وعدم الكذب واحترام الأكبر منه عمرا، والطفل ينفذ إرادة والديه في هذه النواحي دون أن يكون لديه فكرة عن اسباب ذلك، ودون أن يعلم أنه إذا خالف ذلك يعتبر خائنا وغير آمن، ولكنه عندما يصل إلى درجة من النضج يدرك الفرق بين الأعمال الأخرى التي يوصف فاعلها بالخيانة، وحينما يتكون لديه هذا المعيار يستطيع أن يعممه في حياته الخاصة والعامة .

**3 . تمايز الخبرة :** إن اختلاف وحدة الخبرة وتمايزها عن غيرها يبرزها ويؤكدّها عند التكرار، لترتبط بالوحدات المتشابهة فيتكون الإتجاه النفسي، ونعني بذلك أنه يجب أن تكون الخبرة التي يمارسها الفرد محددة الأبعاد واضحة في محتوى تصويره وإدراكه حتى يربطها بمثلها فيما سبق أو فيما سيجد من تفاعله مع عناصر بيئته الاجتماعية.

**4 . حدة الخبرة :** إن الخبرة التي يصحبها انفعال حاد تساعد على تكوين الإتجاه أكثر من الخبرة التي يصحبها مثل هذا الانفعال، فالانفعال الحاد يعمق الخبرة ويجعلها أعمق أثرا في نفس الفرد و أكثر ارتباطا بنزوعه وسلوكه في المواقف الاجتماعية المرتبطة بمحتوى هذه الخبرة، ولهذا تكون العاطفة عند الفرد وتصبح ذات تأثير على أحكامه ومعاييره .

### 1.1.6. العوامل المؤثرة في تكوين الاتجاهات :

يجمع علماء علم النفس الاجتماعي أن الاتجاهات لا تتكون من فراغ، وإنما هناك من العوامل والمقومات ما يكفل تكوين الاتجاهات بمختلف صورها وأنواعها ويمكن تصنيف هذه العوامل حسب ما حددها هؤلاء العلماء كما يلي:

## 1. الأسرة :

تعتبر الأسرة من أهم العوامل في تكوين وتشكيل الاتجاهات، فالأسرة تعد المؤسسة الأولى التي تمكن الفرد من اكتساب اتجاهاته من خلال عملية التنشئة الاجتماعية، ويعتبر الوالدان من أهم العوامل المؤثرة في تكوين اتجاهات الفرد، حيث وجد أن أكثر اتجاهات الفرد تتأثر إلى حد كبير باتجاهات والديه وذلك من خلال عملية التطبيع الاجتماعي، وقد بينت الدراسات التي انصبت على طريقة تكوين التحيز الجنسي عند الطفل الناشئ أن اتجاهات التعصب ضد بعض الأجناس لا تكون موجودة عند الطفل الصغير وإنما تتكون بالتدرج عنده بعد أن يبدأ في التعرف على اتجاهات والديه ومعتقداتهما، وهذه الاتجاهات تبقى آثارها في شخصية الفرد وفي توجيه سلوكه حتى في الكبر وهذه الاتجاهات تبقى آثارها في شخصية الفرد وفي توجيه سلوكه حتى في الكبر (الجبالي حسن، مرجع سابق، ص 215)

ومن الدراسات التي توضح دور الأسرة في تكوين الاتجاهات كجماعة أولية دراسة نيكومب 1937 في مجلة "السوسيو مترى" عن: علاقة اتجاه الابناء بالآباء، وفي هذا المجال حصل نيكومب على درجات من حوالي 800 فرد عند آرائهم نحو الكنيسة والشيوعية والحرب، وكانت اعمارهم ما بين 14 و38 عاماً، كما حصل أيضاً على درجات آرائهم وأمهاتهم، ولقد وصلت معاملات الارتباط إلى {0.6}، {0.5}، {0.5} على التوالي نحو الكنيسة والشيوعية والحرب (عبد العزيز إمام، مرجع سابق، ص 65)

## 2. المدرسة:

يلعب التعليم دوراً بارزاً في تكوين الاتجاهات بداية من مرحلة الطفولة إلى غاية آخر مرحلة منه، فالطفل لا يكفي فقط بالتحصيل الدراسي من خلال المقررات التعليمية وإنما يساهم اتصاله وتفاعله مع أقرانه ومع معلميه وإدارة المدرسة التي ينتمي إليها في تكوين اتجاهاته، وفي هذا الإطار يتحدث جابر عبد الحميد عن دور جماعة الأقران في المدرسة في تكوين الاتجاهات قائلاً : لجماعة الأقران في المدرسة الثانوية قوة مؤثرة في تشكيل اتجاهات الطلبة لأن الطالب في هذه المرحلة قد يتأثر بسلوك أصدقائه أكثر مما يتأثر بقيم والديه ومعلميه، ويقول أن مهمة المدرسة هي دعم الاتجاهات الإيجابية، ومعالجة ما تعلمه الطالب من اتجاهات غير صحيحة سواء في جو الأسرة أم من زملائه، أو من مجتمع المدرسة وأيضاً ما يكتسبه من المجتمع الخارجي (مصطفى القطان، محمد علي، 1977، ص 179).

ويرى {منسي 1991، عدنان 2005} أن للمدرسة دور كبير في تنمية الاتجاهات الحسنة عند التلاميذ من خلال : (فالح مسلم الجسور، 2009، ص 2726)  
القدوة : حيث يلعب المعلم دورا كبيرا في نسبة اتجاهات طلابه كونه نموذج يحتذى به من قبل الطلاب من القول والفعل .

- تقديم الحقائق الموضوعية : من أهم وظائف المدرسة تقديم وتنظيم الحقائق عند التلميذ، فكلما كانت مصادر الحقائق أصلية كان تأثيرها اقوى من المصادر الثانوية .
- طريقة التفكير: لم يعد يجدي أسلوب الوعظ والإرشاد لمشكلة تواجه المعلم أثناء عملية التدريس، بل أصبح لا بد من التفكير الجاد مع الطلبة لحل المشكلة.
- الممارسة: تعد شرطا من شروط التعلم وتكوين الاتجاه ويقصد بها التكرار المعزز لاستجابة ما، وتكون الممارسة على شكل مناقشة أو قراءة أو زيادة أو كتابة تقارير وغيرها.
- المناقشة المشتركة : ويقصد بها أن يتم تنظيم جماعة من الافراد حول مائدة أو حلقة مناقشة وتكون لكل مجموعة قائد يدير المناقشة، حيث يأخذ كل فرد في المجموعة حقه في إبداء الرأي واحترامه .

### 3. الدوافع والحاجات:

تعمل الحاجات والدوافع والرغبات على تكوين وتشكيل الاتجاهات فهي تعتبر بمثابة القوى المحركة للفرد على العمل والنشاط، وهي التي توجهه نحو المواضيع والأهداف المرغوب فيها، كما أنها تحدد مدى استجابته للمؤثرات المحيطة به، خاصة تلك التي يحقق بها حاجاته (عبد الرحمان المعايطة، 2000، ص 177).

وهناك من الدارسين والباحثين في الاتجاهات من يرى أن الأفراد يطورون اتجاهاتهم من خلال معالجتهم ومواجهتهم للظروف التي تحيط بسلوكهم اتجاه تحقيق مستويات معينة لاتساع حاجاتهم المختلفة وهم يكونون اتجاهات ايجابية نحو الأشياء والمواقف والأفراد التي تساعدهم على تحقيق تلك الإشباعات والاتجاهات السالبة حيال الموضوعات التي تعلق تلك الإشباعات ويلاحظ أن اتجاهها ما قد يسهم في تحقيق مجموعة أهداف كما أن مجموعة من الحاجات قد تدفع إلى تكوين اتجاه ما (الصفطي، 1998، ص 358-359).

#### 4. المؤثرات الثقافية:

تلعب الثقافة دورا هاما في تشكيل اتجاهاتنا بما تشتمل عليه من نظم دينية أخلاقية واقتصادية وسياسية واجتماعية مختلفة، فالإنسان يعيش في إطار ثقافي يتألف من العادات والتقاليد والمعتقدات والقيم، هذه جميعا تتفاعل تفاعلا ديناميكيا يؤثر على الفرد من خلال علاقاته الاجتماعية مع بيئته سواء أسرته أو المدرسة، بمعنى اختلاف الجماعات التي ينتمي إليها الفرد في اكتسابه لاتجاهاته ومعتقداته، ويؤكد العلماء أن المدرسة بما تقدمه للتلميذ من ثقافة تساعد على تشكيل اتجاهاته (سناء حسن عماشة، مرجع سابق، ص 28)

ويرى الجبالي أن وجود إطار ثقافي عام في أي مجتمع لا يعني أن أفراده شخصياتهم متطابقة، ولكن لكل ثقافة شخصية أساسية مرجعية تعكس صورة القيم السائدة أو الصيغة النفسية للحياة الاجتماعية والثقافية كما أن للمنظمات الاجتماعية الفرعية تأثير داخل المجتمع و التي تكون الاتجاهات بالصورة الملائمة (حسن الجبالي، مرجع سابق، ص 245).

وهذا ما وجدته أبو النيل في دراسته عن الزوق بين عينة الوجه القبلي وعينة الوجه البحري في الاتجاه نحو تنظيم الأسرة، فلقد وجد في هذه الدراسة أن وسائل الاتصال الحضاري وتوفر الامكانيات الفنية ووسائل المواصلات التي بالوجه البحري عن الوجه القبلي لها علاقة بالاتجاه نحو تنظيم الأسرة إذ أن عدد من سمع عن تنظيم النسل في الوجه الحضري أعلى من عدده في الوجه القبلي، كذلك فإن النسبة المقبولة لمصادر الاستماع عن تنظيم الأسرة الآتية: مركز تنظيم الأسرة، الزملاء، الجيران، الصحافة، أعلى في الوجه البحري عنه في الوجه القبلي (عبد العزيز إمام، مرجع سابق، ص 68)

#### 5. الأنماط الشخصية العامة :

تؤثر بعض الصفات المزاجية والشخصية في تكوين الاتجاهات فتجعل الفرد محصنا ضد التأثير ببعض الاتجاهات في حين يكون عرضة للتأثر الشديد باتجاهات أخرى، وقد ذكر بليز 1959 أنه قد أجريت دراسة لفحص الارتباط بين صفات الشخصية الخاصة كالإنطواء والانبساط والاتجاهات، واتضح من نتائج هذه الدراسة أن صفة الانطواء تساعد على أن يكون الفرد أميل إلى تكوين اتجاهات محافظة، بينما تساعد صفة الانبساط على ان يكون الفرد أميل الى تكوين اتجاهات تقدمية ثورية وإن كان هذا لا يمثل قاعدة عامة (عيسوى عبد الرحمان، 1974، ص 144).

و بالإضافة إلى الاتجاهات التي يكتسبها الفرد عن طريق التنشئة الاجتماعية صغارا هناك الاتجاهات التي يكتسبها الأفراد كبارا عن طريق التحليل والتفكير، وهذا يكون عندما يحدد الفرد موقفا اتجاه موضوع أو مشكلة اجتماعية يدور النقاش، وهذا يفسر اختلاف الاتجاهات لدى الأفراد في الجماعة الواحدة (الصفطي، مصطفى محمد وآخرون، مرجع سابق، ص 359).

ويكون لنمط الشخصية الأثر الكبير في تبني الفرد لاتجاهاته نحو الناس والأشياء والموضوعات، فالعوامل الشخصية تعمل كعامل انتقائي وتجعل الفرد يتبنى اتجاهات معينة، ويرفض اتجاهات أخرى منذ البداية (حسن الجبالي، مرجع سابق، ص 245).

**6. ما يتعرض له الفرد من حقائق ومعلومات:**

تنمو الاتجاهات وتشكل تلبية للحاجات وتبعاً لما يتعرض له الفرد من حقائق ومعلومات، فقد يكون لدى الطلاب معلومات قليلة عن الحرب الكيماوية والبيولوجية لذلك فإنه لا تتكون عندهم اتجاهات نحو تلك الأمور، أما إذا نشرت إحدى الصحف سلسلة من المقالات عن حقائق هذا اللون من الحرب، وعرف الناس من خلال تلك المقالات الآثار التدميرية الشاملة التي تحدثها الغازات السامة على الأعصاب وكذلك الجراثيم والفيروسات، فقد ينمو لديهم اتجاه سلبي قوي ضد الحرب الكيماوية، وقد ينمو اتجاه موجب قوي نحو نزع السلاح والتحكم في تلك الأسلحة .

ومهما يكن من أمر فإن المعلومات قلما تحدد اتجاهها إلا إذا كانت في سياق الاتجاهات الأخرى السابقة، وأن المعلومات الجديدة غالبا ما تستخدم في تشكيل الاتجاهات التي تتفق مع اتجاهات سابقة وترتبط بها (سناة حسن عماشة، مرجع سابق، ص 29).

### 7.1.1. النظريات المفسرة للاتجاهات :

تتعدد وتتداخل وتتغير النظريات المعاصرة في تغيير الاتجاهات، وعلى الرغم من الكم الهائل من المعلومات التي قدمته هذه النظريات من كتب ومقالات علمية عن تغيير الاتجاه، فإن زيمبارد ووأبسور 1969 يوضحان أننا مازلنا بعيدين عن فهم كل ديناميات تغيير الاتجاهات، وهناك عدد من النظريات يوضح كيف يحدث تغيير الاتجاه، ولكل نظرية مركز ثقل مختلف عن الآخر، وعلى ذلك فإنها توضح بعض حالات من تغيير السلوك دون غيرها .

ويؤكد العالمان أن أصحاب النظريات أو الباحثين الذين يدرسون تغيير الاتجاهات لا يهتمون في المقام الأول بتغيير الاتجاهات، و الأصح أن الاهتمام الأول يكون منصبا على استخدام نموذج لتغيير

الاتجاهات لدراسة عمليات سيكولوجية أساسية وكيفية عمل المتغيرات ذات الصلة من الناحية النظرية، ومن ناحية أخرى فإن كثيرا من النظريات على درجة من الأقلية بحيث توضح على الأقل أنواع من المتغيرات variables التي يجب أن تهتم بها عندما تهدف إلى إحداث تغيير في السلوك (نفس المرجع الذكور، ص 92.93).

ونحاول من خلال هذا المحور أن نذكر أهم النظريات المفسرة لتكوين وتغيير الاتجاهات:

### 1 . النظرية السلوكية أو نظرية التحليل النفسي:

يؤكد أصحاب هذه النظرية وعلى رأسهم فرويد على دور خفض التوتر الناشئ عند الحاجة اللاشعورية في تغيير السلوك (عزيز حنا داود، تحسين علي حسين، مرجع سابق، ص 44).

أما بافلوف فيؤكد دور كل من المثير الشرطي والمثير الطبيعي في إمكانية إحداث السلوكيات الايجابية بدلا من السلوكيات السلبية، وعن طريق ذلك يتم تعزيز المواقف الايجابية كلما ظهرت لدى الفرد (سامي محسن الختاتنة، 2011، ص 154)، وتستند هذه النظرية أيضا إلى منطق التحليل النفسي في تفسير السلوك الإنساني بدوافع داخلية تحدها الحاجات الأساسية ضمن بنية الشخصية، وأن الفرد يجمع مشاعر الكراهية ضد جماعته ويبلور مشاعر الانتماء لها، مع توجيه مشاعر الكراهية والمقت إلى الجماعات الأخرى، ويرى البدرى أنه يمكن لاتجاهات الفرد أن تتغير في حالة دراسة ميكانيزمات الدفاع لديه، والحلول التي تقدمها، وكذلك الأعراض التي من خلالها يخفف الفرد من توتراته من خلال التحليل النفسي الذي يسعى إلى تبصير الفرد بأساس توقعاته المصطنعة وما يصاحبها من وجود اتجاهات القبول أو الرفض، وذلك في ضوء مبدأ الثنائية أو الازدواج عند فرويد، حيث يرى أن هناك قوتين دائمتين في حياة الانسان كالصواب والخطأ، والحسن والردىء، والموجب والسالب كما أن الانسان يواجه في حياته اليومية استقطابات واختبارات بين أفعال مختلفة تجعله يتخذ قرارات معينة، وأن المرء حين يقترب من القطب الموجب يكتسب خصائصه ويصبح لديه شحنة ايجابية نحوه (عبد الرحمان طلعت، 1991، ص 127).

### 2 . نظرية التعلم :

ينبني الافتراض الأساسي لهذه النظرية على أن الاتجاهات النفسية الاجتماعية متعلمة بنفس الطريقة التي يتم بها تعلم العادات وصور السلوك الأخرى، ومن ثم فإن المبادئ والقوانين تنطبق على تعلم أي شيء تحدد أيضا اكتساب وتكوين الاتجاهات، فالفرد يستطيع أن يكتسب المعلومات والمشاعر بواسطة عمليات الترابط أو الاقتتان بين موضوع ما، وبين الشحنة الوجدانية المصاحبة، فمثلا عندما يسمع الأبناء

من الوالدين والمدارس والتيلفزيون كلمة متعصب بنعمة غير عندما يسمعون أو يتعرضون لأشياء ايجابية أو محببة، ومعنى هذا أن المحدد الرئيسي في تكوين الاتجاهات هو تلك الترابطات التي يعايشها الفرد موضوع الاتجاه (درويش زين، مرجع سابق، ص 102)، وقد ركز علماء الاجتماع مثل "باندورة ووالترز" على أهمية مفهومين في عملية تكوين الاتجاهات وهي: التعزيز والتقليد والمحاكاة، حيث أشارا إلى أن الاتجاه سواء كان ايجابيا أو سلبيا يمكن أن يكون مثل باقي أشكال السلوك الأخرى، عن طريق ملاحظة سلوك النماذج اعتمادا على أنواع التعزيز المقدم، كما أن الآباء يقومون بدور كبير في تشكيل سلوك أبنائهم، وعلى ذلك يمكن أن يكون الآباء نماذج حسنة أو سيئة لأبنائهم وبخاصة في السنوات الأولى من عمر الطفل، بالإضافة إلى الأقران والبيئة المحيطة ووسائل الإعلام (عبد الله سيد معتز، 1989، ص 108).

ويرى هوفلاند **carl hovland** أن الاتجاهات النفسية متعلمة بنفس الطريقة التي نتعلم بها العادات الأخرى، فكلما يكتسب الفرد المعلومات والحقائق هو أيضا يتعلم المشاعر و القيم المرتبطة بهذه الحقائق، إذ يستطيع الفرد أن يكتسب المعلومات والمشاعر بواسطة عملية الترابط، وتتكون الترابطات عندما تظهر المنبهات في ظروف وأماكن متشابهة، فعندما يسمع الطلاب من أحد المدرسين أو الوالدين أو التيلفزيون كلمة نازي بنبرة عدوانية يربطون بين المشاعر السلبية وبين هذه الكلمة، وبالعكس عندما نتعرض إلى أشياء ايجابية كفيلم سينمائي به بعض الأعمال البطولية، فنحن نربط بين المشاعر الايجابية وهذا الفيلم (معتز سيد عبد الله، مرجع سابق، ص 293).

### 3 . النظرية المعرفية أو نظرية التنافر المعرفي:

يعتبر علماء علم النفس الاجتماعي أن ليون فستنجر {1957} هو من وضع أسس هذه النظرية ومؤداها أن ما يدفع المرء إلى تعديل أو تغيير اتجاهه هو وجود حالة من التنافر المعرفي، أي اعتناق الفرد لفكرتين أو اتجاهين لا يمكن الجمع بينهما من الناحية النفسية، أي أنهما على طرفي نقيض ويؤدي هذا التنافر إلى ضيق نفسي يخلق توترا لدى الفرد، يدفعه إلى محاولة التقليل منه أو القضاء عليه، هي فكرة منقولة عن نظرية دوافع السلوك التي نفترض أن حالة الجوع مثلا تخلق توترا بالمرء إلى الحصول على الطعام، ولكن وجه الاختلاف أن القوة المحركة في حالة التنافر دافع نفسي بينهما هي دافع فسيولوجي في الحالة الأولى عبد الرحمان المعاينة، مرجع سابق، ص 117).

والمعرفة في نظر أنصار هذه النظرية عنصر هام في الاتجاهات فهي تمارس مباشرة من خلال المعلومات المدركة في المحيط الاجتماعي، ويذكر "روكلان" أن الفرد يتلقى معطيات محددة فهي نتائج ذهنية

عاطفية يتخذها الفرد كمرجع للحكم على الأشخاص والمواضيع أحكاما ايجابية أو سلبية (P11. 1989 .maisonneuve.j)، ويؤكد أصحاب منحنى النظرية المعرفية كذلك أن الناس يبحثون عن التوازن أو التناغم والاتساق بين اتجاهاتهم وسلوكهم، وبشكل محدد يؤكد أصحاب هذا المنحنى على قبول الاتجاهات التي تتناسب مع البناء المعرفي الكلي للشخص (معتز سيد عبد الله، مرجع سابق، ص 302)، وفي السياق نفسه يعتبر " برونار وقودمان " أن عملية انتقاء المعارف يكون وفق نظام المدركات المعرفية عبر انتقاء المعارف فيتعود الفرد على تنظيم وتقويم المواضيع وهذه الوظيفة تمنح صفة التماسك للخبرة، كما تساهم في جعل مدركات العالم الخارجي ملتصقة ومنظمة، لان الفرد بحاجة دائمة لرؤية عالمه في ببيان منظم (p37 . 1998 .calsals.f.marie).

#### 4 . نظرية الاتساق (الاتزان) :

تتشرك نظريات الاتساق في تغير الاتجاهات مع نظرية الحكم الاجتماعي في تأكيدها على العمليات المعرفية، وتفترض هذه النظريات أننا على وعي باتجاهاتنا وسلوكاتنا، وأنا نود لو أن هذه الجوانب المختلفة من أنفسنا كانت متسقة بعضها مع البعض، ويحدث التغيير في الاتجاه عندما نحس بشيء من عدم الاتساق فيما بين معتقداتنا واتجاهاتنا .

تفترض نظرية الاتساق أشد جمع الناس لهم القدرة على التفكير و لكنها لا تفترض كون هؤلاء الناس عقلاء، والواقع أن مصطلحا نفسيًا *psychologie* يشير إلى العمليات التي يمكن بها أن تتغير اتجاهاتنا بحيث تصبح متسقة من الناحية النفسية المنطقية *psychologically* من دون حاجة ضرورية لاتباع القواعد الصارمة للمنطق الشكلي *formallogie*، فمثلا إذا علمنا أن التدخين يمكن أن يسبب السرطان، ومع ذلك نواصل عملية التدخين، فإن المعتقد هنا والسلوك الممارس يكونان غير متسقين، ولكن نحسم هذه الحالة الشاذة و غير المتحركة نتيجة عدم الاتساق، فإننا قد ننكر أن للتدخين أية علاقة بالسرطان لا من قريب ولا من بعيد، مثل هذا الاختبار لا يمكن اعتباره موقفا منطقيا تماما إذ يسمح ذلك الانكار بأن يظل سلوك الاستمرار في عادة التدخين متسقا مع الأفكار والمعتقدات لدى المدخن (سنة حسن عماشة، مرجع سابق، ص 102. 103).

ويعتبر هايدر 1946 heider وهو أحد مؤسسي هذه النظرية أن هناك حركة دائمة نحو التوازن ونزوع مستمر للابتعاد عن التغيير الذي يخلق لدى الأفراد نوعا من الضغط النفسي أو العاطفي، هذه

النزعة تسعى لفصل الاتجاهات التي تتعارض أو تتشابه مع بعضها البعض لتحقيق التوازن (kathleen velly.1991.46).

وفي تفسيره لهذه النظرية يعتبرها هايدر أن الاتجاهات هي نتاج نوعين من العلاقات بين الفرد والأشياء هما:  
الأولى : العلاقة المجردة في المشاعر أو أي موقف وجداني أو انفعالي .

الثانية : العلاقة المقرونة بالعاطفة مثلا علاقة الفرد نحو الأشخاص أو الأشياء المقرونة بالمشاعر الوجدانية والانفعالية مثل مشاعر الحب، الكره، القبول والرفض، فإذا كان هناك شخصان {أ} و {ب} يرتبطان بعلاقة ما، وتربطهما علاقة عاطفية بشخص ثالث أو شيء آخر، يعتقد هايدر أن الأفراد يميلون إلى نوع العلاقات المتوازنة وأن الاتجاهات تلعب دورا في توازن العلاقات أو عدم اتزانها (مربحي توفيق وبلقيس أحمد، 1984، ص 203).

### 5. نظرية الباعث :

تؤكد هذه النظرية على أن الاتجاهات تتحقق خلال عملية تقدير وموازنة بين كل من السلبيات والايجابيات، أي بين التأييد والمعارضة لجوانب الموضوعات المختلفة واختبار احسنها، وتتوقف نظرية الباعث على أساس "التوقع والقيمة" والتي تشير إلى أن الأشخاص يتجهون إلى الآثار الطيبة ويرفضون الاتجاهات التي تؤدي إلى آثار سلبية غير مرغوبة (درويش عبد الرحمان يوسف، 1999، ص 102).

واستنادا إلى هذه النظرية فإن الاتجاهات تتكون عن طريق عملية تقدير أو موازنة بين كل السلبيات والايجابيات، أي بين صور التأييد والمعارضة للأشياء أو أفراد أو مواضيع (درويش زين العابدين، مرجع سابق، ص 102).

### 6. نظرية البنائية الوظيفية :

انصب اهتمام أنصار هذه النظرية على توضيح وظائف الاتجاهات ومحاولة ربط هذه الوظائف بالعوامل الأساسية المكونة لهذه الاتجاهات وكذلك طرق تغييرها وكيفية إحداث هذا التغيير، كما يرى أنصارها أن تعديل الاتجاهات يجب أن ينسجم مع طبيعة المجتمع وواقعه وظروفه الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، كما يركز أنصار النظرية على ضرورة تلاءم وظائف الاتجاهات مع طبيعة تطور المجتمع وثقافته، ومدى حاجة المجتمع اليه، ويحاول هؤلاء الاعتماد في تحليلهم لوظائف الاتجاهات على الاهتمام في تحليل كل وظيفة على حدى، وهذا ما أشار إليه "تالكت بارسونز" حيث حاول بعضهم التركيز على الوظائف النفعية أو التكيفية للاتجاهات، كما أكد بارسونز على أهمية التوازن لأن الفرد في المجتمع يسعى لا

يجاد هذا النوع باعتباره دافع رئيسي يعطي اتجاهها لإدراكاته، ويجعل الفرد يقف مع من يحبه ويختلف مع من يكرهه (كامل مليكة، 1973، ص 80).

ويرى أنصار هذه النظرية كذلك على أنها هي أساس فهم الاتجاه وبالتالي القدرة على تغييره هو الأساس للاتجاه، كما ركزت هذه النظرية على أن هناك عوامل مختلفة لها تأثير على تغيير الاتجاهات منها العوامل الموضوعية والاتصالية، فعندما يعبر الفرد عن ذاته وقيمه، ومن خلال تعبير الفرد عن اتجاهه فإنه كذلك يحمي نفسه من الاعتراف بل هناك عوامل وحقائق مؤلمة وسلبية حول ذاته، أو حتى الآخرين المحيطين به (سامي محسن الختاتنة، 2010، ص 153).

ويرى كانز أن تغيير الاتجاهات تنطوي على أربع وظائف وهي : التوافقية، الدفاع عن الذات، المعرفة، التعبير عن القيم التي تصبح بمثابة هاديات للفرد، فبمجرد أن يشبع الفرد حاجته من إحدى هذه الوظائف فإنه يصبح من السهل تغيير الاتجاه (محمود شمال حسن، 2001، ص 200).

ومن جهته يرى سميث وجماعته أن للاتجاه خمس وظائف هي : وظيفة القيم، الاتساق، الاشباع، المجارة، والوظيفة المعرفية حيث أن الاتجاه يتغير إذا عبرت عن قيم معينة أو لتكون استجابات الفرد على درجة من الاتساق أو تشبع حاجة معينة، أو يحاول الفرد أن يجعل العالم المحيط به منظماً وذا معنى (محمود شمال حسن، نفس المرجع، ص 201 202).

### 8.1.1. طرق قياس الاتجاهات :

لقد أشارت البحوث والدراسات النفسية إلى وجود طرق عديدة لقياس الاتجاهات النفسية ومنها :

#### 1. الطرق التي تعتمد على التعبير اللفظي:

ويعتبر من أكثر الطرق تقدماً نظراً للاعتماد فيه على الاستفتاءات والحصول على الاجابات لعدد كبير من الأفراد (سامي محمد الختاتمة وفاطمة عبد الرحيم النوايسة، مرجع سابق، ص 171)، ويتكون المقياس اللفظي من عدد من العبارات (الوحدات) تختلف من حيث شدتها ومداهها، ويطلب من المبحوث أن يحدد موقفه منها سواء بالموافقة أو الرفض ويشترط في العبارات التي يتكون منها المقياس اللفظي أن يمثل موافق فعلية تترجم معنى الاتجاه ترجمة أقرب إلى الواقع، وتعكس ما يمكن أن يفعله الفرد فعلاً في هذه المواقف حتى يكون الاتجاه اللفظي مطابقاً للاتجاه الحقيقي للفرد (جلال عبد الوهاب، 1984، ص 244).

## 2. الأساليب الاستنباطية: progetive technique

تقوم الأساليب الاستنباطية على أساس ميكانيزم الاسقاط في نظرية التحليل النفسي أي على أساس الافتراض بأن تنظيم الفرد لموقف غامض غير محدد البناء يدل على ادراكه للعالم وعلى استجابته له 113، ولذا تتميز هذه الأساليب بأنها تواجه الفرد بمواقف غامضة تثير استجابات متعددة متباينة وقد تكون هذه المواقف عبارة عن صورة غير واضحة كما في اختبار بقع الحبر، أو صورة مبهمه كما في اختبار فهم الموضوع، أو عبارات ناقصة كما في اختبار التداعي الحر .

وتهدف هذه الاساليب إلى تهيئة الجو المناسب للفرد ليعبر عما في نفسه من أفكار واتجاهات دون أن يتبين حقيقة المقصود من تقديم المثير أو الدلالة الحقيقية لاستجابته، ولذا يعرف هذا النوع بالأساليب الإسقاطية لأن الفرد يسقط ما في نفسه من أمور خفية في استجابته لتلك المثيرات الغامضة 114، ونظرا لسهولة استخدام الأساليب اللفظية في قياس الاتجاهات العقلية عن الاساليب الإسقاطية، فقد شاع استخدامها في مجال البحث الاجتماعي أكثر مما عداها من الأساليب (جلال عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 245).

وتتميز الاختبارات الإسقاطية بأنها تكشف اضافة إلى اتجاه المبحوث بعض جوانب شخصيته والمرتبطة بهذا الاتجاه، ومن أنواع الاختبارات الإسقاطية نذكر: (أندور، ت. ج، 1983، ص 164):  
 أ. الاختبارات المصورة : وفيها تعرض على الفرد أو المجموعة بعض الصور ويطلب منه ذكر أو كتابة ما تعبر عنه كل صورة ولا شك أن نوعية الصور تتناسب مع الفرد أو المجموعة المراد قياس اتجاهاتها نحو موضوع معين .

ب . تكملة الجملة: وهنا تقدم للمبحوث بعض الجمل الناقصة ويطلب منه تكملتها بأول ما يرد إلى ذهنه، وقد تدور الجمل حول شعب من الشعوب أو مهنة من المهن.  
 ج . تكملة القصص: وفي هذه الطريقة تقدم للفرد قصة تدور حول قضية معينة ثم يطلب منه تكملة القصة.

د . الأسئلة الإسقاطية : وفيها يسأل الفرد أسئلة عديدة عن الموضوع المراد قياس الاتجاه نحو مثل ما الذي تفعله لو أصبحت مديرا عاما لمؤسسة ما ؟ .

هـ. أساليب اللعب : وغالبا ما تستخدم هذه الطريقة مع الأطفال في دراسة اتجاهاتهم عن طريق استخدام بعض ألعاب الأطفال والدمى التي تمثل الأصدقاء والوالدين والأطفال الآخرين، ويعبر الطفل أثناء اللعب عن اتجاهاته نحو هذه الشخصيات في مواقف اجتماعية معينة .

و. تمثيل الدور : وفيه يمثل الفرد موقفا اجتماعيا وبالإشتراك مع الآخرين كتمثيل الطالب دور المدرس، ولا تنحصر الفائدة من هذه الطريقة في دراسة الاتجاهات وقياسها، وإنما تستخدم هذه الطريقة كذلك كوسيلة علاج بعض المشكلات والاضطرابات النفسية .

وتواجه الأساليب الإسقاطية من فئات عديدة من السيكولوجيين بنقد شديد يصل إلى حد الرفض الكامل لها من عدد كبير منهم، باعتبارها تتضمن منبهات غير مقننة وغير موحدة المعنى بالنسبة للمفحوصين المختلفين بالإضافة إلى معايير تفسير الاستجابات عليها غير مقننة هي الأخرى، وتعتمد كثيرا على الذاتية، وحتى بين اتباع التحليل النفسي ممن يتحمسون بشدة للأساليب الإسقاطية ويأخذون بمفاهيم الإسقاط، نجد فروقا بينهم حتى الأنساق الرمزية التي يعتمدون عليها في تفسيرهم لنتائج هذا النوع من الأساليب، وهو ما يدعو على الرغم من الحجم الضخم من البحوث و الفحوص التي استخدمت فيها إلى الشك في قيمتها العلمية (صفوت فرج، 2007، ص 49).

وسنحاول في هذا المجال أن نعرض أهم الأساليب اللفظية المتبعة في قياس الاتجاهات :

### 1. طريقة المقارنة الزوجية : paired comparison

كان ثيرستون أول من استخدم هذه الطريقة في قياس الاتجاهات، وتعتمد في جوهرها على المقارنة بين موضوعين ثم تفضيل أحدهما على الآخر بالنسبة لهدف الاتجاه المراد قياسه، ويمكن استخدام هذه الطريقة للمقارنة بين أي عدد من الموضوعات على أن يقدم كل اثنين معا للحكم والمقارنة بينهما، فإذا أردنا أن نقيس اتجاهات الطلاب نحو مادتين أو جماعتين ليفضل إحداها على الأخرى، ثم نعرض عليه زوجا ثانيا وثالثا حتى تستغرق المقارنات جميع الاحتمالات الزوجية الممكنة، فإذا افترضنا أن لدينا أربع مواد أساسية هي الاجتماع وعلم النفس والإحصاء والبحث الاجتماعي، وأردنا قياس اتجاهات الطلاب نحوها باستخدام طريقة المقارنة الزوجية، فإننا نحصل على ست مقارنات هي :

1. الاجتماع وعلم النفس .

2. الاجتماع والإحصاء.

3. الاجتماع والبحث الاجتماعي.

4. علم النفس والإحصاء

5. علم النفس والبحث الاجتماعي .

6. الإحصاء والبحث الاجتماعي .

ولحساب عدد المقارنات نضرب عدد الحالات {المواد الدراسية} في {عددها 1.} ثم يقسم الناتج على

$$2، فإذا كان عدد الحالات = ن كان عدد المقارنات الزوجية الممكنة \frac{ن(ن-1)}{2} أي 6 = \frac{3-4}{2} (جلال عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 246).$$

ولما كان عمل المقياس لا يقتصر على ترتيب الوحدات بل يتعدى ذلك إلى تحديد الفترات، أي البعد بين الوحدة والتي تليها حتى يتسنى للباحث عند الحاجة اختيار وحدات متساوية البعد، فإذا كان الباحث يحتاج إلى تكرار البحث عدة مرات، ثم النسب المئوية لتفضيل أي موضوع بالنسبة لبقية الموضوعات، ويمكن بعد ذلك تحويل هذه النسب المئوية إلى درجات معيارية، وتجمع هذه النسب في كل عمود وبحساب متوسطها يمكن الحصول على مقياس مدرج مع الوقوف على بعد المسافات بين كل موضوع مثير وآخر في هذا المقياس، وتسمح هذه الطريقة على غيرها في أنها تسمح للفرد بالمقارنة بين موضوعين فقط في وقت واحد، إلا أن عيوبها تحتاج إلى عدد كبير من المقارنات الزوجية كلما زاد عدد الموضوعات المراد قياس الاتجاه نحوها (نفس المرجع، ص 246).

## 2. مقياس البعد الاجتماعي : social distance scale

ويسمى مقياس المسافة الاجتماعية، sociale distance وهو من أقدم الأساليب لقياس الاتجاهات، وقد أعده بوغاردس في أواخر العشرينات، وكان بوغاردس مهتما بقياس درجة تقبل الأمريكيين أو نبذهم للجنسيات الأخرى التي يزخر بها المجتمع الأمريكي، وقد اختار أن يقيس الاتجاه عن طريق تحديد المسافة الاجتماعية التي يود المفحوص أن يحتفظ بها بينه وبين الأفراد الذين يمثلون الجنسية أو القومية التي يسأل عنها المقياس، ومن هذه القوميات الزنوج والأتراك والانجليز والاييرلنديون وغيرهم (سناة حسن عماشة، مرجع سابق، ص 121).

ويحتوي مقياس بوغاردس على سبع عبارات تعبر كل منها عن موقف من مواقف الحياة الحقيقية، وتقيس مدى البعد الاجتماعي الذي يحسبه المبحوث نحو الشعوب المختلفة، فالشخص الذي يتقبل

شخصاً آخر لا يرغب في أن يكون بينهما بعد اجتماعي، بخلاف الشخص الذي ينفر من شخص آخر، لذا وضعت العبارات لتقيس درجة هذا التقبل أو النفور (جلال عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 246).  
ويجيب المبحوث حسب مقياس بوغاردوس على مقياس متدرج من سبع نقاط كما يلي: (سواء حسن عماشة، مرجع سابق، ص 121)

1. القرابة عن طريق المصاهرة { نقطة واحدة }

2. الزمالة في النادي { نقطتان }

3. الجوار والإقامة في نفس الحي { ثلاث نقاط }

4. قبولهم كمزلاء في العمل { أربع نقاط }

5. قبولهم كمجرد مواطنين { خمس نقاط }

6. قبولهم كزوار { ست نقاط }

7. الرغبة في طردهم من البلاد { سبع نقاط }.

وذلك على أساس أن العبارة الأولى تمثل أقصى درجة من درجات التباعد والنفور، وأن العبارات التي بين الطرفين تمثل درجات متوسطة بين التقبل الاجتماعي والتباعد الاجتماعي، ونلاحظ أنه كلما زادت درجة المفحوص على المقياس كان ذلك دليلاً على رغبته في إيجاد مسافة اجتماعية كبيرة بينه وبين الأشخاص موضوع الاتجاه والعكس صحيح، أي أنه كلما قلت الدرجة كان ذلك دليلاً على أن المفحوص يحاول إلغاء المسافة الاجتماعية بينه وبين الأشخاص موضوع الاتجاه (المرجع نفسه، ص 247)، وقد قاس بوغاردوس البعد الاجتماعي اتجاه الكوريين والانجليز والبولنديين والسويديين، فوجد أن الأمريكيين يتقبلون الشعوب بالترتيب الآتي: الانجليز - السويديين - البولنديين - الكوريين (جلال عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 248).

وفيما يلي نتائج تطبيق هذا المقياس بالنسبة للشعوب الأربعة في صورة نسب مئوية: 125

الشعوب	1	2	3	4	5	6	7
الانجليز	93.7	96.7	97.3	95.4	95.9	1.7	-
السويديين	45.3	62.1	75.6	68.00	86.3	5.4	1.00
البولنديين	11.00	11.6	28.3	44.00	58.3	19.7	5.7
الكوريين	1.00	6.8	13.5	21.4	23.7	47.1	91.1

ويلاحظ على المقياس ما يلي (سواء حسن عماشة، مرجع سابق، ص 122):

- إن عبارات هذا المقياس ليست متدرجة تدرجا متساويا أي لا تتساوى الأبعاد بين وحدات المقياس.
- لا يقيس هذا المقياس الاتجاهات الحادة مثل التعصب الديني .
- إن من يوافق على الوحدة الأولى من المقياس يوافق عادة على الوحدات الثانية والثالثة والرابعة والخامسة.

### 3. مقياس ثرستون :

تستهدف هذه الطريقة اختيار وحدات للقياس تمثل درجات مختلفة من الاتجاه بصورة يمكن معها تحديد قيم دقيقة لكل منها، وبحيث تكون متساوية الأبعاد، وقد طبق ثرستون هذه الطريقة أولا في قياس الاتجاه العقلي نحو الكنيسة، ثم طبقها بعد ذلك في قياس الاتجاهات نحو موضوعات أخرى متعددة مثل الحرب وتحديد النسل والعقاب البدني لجلال عبد الوهاب، مرجع سابق ص 250)، وقد استخدم ثرستون لقياس الاتجاه نحو الكنيسة، حيث اتبع في اعداد هذا المقياس الخطوات التالية :

1. قام أعوانه بجمع 170 عبارة تمثل درجات متفاوتة في الاتجاه نحو الكنيسة.
2. طلبوا من 300 حكم أن يصنفوا هذه العبارة إلى عشرة مجموعات تمثل سلما متدرجا من التأييد للكنيسة إلى رفضها.

3. وضع الحكام في المجموعة الأولى جميع القضايا التي يعتبرونها مؤيدة جدا للاتجاه في المجموعة الثانية جميع القضايا التي تعتبر بأنها تلي المجموعة الأولى في التأييد، وفي المجموعة الأخيرة يضع القضايا التي يعتبرها معارضة للاتجاه، أما في المجموعة السادسة التي تقع في الوسط فيضع فيها القضايا التي تعتبر محايدة، ثم استبعد العبارات التي يتفق المحكمون على وضعها النسبي بين أقصى درجات التأييد وأقصى درجات الرفض، وكانوا يستندون في التعرف على الوضع النسبي للعبارة، وحسب القيمة الوسطية لترتيب المحكمين لهذه العبارة، بمعنى آخر العبارة التي يرى نصف المحكمين أنها تقع في منزلة أدنى من منتصف المقياس والنصف الآخر يرى أنها أعلى يضع وزنها أو قيمتها الوسطية وهكذا(مقدم عبد الحفيظ، 2003، ص 247)

وقد قسم ثرستون خطوات تصميم المقياس إلى أربع خطوات : (الحسن إحسان محمد، 1982، ص 145).

### . الخطوة الأولى:

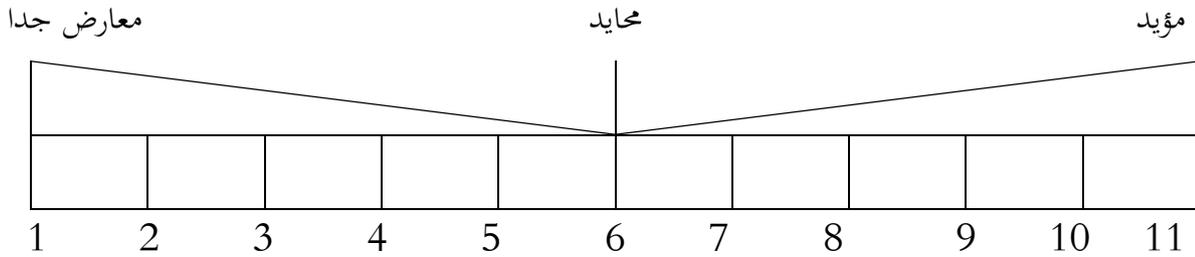
1. جمع عدد العبارات التي تمثل كافة الجوانب المتعلقة بالموضوع المراد دراسة أو قياسه {تغطي موضوع الاتجاه}.

2. أن تكون العبارات واضحة ودقيقة.
  3. يجب أن تمثل كل عبارة فكرة واحدة مستقلة.
  4. اختيار مجموعة من المحكمين على أن يكونوا من أصحاب الخبرة والاختصاص في الموضوع المراد دراسته وأن يعملوا بشكل منفرد.
  5. أن تكون العبارات متدرجة ضد التأثير القوي إلى الرفض الشديد مروراً بالحيد الذي يمثل وسط المدرج.
- . الخطوة الثانية:

1. عرض العبارات على المحكمين .
  2. يطلب من المحكمين تصنيفها على المدرج المكون من أحد عشرة مجموعة وفقاً لتسلسل وحدات المقياس.
  3. استبعاد الفقرات غير الصالحة والتي لا يتفق عليها المحكمون على تحديد وزن لها .
- . الخطوة الثالثة:

1. اجراء بعض العمليات الاحصائية لكل عبارة من عبارات المقياس على حدى لمعرفة مدى اتفاق المحكمين واختلافهم حول تقييم العبارات .
  2. تحديد الوزن الذي تستحقه كل عبارة من عبارات المقياس .
  3. اعتماد الباحث على تصنيف المحكمين للعبارات .
  4. توزيع العبارات في الاستمارة التي توزع على المبحوثين بشكل عشوائي .
  5. يطلب من المبحوثين وضع علامة أمام كل عبارة من عبارات المقياس، أو اعطاء درجات لكل اجابة .
- . الخطوة الرابعة :

1. يقوم بتصنيف الاجابات إلى 11 مجموعة، ولكل مجموعة حرف كما يلي في الشكل :



3. يعتبر متوسط الأوزان المتدرجة للعبارات التي اختارها المبحوث مقياساً لاتجاهه .

### مقياس ليكرت: **livert**

ارتبط المقياس باسم رنسيس ليكرت الذي قام عام 1932 بتصميم مقياس لدراسة المواقف حول الامبريالية والسلام العالمي، الزواج..... إلخ، ويعتبر مقياس ليكرت من أكثر مقاييس الاتجاه شيوعاً وأوسعها انتشاراً لامتيازها بالسهولة والدقة والموضوعية بالنسبة لمقياس ثيرستون، بلجوءه إلى طريقة أخرى يستعان فيها بالمبحوثين بدلاً من المحكمين ليحقق في نفس الوقت درجة عالية من الاتساق الداخلي والثبات ويسهل عملية تطبيقه (الحسن إحسان محمد، المرجع السابق، ص 147)، ويعتبر مقياس ليكرت نوع من أنواع التدرج، إذ أنه يعتمد على تدرج العبارة الواحدة بدل من استخدام العبارات المتدرجة كما هو الحال في المقياس السابق .

كما أن تدرج ليكرت يعتبر من المقاييس الأكثر استخداماً في مجال قياس الاتجاهات النفسية ذلك أن هذا المقياس لا يستهلك الجهد والوقت الذي تستهلكه طريقة ثيرستون، وبالإضافة إلى ذلك فقد وجد في كثير من الدراسات الميدانية، أي أن هناك ارتباطاً موجباً قوياً بين مقياس ليكرت ومقياس ثيرستون، وبمعنى آخر فإننا سوف نحصل على نفس النتائج تقريباً عند استخدام كل المقاييس، ومن هنا كان مقياس ليكرت أكثر شيوعاً واستخداماً في مجال قياس الاتجاهات (فؤاد البهي السيد، مرجع سابق، ص 268). ومن عيوب هذه الطريقة أن الدرجة النهائية التي يحصل عليها المبحوث لا تحمل معنى واضحاً، فقد يحصل على نفس الدرجة أشخاص كثيرون يختلف بعضهم عن بعض في اتجاهاتهم، ثم أن البعد بين وحدات المقياس ليس متساوياً فإذا حصل أربعة أشخاص على درجات 25، 30، 35 فإن الفرق في الاتجاه بين الشخص الأول والثاني لا يكون بالضرورة متساوياً للفرق في الاتجاه بين الشخص الثاني والثالث أو بين الثالث والرابع أوزاناً، وللتغلب على هذه الصعوبة لجأ بعض الباحثين إلى ترجيح مقياس ليكرت بإعطاء الفئات الخمسة أوزاناً تؤدي إلى جعله مقياساً متساوياً الأبعاد (جلال عبد الوهاب، مرجع سابق، 244 245).

### 5. طريقة جوتمان : **guttman**

تأثر جوتمان عن اقتراحه لهذا النوع من المقاييس بنكرة التدرج التراكمي أو تدرج المجتمع للاستجابات، بمعنى أنه يمكن لنا أن نعرف من خلال هذه الطريقة، وذلك في حدود 10 بالمئة من الخطأ، أي البنود التي أجاب عنها المبحوث، ولتوضيح هذه الفكرة لنفرض أنه عند تحديد وزن قطعة من الحديد

أشار الميزان إلى الرقم 50 فهذا يعني أن وزن القطعة هو 50 كيلو غرام، وعند قراءة هذا الرقم نعرف أن وزن هذه القطعة تعدى الـ 50 رقما ليصل إلى العلامة 50، وكذلك قطعة الخشب التي طولها 40 سم، لا بد أن تكون قد تعدى طولها الأربعين الأولى ليصل إلى هذا الرقم (فؤاد بهي السيد، مرجع سابق، ص 271).

ويراعي عند صياغة عبارات المقياس ضرورة تدرجها وتسلسلها، أي تكون اتجاهها واحدا فقط، وأن تكون مخصصة لقياس رأي وليس لقياس الحقائق وتقتصر الإجابة على أسئلة المقياس بالموافقة أو الرفض (نعم أولا) ولا توجد درجة الحياد، والفرض الرئيسي من هذا المقياس هو التأكد من أن الموقف (الاتجاه) المطلوب قياسه يخضع للقياس و التحديد ويكون التأكد من خلال النظر إلى طبيعة ردود أفعال المبحوثين إزاء جمل و عبارات المقياس، فإذا كانت ردود أفعالهم متناسقة ومتسقة consistent مع عبارات المقياس التي تعرض عليهم فإن المقياس صالح وجيد من حيث تصميمه والعكس صحيح (محمد د، محمد علي، 1989، ص 431)، ومما يؤخذ على طريقة جتمان في القياس أنها لا تضمن تساوي البعد بين وحدات المقياس، كما أنها لا تدل على وسيلة حاسمة لاختيار الوحدات الصالحة أو نظم فئات درجات إجابة هذه الوحدات، ثم إن من النادر أن يصل الباحث إلى المستوى الذي يتطلبه المقياس من التدرج في الظواهر الاجتماعية أو النفسية، ولذا فإن تطبيق هذه الطريقة لا يزال قاصرا على الاتجاهات الواضحة التدريج (جلال عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 255 256) "

## الفصل الثاني

### القنوات الفضائية الإخبارية العربية

## 1.2. نشأة القنوات الفضائية الإخبارية العربية

لقد أدى انتشار القنوات الفضائية إلى ظهور اهتمامات خاصة وملموسة بين المشاهدين، وعلى القائمين على صناعة التلفزيون التعبير عن هذه الاهتمامات الخاصة والاستجابة لرغبات الجمهور. ومع الثورة الرقمية والتطورات التكنولوجية، شهد المشهد التلفزيوني العالمي تحولاً سريعاً، حيث تم إنشاء قنوات متخصصة من حيث المحتوى وطبيعة الخطاب الإعلامي لتلبية الاحتياجات الذاتية للمشاهدين، مما ساعد في السعي لتلبية هذه الاحتياجات. أتاحت التطورات التي أحدثتها عمليات إطلاق الأقمار الصناعية تأسيس عصر الأجواء المفتوحة، فقد تطورت وظيفة التلفزيون إلى وسيلة اتصال فعالة يمكن تحويلها إلى مجال استثماري مربح، ومع نمو هذه المهنة، لقد أدت تحولات أنماط استهلاك مشاهدة التلفاز إلى نموذج إستهلاكي يمكنه التعايش مع النموذج القديم. (خضور أديب 1998، ص 56).

إن بدايات القنوات الفضائية العربية المتخصصة، من ناحية هو استجابة طبيعية لثورة الاتصالات الفضائية، ومن ناحية أخرى، ويرجع ذلك إلى تزايد عدد القنوات الفضائية الأجنبية التي تصل إلى المنطقة العربية، الأمر الذي دعا الحكومات إلى والشركات الخاصة لإنشاء قنوات فضائية عربية لجذب المشاهدين ومواجهة منافسة القنوات الأجنبية (طلعت المرصفي 1992، ص 30)، إلا أن عاملاً آخر لا يقل أهمية دفع المسؤولين عن الإعلام العربي للدخول في عصر الفضاء وهو امتلاك التقنيات الحديثة، وطرح العالم العربي إمكاناته جنباً إلى جنب مع القنوات الأجنبية في محاولة لتقديم رؤية عربية للأحداث في مواجهة الرؤية الأجنبية. (سامي الشريف 2004، ص 64).

ومن هنا ظهرت الحاجة الماسة لفضائيات عربية المتخصصة بالأخبار موجهة للجمهور المثقف أو جمهور متعطش للخبر وفق تطورات عديدة، حددها ألترمان Alterman العام 1998 بثلاثة تطورات رئيسية، قادت إلى ظهور وانتشار هذه الفضائيات العربية وهي: (خالد مجد الدين محمد، 2007، ص 108)

- حرب الخليج الثانية العام 1990.

- إطلاق جيل جديد من الأقمار الصناعية.

- ظهور فئة من المهنيين العرب المتميزين الذين يدرسون ويعملون في الغرب.

بداية ظهور القنوات الفضائية كمصدر للصور كانت خلال حرب الخليج الأولى عام 1990، عندما سيطرت شبكة CNN الأمريكية على معظم أحداث القتال بينما امتد بثها حول العالم وكانت

المصدر الرئيسي لوكالات الأنباء لنشر المواد عنها هكذا كان النجاح الذي حققته الجزيرة بعد سنوات، كان هذا هو التحول النوعي الذي أحدثته حرب الخليج الثانية للإعلام العربي، وهو نقطة تحول في رحلتها إذا جاز التعبير، وكانت فرصة جيدة للتوقف وإيجاد طريق جديد. لأنه بدأ في أعقاب حرب الخليج الثانية، دخل التلفزيون المسرح العالمي من خلال نجاح الإنترنت، وقد قامت قناة CNN الإخبارية الأمريكية بتغطية أحداث حرب الخليج على الفور، وقد حظيت War Live شعبية لدى المشاهدين في 150 دولة حول العالم. ومع اندفاع عشرات الآلاف من المشاهدين العرب لمتابعة قنوات البث الأجنبية والاشتراك وشراء أجهزة الاستقبال، بدأت تظهر الحاجة إلى إعلام جديد وسياسات إعلامية جديدة. (إمام شكري إبراهيم أحمد القطان، 2009، ص 77)

فإذا كانت الصورة في النصف الأول من القرن الماضي تتطلب جهودا كبيرة كي تصل إلى أجزاء داخل البلد الواحد، فإن عالم اليوم أصبح يعيش حالة انفتاح إعلامي بسبب ما حققه استخدام الأقمار الصناعية من تطور هائل في عصر الشبكات والفضاء المفتوح من خلال جعل عملية إيصال الصورة و الصوت و اللون إلى أي بقعة في العالم أمرا ميسورا لا يتطلب أكثر من جهاز استقبال تلفزيوني، حيث أصبح بمقدور أفراد الأسرة الواحدة أن يتعاملوا مع مئات من القنوات التلفزيونية الوافدة إلى منازلهم، وأصبح الفرد هدفا لكم من البرامج والمواد الإخبارية، الأفلام والمسلسلات بل إلى هجوم واسع من الإعلانات التي أخذت تطارده بما تقدمه من مزايا ومغريات لسلع وخدمات وبضائع، فيخضع هو وأسرته لضغوطاتها التي قد تكلفه إنفاق الكثير لكي يستجيب لبعض منها إرضاء وإشباعا لحاجاته ومتطلبات أسرته. (عبد الملك الدندان، 2006، ص 165).

إن القنوات الإخبارية العربية الوافدة للأحداث والحقائق السياسية، لأنها تتعلق بالعالم كله، تجذب المشاهدين للتعرف على الأخبار ومتابعتها، لقد وجد أن طريقة عرض الأحداث الرسمية الحية أو شبه الحية لا تحفز المشاهد على إظهار اهتمام كبير فحسب، بل تزيد أيضا من الاهتمام بالأحداث والحقائق شيئا فشيئا، والرغبة في معرفة المزيد منها، واهتمام الأخبار الواردة بالأخبار السياسية يزيد من عمق الحدث المحدد، حيث يتم صياغة هذا الخبر بلون معين، وأخبار اليوم هي ما تختاره القنوات التلفزيونية من بين الأحداث وتقدمه من خلال شاشاتها، واتضح أن هذه الأخبار و لأنها كانت تمثل حدثا معينًا تم اختيارها من بين العديد من الأحداث، كما تضمن هذه القنوات أن نسبة الجمهور لا ترحب بجو الأحداث العالمية بقدر ما ترحب بجو الآراء التي تعبر عنها هذه الأخبار، و ذلك لأن الأخبار لا تقتصر على الأحداث

والحقائق، بل تشمل التصريحات والآراء ووجهات النظر والتوقعات التي أدلى بها القادة والسياسيون والمفكرون.. (هادي نعمان الهيتي 2004، ص 70)

والواقع إن تأسيس المحطات الفضائية العربية الإخبارية كانت بدوافع ذاتية صرفة لا تختلف كثيرا عن دوافع إنشاء المحطات المحلية التقليدية، ولذلك لم تختلف سياساتها عن سياسة المحطات المحلية، وفي الأغلب تطابقت معها، فالرسالة لا تزال واحدة وذات طابع تقليدي تفتقد للشخصية المتميزة، فضلا عن عدم وجود خطة برمجية شاملة وعدم وضوح أهدافها وإهمالها للجمهور وعدم تلبية حاجاته بالرغم من محاولة إشراكه في بعض البرامج الخدمية والترفيهية.

وقد أضعف ذلك من قدرات هذه القنوات على جذب المشاهدين العرب في ظل تنافس قوي مع الفضائيات الوافدة التي تتميز بقدرات كبيرة مجال التغطية والتأثير والإنتاج الغزير الذي يستقطب المشاهدين. (عبد الرزاق محمد الدليمي 2005، ص 107).

وكان طموح الفضائيات الإخبارية العربية من خلال اتفاقياتها يهدف إلي: (حليمة عايش، 2016، ص 03).

- 1 - النقل الإذاعي والتلفزي بين الهيئات المختصة في الدول العربية.
- 2 - إنشاء قنوات مخصصة للبث التلفزيوني والإذاعي.
- 3 - استخدام قطاع الفضاء العربي للخدمات العامة والمهنية في مجال الاتصالات لجميع الدول الأعضاء في جامعة الدول العربية.
- 4 - مساعدة الدول العربية فنيا وماديا الدول العربية فنيا وماديا لإنشاء محطات أرضية وإجراء البحوث والدراسات الخاصة بعلوم تكنولوجيا الفضاء.
- 5- تشجيع الدول العربية على إنشاء صناعات لمعدات قطاع الفضاء والمحطات الأرضية.

ومنذ ذلك الوقت توالى الاجتماعات ورفعت التوصيات في هذا الصدد إلى أن أطلق القمر الصناعي العربي -عربسات- في فيفري عام 1985 مبشرا بدخول العرب عصر الفضاء لأول مرة. وكان الأمل معقودا في أن يلعب هذا القمر دوره في تفعيل آليات التفاعل الإخباري والبرامجي بين الدول العربية وزيادة التعاون الإعلامي الأوروبي الذي يحققه نظام التبادل الإخباري لشبكة "يوروفزيون الأوروبية (سامي الشريف 2001، ص 179) وبالفعل بدأت المحطات التلفزيونية العربية في تبادل الرسائل الأسبوعية والرزم الإخبارية إلا أن النتائج التي تحققت من خلال التبادل الإخباري بين الدول العربية لم ترق

إلى حجم التوقعات، ففي الفترة الممتدة بين 1990 إلى 1993 لم يتجاوز عدد الأخبار التي تم تبادلها عبر القمر الصناعي عربسات 2085 خيراً، كما أن معظم هذه الأخبار تتسم بطابع سياسي جامد يعكس توجهات الدولة المرسله ولا يخاطب متطلبات وحاجيات المشاهد العربي ومن هنا يمكن القول إن بدايات عجز إن لم نقل إخفاق العمل الإعلامي العربي المشترك ارتبط أولاً بالبيئة الاتصالية ممثلة في توجهات السلطة التي كانت ومازالت بعيدة عن تلبية الحاجيات الإعلامية للفرد العربي، وأن معالم ذلك الإخفاق مازالت قائمة لحد الآن في كثير من الدول العربية وعلى الرغم من تواضع حجم ونوع الخدمات التي قدمها القمر الصناعي عربسات في مجال تحريك التبادل الإخباري وتعزيز التعاون الإعلامي بين الدول العربية إلا أنه ظل يعكس تواجداً عربياً على الساحة الفضائية بشكل أو بآخر. (سامي الشريف، المرجع السابق، ص 179).

وفي مراحل لاحقة حاولت الدول العربية تطوير وسائل الإعلام الخاصة بها، خاصة في مجال إنشاء القنوات التلفزيونية الفضائية، ويمكننا أن نذكر حرب الخليج الثانية كعامل مهم في هذا التطور، فقد ساهمت في تكريس شهرة محطة CNN الأمريكية، كما أظهرت تلك الحرب الحاجة الملحة لحدوث ثقافات أخرى على "عربسات-1 سي" تم إضافته لتوفير تغطية جيدة للعالم العربي وأوروبا وأمريكا الشمالية في نفس الوقت.

يعتقد العديد من الخبراء الإعلاميين أن سبب إنشاء إم بي سي كان سلسلة من الأحداث المهمة التي سببها دخول القنوات العراقية إلى الكويت عام 1991، ونتيجة حرب الخليج قررت شخصيات مقربة من العائلة المالكة السعودية تدويل وجود المملكة وأسست مركز إذاعة الشرق الأوسط في لندن. (عبد الرزاق محمد الدليمي 2004، ص 86). نتيجة للحاجة التي حددها التطور السريع للعالم، وخاصة في مجال الاتصالات، لم يستغرق الأمر عدة سنوات حتى تمتلك الأقمار الصناعية العربية معظم قنوات فضائية، وعلى الرغم من أن بعض هذه الأقمار الصناعية كان لها قنوات متعددة، إلا أن معظم المشاهدين العرب لم يتابعوا سوى قناة رسمية واحدة وقناتين شبه رسميتين أخريين فقط، ووصل هذا العدد إلى أكثر من 400 محطة متأخرة، وأصبحت جميعها متاحة. (مركز دراسات الوحدة العربية، 2008، ص 123)

أما في مصر وفي عام 1990 ثم استئجار القناة غزيرة الإشعاع من القمر الصناعي العربي لمدة ثلاث سنوات مقابل مليوني دولار سنوياً وذلك تمهيداً لبث القناة الفضائية المصرية، ESC، وقد بدأت البث

الرسمي لها وفي 12 ديسمبر 1990 لتكون باكورة لعشرات القنوات الفضائية العربية التي سارعت الدول والمؤسسات المختلفة بإطلاقها. (سامي الشريف، المرجع السابق، ص 180)

وفي عام 1992 بدأت قناة أخرى بالبث وهي مجموعة ART وبدأت هذه المجموعة بداية جيدة، حيث قدمت خمس قنوات مخصصة للرياضة والأطفال والتنوع والأفلام للجمهور العربي في جميع أنحاء العالم. نظرا للطلب المتزايد على تأجير القنوات الفضائية العربية، أطلقت عربسات العديد من الأقمار الصناعية. بحلول عام 1992، انتهت صلاحية عمر اثنين من هذه الأقمار الصناعية، ودخل القمر الثالث مجال العمليات الفضائية في عام 1993. مع تزايد عدد القنوات الفضائية العربية، أصبحت أنشطة الشركة العربية للاتصالات الفضائية شائعة بشكل متزايد وعززت تصنيف الجيل الثاني من الأقمار الصناعية العربية ذات التكنولوجيا المتقدمة. تم إطلاق هذا الجيل من الأقمار الصناعية في منتصف عام 1996 تتمتع الأقمار الصناعية من الجيل الثاني بقدرة رقمية أعلى ووضوح إشارة ومناطق تغطية. (حليمة عايش، المرجع السابق، ص 5-6).

أما الجيل الثاني فيضم 34 قناة قمرية من بينها 22 قناة في الحزمة الترددية (سي) و 12 قناة في الحزمة الترددية (كي يو)، كما عرف الربع الأول من عام 1999 انطلاق القمر الصناعي العربي عربسات 13 في الحزمة (كي سي)، والذي خصص بالكامل للبث المباشر، وبما أن البث المباشر للأحداث يمثل تغييرا نوعيا وموضوعيا في وسائل الإعلام وتمكنوا من تحقيق نتائج أفضل في حياتهم القصيرة في العالم العربي أكثر من ذي قبل، فقد ساعد الجمهور على التحول بشكل متزايد إلى وسائل الإعلام والقنوات الفضائية المباشرة.

بدأت السعودية بإرسالها الفضائي مركزة على البرامج الثقافية والدينية بنقل الصلوات اليومية مباشرة من الحرم المكي وموسم الحج وخطب الجمعة والأعياد، ثم تابعت الدول العربية في إنشاء قنواتها الفضائية حتى أصبح لها قنوات ارتبط معظمها بوزارة الإعلام وجهات رسمية أخرى، فالكويتية بدأت بثها عام 1992، وقناة دبي الفضائية وتونس وأبو ظبي في العام نفسه، وشهد عام 1993 إطلاق القنوات الفضائية اللبنانية والأردنية والمغربية، والعمانية ثم 06 قنوات مصرية أخرى على القمر الفضائي (نيل سات). (عبدالله زلطة، 2010، ص 38)

في عام 1994 ظهرت قنوات فضائية عربية أخرى، وهي القنوات الفضائية الجزائرية والسودانية والموريتانية، وتم افتتاح القناة الفضائية السورية في عام 1996، وفي العام التالي تم إطلاق قناة بي بي سي

والقناة الليبية والقناة اليمنية وقناة الشارقة الفضائية في لبنان، أما في عام 1997 تم افتتاح قناة عجمان الفضائية، وتأخرت القناة الفضائية العراقية حتى عام 1998. (طه أحمد الزبيدي وآخرون، 2013، ص22)

في الواقع يكاد يكون من المستحيل حساب القنوات الفضائية العربية، ليس فقط لأن عددها يزداد من وقت لآخر، ولكن أيضا لأنه من الصعب معرفة أصول القنوات التي تبث باللغة العربية، ومع ذلك هناك كثافة متزايدة من المنافسة بين القنوات الفضائية العربية لجذب أكبر عدد ممكن من المشاهدين، ويتحقق ذلك من خلال استخدام مختلف الطرق والوسائل القانونية وغير المجرمة. وقد حققت بعض هذه القنوات الفضائية نجاحا وموثوقية كبيرين على المستوى العربي والدولي وهي بالفعل تستقطب المشاهدين، بينما تقتصر بعض القنوات الفضائية على مساحة صغيرة ولا تعيد بث القنوات الأرضية. (حسن علوان، 2008، ص 35).

### 1.1.2. تطور القنوات الفضائية الإخبارية العربية

إن انفتاح الإعلام العربي في السنوات الأخيرة صاحبه تزايد كبير في عدد الفضائيات العربية، التي حاولت أن تشق طريقها إلى الجمهور العربي بأساليب مختلفة، أهمها ب البالغ بتطوير خدماتها الإخبارية، لكي ترقى إلى مستوى خدمات الفضائيات الغربية التي كانت في ما مضى تشكل المصدر الإخباري الأول للمشاهدين العربية، ومع ذلك، فقد ساهم هذا التطور بشكل كبير في إعادة ربط المشاهدين العرب بالخدمات الإخبارية التي تقدمها القنوات الفضائية العربية، فقد تطورت الصحافة التلفزيونية العربية بعد حرب الخليج الثانية 1990-1991، وظهرت ضرورة لتحديث الرسائل التلفزيونية التي أضحت أمراً ملحاً وخاصة بعد العرض المتميز لشبكة CNN الأمريكية لأحداث هذه الحرب. (سامي الشريف، 2004، ص78).

وبرزت قناة الجزيرة القطرية بنشراتها الإخبارية المتميزة، والتي تمزج بين قراءة الأخبار، وعرض المقابلات، وسرد التحقيقات الميدانية، وتقارير المراسلين، فمن وجهة نظر المعايير المهنية الدولية لا نغالي إن عددنا هذه النشرة كأفضل إنجاز للصحافة التلفزيونية العربية في نهاية القرن الماضي، وأصبح من ضرورات العمل التلفزيوني اعتماد التقرير الإخباري من مندوب داخلي، أو مراسل خارجي خاص بالقناة التلفزيونية متدرب لديها، وعلى اطلاع تام أو كافٍ على سياستها العامة والتوجهات الخاصة لمخرجي البرامج الإخبارية، بعد أن كانت القنوات التلفزيونية خلال البدايات التقليدية للتلفزيون تعتمد على ما يردها من

أخبار، وحتى تحليلات من مراسلي وكالات الأنباء المعروفة والمتخصصة، كما أصبح من ضرورات العمل التلفزيوني المعاصر المزج بين مهمات التحرير، وتقديم النشرات، وظهور برامج سياسية متقدمة على نمط بعض البرامج الغربية، وإعلاميين عرب متميزين وقد تطورت الرسالة الإخبارية مع تطور دور المراسل الميداني، والذي تزامن مع إطلالة بعض القنوات الفضائية، وانتشار مراسليها في بقاع الأرض على أسس أكثر مهنية، ونشأت بحوث إعلامية راهنة لتحليل مضامين البرامج الإخبارية، بصفة بحوث وصفية أو مقارنة تركز على كيفية العرض، ونقد الانحراف عن الواقع، وخاصة عندما تبنى هذه البرامج لأحداث واقعية، وتكمن الغاية السوسولوجية لهذه الدراسات في الفصل بين الواقع الاجتماعي، وما يقدم بوصفه أخبارا، ومدى تأثيرها في الجمهور". (محمود جمال الجاسم، 2007، ص584)

وما من شك أن هناك العديد من العوامل والأسباب المهمة التي ساهمت في ارتقاء وتطور أداء القنوات الفضائية العربية ومنها على سبيل المثال: (عبد الرحمان عزي وآخرون 2000، العرب والإعلام الفضائي ص151).

- 1- ثورة الاتصالات في ظل العولمة والتطورات التقنية بما في ذلك الأطباق الفضائية، والتوسع في قاعدة الإعلام المرئي وجعله في متناول أكبر عدد من المشاهدين وبالتالي جعله أكثر تأثيرا.
- 2- مقاومة تحكم وكالات الأنباء العالمية الكبرى في مجال إنسياب الأخبار وفي تقديم تفسيرها المتميز أحيانا للأحداث التي تقع في منطقة الشرق الأوسط.
- 3- تأثير الحضور المهمين لشبكات الإعلام الغربية والأمريكية على الخصوص حتى ان نجاح شبكة مثل (C N N) كنموذج للسيطرة الإعلامية صار يمثل وجها آخر من وجوه الهيمنة الأمريكية.
- 4- توفير تقنيات متطورة للتواصل مع المراسلين مثل الهواتف المحمولة العاملة بواسطة الأقمار الصناعية واستخدام الشبكات والوسائط الاجتماعية عبر الأنترنت.
- 5- وجود اهتمام غير مسبوق في الوطن العربي بالفضائيات والاستثمار في الإعلام خلال العقود المنصرمة، مما أدى إلى إحداث... إعلامي كبير، برزت بعض مظاهره في تعدد القنوات العربية بصفة عامة والإخبارية بصف خاصة.

6- وجود واقع عرض وطلب من خلال الحروب والأحداث السياسية، اذ هناك تدفق لسيل من المعلومات والأخبار واستهلاك مفرط لهذا الكم الهائل المتوفر منها، فالواقع السياسي والإعلامي والعسكري والرغبة في متابعة الأخبار بشكل متواصل فرضا طلبا متزايدا على مصادر الإعلام العربي.

7- إكتساب الأخبار والتغطيات الميدانية خلال الحروب والأحداث السياسية أهمية بالغة وضعت القنوات العربية أمام مسؤولية كبيرة.

8- وجود الحاجة الملحة إلى التغطية الإعلامية العربية للحروب والأحداث العربية للمشاهد العربي من منظور عربي وبتشبع وفهم للواقع العربي.

9- توفر الإمكانيات المالية والتقنية الضخمة لبعض الفضائيات العربية لتغطية الأحداث أول بأول.

10- إيفاد العديد من المراسلين إلى أرض الحدث بحيث يتفنون في الوصول إلى الخبر وبثه، حتى أن بعض القنوات تملك مراسلين في جميع أنحاء العالم وبعثات تلفزيونية في مختلف المدن الكبرى.

11- ترسيخ بعض الفضائيات العربية لتقاليد صحافية جديدة، وانتهاج طرق تعامل مع الحدث تتسم بالاتصال المباشر مع المراسلين عبر الأخبار الصناعية والهواتف الجواله والتغطية المكثفة والنقل الفوري للأحداث والمؤتمرات الصحفية.

12- تشعبات المنطقة وتعدد الأزمات، جعلت هناك نوعا من الممارسات والتجارب المتراكمة في التعامل مع الأحداث ونقل المعلومات.

13- ترسيخ بعض الأحداث الأخيرة التي تشهدها المنطقة العربية للبعد الإعلامي في التعامل مع الحروب والأزمات.

14- تمادي واستمرار رؤية الإعلام العربي للعالم العربي من زاوية واحدة وبطريقة نمطية.

ووفقا لقانون إنشائها، فإن قناة الجزيرة، تعد قناة مستقلة ذات شخصية معنوية وربما كان القصد من التكييف القانوني لوضع القناة إبعاد الصفة الرسمية عنها على المستوى السياسي والمالي والإداري وربما خالف ذلك معطيات الواقع الفعلي في أداء القناة على مستوى التوجه والتمويل. (عادل عبد الغفار (2005) تقويم الأداء المهني للقنوات الفضائية الإخبارية العربية في ضوء أداء عينة من النخبة الإعلامية المصرية، المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية للعلوم والإعلام "الفضائيات العربية ومتغيرات العصر" الأكاديمية الدولية

لعلوم الإعلام ص343). وبالإضافة إلى دعم الحكومة القطرية للجزيرة مالياً، فإن القناة تعتمد على مصادر تمويل أخرى شأنها شأن العديد من القنوات الفضائية العربية، ومن هذه المصادر الإعلانات والهبات، وبيع المقابلات المشهورة، وتأجير المعدات والتجهيزات وعائدات الإشتراكات في النظام المدفوع كما هو الحال في الولايات المتحدة الأمريكية.

ويشير إدموند غريب إلى أن " الجزيرة " واجهت أزمة مالية حقيقية مع مطلع عام 2001 فلم يتبق من ميزانيتها سوى 24 مليون دولار، وهي هبة الأمير، واستطاعت أن تتجاوز الأزمة عن طريق الإعلانات وبيع بعض البرامج الوثائقية والتقارير، والصور الخاصة، وتأجير المعدات لمحطات أخرى وقد غطت نسبة 15% من مصروفات القناة في عام 2001. (مفيد الزيدى (2003) قناة الجزيرة، كسر المحرمات في الفضاء الإعلامي العربي، ص41).

وفي هذا السياق يشرح "هيومايلز" (Hughi Miles) الباحث الإعلامي البريطاني في كتابه الصادر بالإنكليزية تحت عنوان "الجزيرة" كيف تحدث الأخبار التلفزيونية العربية العالم، متوقفاً عند برنامج "الاتجاه المعاكس" ومواضيعه المثيرة للجدل، إذ يقول "إن الجزيرة لا تتكل على ربح الإعلانات، إذ قاطعتها الشركات المعلنة واتجهت إلى الفضائيات الممولة سعودياً، وقد رأى أن نجاح القناة تركز على جمهورها، وليس على تمويلها على اعتبار أنها مؤسسة خاسرة مالياً (...). ويذكر مايلز أن الحكومة القطرية تمويل القناة. (نحود القادري عيسى (2008) قراءة في الفضائيات العربية: الوقوف على تفوم التنكيك، ص122)

وجاءت قناة الجزيرة لتنافس قناة (C N N) الأمريكية وقناة (B B C) البريطانية وقد قامت الجزيرة على المحاور التالية: (عطوان فارس (2008)، الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، ص25-26)

### 1-تغطية الأخبار العالمية والدولية:

تقوم الجزيرة من خلال شبكة ضخمة من المراسلين المنتشرين في أنحاء العالم والذين يزيد عددهم عن 700 مراسل وصحفي، بالإضافة إلى تعاونها من كافة وكالات الأنباء العالمية، وهي تنقل الاحداث آجلا بالصوت والصورة مع اجراء حوارات فورية للتعليق على الأحداث ، وكان لها دور بارز في تغطية أحداث أيلول (سبتمبر) في أمريكا وحروب أفغانستان والعراق والخليج والمسيرات والمظاهرات والانتخابات، وتتابع الأخبار العالمية والدولية لحظة بلحظة.

### 2-المناظرات والمناقشات:

وتتم فيها استضافة الخبراء في استوديو الجزيرة في قطر مباشرة، وتدير معظم المناقشات والحوارات أيضا من خارج موقعها من خلال استوديوها المتشرة في العالم عن طريق الربط بينها وبين المركز بواسطة الأقمار الصناعية.

### 3-أخبار المال والاعمال:

تقدم الجزيرة نقلا من لندن وواشنطن آخر أخبار أسعار العملات والموارد المالية في أسواق البورصة العالمية مع تقديم تحليل اقتصادي حول أسعار العملات والبورصات في العالم.

4-أخبار الرياضة: تنقل الجزيرة الأحداث الرياضية مباشرة مع تقديم عرض لأحداث الأخبار الرياضية العالمية .

5-البرامج التعليمية الوثائقية: تقوم الجزيرة بتقديم البرامج التعليمية والبرامج الوثائقية إضافة إلى عرض

الأفلام حول العلوم الطبيعية والعلمية والتقنية وتاريخ حياة بعض المشاهير والرواد من العلماء والمبتكرين في

جميع مجالات الحياة مثل شاهد على العصر، وتجربة حياة للكاتب محمد حسنين هيكل، وبرامج دينية.

وقد حددت ماجدة موريس نائب رئيس تحرير جريدة الجمهورية المصرية في ورقة عمل لها بعنوان المشاهد

العربي والثورة الإعلامية قدمتها خلال مؤتمر وسائل الإعلام والتغيير في العالم العربي المنعقد بالعاصمة

الأردنية عمان في الفترة ما بين 27 و 01 مارس 2002 حررت خمس أسباب وراء تفضيل المشاهد العربي

لقناة الجزيرة وهي كالتالي: (مكي محمد مكي (2016) المدن الإعلامية الحرة، ص111-112).

1- لأنها أول قناة فضائية إخبارية متخصصة تحقق في قوة اندفاعها نجاحا كبيرا.

2- كونها تتمتع بإمكانيات و تقنيات عالية كفلت لها مقدرة الحركة السريعة والنشطة واستخدام كافة

الوسائل المتاحة لتوفير المادة الإخبارية وخدمتها بأسلوب يضاھي في كثير من الأحيان قناة (C N N)

من حيث التغطية المشبعة ومن موقع الحدث، وبجيش من المراسلين في جميع أنحاء العالم وفي أماكن لا يوجد

فيها مراسلون القنوات عديدة عربية وعالمية.

3- كونها تتمتع بحرية أكبر من القنوات الحكومية العربية، مهما كانت نسبة هذه الحرية، وخاصة أن المواطن

أصبح لديه شكوك فيما يصدر من المؤسسات الإعلامية التي تدور في فلك السلطة مهما كان ما تقدمه

قويا وجريئا.

4- أثبتت أنه من الممكن نجاح قناة تلفزيونية دون أن تعتمد على الدراما والمنوعات، وأن المادة الإخبارية

والوثائقية يمكن أن تكفي للاستحواذ على المشاهد إذا ما أحسن عرضها وتقديمها.

5- استطاعت أن تكسر أغلب قواعد الخطر في طرح موضوعات برامجهما، بحيث غلب على خطها السياسي الصعود في نوع المواجهات بين ضيوفها، مما يعتبر ترجمة لشعارها (الرأي والرأي الآخر) فحققت صيحة مطلوبة بعد طول فشل وعجز في تناول القضايا السياسية العربية والدولية بحرية حقيقية.

## 2.1.2. تطور صناعة الأخبار العربية

لم يكن تطور الأخبار في الفضائيات العربية مجرد صدفة، ارتبطت بواقع الإعلام العربي، بل كان نتيجة جملة من التغيرات أهمها تحول الأخبار العربية إلى صناعة قائمة بذاتها وقد اعتبرت الباحثة نهي ميلر، وهي صحفية من أصل مصري في كتابها المعنون ب ثورة في صناعة الأخبار العربية قادتها علبة الكبريت الذي تقف فيه على أحوال الصحافة العربية واعتبرت نهي ميلر - وهي أستاذة للإعلام العربي في معهد دراسات الشرق الأوسط بجامعة كوبنهاجن بالدانمارك ظهور القنوات الفضائية العربية، وبالتحديد قناة الجزيرة التي صارت محط أنظار الميديا العربية، والجمهور خصوصا فيما يتعلق بتغطية موضوعات الحرب بدءا بأفغانستان وصولاً إلى العراق، كان هذا الظهور على حد تعبير ميلر سببا في أن يجعلنا ولأول مرة نرى الحرب من خلال عيون العرب"، ثم توالى ظهور القنوات، ففي عام 2000 ظهرت قناة أبو ظبي العربية الفضائية" (سهير عبد الحميد)

وترى" ميلر أن ميديا الأخبار تخطو خطوات تطويرية، لا تنقطع منذ حرب الخليج عام 1991 حيث كانت ال"سي أن أن" وال" بي بي سي" هما عيون العرب على أحداث الحرب، ولكن تعدد القنوات العربية جعلها تنافس القنوات الأجنبية في تغطية الحرب والأزمات في المنطقة، وقد أثمرت المنافسة العربية الإقليمية بين القنوات العربية غزارة في البرامج الحوارية السياسية، التي تلحق بالعديد من مقالات الرأي في الميديا المطبوعة.

وترى ميلر أن هناك تقاربا في قيم الأخبار بين الإعلام العربي، وميديا الأخبار الأمريكية والذي يبدو في تبني بعض القيم الإخبارية مثل الفورية في إذاعة الخبر، والتقارير الحية التي تقدم علي الهواء، والاستخدام الواسع النطاق للخبراء والصحفيين، باعتبارهم مصادر جيدة تعتنق الفكرة الغربية للموضوعية، بصورتها جانبي القصة، والمضمون محتوى الموضوع، وترفض ميلر فرضية أن إخبار المواطنين كاف لضمان مشاركتهم

السياسية، فهذه المشاركة تقع تحت ضغط عوامل أخرى مثل الدخل والتعليم، وبالتالي فمن الضروري أن نتذكر أن الأخبار لا يمكن أن تصبح بديلاً للمعرفة العامة الأكثر شمولاً.

وترى المؤلفة أن المنافسة الساخنة بين القنوات الفضائية الجديدة، قد تفضي إلى تقديم المزيد من البرامج الحوارية السياسية، لكن مثل هذه الحوارات عادة ما تتناول قضايا الدول الأخرى، وليست قضايا بلادهم الداخلية، ويسمى فاندي (2000) هذه الظاهرة بـ "أي مكان غير مكاننا". وتعني أنه إذا أراد المصريون معرفة شيء عن مصر، فإنه من الأفضل لهم مشاهدة الجزيرة، في حين نجد أن الأنسب للقطريين قراءة الصحف العربية من خارج قطر كي يطلعوا على ما يجري داخل قطر، ويوجز المواطن القطري هذه المشكلة في قوله: إن معلوماته عما يجري خارج قطر أكثر قوة من كل المعلومات التي لديه عما يجري بالداخل.

لكن الشيء الجيد هو أن القنوات الفضائية تمكنت من نشر الشعور بالمنافسة بين جميع القنوات وهذه المنافسة أسفرت عن منفعة عامة؛ ركزت القنوات الفضائية بشكل لائق على قضايا السياسة الخارجية، بينما تمكنت القنوات الأرضية إلى حد ما من التركيز على السياسة الداخلية، وخاصة القضايا الاجتماعية التي كانت من المحرمات في الماضي. (سامي الشريف مرجع سبق ذكره، ص 82)

القواعد العامة في نشرات الأخبار التلفزيونية

يحرص المسؤولون في حقل الأخبار على الالتزام بجملة من القواعد العامة التي تعينهم في أداء مهمتهم، فهم محكومين دائماً بالإيقاع السريع في مجال عملهم، إذ أن أي آخر قد يجعلهم متخلفين عن باقي المحطات المنافسة، لذلك يضعون نصب أعينهم مجموعة من القواعد التي يمكن أن نعملها في الآتي: (مي العبد الله (2006)، التلفزيون وقضايا الاتصال)

**1- موعد النشرة:** الذي يحدد عادة في وقت ثابت يوميا وتلتزم إلى المحطة مع مشاهديها، وتحرص على ألا تتجاوز أو تتقدم عليه وذلك حتى لا تسبب لمشاهديها أي إرباك في متابعة نشرتها وتتوفر المحطات من تثبيت موعد النشرة أن تحقق جملة من النقاط تقف في مقدمتها:

(أ)- أن تكون إذاعة الأخبار في فترات رئيسية يمكن أن تحور الاصغاء والاستماع من أكبر قدر من الجمهور، وهي الفترات التي يطلق عليها (فترة الذروة) في الاستماع أو المشاهدة.

(ب)- إن تحديد مواعيد معينة لإذاعة نشرات الأخبار يسهل انتشار المواد الإخبارية المذاعة في فترة زمنية مركزة، بدلا من بعثتها في فترات متفرقة مما يفقدها الهدف الأساس المتوخى من إذاعتها.

(ج)- إن تذبذب وعدم الثبات والاستقرار في إذاعة المواد الإخبارية يفقد التلفزيون جمهوره، فلقد تأكد أن تثبيت أوقات إذاعة الأخبار في مواعيد معينة من الأمور التي توطن العلاقة بين المحطة والمشاهدين.

**2- زمن النشرة:** يجب أن تلتزم النشرة يوميا بزمن ثابت تحاول المحطة أن تقدم خلاله الأخبار مع ما تشتمل عليه من أفلام وتقارير كأن يوزع ربع ساعة أو نصف ساعة وذلك بحسب السياسة التي تسير المحطة بمقتضاها، إذ لا يجوز التباين في الأوقات بالنسبة للنشرة بين يوم وآخر، لأن ذلك يعني عدم كفاءة محوري النشرة، أو عدم احترام وقت المشاهدين.

**3-مقدم النشرة الموسيقية:** إذ تستخدم المحطات مقطوعة موسيقية تعتبرها دائما اللحن المميز لنشرة الأخبار ويجب أن تثبت هذا اللحن ولا يسمح بغيره، بحيث يرتبط في ذهن المشاهد بالمادة التي سيرها.

**4-التنوع في النشرة:** فالصورة تحتل جانبا مهما في النشرة الإخبارية إذ لا بد من استخدامها لتوضيح الخبر مما يسهل على المشاهد استيعابه، كما ترجع أهميتها إلى أنها أقوى وسيلة للإيضاح والإقناع.

**5- السبق الإخباري:** وينبغي أن يكون السبق قيمة محترمة في العمل الإخباري، لأنه من بين الوسائل التي تثبت العلاقة بين المحطة والمشاهد الذي يمكنه أن يسحب ثقته إلى الأبد، إذا اكتشف أن هناك عملية حجب أو تمويه للأخبار عنه.

**6-سلامة الذوق:** حيث تحتاج نشرة الأخبار التلفزيونية إلى ذوق سليم على اختلاف طباعهم ومستوياتهم من حيث النضج والتفكير والشخصية، لذلك ينبغي تجنب عرض الصور والمواضيع المفزعة أو المؤذية للشعور و إذا دعت الضرورة إلى إذاعة خبر مثير فيجب أن يراعى في تحريره استخدام الكلمات المخففة بحيث لا يذاع ما يدعو إلى الخجل طالما أن جمهور الشاشة يضم خليط بين الرجال والنساء والأطفال.

ويرى المختصون في مجال صناعة الأخبار أن هناك العديد من العوامل التي أدت إلى تطور إنتاج المضمون الإعلامي في القنوات الفضائية الإخبارية العربية وهي كالتالي: (نصر الدين العياضي (2004)، وسائل

الإعلام والمجتمع، ص56).

-التطور التكنولوجي الذي صاحب عملية انتاج لأخبار مع نهاية الخمسينات إلى مطلع الألفية الثالثة حيث اصبح الإعتماد على التكنولوجيات الرقمية سمة ملزمة لإنتاج النشرات الإخبارية في القنوات التلفزيونية، مما أحدث تحولات جذرية في شكل وطريقة عرضها عن طريق تخصيص حيز كبير للمادة المحصورة، وتركيز الاهتمام عليها.

- تحول عملية إنتاج الأخبار إلى صناعة تخضع إلى متطلبات السوق الإعلامية التي في مقدمتها الدخول في المناقشة مما رفع إلى الاستعراض في نقل الأحداث والقضايا، الأمر الذي فعل من عامل المنافسة بين القنوات الإخبارية المختلفة، وعليه فإن الجريدة المصورة أو نشرة الأخبار التي كانت تستند إلى مقدم الأخبار الذي يبرز وحده في الاستوديو الخالي من الديكور، قد انفلتت تدريجيا إلى شكلها الحالي حيث تحولت من الحقائق المحلية أي اللغة اللفظية إلى الإشارة الجسدية التي أصبح المذيع يعتمد عليها أثناء تقديم النشرة.

- وما يميز انتاج الأخبار التلفزيونية هو رد فعل القطاع الخاص في المال التلفزيوني في الوطن العربي بعد حرب الخليج الثانية مستفيدا من أجواء ما بعد الحرب، ومن هامش الحرية في بعض الدول، ونتج عن هذا الدخول محاولة رؤية جديدة لدور التلفزيون ومكانته في المجتمع تختلف عن النظرة السائدة الذي تعتبره قناة لتمرير الخطاب الرسمي فقط.

وتتمثل مظاهر تطور صناعة الاخبار في القنوات التلفزيونية الرسمية فيما يلي:

- كان الإعلام ينقل الأحداث والقضايا بتقديم المعلومات والبيانات حولها، مع تقديم السياق الذي جاءت فيه هذه الأحداث حتى يتسنى للجمهور فهمها وإرادتها، ومع التطور التكنولوجي الذي عرفه إنتاج الأخبار تغير مفهوم الحدث الإخباري فالحدث دون صور ليس حدثا تلفزيونيا يرشح للبحث، ولم يعد الحدث يقاس بقيمته الإخبارية بل تقاس شراء صورته، فلم يعد يهم منتج الأخبار منصبا على فهم ما يجري حتى يقدمه

للجمهور بل أصبح همه كيفية تمكين المشاهد من رؤية الحدث وهو يقع أمام نظره. (مي عبد الله، (2005) ، ص 327).

-لقد برزت مفاهيم جديدة في مجال نقل الأحداث والقضايا منها مفهوم (La mise en media) والتي يقصد بها اللمسة الإخراجية التي تضيفها القناة التلفزيونية على الأحداث والقضايا التي تنقلها، وهذا ما أدى إلى أن تختلف كل قناة تلفزيونية في طريقة عرضها وبثها للأحداث والقضايا حسب سياستها الإعلامية وتوجهاتها ويبرز هذا الاختلاف بشكل أساسي في القنوات التلفزيونية التابعة للقطاع الخاص والمتخصصة في مجال إنتاج الأخبار.

-أصبح إنتاج الأخبار يتم وفق طريقة استعراضية تهدف إلى الإثارة والترقية قبل الإعلام من أجل الاستحواذ على اهتمام أكبر قدر من الجمهور وتوسيع دائرة مشاهدته للنشرة الإخبارية.

-تطور شبكة الاتصال وتوفر تقنيات متطورة للتواصل مع المراسلين مثل الهواتف المحمولة العاملة بواسطة الأقمار الصناعية كما أن بعض القنوات الفضائية العربية ولا سيما المتخصصة منها رسخت لتقاليد صحفية جديدة في التعامل مع الحدث تتسم بالاتصال المباشر مع المراسلين عبر الأقمار الصناعية والهواتف النقالة مع التغطية المكثفة والنقل الفوري للحدث والتطورات المصاحبة له. (نصر الدين العياضي، مرجع سابق ص 60)

وقد أصبحت الأخبار مادة أساسية لأغلب القنوات التلفزيونية وخاصة المتخصصة في صناعة الأخبار، وهذا ما أدى إلى تميزها بجملة من الخصائص نذكرها فيما يلي: (مسعود ضيف (2015)، ص 21 23)

- 1- تعد الأخبار سلعة استهلاكية تباع حسب ميل الناس ورغباتهم فرغم أن مضمون الأخبار عادة ما يكون نفسه إلا أن طريقة عرضها وتقديمها تختلف من قناة إلى أخرى بحسب السياسة التحريرية للقناة والتأطير الإعلامي المفضي إلى فهم معين للحدث، لكن يبقى السبيل المشترك هو إثارة اهتمام المتلقي.
- 2- تعتمد الأخبار في كثير من الأحيان على الشخصية الفاعلة بغرض التركيز على الأشخاص وليس على الأحداث وذلك بسبب اهتمام الجمهور بالشخص الفاعل في القضية، أكثر من اهتمامه بالقضية بحد ذاتها.
- 3- ليس كل ما تقدمه الأخبار يمثل فعلا الواقع الحقيقي أو ما حدث فعلا لأن هناك واقعا آخر تشكله الاخبار يسمى بالواقع الإخباري، وهناك أيضا ما يسمى بالأخبار المصطنعة التي نشر وتبث ولكنها في الواقع معدة ومصطنعة بشكل مشوق لأغراض سياسية ودعائية.
- 4- تستخدم في نشرات الأخبار رموز ومصطلحات من أجل إيصال أفكار ومعان معينة، فالرموز والعبارات التي تعبر عنه الأحداث والقضايا تختلف من قناة إلى أخرى حتى ولو كان الحدث نفسه ليعبر عن السياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية وتوجهاتها.
- 5- تميزت صناعة الأخبار أيضا بظهور مصطلح جديد في مجال الأخبار والذي يعني المزاجية بين الترفيه والإعلام.
- 6- استطاعت الفضائيات العربية من خلال عملية إنتاج الأخبار وصناعتها أن تحدث نقلة نوعية سواء على مستوى الرأي العام وتوجهاته حيث أصبحت القنوات الفضائية الإخبارية العربية المتخصصة تؤثر في ادراك المشاهدين، بل والتأثير في الرأي العام وصناع القرار على حد سواء لمتابعتها المستمرة للأزمات والصراعات السياسية في المنطقة العربية.

### 1.2. 3 مظاهر تطور المشهد الإخباري العربي:

أن الحرب في العراق خاصة خلقت مساحة واسعة للقنوات الفضائية العربية للتنافس وإثبات كفاءتها وفعاليتها، وظهرت القنوات على حساب الآخرين خلال هذه الفترة، واعتقد البعض أن الفضائيات العربية ستثبت نفسها وتصبح مصدرا للأخبار ولم تعد تعتمد على الفضائيات الأجنبية، واعتقد البعض الآخر أن ما حدث هو وهم لهذا التحول، لأن الأخبار الحقيقية كانت في مكان آخر، والبث التلفزيوني الفضائي العربي كان متاحا حول الأحداث وليس الأحداث الحقيقية. (العياري، 2006، 260).

وقد شهد المشهد الإخباري في الفضائيات العربية، تطورا ملحوظا في السنوات الأخيرة يمكن إجماله

في النقاط التالية:

- 1- كم هائل من الأخبار المصورة تصل إلى غرفة الأخبار يوميا إضافة إلى عدد كبير من التقارير الميدانية من مراسلين عبر العالم.
- 2- تنوع مصادر المادة الإخبارية المعلوماتية بشكل عام، وسهولة الحصول على أي نوع من المعلومات بأسرع وقت ممكن.
- 3- تطور فعال في المادة المساندة للصورة مثل الخرائط والرسومات البيانية التوضيحية من خلال ما يعرف بالجرافيكس .
- 4- تطور التسجيل والمونتاج الرقمي، ومشاركة المحرر مباشرة في اختيار المادة المصورة الواردة عبر الأقمار الاصطناعية أو عبر الأرضيف.
- 5- وسائل الاتصال السريعة بالحللين والخبراء، وسهولة مشاركتهم المباشرة في نشرات الأخبار في فترة قصيرة نسبيا، إضافة إلى النقل المباشر للأحداث عبر الأقمار الاصطناعية أو عبر الفيديو فون.
- 6- تطور لافت للنظر في تصميم أستوديو الأخبار.

حيث أن هذه النقلة النوعية في مجال الأخبار أصبحت في متناول العديد من القنوات العربية، وان لم

تنقل في جميع ميادينها. (العياري، المنصف، المرجع السابق، ص 260-261).

والذي يعيد قراءة تاريخ الخدمة الإخبارية في الفضائيات العربية الممتد من مطلع الستينات إلى آخر السبعينات، يتبين له مظاهر كلاسيكية الأخبار تلك الفترة سواء على مستوى التقديم أو الإخراج اللغوي وحتى المضمون، حيث يلاحظ أن مقدميها كانوا أشخاصا متوسطي السن أو تقدم بهم العمر يلبسون بدلات كلاسيكية، وكأنها رسمية ذات لون داكن في الغالب يتكلمون بحماس فياض وكأنهم يلقون خطبا،

ولا يلقون أخبارا، تعابير، أجسادهم، وحركاتهم وإيماءاتهم تكاد تكون منحنية لكن بدا الشباب بالتدريج يقدم الأخبار يرتدي لباسا غير نمطي، ويستخدم في لغة الجسد في إيصال ما أراد إيصاله، وشرعت بعض القنوات التلفزيونية العربية في مطلع التسعينات مثل التلفزيون الجزائري، والجزيرة لاحقا، في إظهار مكونات السينوغرافيا، غرفة المراقبة ديكور الاستديو، وبدأت قناة الجزيرة مثلا تقترب في إخراجها من القنوات التلفزيونية الأجنبية CNN، مثلا من خلال إبراز جهاز الكمبيوتر أمام المذيع، الذي يقرأ الجريدة المصورة، للدلالة على الحدثة والعصرية وعن البعد التقني، هذا بجانب خلق جسر التواصل بين الاستديو، والعالم الخارجي من خلال صورة Diapo، والصورة المكبرة جدا التي تنبلج في الاستديو لتضيف هنيهة إلى سينوغرافيا الجريدة المصورة، ثم تقود المشاهد إلى مكونات الجريدة المصورة خارج الاستديو. (نصر الدين العياضي، 2001، ص 41).

تعكس القنوات الفضائية العربية السرعة والاهتمام بالمعايير الحالية، ونقل الأحداث من مواقعها الخاصة، وتحسن معين في الخدمة الإخبارية التي تقدمها القنوات الحكومية الأرضية، خاصة من خلال تطوير شبكة من الممثلين والمراسلين المحترفين في مراكز النزاعات الدولية، فقد حدثت تطورات محددة في شكل تقارير الأحداث من قبل القنوات الإخبارية، لكن من الواضح أن هذه القنوات الإخبارية المتخصصة تأثرت بمصادر الأخبار الغربية، وجمعت الأخبار وفقا لأنماط غربية معروفة، ولم يكن هناك تحسن واضح في تدفق الأخبار من الدول العربية. لم يكن هناك تحسن واضح في تدفق الأخبار من الدول العربية. (حسن عماد مكاوي، 2003، ص 9).

و في ظل هذا الوضع لازالت المؤسسة الإعلامية العربية على المستوى المحلي لم ترق إلى مستوى المؤسسة الإعلامية العالمية من حيث الإدارة، أو التسيير، أو التنظيم، أو الهيكلة، أو الوسائل، أو الكادر البشري، مما جعل سياستها الإعلامية غير واضحة المعالم وتركز أكثر على التعبئة السياسية (هالة اسماعيل بغدادي، 2009، ص 51)، وأهم ميزة للإعلام العربي في المراحل المختلفة لتطوره قبل انتشار صناعة الأخبار و بروز القنوات المتخصصة والخاصة هو انعدام المصدقية في وسائل الإعلام الحكومية، وعدم إشراكها للجماهير في العملية الإعلامية، مما أدى إلى هجرة وسائل الإعلام الوطنية والمحلية والتوجه نحو الإعلام الخارجي حيث يتعاطى الجمهور مع طريقة مختلفة للطرح والتقديم و التحليل، حيث أنه وعلى الرغم من التطورات التي شهدتها الفضاء الإعلامي العربي خلال العقود الثلاث الأخيرة بفضل الطفرة التكنولوجية و انتشار البث الفضائي والأقمار الصناعية، إلا أن النظام الإعلامي العربي وإن تغير في الشكل وبعض

العمليات التجميعية الشكلية إلا أنه من حيث المضمون بقي في قبضة الحاكم (محمد قيراط، المرجع السابق، ص 140)، وهناك من يرى أن التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيرية لها تأثير كبير على الجماهير لم تعد حكرًا على الحكومات العربية وإعلامها الرسمي، بسبب ظهور فكرة الإعلام الخاص منذ النصف الثاني من القرن الماضي في إطار الانفتاح ومجارة الاتجاهات العالمية في إنتاج المضامين الإعلامية خاصة الإخبارية منها، التي تزايدت المنافسة حولها من أجل الاستحواذ على اهتمام الجماهير والتأثير عليهم. (عاطف عدلي العبد 2006، ص 7).

لذلك هناك من الباحثين من يرى أنّ الوضع الذي يتواجد عليه الإعلام الغربي من سيطرة واحتكار هو الذي دفع بالإعلام العربي للنهوض، وشجعه لكسر الاحتكار الذي كان سائدا لفترة طويلة من خلال اللجوء إلى إنشاء قنوات تلفزيونية عامة ومتخصصة تهدف للتصدي للاحتكار الغربي، وتحاول أن تنافس البث الفضائي الغربي وتعد المرحلة التي تلت حرب الخليج الثانية، وما تركته من تأثيرات إعلامية أحد العوامل التي أدت إلى تغيير البيئة الإعلامية في العالم العربي و المشهد الفضائي الإخباري، وكانت أبرز مظاهر هذا التغيير انتشار العديد من القنوات التلفزيونية لاسيما المتخصصة منها فخلال سنة 1990 برز عدد من القنوات التلفزيونية العربية الخاصة، والتي كانت تسعى إلى الوصول إلى عامة الجمهور العربي، بما فيها القنوات الإخبارية، كما استطاعت القنوات الخاصة أن تحدث تحولا في خريطة الإعلام العربي، حيث أنّها قدمت مضامين إعلامية مختلفة عما كان سائدا من قبل من حيث الشكل والمضمون، كما ساعدت أيضا على الحد من احتكار الدولة للبث التلفزيوني، على الرغم من وجود علاقات ارتباط بين هذه القنوات وعدد من الدول العربية كالدعم المالي والمعنوي المباشر وغير المباشر. (محسن جلوب الكناي 2012، ص 174) ومن مظاهر البيئة الإعلامية الجديدة في العالم العربي دخول القطاع الخاص في الاستثمار في مجالات الإعلام المتعددة خاصة في مجال إنشاء القنوات الفضائية، والذي أخذ يقلل بالتدريج من السيطرة الرسمية على الإعلام الفضائي العربي، ويخضعه شيئا فشيئا للعمل في ظل آليات اقتصاد السوق، و المعروف أنّ المقومين الأساسيين الذين يقوم عليهما إعلام السوق هما الدفع التجاري والاختيار الذاتي، وهذا ما جعل الاتجاه نحو المواد الإعلامية المشحونة بالإثارة والدراما حتى في المواد الإخبارية استجابة طبيعية لمتطلبات السوق التجارية، وعلى هذا الأساس كثيرا ما يتم تضخيم الأحداث ليس فقط لجذب المشاهدين، وإرضاء توقعاتهم، أو لخدمة أغراض سياسية، بل أيضا لخدمة أغراض تجارية (فاروق أبو زيد، 2007، ص 151)، وتمثل الأغراض التجارية في تحقيق الربح بالدرجة الأولى، وتغطية التكاليف، من خلال تحقيق

هدفين هما زيادة إقبال الجمهور على هذا النوع من القنوات، إلى جانب جذب المعلنين للإقبال على الإعلان فيها. (William A, Routh, 2004, p. 218).

أدت ظاهرة البث الفضائي التي تغطي المنطقة العربية إلى خلق واقع إعلامي جديد، وقد أضفت طابعا دوليا على وسائل الاتصال، بما في ذلك القنوات التلفزيونية، واكتسبت البث عبر القنوات الفضائية في مختلف مناطق العالم العربي عن غير قصد بعدا دوليا على مستوى التنسيق، (عصام نصر سليم، أكتوبر 1994، ص 12). ويذهب بعض الدارسين إلى أكثر من ذلك في تحديد العوامل التي أدت إلى انتشار البث الفضائي الإخباري على وجه الخصوص، حيث يرون أن واقع الإعلام العربي الذي كان يسيطر عليه النظام الإعلامي السعودي من خلال مجموعة MBC يعد من العوامل المساهمة في ظهور الفضائيات الإخبارية المتخصصة على غرار قناة "الجزيرة" مثلا، إذ يؤكد الصحفي قصي صالح درويش بالنظام الإعلامي السعودي لا يمكن النظر إلى قناة الجزيرة من دون النظر إلى اعتبارها إعلانا عن النهاية العملية لهيمنة النظام الإعلامي السعودي ذي الصوت الواحد، والذي غلب على الساحة العربية قرابة عقد من الزمن، غابت أثناءه عن تلك الساحة التعددية الإعلامية. (أحمد حمدي، 2002، ص 283).

في تقييمها لتطور البث الفضائي والأخبار العربية، قالت الباحثة نعومي صقر إن ظاهرة عقد المذيعين لقاءات مع رؤساء الدول، وطرح أسئلة صعبة عليهم، هي ظاهرة العيش على الهواء، ومشاركة الجمهور في الحوارات التي تجرى داخل الاستوديو، والمناظرات التي يستضاف فيها الخصوم من المعارضين الإسلاميين الذين سيتعرضون للاعتقال إذا وطأت أقدامهم أراضي دولهم كل هذه النماذج من البرامج التي تتناول الشؤون الراهنة الشائكة، تمثل تطورا كبيرا على ما كان يبيث سابقا من الشؤون الراهنة في المحطات التلفزيونية العربية قبل نحو عشر سنوات، ومما لا شك فيه أن الفضائيات العربية عامة و الإخبارية خاصة، عرفت في مسارها التاريخي العديد من التطورات والتحويلات التي أدت إلى وجودها على الوضع الراهن لها، وهذه التحويلات لم تكن فقط في البنية القاعدية من حيث وجود وسائل الإعلام وانتشار البث الفضائي، بل شملت أيضا الفلسفات النظرية التي تفسر وتحلل عناصر معالجة المعلومات وعلاقتها بالبيئة السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي تنشط فيها وسائل الاعلام. (هشام حمزة، 2007، ص 122)

يمكن القول أن بعض القنوات الفضائية العربية المختلفة بدأت تتنافس على تقديم الأخبار وتضمنت العديد من وجهات النظر المختلفة في الأخبار، حيث يظهر هذا الوضع بوضوح في الأخبار حول الحرب التي شنتها الولايات المتحدة ضد العراق عام 2003 وتغيير النظام في العراق. هذه الحرب، التي تتميز

بشدتها وتدفق غير مسبوق للأخبار والتقارير والتعليقات والصور، هي واحدة من أكثر الحروب وضوحاً من حيث المشاهدة وتدفق الأخبار. (عبد الملك الدناني، المرجع السابق، ص 169)

#### 4.1.2. الخدمة الإخبارية (مفهومها وخصائصها)

تحتل نشرات الأخبار والبرامج المتنوعة في أي فضائية إخبارية باهتمام ومتابعة مستمرة من قبل المشاهدين، لأنها النافذة الوحيدة التي يطل من خلالها المشاهدون على العالم ومعرفة ما يجري من أحداث ووقائع، لذلك تخصص القنوات الفضائية فترات إخبارية عديدة ومتنوعة على شكل نشرات بمختلف اللغات المتاحة منها العربية والانجليزية والفرنسية وغيرها، وبأوقات مختلفة ومتقاربة رئيسية وموجزة، وذلك لإطلاع المشاهد على آخر التطورات المحلية والإقليمية والعالمية. ويشمل القنوات التلفزيونية العربية والأجنبية من خلال أجهزة استقبال الأقمار الصناعية والأقمار الصناعية الأخرى. (هناء السعيد، 2005، ص 27).

و عادة ما تحتل نشرات الأخبار أهمية بالغة في العمل الإعلامي للفضائيات العربية والعالمية في ظل التنافس الشديد الذي أحدثه البث الفضائي، فالخدمة التي تقدمها وسائل الإعلام المختلفة تعكس تلك النشاطات والخدمات الشاملة لمختلف الفضائيات في صناعة الأخبار وعرضها وتحليلها وتفسيرها على مدار الساعة.

وتهدف هذه المحطات التلفزيونية إلى جذب المشاهد والاحتفاظ به حتى يظل متابِعاً لبرامجها على

مدار اليوم، ولذلك تعمل هذه المحطات على تقديم نوعيات مختلفة من البرامج والمضامين تتفق مع حاجات ورغبات الجمهور المشاهد. (Raymond L. Carroll ( USA: Mc Grow Hill, inc, 1993, p 59).

فالقنوات الإخبارية المتخصصة مثلاً تتميز بمعالجتها الشاملة والعميقة للأحداث مع تغطية كاملة للخبر وليس نقل الخبر فقط كما في السابق، وهذا بتبين جلياً في الطابع التحليلي للأخبار من خلال استضافة الخبراء، وأحياناً صناع القرار في إطار محاولة لتقديم معالجة متوازنة للعرض الإخباري رغبة في تقديمه بشكل جديد ومتميز، ويأتي الاهتمام بتطوير المنتج الإخباري في الفضائيات الإخبارية العربية المتخصصة في إطار التنافس على اجتذاب الجمهور، الذي يتابع المحطات الإخبارية كأحد مصادر إشباع حاجاته واهتماماته المعرفية، وبذلك تكون هذه الفضائيات قدمت إطاراً مرجعياً ومعلوماتياً للأحداث يساهم في تدعيم وتوثيق معلومات الجمهور، إلى جانب مساعدته في تدعيم علاقة الفرد بالأحداث المختلفة وإحاطته

علماء بالأنشطة السياسية القائمة في المجتمع وتدعيم مشاركته فيها، كما أنها تساعد في فهم ما يحدث في العالم الخارجي من أحداث ووقائع. (Chris Berker 1999, p83.)

و بناء على الواقع الاتصالي الجديد الذي أوجدته الثورة في الاتصالات وتكنولوجيا الأعمار الصناعية، أصبح التلفزيون الفضائي أحد أهم وسائل الإعلام، والذي يتميز بقدرته على توصيل الرسائل إلى جمهور عريضة متباين الاتجاهات والمستويات ولأفراد غير معروفين للقائم بالاتصال، حيث تصلهم الرسالة في اللحظة نفسها وبسرعة مدهشة، مع مقدرة على خلق رأي عام وعلى تنمية اتجاهات وأنماط من السلوك غير موجود أصلاً ، (هدى علي علوي، 2010، ص2.) وتساهم وسائل الإعلام بطريقة غير مباشرة في التأثير على السلوك، وبهذا تدخل الفضائيات في إطار ما يعرف بالإعلام الدولي، حيث يشير مصطلح الإعلام الدولي تداول عبر الحدود، بحيث يتعدى المستهدفين من قبل هذا النوع من الإعلام نطاق الدولة الواحدة أو الشعب الواحد، فهو عبارة عن اتصال بين أمم ودول مختلفة عبر الحدود، وهو تحرك الرسائل الإعلامية عبر الحدود بين اثنين أو أكثر من الأنظمة الثقافية المختلفة (ملفين ديفلير، 2002، ص 309)، مثلما تستخدم القنوات الأجنبية الرئيسية الخدمات المجانية والمدفوعة، يتم فصل القنوات العربية بين هذين النوعين. و هناك قنوات عامة مجانية في المنطقة، بما في ذلك معظم القنوات الفضائية الحكومية والعديد من القنوات الفضائية الخاصة، ومنها القنوات العربية المشفرة القائمة على تقديم خدمات احترافية وعالية الجودة مع احتكار بث الأحداث والبرامج، وبهذا تحقق عائداً مادياً وجمهوراً خاص بها، مع زيادة عدد القنوات الفضائية العربية، اشتدت المنافسة بين هذه القنوات لجذب أكبر عدد من المشاهدين، وهناك بعض القنوات الفضائية التي تمكنت من كسب المشاهدين العرب وكسب المصداقية ولديها قاعدة جماهيرية واسعة في الدول العربية والشتات، وقد تمكنت بعض القنوات الفضائية من امتلاك قاعدة جماهيرية واسعة في الدول العربية والشتات، وتمكنت بعض القنوات الفضائية من امتلاك قاعدة جماهيرية واسعة في الدول العربية والشتات، وبقية بعض القنوات الفضائية في الدول العربية. (سامي الشريف 2001، ص 309) في حين أن معظم القنوات الفضائية تنقل أصولها فقط إلى ساحة الفضاء، فإن متابعي القنوات الفضائية العربية من جميع الجهات لا يستطيعون إيجاد فلسفة محددة تحكم أداء عملهم أو الأهداف الإستراتيجية التي يحاولون تحقيقها لعدد من الأهداف، ولكن على الرغم من تصميم هذه القنوات، فإن بعض القنوات لا تلمس بشكل واقعي لأنها لا تستطيع ملء أهدافها الإستراتيجية التي تسعى إلى تحقيقها بالرغم من تحديد هذه القنوات لمجموعة أهداف، لكن لا تلمس هذا واقعياً، فحتى بعض القنوات لا تستطيع ملء وقت بثها

بالإنتاجات المستوردة التي لا تعبر فقط عن هويتها وتعكس ثقافة مجتمعتها، وبالتأكيد واجهت الفضائيات العربية مشاكل في الإنتاج التلفزيوني بعد إطلاقه، لأن هذا الكم الهائل من الفضائيات العائمة في الفضاء يتطلب حوالي 219 ألف بث سنويا، (أمين سعيد عبد الغني، 2003، ص 151). يذكر تقرير أعدته المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) أن التكنولوجيا المستخدمة في الدول العربية هي أحدث التقنيات المتاحة في السوق في الدول المصنعة، أي أنه لا توجد مشكلة في التكنولوجيا، ولكن المشكلة تكمن في الإنتاج الفكري، ويفترض أن الإنتاج العربي يغطي النشر دائما، ويعتقد الباحثون أنه يمكن تحقيق ذلك من خلال تقديم أفكار جديدة للشباب العربي الموهوب وتبني هذه الأفكار وتنفيذها، خاصة بعد إعدادها.

و في هذا الإطار نلاحظ أن كليات الإعلام في الوطن العربي تخرج الآلاف من الطلاب ولا يجدون فرصة للعمل في المجال الإعلامي، وبهذا نكون استفدنا من جانبين الجانب الأول حققنا معادلة الإنتاج التلفزيوني بكوادر وأفكار وطنية، ومن جهة ثانية ساهم القطاع الإعلامي الفضائي في حل مشكلة الشباب المؤهل جامعا وعاطل عن العمل من خلال إعطائهم الفرصة، خاصة وأن ظهور القنوات العربية الفضائية على المستوى المهني يتطلب زيادة عدد العاملين. (عبد العزيز محمد عبيد، 2004، ص 9).

لقد فتحت القنوات الرائدة في المجال الإخباري، شهية المستثمرين في عالم الإعلام لخوض تجربة القنوات المتخصصة في الأخبار والسياسة، على غرار القنوات المتخصصة في الاقتصاد والفن والأزياء والموضة وغيرها (حسينة بوشايخ، 2011، ص 103)، تشجع القنوات الإخبارية الفرد على المشاركة في تكوين القيم السياسية، والاهتمام بالسياسة، والمشاركة في عملية اقتراح واتخاذ القرارات السياسية، إلخ، وذلك نظرا لأنها تعتبر من المصادر الرئيسية التي يتلقى منها الفرد المعلومات والخبرات السياسية لأنه يدفع، فهي من بين أهم القنوات الفضائية التي تلعب دورا مهما وفعالا في تنمية الوعي السياسي من خلال برامجها الإخبارية والسياسية، ديكاتور هي واحدة من أهم القنوات الفضائية. (سوزان يوسف القليني، 2002، ص 78)

كما القنوات المتخصصة في تقديم الخدمة الإخبارية بأشكالها ومضامينها المختلفة على كافة النشرات والبرامج الإخبارية والبرامج التي تناقش قضايا الساعة في كافة المجالات. (محمد حسين علوان، 2011، ص 289) تعد تلك القنوات التي تقوم بتقديم الخدمة الإخبارية بأشكالها ومضامينها المختلفة على مستوى

النشرات والبرامج الإخبارية والبرامج التي تناقش قضايا الساعة في كافة المجالات، السياسية، والاقتصادية والاجتماعية وغيرها من المجالات. (عادل عبد الغفار، 2005، ص 354).

وفي الوقت الراهن أصبحت تكنولوجيا الاتصال الحديثة قيد الاستخدام حالياً: أي تقنية أو وسيلة خاصة تعمل على إنتاج أو تخزين أو استرجاع أو استقبال أو عرض المعلومات. (Brent D. Fuben, 1984, P. 213)، فضائيات تبث باللغة العربية، تمويلها عربي وتوجهها عربي وجمهورها عربي، تختص بالخدمة العربية الإخبارية المحضة.

إن معظم هذه القنوات الفضائية لها أهداف ومحتوى ورسائل مباشرة وغير مباشرة تستهدف شعوب العالم العربي ودول العالم الثالث، وتؤثر على هياكل واتجاهات هذه القنوات، فمن الواضح أن هذه القنوات لها عوامل إيجابية، ولكن نظراً لأنها تهدف إلى القيام بذلك في هدفها البعيد المتمثل في تغيير القيم والمواقف والسلوكيات والعادات والتقاليد، فليس من المستغرب العثور على المحتوى والمفاهيم التي يتلقاها جمهورها تتحول نحوهم سياسياً واجتماعياً. هذا يمثل نماذج متعددة للعدوان والسيطرة الثقافية، وإن معرفة مكان الضعف والحرمان ومن خلال الدراسات العديدة أخذت تبث له المتعة والتسلية وتلبي رغباته المكبوتة وبدون تحفظ، فيتعرض بدون شك إلى مخاطر المعرفة والغزو الثقافي مضافاً إلى عامل مساعد لها هو الظرف الصعب الذي يعيشه المجتمع العراقي في جميع نواحي الحياة "بالرغم من كل ما يوفره من أسباب المتعة والفائدة وما يقدمه من خدمات في مختلف المجالات فإن التلفزيون يظل محتفظاً بجانب غير مرئي ينطوي على قدر غير يسير من الخطر". (عبد الكريم لعبي الربيعي، 2007، ص 228).

### 5.1.2 دور القنوات الإخبارية العربية في الساحة الإعلامية

لقد أصبح المشاهد العربي يتمتع بتعددية إعلامية في القنوات الإخبارية العربية و بغض النظر عن النقائص التي أفرزتها فإن الإعلام الإخباري العربي وبفضل قنواته المتخصصة أعاد تشكيل شخصيته من جديد، ويتضح ذلك من خلال تغطيته لمختلف الأحداث بالاعتماد على إمكانياته المادية والبشرية دون اللجوء إلى وكالات الأنباء الغربية، وأكثر من هذا أصبحت بعض القنوات الغربية تأخذ منه في بعض المواضيع الإخبارية بعدما كان العكس هو القاعدة السائدة، وقد دعمت القنوات العربية بمختلف الوسائل التكنولوجية مثل كاميرات التصوير الحديثة، الاستوديو الافتراضي، كما دعمت غرف الأخبار بمختلف الوسائل التكنولوجية، فأصبحنا نشاهد المذيع أمامه جهاز إعلام ألي وخلفه صورة مكبرة تضفي على

الأستوديو جمالية فائقة و كذا استخدام الجرافيكس والتقنيات الحديثة في الإضاءة والإخراج كل هذا من أجل شد انتباه المشاهد العربي. (بوجفجوف الزهرة، 2016، ص 12).

إن ظهور القنوات المتخصصة في مجال الأخبار قد أعاد توزيع الأوراق على الخارطة التلفزيونية العربية فقد رأت الكثير من المواضيع المحظورة النور كما أصبحت صناعة الخبر عربية يأخذ منها الغرب، وتوفرت لديها إمكانيات مادية ضخمة ونقلت الأحداث من مكان وقوعها و كأنها قصص درامية بالألوان والحركة والمؤثرات الصوتية، وأقيمت الموائد المستديرة وبرامج الحوار وفتح المجال أمام كبار المعلقين والمحللين للتعبير عن آرائهم في فضاء يتسم محيطه بتقليص الحرية وكبح المطالبين بها، كل هذا كانت نتيجة عزوف المشاهد عن قنواته الحكومية ليس للبحث عن قنوات أجنبية كما هو في كل مرة و إنما إلى إعلام خاص مهمته الإبحار قبل الإخبار. (نصر الدين العياضي، المرجع السابق، ص 40). ، ولكن هذا المشاهد ما زال بحاجة إلى قنوات تنقل له الأخبار القريبة من اهتماماته ويوميته، خاصة أمام تناول هذه الأخبار من قبل المحطات الرسمية وإضفاء عليها نوع من الإيجابية هذه الأخيرة التي مازالت تعتمد على النص الشفوي في تغطيتها لمختلف الأحداث وهذا يعد نقصا كبيرا في العملية الإخبارية لأن التلفزيون صورة حية من موقع الحدث والصورة تحمل عدة معان قابلة للعديد من التأويلات والقراءات ومن يسيطر على الصورة فهو يسيطر على العقول، ونجد غياب الصور في معظم الأخبار التي تبثها القنوات الرسمية التي تعاني من نقص المراسلين من موقع الحدث مما يضطر القائمون على هذه القنوات إلى قراءة الخبر دون صورة في حالة الأحداث المحلية والاستنجد بوكالات الأنباء العالمية التي تصور الحدث من وجهة نظرها في حالة الأحداث الدولية لذلك لا بد لهذه القنوات من تطوير نشراتها الإخبارية من اجل ضمان استمراريتها.

وهذه التطورات التي أحدثتها المحطات الفضائية الإخبارية العربية وفرت لنا العناصر الآتية: (محمود أبو زيد 2005، ، 238).

- تعالج كما هائلا من الأخبار المصورة التي تصل إلى غرفة الأخبار يوميا إضافة إلى عدد كبير من التقارير الميدانية من المراسلين عبر مختلف أنحاء العالم.
- تنوع مصادر المادة الإخبارية والمعلوماتية بشكل عام وسهولة الحصول على أي نوع من المعلومات بأسرع وقت ممكن.
- أحدثت تطورا فعالا في المادة المساندة للصور مثل الخرائط والرسومات البيانية التوضيحية.
- تطور التسجيل والمونتاج الرقمي ومشاركة المحرر في اختيار المادة المصورة.

- تطور وسائل الاتصال بالمحللين والخبراء وسهولة مشاركتهم المباشرة في النشرات الإخبارية في فترة قصيرة نسبيا إضافة إلى النقل المباشر للأحداث عبر الأقمار الصناعية أو عبر الفيديو فون.
- تطورا لافتا للنظر في تصميم أستوديو الأخبار.
- وعموما يمكن القول أن الإعلام العربي الإخباري وبفضل قنواته المتخصصة قد نجح في جذب الجمهور العربي من خلال تغطيته للأحداث المحلية والدولية وفتح النقاش حول مواضيع لم تتناول من قبل إضافة إلى إبراز موقف الرأي العام العربي من الأحداث العالمية.
- إلا أننا بالمقابل نعاني نقصا في الإعلام العربي الموجه إلى الآخر رغم أن هناك بعض الفضائيات العربية الناطقة باللغات الأجنبية ومن أهمها "قناة الجزيرة الإخبارية" الناطقة بالإنجليزية لكن هذا غير كاف، وفي هذا الصدد يرى "نصر الدين العياضي" أن الإعلام الإخباري العربي بحاجة ماسة إلى: (نصر الدين العياضي، المرجع السابق، ص 40-41).
- إنشاء وكالة أنباء عربية تساهم في تحرير وسائل الإعلام العربية من التبعية.
- إنشاء قنوات إخبارية عربية حوارية ذات طابع جاد.
- إنشاء قنوات إخبارية بلغات أجنبية موجهة للآخر "الغرب".
- تفعيل الأخبار في القنوات العمومية بمواكبتها للتكنولوجيا والنقل المباشر للأحداث.
- التركيز على المواضيع الاقتصادية، الثقافية، الاجتماعية إلى جانب السياسية.
- التزام الموضوعية في الطرح والابتعاد عن قيم العولمة الإخبارية.
- إضافة إلى ذلك الاهتمام أكثر بالمواضيع الإخبارية ذات الطابع الجوّاري القريبة من انشغالات الجمهور المستهدف على حساب المواضيع الدولية المفبركة وتلعب الجريدة المصورة حسب علماء الاجتماع دورا أساسيا في التنشئة الاجتماعية.
- لكن خطورة هذا النوع من التنشئة تكمن في تشكيلها من رموز مأكرة أو مخادعة وذلك لأن معايير تقييم الحوادث والظواهر والأشخاص قد تغيرت، وأصبح يسيطر عليها جهات غربية تعمل على تصنيعها وتصديرها للعالم وهذا ما جعل الجرائد المصورة تفقد شخصيتها المتميزة، ويظهر ذلك جليا في تغطيتها للأحداث الدولية فلا نكاد نميز بين نشرة وأخرى لولا النظر إلى لوغو القناة. (المرجع نفسه، ص42)
- ويعتبر الدكتور تيسير أبو عرجة أن "الفضائيات الإخبارية قدمت للعمل الإخباري أشياء جديدة تتمثل بما يلي: (حسين أبو شنب 2004، ص272).

- هذه القنوات لها هيكل إخباري يعتمد على أهمية الحدث، وليس وفقا للتنظيم الهيكلي الروتيني الذي تعتمد عليه النشرات الإخبارية العربية الرسمية.
- تنوع النشرات الإخبارية بحيث تتضمن بالإضافة إلى الأخبار القادمة من الوكالات التقارير الوافية من المندوبين والمراسلين الخاصين الذين تعتبر رسائلهم الإخبارية إضافة خاصة تنفرد بها القناة الإعلامية.
- تتضمن حوارات مباشرة يتم إجراؤها أثناء تقديم النشرات سواء مع المراسلين أو مع الشخصيات المعنية بالأحداث.
- كما أنه يعطي مكانا مهما للأخبار الاقتصادية من خلال نشرات خاصة. هذا بالإضافة إلى المزايا الأخرى المتعلقة بالأسئلة التطلعية التي تدرج في أقسام التوقعات والقراءة المستقبلية في أكتوبر.
- ويمتاز الإعلام الإخباري بشكل عام والإعلام الإخباري التلفزيوني على وجه الخصوص بمجموعة من الخصائص، نوجزها فيما يلي: (حسين أبو شنب، مرجع سبق ذكره، ص 273)
- يتضمن الإعلام الإخباري جانبا كبيرا من الاختيار، فهو يختار الجمهور الذي يخاطبه، ويرغب في الوصول إليه.
- الإعلام الإخباري يتميز بأنه جماهيري، له القدرة على تغطية مساحات واسعة، ويخاطب فئات كبيرة من الجماهير.
- الإعلام الإخباري في سعيه إلى جذب أكبر عدد من الجمهور، يتوجه إلى نقطة متوسطة افتراضية، يجتمع حولها أكبر عدد من الناس، باستثناء ما يوجه إلى قطاعات محددة من الناس كالبرامج الإخبارية الموجهة إلى المعوقين.
- الإعلام الإخباري بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية، يستجيب إلى البيئة التي يعمل فيها بسبب التفاعل القائم بينه وبين المجتمع، وحتى يمكن فهمه لابد من دراسة، وفهم المجتمع الذي يعمل فيه، لأن الإعلام الإخباري يعد بمثابة المرآة التي تعكس صورة، وفلسفة هذا المجتمع.
- تعد المواد الإخبارية من بين المضامين الإعلامية التي تشكل بؤرة الاهتمام والعمل لوسائل الإعلام المعاصرة، فهي الأساس التي ينبنى عليه وجود هذه الوسائل لكون الأخبار تحدث نوعا من الميل والإقبال لدى الجمهور المتلقي، (أحمد زكرياء أحمد، 2007، ص 177)

ويعني ذلك أن أهم صفة تجذب الانتباه في الخبر بصفة عامة والخبر التلفزيوني بصفة خاصة هو إثارته لاهتمام أكبر عدد يقسم الباحثون الميزات التي تميز الأخبار إلى نوعين: تلك التي تتعلق بالعلاقة مع المشاهد وتلك التي تربطها بالهيكل الذي يتم فيه صياغة محتواها، وهذه الميزات مترابطة ومتفاعلة ولا تنفصل.

و بما أن الخبر يعد قاعدة أساسية في العملية الإعلامية التي تشكل في وظيفتها الإعلام الإخباري فإنَّ الأخبار تتميز بصفات وخصائص تعد أساسية في تكوينها تتمثل فيما يلي:

**1- الصحة:** وهي تمثل أهم صفات الخبر، لذلك يجب التأكد من صدق الخبر حتى يثق المتلقي في القناة أو المصدر، فلا يمكن أن تبث قناة تلفزيونية خبراً دون أن تتأكد من صدقه، وتعتمد تغطية الأحداث اعتماداً رئيسياً على عنصر الثقة القائمة على تصديق المعلومة، والتسليم بها بين سائر الأطراف ذات العلاقة، فهي تقوم أولاً على مبدأ الثقة المتبادلة بين الصحفي أو الإعلامي ومصدر المعلومة، ومنها يتم بناء ثقة أخرى بينه وبين الجمهور المتلقي لتلك المعلومة. (محمد بن عبد العزيز الحيزان، جوان 2009، ص 80).

**2- الدقة:** يحرص الصحفي من خلال عنصر الدقة على نقل الحدث كما وقع، وانتقاء الألفاظ والعبارات الدقيقة التي تعبر عن عناصره، دون تحيز منه، حتى لا يتسبب في تحريف مضمونه، لذلك تركز الدقة على ذكر الحقيقة كاملة دون تغيير في الخبر، لكي تعطى له معلومات واضحة دون مغاير ويرى الباحثون والدارسون أن تحقيق الدقة من أصعب المهام في إنتاج القصص الإخبارية وتحريها وهي تتطلب الخبرة والكفاءة والاحترافية. (هيثم الهيتي، 2008، ص 27).

**3- الموضوعية:** ويقصد بها عدم تغيير الخبر بالحذف أو الإضافة، أو إعطائه تفسيراً مخالفاً لموضوعه الحقيقي، ورغم أن هذه الخاصية مهمة وضرورية، إلا أنها ليست ملازمة للخبر في كل الأحوال، وأثارت صفة الموضوعية في الأخبار جدلاً بين الباحثين والمختصين، ما إذا كانت الأخبار تتميز دائماً بهذه الطريقة في وسائل الإعلام بشكل عام وخاصة على القنوات التلفزيونية المتخصصة، واختيار الكلمات الإخبارية والصور المصاحبة له. (نهي عاطف العبد، 2006، ص 191).

و تعد سياسة القناة من خصائص الخبر بحيث أنه يجب أن يتماشى والسياسة التحريرية للقناة، وهناك بعض القنوات لا تبث أخبار حوادث معينة لأنها لا تتماشى مع سياستها التحريرية أو توجهاتها الإعلامية، في حين أن هناك بعض القنوات تسارع لبث بعض الأخبار لأنها تدعم سياساتها وتوجهاتها

الإعلامية، وهذا يدل على أن هناك أخبار تهتم بها قنوات تلفزيونية في حين تهتمشها قنوات تلفزيونية أخرى أو لا تبثها على الإطلاق، وهذا يدخل ضمن أجندة الأخبار التي تضعها القناة التلفزيونية، والطريقة التي تضع بها هذه الأجندة، والعوامل التي تقف وراءها، وعليه من صفات وخصائص الخبر أنه يحمل توجهات القناة وسياستها الإعلامية، ويرتكز على معلومات يتم نقلها بدقة، وأمانة، واختيرت بنزاهة، وبشكل متوازن دون تصنع أو تحيز لوجهة نظر ما، أو دافع سياسي ما، أو فرض أطر ما عند صياغتها من قبل القائم بالاتصال، وهذا لا ينطبق على محتوى الخبر فقط إنما حتى على اللقطات والمشاهد المرافقة للقصة الإخبارية. (وليد عمشة، 2001، ص 177).

وإن كانت هذه الخصائص العامة التي تميز الأخبار كمادة إعلامية فهناك معايير أخرى يجب أن يخضع لها الخبر حتى يكون مؤهلاً للنشر، والتي يمكن اعتمادها أيضاً كخصائص للخبر وهي كالاتي:

- أن يكون الحدث وقع فعلاً، ويمثل سبقاً صحفياً للوسيلة الإعلامية، حيث يجب أن ينقل وقت حدوثه وبالسرعة الممكنة، ويمثل عنصر الوقت حسب المختصين في صناعة الأخبار النصف الثاني من صناعة الخبر. (عبد الرزاق محمد الدليمي، 2010، ص 76)

- يجب أن تكون الأحداث والقضايا التي يتم الاهتمام بها من طرف وسائل الإعلام قريبة من اهتمامات الجمهور الذي تستهدفه الوسيلة الإعلامية، سواء كان هذا القرب مكانياً أو زمانياً، حتى تكون للإخبار التي يتم نقلها وزناً وصدى عند المتلقي، وهذا ما جعل القنوات الفضائية العالمية تجري بشكل دوري استطلاعات رأي حول أهم آراء ومقترحات الجمهور، وردود أفعاله حول الخدمة الإخبارية المقدمة بهدف تطويرها، وتعد تلك خطوة هامة لتطوير نشرات الأخبار للحفاظ على معدلات مشاهدة الجمهور. (نهي عاطف العبد، المرجع السابق، ص 191).

- أهم خاصية من الخصائص التي تحملها الأخبار هي نقلها وفق سياق ثقافي يتوافق والسياق الثقافي للجمهور الذي تتوجه إليه، لأن عملية إنتاجها لا تحدث في فراغ، وإنما تتأثر بالسماوات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمجتمع، وكل هذه العوامل تترك صبغتها على الخبر، ومن هذا المنطلق يجب أن تكون كتابة الأخبار والتقارير الصحفية محكومة بالأعراف والعادات والتقاليد السائدة حتى تكون القصة الخبرية مناسبة لتركيبية المجتمع.

- تتصف المادة الإخبارية بالتعقيد وباختلاف وجهات النظر حولها، وحول الأحداث والقضايا التي تثيرها إلا أنها في النهاية تمثل وجهة نظر معد هذه الأخبار، وهذا ما قد يجعل وسائل الإعلام وبما فيها

الإعلاميين يتعرضون لكثير من الانتقادات من قبل أفراد المجتمع لأنها مخالفة لتوجهاتهم وآرائهم. (عبد الرزاق محمد الدليمي، المرجع السابق، ص 109).

ومن الخصائص الأساسية التي تميز الأخبار هو أنه لا تكون لها قيمة جوهرية، إلا إذا كانت جزءاً من سياق له معنى، ينظمها ويعطيها التماسك ( Linda Jean Kensicki, April-June 2000, p92)، مما يعني أنه لا يمكن فهم سمات الأخبار بعزلها عن السياق الذي تنتج وتنتشر فيه، لأن كل مؤسسة إعلامية تضع بصمتها الخاصة على الأخبار التي تقدمها، فبالرغم من وجود صفات عامة تشترك فيها جميع المضامين الإخبارية إلا أنها تختلف من مؤسسة إعلامية الأخرى، وطبيعة الأخبار جعلتها تتميز بالعديد من الخصائص التي تميزها عن باقي المواد الإعلامية ليس فقط من حيث الشكل، وإنما من حيث أساليب الإنتاج وشكل التقديم اللذان يختلفان من محطة تلفزيونية إلى أخرى، وهذا الاختلاف يعد هو الآخر من الخصائص التي تتصف بها الأخبار قد انعكست الخصائص التي تحملها الأخبار كمادة إعلامية على مراحل إنتاجها حيث تعد هذه العملية أكثر تنافسية، قابلة للتنبؤ، تتصف بالنمط الروتيني، وتختلف فقط اختلافاً طفيفاً من دولة إلى أخرى. ( Howard Tumber, p 65, 1999) إن التعرف على خصائص الأخبار يساهم في توضيح الرؤى حول أهميتها والعوامل التي تتدخل في إنتاجها بصورة أو بأخرى، كما يساعد أيضاً على تفسير العديد من المفاهيم الغامضة المتعلقة بصناعة الأخبار، واختلاف الآراء وتضاربها بشأنها على الرغم من أن الكثيرين يرون أن الأخبار ظاهرة هي مراحل بديهية وصریحة يعلم من خلالها الصحفيون أفراد المجتمع طبيعية، وبالقضايا المهمة. (David Machin and p 07, 2007) بالإضافة إلى هذه الخصائص ينفرد الإعلام الإخباري التلفزيوني ببعض الخصائص، التي تميز التلفزيون الذي يمتلك خصائص الاستماع والسرعة والتوجه إلى الجمهور الواسع، والمتنوع في مختلف المناطق في الوقت ذاته، كما يتميز بتقديم الصورة والصوت والحركة. هذا ما يجعله يمتلك مزيداً من المقدرة على التأثير لأنه يتوجه إلى أكثر من حاسة، كما إن هي نقل المادة إلى المشاهد المستمع، وفي نفس الوقت ينقل المشاهد- المستمع إلى موقع الحدث، مما يشعر بأنه يشارك في هذه الأحداث، وليس فقط يطلع عليها. (أديب خضور، المرجع السابق، ص ص 82-83).

## 2.2. إعداد الخدمة الإخبارية في الفضائيات الإخبارية العربية

تعد الأخبار والبرامج الإخبارية في الوقت الحاضر من بين أكثر البرامج شعبية واستقطاباً لاهتمامات الناس ومتابعيهم، فأنت لا تكاد تجد شخصاً واحداً في المجتمع لم يقض أمام التلفزيون ساعة أو أكثر

لمشاهدة العروض الإخبارية، وهذه القناة تؤكد الأبحاث والدراسات الإعلامية، تنبع من الحاجات النفسية للأفراد وأهمها إشباع الرغبة في التوحد مع المجتمع، أو تلبية حاجة الانتماء إليه التي يشعر بها الأفراد حينما يشاركون الآخرين مواقفهم واتجاهاتهم وانشغالاتهم، فضلا عن إشباع الفضول أو حب الاستطلاع لمعرفة ما يجري من أحداث وأثر ذلك على حياة الفرد نفسه ومصالحه وعلى المجتمع ومستقبل الوطن أو العالم، وما تحمله الأخبار من نذر وأخطار على البيئة والمحيط الاجتماعي والحياة الإنسانية برمتها.

ووجد في الكثير من الأبحاث أن نسبة لا يستهان بها من أفراد المجتمعات تعتبر التلفزيون هو المصدر الرئيس بل الوحيد للأخبار، تأتي بعده الإذاعة ثم الصحف، وقد دفعت هذه الحقيقة وسائل الإعلام المختلفة إلى إيلاء البرامج الإخبارية ونشرات الأخبار خاصة اهتماما كبيرا جعلها على رأس قائمة برامجها. (عبد النبي خزعل، 2010، ص 36)

## 1.2.2 - نشرة الأخبار

يعرف قاموس المصطلحات الإعلامية الأخبار العاجلة على النحو التالي يشير مصطلح الراديو إلى الوقت المخصص من قبل محطات الإذاعة والتلفزيون لتقديم أهم الأخبار؛ تقدم هذه المحطات نشرة واحدة أو أكثر لمدة 24 ساعة في اليوم نظرا لحدة تقديم خدمة إخبارية مستمرة لإبقاء المستمعين على علم بكل ما يحدث، يتم تقديم هذه النشرات يوميا في تواريخ غير محددة، بما في ذلك الأخبار العاجلة والتعليقات والملخصات والتحليل السياسي ورسائل المراسلة.

في قاموس المصطلحات الإعلامية، يقال عن النشرات الإخبارية: 'يتضمن العديد من الأخبار التي تنشرها وكالات الأنباء، والمعروفة أيضا باسم النشرات الإخبارية الإذاعية أو التلفزيونية'. (محمد شطاح، 2004، ص 9).

وتعرف الأخبار العاجلة أيضا على أنها سلسلة من الأخبار المحلية والدولية التي تشمل كل ما يتعلق بالمستويات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والفنية والعلمية، مثل الأنشطة الحكومية، والأحداث السياسية والشعبية والحالية المختلفة، والانتخابات البلدية، وأخبار الأمراض الوبائية وزيارات الوزراء. بالنسبة للعالم، فإنه يشمل كل ما يتعلق بالجريمة والفساد والرشوة والكوارث الطبيعية مثل الفيضانات والضرائب واحتفالات الكرنفال وغيرها من المصالح الاجتماعية والإنسانية مثل التظاهرات والاحتفالات، (هيثم الهيتي، المرجع السابق، ص 35). و تعد الأخبار العاجلة بشكل عام هي الوعاء الذي يصب فيه المراسل التلفزيوني عمله، وهو ما يراه المشاهد يحدث من حوله سواء في مسقط رأسه أو حول العالم، (سليم عبد النبي، 2010، ص

57). وإن تكرار نشرات الأخبار على مدار اليوم وقيامها بتقديم ما يحدث في المجتمع من أزمات وأخطار يولد لدى المشاهد إحساسا مريحا بالألفة والاعتیاد وبالقدرة على التنبؤ بما سيحدث وكما يقول سيلفرستون فإن الجمع بين هذه العوامل المختلفة يجد أساسا لخلق شعور بالارتياح لدى المشاهد والحفاظ على استمرارية هذا الشعور لديه، وأيضا لخلق نوع من الارتباط القائم على الثقة بينه وبين العالم من خلال شاشة التلفزيون. (ستيوارت الآن 2008، ص 228) ويمكن أن نميز بين نوعين من نشرات الأخبار:

### 1-النشرات الإخبارية العامة:

هي التي توجه لجميع فئات المشاهدين، تقدم لهم ما يجري من أحداث هامة محلية، إقليمية وعالمية لها مواعيد قارة على خريطة البث التلفزيوني، كما إنه يخاطب المجتمع بأكمله ويتضمن مجموعة متنوعة من الأخبار، سواء كانت داخلية أو خارجية. (حسني نصر، 2004، ص 106).

### 2-النشرات المتخصصة:

تسمى النشرات الإخبارية المتخصصة جغرافيا النشرات الإخبارية الإقليمية وتستهدف عامة الناس في منطقة معينة، في حين أن النشرات الإخبارية المتخصصة الخاصة بالموضوع. (طارق سيد أحمد الخليفي، 2008، ص 119)

توصي البحوث والدراسات الإعلامية بضرورة زيادة الاهتمام باللون المحلي عن طريق متابعة الأحداث الداخلية وإشاعة الاهتمام بالقضايا الوطنية المختلفة على كافة المستويات وفي شتى المجالات ذلك لأن أي إنسان يهتم بنفسه ثم بالوسط المحيط به بعد ذلك، وتندرج الأشياء المحيطة بالمشاهد في الأهمية فالمشاهد يهتم بالأخبار الأقرب فالأقرب فالخبر المحلي هو غالبا ما يكون موضع اهتمام وانتباه أكبر قاعدة محلية ممكنة، ويقدر ما يثير اهتمامها وانتباهها بقدر ما تثير انفعالها وهو الخبر الذي يتناول أهم القضايا الداخلية أو المحلية أو الخبر الذي يربط هذه المحلية بغيرها من المحليات أو يربطها بدولة أخرى. (محمد معوض، 2007، ص 161).

### 3 - موجز الأنباء:

نظرا لتباعد مواعيد النشرات الإخبارية وضرورة إمداد الجمهور بآخر الأخبار وتطوراتها عمدت المحطات التلفزيونية إلى إذاعة ما يميز الأنباء خلال الفترات التي تخلق من النشرات الإخبارية تتميز ملخصات الأخبار برسائل قصيرة، لا تتجاوز مدتها في معظم الحالات ثلاث دقائق (ولكن يمكن أن تصل إلى خمس دقائق)، ولكنها يمكن أن تكون أيضا أقصر وتقتصر على عناوين الأخبار التي لا تزيد عن دقيقة

واحدة (طارق سيد أحمد الخليفي، المرجع السابق، ص 119)، فالفترة الزمنية المخصصة لتقديم النشرة الإخبارية المفصلة وهذا يستدعي الرشاقة والسرعة في أثناء تقديم الموجز وكذلك فإن السرعة في تقديمه تعني الانتقال السريع من خبر لآخر وأن تكون الفترة الزمنية بينهما أقل منها في الانتقال خلال تقديم نشرة الأخبار. (عاصف حميدي، 2004، ص 109).

#### 4 - التقرير الإخباري:

يتضمن التقرير الإخباري القدرة على تقديم الأحاديث الحية وخلق اللوحات الصوتية والمرئية المعبرة عن طريق استخدام القنوات التلفزيونية المختلفة لمعرفة أهمية التقرير الإخباري فإن الخبر له مهمة هي إعطاء الحقيقة مجردة، أما التقرير فمهمته تفسيرها ما وراء نشر خبر المعلومات عن اكتشاف معين مع الإشارة إلى الاسم الأول والأخير للمكتشف، كما يمكن الاطلاع على التفاصيل في قسم الأخبار، مع الحديث عن حياة المكتشف وكيف كان. وتتمثل المهمة في تقديم حساب لإيداع الاكتشاف أو الاستفادة من ذلك الاكتشاف. بمعنى آخر، التقرير عبارة عن سلسلة من الوقائع والأحداث التي تدور حول حدث يتطلب... ومعنى التقرير هو العثور على تفاصيل أكثر عنه في الموقع وتوسيع التفاصيل وإضافة معلومات محدثة حول هذا الموضوع (عطوان فارس 2011، ص 188)، وغالبا ما يأتي التقرير الإخباري في نشرة إخبارية أو برنامج إخباري لتسليط الأضواء على حدث ما. (عاصف حميدي، المرجع السابق، ص 139).

#### 5 - المقابلة الإخبارية

هي المقابلة التي يبحث المندوب فيها عن إجابة مختصرة تتكون من سؤال أو سؤالين لهما علاقة بحدث معين وقد تعقد المقابلة الإخبارية في مكان الحدث وكما يمكن أن تعد مسبقا، والمقابلة الإخبارية المثالية هي التي تحدث في موقع الحدث وتحدث مع شهود عيان للحدث وتتعدد الأحداث كأن يكون انفجار أو جريمة قتل أو حريق أو غيره وقد يكون اللقاء مع أفراد شملهم الحدث أو الكارثة وللمقابلة الإخبارية ثلاثة أساليب هي أسلوب Goal، المقابلة الهاتفية والمقابلة بالبريد الإلكتروني. (محسن ماهيناز رمزي، 2009، ص 294)

#### 6 - التعليق الإخباري:

هو حديث إخباري مباشر يكتبه شخص متخصص للتعبير عن رأي معين في قضية أو حدث بهدف معين، فالتعليق إذا يقوم على الرأي، أو هو تعبير عن الرأي من خلال اختيار لفكرة أو حدث مهم التأثير على الجمهور وإيجاد رأي عام مؤيد لهذا الرأي وتختلف اتجاهات التعليق واختيار موضوعاته من نظام

إعلامي إلى نظام آخر، فقد يعبر فقط عن رأي كاتبه أو عن رأي النظام الحاكم، ولكن ليس شرطاً أن يكون التعليق على نأ سياسي، فقد يتناول حدثاً اقتصادياً أو ثقافياً أو اجتماعياً أو حتى رياضياً. (طارق سيد أحمد الخليلي، المرجع السابق، ص 120).

وباختصار التعليق هو مجموعة أطروحات نقدية ووجهات نظر تدور حول جوانب من خبر أو حدث معين أو أحداث مترابطة أو وجه أو أكثر من أوجه قضية أو مسألة أو ظاهرة تعطي الموضوع المطروح توضيحاً وتفسيراً وخلفية تضيفي عليه مغزى يتناغم والاتجاه العام للوسيلة. (محسن ماهيناز رمزي، المرجع السابق، ص 295).

#### 7- التحليل الإخباري:

هناك من لا يفرق بين التحليل الإخباري والتعليق الإخباري نظراً لأن الحدود الفاصلة بينهما ليست دقيقة فضلاً عن أن بعض محطات التلفزيون لا تفصل بين التحليلات والتعليقات الإخبارية على اعتبار أنهما يتناولان الأخبار بشيء من التفصيل، فالتحليل الإخباري هو شرح للخبر ومقابلته بالأخبار الواردة في الموضوع ذاته، وإضفاء معلومات توضحه وتشرحه دون إبداء وجهة نظر معينة، فأهم ما في التحليل هو عرض الحقائق حول الخبر لذلك يلزم كاتبه ألا يكون منحازاً بل كل مهمته أن يشرح ويفسر ويبسط المعاني التي وردت في الخبر الذي جاء في النشرة. (طارق سيد أحمد الخليلي، المرجع السابق، ص 121).

ويمكن القول أن التحليل الإخباري هو رد فعل إعلامي فوري على حدث آني، يبدي المحرر رأياً ساخناً في مضمونه ويحلل معطياته تحليلاً، أولياً، مستعينا بأحداث هيئات له وحدث مساره، والتحليل الإخباري ثلاثة أنواع محلي، إقليمي ودولي. (رائدة عاشور بسيوني، 2014، ص 129).

#### 8- التحقيق الإخباري:

هو برنامج يقوم بتقصي حقيقة حدث معين مطروح على ساحة الاهتمام الجماهيري، ويعتمد على الحوار المتعمق، وتهدف التحقيقات الإخبارية إلى تقديم معلومات وآراء متعددة عن الحدث نظراً لأهميته لجمهور المحطة، يتسع مفهوم التحقيق ليستوعب الجوانب الحياتية والاجتماعية بأبعادها المختلفة فهو يتناول موضوعات متنوعة قد تكون مشكلة مهمة أو شخصية متميزة أو مواقف أو أفكار وهو يستند على التحليل الواقعي للمشكلات أي أنه يلتزم بالحقيقة، فهو ينتمي إعلامياً إلى ما يعرف بمواد الحقيقة Reality Materials وهي المواد التي تتناول المشكلات في دنيا الحقيقة بما يثير اليقظة والجهد والنشاط ويشجع على التفكير وفتح المعلومات. (رائدة عاشور بسيوني، مرجع سبق ذكره، ص 130).

## 9- المائدة المستديرة

حسب روبرت ك . هيلبارد" هو البرنامج التي يتم فيها طرح آراء مختلفة حول الحدث ووجهات النظر دون اقحام المعد والمذيع لرأيه الشخصي". (هالة اسماعيل بغدادي، 2009، ص 17)

ويعرف أيضًا بأنه برنامج يقوم في الأساس على مناقشة جدلية حول موضوع محدد بين عدد محدود من الأشخاص (3 إلى 05 أشخاص)، يتحدث فيه المشاركون ويستمعون لبعضهم البعض ويعدلون آرائهم وملاحظاتهم حسب إحتياجاتهم للحقائق والآراء لكل فرد، مما يجعل المناقشة حية وفعالة، وفق تغير عقلية الجمهور وهذا لا يعني أن المناقشة تتميز بالصدق التام، بل أن موضوع المناقشة له وزن ومعنى. (طارق سيد أحمد الخليلي، المرجع السابق، ص 146)

## 10- البرنامج التسجيلي الإخباري:

هو البرنامج الذي يربط بين الأحداث المعنية والبرامج الخاصة والدراما، حيث يقدم الأحداث وفقا لرؤية تفسرها وتنبأ بالمستقبل، (هالة اسماعيل بغدادي، المرجع السابق، ص 18) وهي تبني أساسا من حقائق ووثائق ومحتواها في أساسه حقائق ووثائق وهو يعتمد على تقديم صور تسجيل الأحداث الجارية من مواقعها كصور عن إنجاز معين أو مركز حضاري أو صورة عن حياة شعب من الشعوب أو نشاط بشري بغرض توصيلها للجمهور. (طارق سيد أحمد الخليلي، المرجع السابق، ص 123).

## 11- الندوات الحوارية والمناقشات:

البرامج التي يجتمع فيها عدة أشخاص في نفس الوقت لمناقشة موضوع معين، إما من وجهات نظر مختلفة أو إما من وجهات نظر متعددة، بمعنى أن الموضوع الذي يدور حوله البرنامج إما أن يكون موضوعا تختلف حوله الآراء، فتعرض في البرامج متقابلة وجها لوجه يحاول كل طرف أن يقنع الطرف الآخر بوجهة نظره، وإما أن يكون الموضوع له عدة وجهات نظر، وتسعى هذه البرامج إلى إلقاء الضوء أمام المواطنين جميعا على المشكلات التي تتعلق بحياتهم وعرضها من وجهات النظر المختلفة تمهيدا لتكوين رأي عام حولها، ومحاولة الوصول إلى حل في الموضوع المختلف عليه وإيصال الحقائق إلى الناس بطريقة طبيعية سهلة بعيدة عن الملل. (جواد عبد الستار 2001، ص 283).

## 12- قراءات الصحف:

هو برنامج خاص بأقوال الصحف المحلية منها والعالمية، حيث يتم عرض المعالجات الصحفية للأحداث الجارية وأبرز الآراء من وجهة نظر الصحف والصحافيين. (هالة اسماعيل بغدادي، المرجع السابق، ص 17-18).

## 13- الأخبار العاجلة :

الخبر العاجل هو خبر يمثل تغيراً مفاجئاً ودرامياً للسير المتوقع للأحداث فيما يتعلق بموضوع يقع في صلب اهتمامات الجمهور المستهدف. (معوض محمد، 2000، ص 201).

تعتبر الأخبار العاجلة مادة دسمة للقنوات الفضائية الإخبارية وطبيعة الحدث وقيمتها الإخبارية وسياسة الوسيلة الإعلامية، وكذلك اهتمام تلك الوسيلة بالخبر العاجل كلها مسوغات للتعامل مع الخبر على أنه خبر عاجل لا يحتمل بثه الانتظار الطويل. (عاصف حميدي، المرجع السابق، ص 171)، وفي الوقت الراهن تحرص كثير من المحطات الإخبارية على وجود شريط أسفل الشاشة التلفزيونية تعرض عليه الأنباء العاجلة أثناء عرض نشرة الأخبار أو إذاعة أحد البرامج الإخبارية لكي تحيط مشاهديها علماً بأهم مستجدات الأخبار باستمرار. (طارق سيد أحمد الخليلي، المرجع السابق، ص 119).

وهي خدمة إخبارية مستحدثة منذ حرب الخليج الثانية 1990 وكانت CNN لها السبق في هذه الخدمة. (سليم عبد النبي، المرجع السابق، ص 76).

ويمكن تلخيص أشكال إعلان الأخبار العاجلة فيما يلي:

أ- الخبر المكتوب وهو أن تتم كتابة أبرز عناصر الخبر وإظهار تلك الكتابة على الشاشة حتى خلال بث برامج أخرى على أن تكون كلمات الخبر العاجل مكتوبة على شريط Strap يعده قسم الجرافيكس للفت انتباه المشاهد بأن هناك خبراً عاجلاً قد طرأ، وتسمى هذه الطريقة في بعض التلفزيونات Push over.

ب- قطع البرامج وهو أن تتوقف المحطة عن بث برامجها الاعتيادية، ويتم الانتقال مباشرة إلى استوديو الأخبار لتقديم الخبر العاجل. (عاصف حميدي، المرجع السابق، ص 118).

## الفصل الثالث

مدخل مفاهيمي للقائم بالاتصال

### 1.3. مفاهيم عن القائم بالاتصال :

تعددت اتجاهات المدارس الاعلامية المختلفة في تعريفها للقائم بالاتصال، وتنوعت الى عدة اتجاهات منها اتجاه يرى ان القائم بالاتصال هو مؤسسات تتكامل فيها عناصر تكوين الرسالة الاتصالية المعنى أن القائم بالاتصال هنا ليس شخصا يمثل مصدر مضمون الرسالة الاتصالية وإنما هو المؤسسة الإعلامية أو الإتصالية بكاملها والتي تصدر عنها الرسالة الاتصالية عبر مضامين و اشكال و وسائل و تقنيات متعددة و يدعم هذا الاتجاه الدكتورة جيهان رشتي التي ترى ان المؤسسات الاعلامية اصبحت شبكات اتصال ضخمة تتصارع في داخلها المصالح كما ان لكل مؤسسة في حوزتها نظام معقد من السلطة و النفوذ و المركز(جيهان احمد رشتي 1978 ص 93)

ويشير الدكتور محمد عبد الحميد الى أن القائم بالاتصال هو الشخص الذي يبدأ عملية الاتصال بإرسال الفكرة او الرأي من خلال الرسالة التي يقوم بإعدادها وقد يكون هذا الشخص هو مصدر الفكرة او الرأي وهو بذلك يشير الى كل من يعمل في بناء او تشكيل الرسالة الاعلامية مهما اختلفت الادوار و المواقع (حسين عمار وليلى حسين السيد1998.ص44).

و قد وردت تعريفات اخرى على ان القائم بالاتصال هو شخص يستهدف التأثير في الناس بأفكار لديه خلفية واسعة عنها يؤمن بها و يصدر عنها و يستخدم لذلك كافة إمكانيات وسائل الاعلام المتاحة و مختلف الاساليب الاعلامية من اجل تكوين رأي عام وفق منهج علمي وفني مدروس و مخطط و مستمر ( محمد منير حجاب 2003.ص1867)

و من هذه التعريفات من تعتبر ان القائم بالاتصال هو "المرسل" و اول أطراف العملية الاتصالية و قد يكون فردا كما في الاتصال الذاتي و الاتصال الشخصي او يكون اكثر من فرد كما في الاتصال الجماهيري ( محمود حسن اسماعيل 1998 . ص 95 )

ويقول الباحث كارل هوفلاند ( Karl Hofland ) أن القائم بالاتصال هو الذي يقوم بالعملية الاتصالية التي بمقتضاها يقوم الفرد ( القائم بالاتصال) بمنبهات( عادة رموز لغوية ) لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين ( مستقبل الرسالة ) . ( جيهان احمد رشتي ص 50)

وتعتبر عواطف عبد الرحمن ان القائم بالاتصال هو الفرد الذي يشغل حجر الزاوية في العملية الاتصالية، فهو خالقها انتاجا واستهلاكا وإبداعا، فالفرد بحكم موقعه في التنظيم الاجتماعي يشارك في المضمون الاتصالي محددًا أهدافه وآلياته، مستوعبا افاقه وتداعياته وأثاره المباشرة والبعيدة، قادرا على التدخل

حيثما شاء في تعديل مساراته، بما يتفق مع مصالح وطموحات الفئة الاجتماعية والجماعة البشرية التي تنتمي إليها وفق السياق المجتمعي و التاريخ الذي يعيش في إطاره ( عبد الله زلطة 2007 ص 24 ) ويشير محمد الهاشمي إلى أن القائم بالاتصال هو الطرف الذي يبادر بالاتصال، او يقوم بتوجيه رسالته، وتمر كل المصادر الاتصالية سواء ذاتيه او الشخصية بعمليات متعددة من تفكير وصياغة للفكر، أي ان المرسل يقوم بعملية تضمين افكاره في رسالة يضعها في شيفرة رمزيه إما كتابة او لفظ، ويبحث بها الى المستقبل الذي يفك الرمز بقصد الفهم والاستجابة او التعبير عند ذلك برد فعل يصوغه المستقبل في رسالة رمزية ( محمد الهاشمي 2012 ص 31 )

ويعتبر عصام موسى ان القائم بالاتصال هو الشخص الذي يلعب دورا في التأثير على الرسالة الاعلامية من بداية تكوينها وحتى تصبح جاهزة في شكلها النهائي للإرسال عبر وسيله إعلامية الى الجمهور المتلقي، وفي هذه الحالة قد يكون الاعلامي مخبرا صحفيا او محررا للأخبار او كاتباً، او رئيس تحرير او مصور فوتوغرافيا او سينمائيا او تلفزيونيا او رساما او مصمم اعلان... الخ. ( عصام سليمان موسى 1994 ص 85 )

ويرى الباحث الامريكى جيربندر (Gerbner) ان القائم بالاتصال هو مؤسسة او منظمة تلاحظ الحدث وتتفاعل معه في وضعيته بواسطة وسائل معينة، لأجل تزويد المعلومات بشكل معين في مضمون معين للجماهير (هشام محمد عباس زكريا 2004 ص 56).

ويذكر ماكهيللي (mucehilli) أن القائم بالاتصال يتحدد دوره كوسيط في عده مستويات، فهو ينتقي الأحداث منه الأوساط التي يختلط بها والتي غالبا ما تكون سياسية او رياضية او فنية ونادرا ما تكون علمية، هكذا تساهم عملية الانتقاء هذه في انتاج الواقع لأنها تستقضي أبعادا اخرى وهي بذلك تنظم عملية التمثيل العام ( عبد الله زلطة ص 56 )

وبالنسبة لأحمد موسى فان القائم بالاتصال هو المرسل الذي لديه رسالة تتضمن بيانات او مبادئ او اتجاهات تقوم بإبلاغها الى متلقي بحاجة إليها، حيث ان هذه البيانات تساهم في تحديد موقع معين والقائم بالاتصال قد يكون فردا او مجموعة من الأفراد او هيئة او مؤسسة. ( احمد موسى 2009 ص 31 ) وبالنسبة لباترسون فإن القائم هو من يساهم في وضع القرار داخل وسائل الاعلام بشكل مباشر. ( نضال فلاح 2007 ص 38 )

وللقائم بالاتصال مسميات بحسب وظائفه الاتصالية وما بين هذه المفردات: القائم بالاتصال في شبكة الانترنت the web Communicator والصحفي الالكتروني Online journalist والمحرر المتكامل Integrated reporter وحارس البوابة Online gatekeeper ومحرر الانترنت Internet Journalist وصحفي الويب web journalist ومحرر النسخة الالكترونية والصحافي المباشر online journalist كما يمكن ان نطلق عليه منتجا producer بسبب طبيعة الويب المتعددة الوسائط. ( شريف درويش اللبان 2014 ص 98 – 101 ).

وقد طرحت بحوث القائم بالاتصال في الاعلام الجديد، مفاهيم جديدة جعل القائم بالاتصال وحارس البوابة تتماشى مع الحجم الكبير للمعلومات المتدفقة عبر الانترنت وظهور أنظمة أنظمة ووسائل اتصالية جديدة، ومن المفاهيم الجديدة للعامل بالاتصال في المواقع الاخبارية على شبكة الانترنت والصحفي الالكتروني هو الشخص الذي يقع على عاتقه خلق وتحرير وتنظيم النصوص ومواد الفيديو وغيرها من المواد الأخرى التي يمكن أن يحتويها الموقع الالكتروني على شبكة الانترنت وهو المسؤول عن تحدي عند تحديد شخصية الموقع والمحافظة عليه.

ويعرف القائم بالاتصال في مواقع الصحف الالكترونية بأنه الشخص الذي يجمع او يقوم بإعداد المادة الصحفية على اختلاف انواعها لتكون مادة اعلامية تبث عبر الصحف الالكترونية حسب اهميتها وبما تتلاءم مع السياسة التحريرية كموقع الصحيفة لتقدم للجمهور في صيغتها النهائية وبأشكال مختلفة على حسب تفضيلات المستخدم في الموقع. (حسن فراح حسن 2019 ص 156).

### 2.3. أهمية القائم بالاتصال ودوره في الرسالة الاتصالية:

يعد القائم بالاتصال من اهم العناصر التي يتوقف عليها نجاح الرسالة الاعلامية، فإذا كانت مادة الرسالة قوية والوسيلة الاعلامية ناجحة، ثم تفتقر العملية الاعلامية الى رجل الاعلام القادر على نقل الرسالة وإحداث الأثر المطلوب في الجمهور فإن هذا سوف يقضي على احتمالات نجاح العمل الاعلامي حتى وان كان الموضوع يعالج جوانب مهمة او خطيرة ( محي الدين عبد الحليم 1993 ص 86 ).

ويعتبر القائم بالاتصال داخل المؤسسة الاعلامية من العناصر الفاعلة في النظام العمل الذي يدين اولاً الى مجموع السياسات التي رسمها أصحاب الملكية او القائمون عليها وتتماشى أهدافها مع الأهداف التي من اجلها تم انشاء هذه المؤسسات، ويعتبر التزام القائم بالاتصال بهذه المؤسسات ضرورة إستمرار المؤسسة واستقرارها في علاقتها بالمجتمع، سواء كانت هذه السياسات معلنة او مستترة، يكسبها القائم

بالاتصال من خلال علاقات العمل والانتماء (محمد عبد الحميد 1997 ص 115) . وينقسم القائم بالاتصال وفقا لمدى الاتصال وطبيعته على فرعين ( سمير محمد حسين 1993 ص 30).

**1-القائمون بالاتصال الجماهيري:** اي المحترفون الذين يعملون في مجال الاعلام او الدعاية او الاعلان في الوسائل الاعلامية الجماهيرية المختلفة.

**2-القائمون بالاتصال الشخصي:** اي الاشخاص الذين يساهمون في توصيل الرسالة الاعلامية والتأثير في الجمهور عن طريق الاتصال الشخصي بدلا من الإعتماد على الوسائل الاعلامية الجماهيرية والذين يعدون قادة رأي في المجتمعات المختلفة.

اما القائم بالاتصال في الجريدة فهو المحرر الصحفي الذي يقوم بجمع المعلومات الصحفية ومعالجتها وصياغتها كرسالة اتصالية لها مضمون معين بشكل فن اتصالي قد يكون مقالا او تحقيقا او حديثا او خبرا صحفيا او تقريرا، ثم يرسل هذه الرسالة عند طريق وسيلة الاتصال الجماهيرية وهي الجريدة ( فاروق ابو زيد ليلي عبد المجيد 2000 ص 30) .

والقائم بالاتصال كعنصر مهم في العملية الاتصالية عليه ان يركز اهتمامه في نقطتين هما ( محي الدين عبد الحلیم ص 85)

1-ان يعرف ماذا يريد بعملية الاتصال.

2- ان يعرف كيف يوجه رسالته بما يمنحها قوة تأثير ممكنة في عمليه الجمهور، وأن الرسالة التي تتضمن مضمونا ضعيفا والتي تخاطب ملايين الناس بأسلوب ضعيف سوف يكون اثرها اقل بكثير من الرسالة المعدة إعدادا جيدا والتي تخاطب عددا قليلا من الناس. وتحدد شخصية القائم بالاتصال وخصائصه الفردية الطريقة التي سيعالج بها الرسالة الإعلامية، ويعبر عن ذلك احيانا بعبارات تمثل (الاسلوب هو الرجل).

ولكل شخص اساليبه الخاصة في طريقه وضع الافكار في رموز، وتتأثر طريقه المعالجة ايضا بمدى لدى القائم بالاتصال من مهارات اتصالية فقدرته على الكتابة والقراءة والاستماع وعلى التفكير ووزن الامور تؤثر على قدرته على تحديد اهدافه ونواياه وعلى قدرته في التعبير كما في ذهنه (محمد منير حجاب 2008 ص 248) و يجب على القائم بالاتصال ان يكون مقتنعا ومؤمنا بالرسالة التي ينوي ايصالها للجمهور، وان يكون هدف الرسالة واضحا وان يكون على دراية بخصائص الجمهور وله معرفه بطرق الاتصال المختلفة، وله قدرة على التنبؤ بالانعكاسات الانفعالية للرسالة الموجهة بحيث تكون حجة تتقاطع وتتناقض مع منظومة القيم السائدة في المجتمع ومرجعته الفكرية ( سعاد جبر سعيد 2008 ص 29).

والإعلامي اهم ما يتمتع به من مزايا هي لتوافر الجدارة الثقافية واللغوية و الادبية، التي تشكل التعبير الاول للإمكانيات الصحفية، فيجب ان يكون مستنيرا يلم بأنواع عديدة منه المعارف والمعلومات السياسية والتاريخية والاقتصادية والفكرية والاجتماعية بالمستوى الذي يجعله قادرا على تشخيص الظواهر والاحتمالات واكتشاف الاتجاهات وفهم جميع تفاصيل الموضوع الذي تناوله.(اسراء جاسم فلحي الموسوي ص 38).

و يؤدي القائم بالاتصال عددا منه الادوار في الجريدة تبعا للدور الإعلامي المناط له في سلسلة العملية الاتصالية ومن هذه الادوار:

1- **رئيس التحرير:** وهو المسؤول المباشر عن شؤون التحرير والاشراف على اقسام التحرير والتنسيق بين التحرير في الجريدة والاقسام الإدارية الأخرى ويتولى مسؤوليه تنفيذ سياسة الجريدة (الحسيني الديب 1987 ص 86)، ويعتمد نجاح الصحيفة على حسن تنظيم ادارتها ودقة هذا التنظيم وتوزيع الصلاحيات بين اقسامها الإدارية والفنية. بشكل يساعد على رفع العملية الانتاجية في الدار الصحفية بأسلوب أفضل وهذه الصلاحيات ومداهما تختلف من مؤسسة وأخرى طبقا لإمكانياته المالية والتقنية وتوجيهاتها العامة، وتتوزع هذه الصلاحيات بين رئيس التحرير الذي يتولى قيادة الصحيفة عبر التوجيهات اليومية التي يقدمها للعاملين معه في كافة فروع العمل والإنتاج في الصحيفة الذين يتطلب نجاحهم توافر روح الفريق المنسجم الذي يرفعوا الروح المعنوية ويسهم اخيرا في وصول الصحيفة الى القارئ في الوقت المحدد وحيث جعلها ترضي اهتمامات قراءها واحتياجاتهم وتطلعاتهم والثبات في وجه الصحف المنافسة والنجاح في العملية الاعلامية التي تعتبر الصحافة المكتوبة من ابرز دعائمها في عالم اليوم ( عيسى محمد الحسن 2009 ص 11).

2- ويتحمل رئيس التحرير المسؤولية القانونية عن كل ما ينشر بالصحيفة وهو ما يضع الاطر العامة للعمل الصحفي وهناك نوعان من رؤساء التحرير **الأول** يرى فرض شخصيته على العاملين معه هي الطريقة التي تضمن سلامة العمل والآخر هو الذي يؤدي دور خلاق للأفكار والذي يدفع بالكفاءات الى الصفوف الاولى ويوفر لها المجال للإبداع والانطلاق. ( محمد جمال الغار 2006 ص 183)

2- **مدير التحرير:** و يتولى مدير التحرير في الصحيفة جانبا هما منه المسؤوليات في ادارة الصحيفة والإشراف على أقسامها المختلفة وتكون اختصاصاته قريبة من اختصاصات رئيس التحرير حيث يقوم بمعاونته في الاشراف والتوجيه والمسؤولية المباشرة عند تنفيذ المهام المختلفة وله صلاحيات توجيه الصحيفة

في غياب رئيس التحرير وكذلك الاجتماعات اليومية للصحيفة وقد يكون هناك أكثر من مدير تحرير الصحيفة يتحمل كل واحد منهما جانباً من المسؤولية في قيادة العمل في الصحيفة وفي المسائل المتعلقة بإدارتها وتحريرها (عيسى محمد الحسن ص 12) .

ولابد لمدير التحرير أن يتمتع بمهارات إدارية حيث التعامل مع المندوبين والمراسلين والمحررين ويقوم بتزويدهم بالأفكار والموضوعات التي يمكن أن يعالجوها من موادهم الصحفية كذلك في نشر أو حجب المادة، الصحفية المقدمة له، ويجب أن يكون له اتصال دائم مع رئيس التحرير داخل الجريدة . ( اسراء جاسم فلحي الموسوي ص 39)

**3- سكرتير التحرير:** هو الذي يحمل المواد المتراكمة من نصوص وصور إلى مواد حية ويختار موضوعات التحقيقات والمقابلات والتقارير كما يستطيع سكرتير التحرير تحديد المصادر الإخبارية ويمارس الرقابة على المواد التحريرية فيحقق له أن يختصر ويحذف أو يختار جزءاً أو موضوعاً يهمه ويقدمه إلى الآخر ( وفيق الطيب 1981 ص 14 - 21) ويتصل عمل السكرتير التحرير بإدارة تسمى سكرتارية التحرير التي ترتبط بعمل عدد من الإدارات في المؤسسات الصحفية وتشرف على بعضها، ومن هذه الإدارات التحرير والإعلان والتصوير والمونتاج والمطبعة، لأن هذه الإدارات تصب كلها مجتمعة في عملية إنتاج الصحيفة وإخراجها، ويتقارب عدد العاملين في سكرتارية التحرير حسب حجم الصحيفة واتساع قدرتها والأعداد العشرية العاملة فيها، فتوظف الصحف الكبرى أكثر من سكرتير واحد لكل صفحة من صفحاتها، يقوم كل واحد بمراجعة المادة التي تنشر صفحته ووضع العناوين المناسبة لموضوعاتها واختيار الصور المناسبة لهذه الموضوعات وكتابه العبارات المشاركة لهذه الصور بالإضافة إلى رسم الصفحة وتعيين أماكن الموضوعات والأخبار والإعلانات التي تتضمنها ( عيسى محمد الحسن ص 12).

ويتحدد عمل سكرتير التحرير بما يأتي : (فيليب غسار 1983 ص 109 . 122)

أ. تنظيم العمل

ب . اختيار الأنباء

ج. إعداد الماكيت

د . اعداد النصوص

هـ. اختيار العناوين الرئيسية والفرعية والصور

و . اعاده التحرير

**4-المحرر:** هو الشخص الذي يتولى قرارات النشر وتطبيق القرارات الحاسمة لتحديد صلاحية المادة الصحفية للنشر من عدمها اي هو الذي يختار المواد التي تكون صالحة للنشر أو لا ( موندكوبلانتر 1985 ص 29) وتتحدد مهمه المحارب أساسا في إنتقاء الاخبار التي سيتم تحريرها والتي يتجدد ظهورها بشكل تلقائي من الوكالات المختلفة ويقوم المحرر بعد إختيار الخبر باستكمال بعض عناصره، من المصادر الاخرى المتاحة والتي قد تكون قد نشرت خيرا مماثلا وبعد صياغة الخبر واستكماله يتم اختيار الصورة المناسبة من مستكشف الصور وربطها بالخبر ثم يقوم بحفظ الخبر. ( خالد محمد غايدي 2016 ص 138)

**5-المندوب الصحفي:** وهو جرائدي من هيئة تحرير الجريدة التي يعمل لحسابها داخل المدينة او الدولة التي تصدر منها ويتولى وفقا لتوجيهات ادارة التحرير وجمع الأخبار عند جهة محددة بصفة دائمة او مؤقتة ونقلها الى الوسيلة، كما يقوم بتغطية الاحداث والقضايا التي يكلف بها ونقل تفاصيلها الى الجريدة وهو الصحفي الذي يعرف كيف ينقبع المعلومات اينما كان مصدرها ودون النظر اذا ما كانت سرية ام لا ( hough George 1991 page 26) ويطلق احيانا على المندوب اسم المخبر الصحفي ويجب ان يمتاز بالقدرة على الملاحظة والفهم الجيد للقيم الخبرية، و اهتمامات الجمهور لأنه من يحدد طبيعة الأخبار ونوعها التي تدخل الى حجرة التحرير وبعد المندوب اهم مصادر الجريدة، فهو المصدر الخاص بها للحصول على السبق الصحفي لأن المصادر العامة ممكنه ان تعطي معلوماتها إلى مؤسسة جرائدية أخرى اما المندوب فيخص جريدته بما يحصل عليه من اخبار ( محمد صاحب سلطان 1993 ص 136)

**6-المراسل الصحفي:** المراسل الصحفي هو الذي يجمع الاخبار ويرسلها الى الجريدة بانتظام ( عبد العزيز الغنام 1977 ص 67) وهناك المراسل الدائم الذي يكون في مكان بعيد ليمد الجمهور بأخبار دقيقه عند القضايا والاحداث التي قد تؤثر في حياته سواء كانوا مشاهدين او قراء، ويجب ان يسعى المراسل دائما الى تحقيق علاقات موضوعية و علمية مع مصادر الاخبار التي تعمل في ذلك الموقع، علاقات اساسها الدقة والكمال في أداء العمل ( هيربرت ستانر 1989 ص 115 - 118).

ويعمل المراسل الصحفي عادة خارج الدولة التي تصدر فيها الصحيفة لموافاتها بالأخبار والتقارير عند الاحداث والقضايا في المكان الذي يتواجد فيه، وتقاس قوة الجريدة المعاصرة من ضمن ما تقاس به بعدد مراسليها في العالم، فكلما كان العدد اكبر زادت الثقة فيما تنشره من اخبار. ( حسين ناصر سعيد عبد الرحمن 2003 ص 98 )، وتتطلب وظيفه ان يعطي شرحا مفصلا لطبيعة الاحداث والاوزاع

وخلفياتها والتوقعات بشأن المستقبل في ضوء قراءته للواقع، لذا فإن المراسل بمثابة اختصاص في شؤون البلد الذي يرسل اليه. ( هيرت. سترنر ص 201 ).

والمراسل الصحفي بهذا المعنى قد يكون ملتزما كمحرر بمنشأته الصحفية التي يشتغل بها او يتم تعيينه من قبلهم مشغلة لتغطيه حدث ما الى جهة خارج جغرافية منشأته الصحفية ثم يعود وقد تعينه المؤسسة الصحفية مراسلا صحفيا مقيما في بلد من البلدان يتكلف بتزويد جريدته بأحداث صحفية وتحقيقات وحوارات ومقالات ذات طبيعة اخبارية واستطلاعاته، فهو اذن معتمد من طرف جريدته لمهام خاصة وفي جغرافية معينة مع تحمل كل تكاليف حياته هناك بالإضافة الى المكافآت فهو اذن مكلف بالمهام التي انيطت به و بالقضية القانونية التي يتواجد بها داخل تلك الجغرافية سيشكل بلا منازع مصدر قلق للسياسيين و لكل الذين يرون في الصحفي الشرطي او الجاسوس الذي يتبع خطواتهم اينما حلوا وارتحلوا. ( سالم محمد عوض 2020).

وعلى الرغم من تنوع طبيعة عمل القائمين بالاتصال واختلاف مواقفهم ومكانتهم إلا انه ينبغي تأكيد مفهوم الدور الفردي للممارس الاعلامي اذا تمتاز مساهمات الكثير من الممارسين الاعلاميين بطابع الاستقلال والمبادرة الشخصية ( دنيس ماكويل 1992 ص 69 )، و لذلك فالقائم بالاتصال قد يؤدي دورين في وقت واحد او اكثر من ذلك حسب طبيعة العمل والظروف التي يعمل بها، ويعرف القائم بالاتصال بانه يضم العناصر البشرية لتمثل دعامة العمل الصحفي ويكون لهم دورهم المباشر في الانتاج الذهني للرسالة الاعلامية (اسماء حسين حافظ 2014 ص 114).

### 3.3. دراسات القائم بالاتصال :

اصبحت المؤسسات الإعلامية في القرن 21 شبكات اتصال ضخمة تتصارع داخلها المصالح كما ان كل مؤسسة هي في حد ذاتها نظام معقد للسلطة و النفوذ و المراكز وحينما ما ندرس ما يحدث داخل الجريدة او محطة الإذاعة او محطة التلفزيون تشعر بالدهشة من ما مدى تعقد و تشابك اعمالها، ففي داخل تلك المؤسسات تتخذ يوميا بل وفي كل دقيقة قرارات مهمة وخطيرة ونظرا لأهمية تلك القرارات بالنسبة للجماهير يجب ان نعرف الاسلوب الذي يتم بمقتضاه اتخاذ القرارات والمراكز والمناصب التي تنفذ فعلا تلك القرارات، وطبيعة القائم بالاتصال، والأمور التي تؤثر على اختيار المواد الإعلامية والقيم و المستويات التي يعتنقها القائم بالاتصال (نضال فلاح الضلاعين 2016 ص 167 ).

والواقع انه من الصعب علينا ان نفسر السبب في اهمال الباحثين حتى وقت قريب لدراسة ما يحدث داخل المؤسسات الإعلامية ودراسة القائمين بالاتصال، وعلينا أن نعترف عند تحديد تأثير الرسالة الإعلامية، بأن القائم بالاتصال لا يقل اهمية عن مضمون الرسالة، ليس معنى هذا ان الباحثين لم يكتبوا عن رجال الاعلام القدامى، فالواقع ان لتاريخ الصحافة حافل بتاريخ حياه اعلام الصحافة كذلك تقوم الجامعات بتدريس ما يحدث داخل الجريدة او اسلوب عملها لطلبة الصحافة ولكنه الذي تقصده هو القيام بتحليل وسائل الاعلام كمؤسسات لها وظيفة اجتماعية، ودراسة دور ومركز العامل بالجريدة اي الصحفي، والظروف او العوامل التي تؤثر على اختيار مضمون الصحف، فالأخبار هي ما يضعه الصحفيون ولكنه كيف يصنع هؤلاء الصحفيون الاخبار؟ وما هي الالتزامات المهنية والأخلاقية التي يفرضها الصحفي على نفسه؟ وما هي طبيعة السيطرة البيروقراطية التي تفرض نفسها عليه من قبل المؤسسة التي يعمل في اطارها؟. (عبد الرزاق الدليمي 2016 ص 154).

وقد أجريت في الخمسينات سلسلة من الدراسات التي ركزت على الجوانب الأساسية لعملية "حراس البوابة" بدون أن تستخدم بالضرورة هذا المصطلح، وقد قدمت تلك الدراسات تحليلاً وظيفياً لأساليب التحكم في غرفة الأخبار، والادراك المتناقض لدور ومركز العاملين في الوسيلة الإعلامية، ومصادر اخبارهم والقيم التي تؤثر في انتقاء وتقديم الاخبار، وقام بهذه الدراسات مجموعة من الباحثين الامريكيين أمثال بريد (Bread)، كارتر (Carter)، ستارك (Stork) وجيبر (Gieber) وجاد (Judd) ووايت (white) وغيرهم .

وأشارت هذه الدراسات الى ان الرسالة الإعلامية تمر بمراحل عديدة وهي تنتقل من المصدر الى المتلقي، وتشبه هذه المراحل السلسلة المكونة من عدة حلقات، اي وفقا لإصلاح نظرية المعلومات، فالالاتصال هو مجرد سلسلة متصلة الحلقات . (حسين عماد مناوي، ليلي حسين السيد 1989 . ص 176).

ونشر الباحث تشارلي ميتشل في سنة 1951، دراسة عند حجات الاخبار الإذاعية والافراد الذي يعملون بها، كما نشر الباحث (سابين) دراسة عن كتاب الافتتاحيات في ولاية اوريجون وقدم لورانس دراسة عند محرري كنساس، وقد لخص الباحث الامريكي والتر جيبر في مقالة (الاخبار هي ما يجعله الصحفيون اخبارا)، نتائج الابحاث الأساسية التي اجريت على حراس البوابة. كما قام سنة 1956،

بعمل دراسة عند محرري الاخبار الخارجية في 16 جريدة يومية بولاية واستكونسون، تستقبل وكالة انباء أسوشيتد برس فقط.

وقد اظهرت دراسة جبن لأنه اذا كان المحرر يختار عين ممثله مما يصله من انباء، يمكنه ان يقول انه قد في وفيق في اداء عمله، وقال انه يمكنه عن طريق ملاحظه الاسلوب الذي يختار بمقتضاه المحرر الانباء لفته لا تزيد عن ايام قليلة ان يتنبأ بما قد يختاره في يوم اخر . ( عبد الرزاق الدليمي ص 154 ) .  
ومن ضمن الدراسات التي اهتمت بالقائم بالاتصال نجد دراسة ليوروستن عند مراسلي واشنطن عام 1973 والتي تشير الى ان الصحفيين ذوي التوجه المهني يختلفون في سلوكهم ورؤيتهم لدوائهم عن بقية زملائهم، وتعتبر هذه الدراسة من اولى الدراسات التي اجريت على الصحفيين القائمين بالاتصال ( عبد الرزاق الدليمي ص 138 ).

وفي سنة 1941 نشرت مجلة(الصحافة) ربع السنوية التي تصدر بالولايات المتحدة الأمريكية دراسة مهمة عن العاملين بجريدة ملواكي .

وقد اعطت دراسة الباحث الامريكي ديفيد مانينج وايت حول "حارس البوابة وانتقاء الاخبار" دفعة قوية في مجال دراسة القائم بالاتصال ويرجع الفضل في تطور هذا النوع من الدراسات الى عالم النفس النمساوي الاصل، الأمريكي الجنسية(كورت كوين) في تطوير ما اصبح يعرف بنظريه حارس البوابة الإعلامية.

ويرى لوين انه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور هناك نقاط أو بوابات يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج، وانه كلما طالت المراحل التي تقطعها الاخبار حتى تظهر في وسيله الاعلام كلما ازدادت المواقع التي يصبح فيها من حق الفرد او عدة افراد تقرير ما اذا كانت الرسالة تستقبل بنفس الشكل وبعد ادخال بعض التغييرات عليها، إن دراسة حارس البوابة هي في الواقع دراسة لسلوك اولئك الافراد الذين يسيطرون في نقاط مختلفة، على مصير القصص الإخبارية، حيث يرى لوين ان فهم وظيفة حارس البوابة يعني فهم المؤثرات او العوامل التي تتحكم في القرارات التي يصدرها حارس البوابة. ( زهير عبد اللطيف عبير، 2013 ص 108 )

ومن أعماق الدراسات التي اجريت على القائمين بالاتصال والقوى الاجتماعية التي تؤثر على العاملين في الصحف، الدراسة التي قدمها وارن بريد سنة 1955، فقد وجد بريد ان هناك أدلة تشير الى وجود عملية تأثير يسيطر او يهيمن بمقتضاها مضمون الصحف الكبيرة، او المحطة الإذاعية التلفزيونية

حاليا، ذات المركز المرموق ( صحف الصفوة ) تؤثر على الطريقة التي تعالج بها الصحف الصغيرة الاخبار والموضوعات المهمة، اي ان الكبير يتلع الصغير كما يقال في عالم التجارة ولا شك ان هذا يحرم وسائل الاعلام الجماهيرية من التغيير و التنوع وتعدد الآراء الذي يساعد على تكوين راي عام واعي ( عبد الرزاق الدليمي .ص 155 )

وقد استخدم بريد في دراسة اخرى التحليل الوظيفي ليظهر كيف تدفن او تحذف الصحف الاخبار التي تهدد النظام الاجتماعي والثقافي او تهاجمه او تهدد ايمان القائم بالاتصال بذلك النظام الاجتماعي والثقافي، ويقول بريد ان سياسة الناشر هي التي تطبق في العادة في اي جريدة بالرغم من مظاهر الموضوعية في اختيار الاخبار، بالإضافة الى ذلك فالجزء الذي يناله الإعلامي في الجريدة مصدره ليس القراء الذين يعتبرون عملاءه، ولكنه مصدر زملائه من العاملين معه ورؤساءه لذلك يعيد المحرر في الجريدة تحديدا وتشكيل قيمه، بحيث تحقق له أكبر منفعة ومن هذه الدراسة استنتج بريد ان الظروف الثقافية التي تحيط بالصحفي في حجرة الاخبار، لا تؤدي الى نتائج تفي بالاحتياجات الاوسع للديمقراطية. ( عبد الرزاق الدليمي .ص 156 ) .

وقد استخدم الباحث الامريكى المشهور سوانسون أساليب الملاحظة المباشرة والاستفسار ليحصل على معلومات عن معتقدات العاملين في جريدة يومية صغيرة وخصائصهم الشخصية كذلك دراسة(بروس وتستلي) ايضا محرري الاخبار الخارجية في صحف ولاية وسكونسن باستخدام سلم (قياس القيم) الذي قارن به القيم التي يعتنقها أولئك المحررون والتي تؤثر على اختيارهم للأخبار وتعتبر دراسة بروس وستلي و مالكوم ماكلين عند القائمين بالاتصال والفرقة بين ادوار الاتصال المختلفة، من الدراسات المهمة في هذا المجال والملاحظ انه يوجد في كل هذه الدراسات عنصر واحد مشترك وهو انها تركز الاهتمام على التفاعل بين الأنماط والاخلاقيات الصحفية المثالية و الأساليب الاجتماعية و التنظيمية المقررة في المجتمع الأكبر في ظروف متنوعة وأوضاع مختلفة ولهذه الدراسات فوائد كثيرة لوسائل الاعلام المهنيين لأنها تساعد على الوصول الى احكام اكثر ذكاء عند العاملين بالوسيلة الإعلامية في الاطار الاجتماعي المباشر كما تبرز كثيرا من الأسئلة المهمة التي يجب ان نتوصل الى اجابات عنها. ( نضال فلاح الظلاعين ص 170 ) .

ومن هنا نجد ان الدراسات الإعلامية التي تناولت حارس البوابة انتهت الى ان هناك العديد من المتغيرات التي تؤثر على القائم بالاتصال على ضوءها يحدد ما ينشر وما لا ينشر، منها قيم المجتمع والصحف الاخرى ووكالات الانباء والمعلنون والجمهور وسياسة الجريدة ورغبة الاعلامي في ان يركز ويحظى

بمنصب أفضل والضغط الميكانيكية في حجرة الأخبار (حجاب محمد منير 2010 ص 273) وقد ذكرت تلك الدراسات بان الرسالة الاعلامية تمر بمراحل عديدة، وهي تنتقل من المصدر حتى تصل الى المتلقي وتشبه هذه المراحل السلسلة المكونة من عدة حلقات اي وفقا لاصطلاح نظرية المعلومات فالالاتصال هو مجرد سلسله متواصلة من الحلقات ( حسن عماد 2012 ص 77 ) وتعد من أبسط الأنواع السلاسل هي سلسلة الاتصال المباشر الموجة من فرد الى آخر، ولأن هذه السلاسل هي حالة الاتصال الجماهيري تكون طويلة جدا، لأن المعلومات التي تدخل شبكات اتصال معقدة مثل الجريدة او محطة الإذاعة والتلفزيون عليها ان تمر بالعديد من الحلقات او الأنظمة المتصلة (رشتي جيهان احمد 1975 ) .

وقد تعرض مفهوم حارس البوابة للانتقاد بسبب تصوره القاصر لعملية صنع الأخبار ، فالمفهوم يوحي بان الاخبار تأتي من إلى وسائل الاعلام بصورة جاهزة بطريقة سهلة لا تتطلب عناء او عملا، وانها تقف امام بوابة الوسيلة الإعلامية ليتقرر بعد ذلك إدخالها أو إقفال البوابة حيالها وبناء على ذلك تنازل الباحثون عن ذلك واستخدموا بدلا منه مفهوم القائم بالاتصال، وحرصوا على ان يضعوا تعريفا واضحا له يميز هذا المفهوم فأهم ميزة حرص الباحثون على ذكرها في المفهوم الجديد للقائم بالاتصال هي درجة المباشرة بصياغة وانتاج الرسالة الاعلامية ( فيصل العنزي 2020 ص 18 ) .

### 4.3. خصائص القائم بالاتصال في الصحافة:

يلعب القائم بالاتصال دورا فعالا في انتاج الرسالة الإعلامية فهو احد الاركان المهمة في العملية الاتصالية وأحد اسباب نجاحها ويشمل القائم بالاتصال كل من يعمل في بناء الرسالة الإعلامية من المحررين والمراسلين، المصورين، والمخرجين وغيرهم ونقصد بهذه الخصائص التي يتسم بها القائم بالاتصال هي تلك القواعد المهنية الذي تضيفي نوعا من الموضوعية والمصدقية على العمل الإعلامي كما يمكن اعتبارها مجموعة ضمانات يجب ان تتوفر في القائم بالاتصال حتى يستطيع ان يؤدي عمله على احسن وجهه وحتى يكون اكثر تأثيرا وإقناعا ويمكن حصر هذه الخصائص فيما يلي :

#### 1 المصدقية :

ويعتمد قياس مصداقية القائم بالاتصال على عنصرين اساسيين هما الخبرة وزيادة الثقة في القائم بالاتصال، ويفسر مفهوم الخبرة بمدركات المتلقي عن معرفة القائم بالاتصال للإجابة الصحيحة عن السؤال او القضية المطروحة وموقفه السليم منها، وهذه تعتمد على التدريب والتجربة والقدرة و الذكاء، الانجاز المهني، المركز الاجتماعي والشخص الخبير هو الذي يملك المعلومات الصادقة والحقيقية عن الموضوع.

ويشير عنصر الثقة الى ادراك المتلقي عند القائم بالاتصال بانه يشارك في الاتصال بشكل موضوعي ودون تحيز، وفي هذه الحالة لن يجني شيئا لقبول المتلقي توصيات الرسالة والمصدر الموثوق فيما يميل الى تقديم معلومات موضوعيه كما يمكن ان يحدث في العالم الحقيقي، وبالتالي فان التوصيات التي تقوم على هذه المعلومات يمكن تصديقها، الا ان المشكلة عادة ما تكمن في ان الشخص الخبير قد لا يكون موثوقا فيه. ( محمد عبد الحميد 1997 الص 158 ) .

اما الأمانة فمعناها ادراك المتلقي ان القائم بالاتصال يقدم معلومات بشكل موضوعي وبدون تحيز، ومن هنا لا تعرف مصداقية المصدر بانها قابلية القارئ لتصديق المصدر و الإعتقاد في صحة ما يكتبه او يقوله، والثقة في آرائه واحترامه، وتفضيله كمصدر للمعلومات يعتمد عليها عند الحاجة، وذلك بناء على مدركات الجمهور عن المصدر بخبرته في القضية التي يطرحها وانه يكتب او يتحدث بشكل موضوعي ودقيق يطابق ما يحدث في العالم الحقيقي. ( اسامه عبد الرحيم علي 2003 ص 332 ) .

## 2 الجاذبية attractiveness :

أي قدرة القائم بالاتصال على جذب الاخرين اليه، هذه الجاذبية قاسمها العلماء بالمودة والتشابه والجذب على اساس نحن نجتذب لمن نجد فيه مودة ومن نحب، كما نجذب لمن نتفق ونتشابه معه ويتشابه معنا، وهذا التشابه قد يكون في الافكار والمعتقدات والآراء والقرب النفسي والاهتمامات السياسية او المجتمعية العامة ( المذيع الرياضي يجتذب اليه المهتمون بالرياضة، وهكذا السياسة والفن والثقافة والدين وغيرها من مجالات.

ايضا التشابه قد يكون تشابها عضويا او متصلا بالسن والنوع واللغة والسماوات الديموغرافية مثل( المشاهد المسلم قد ينجذب الى المذيع المسلم او كبير السني الى الصحفي الذي هو في عمره او تنجذب النساء المشاهدات الى المقدمة الانثى من نفس جنسها وهكذا. (نجلاء محمد جابر 2014 ص 133 )

## 3 القوة :

أي يتمتع بالمصدر بهيبة وقوة خاصة، وقد تظهر في الشعور بالأهمية او السيطرة والنفوذ او انه يقدر على ضبط الحوار والسيطرة على الاشخاص او تمتع بالقدرة على التدقيق ووزن الامور أو الثواب والعقاب كرد فعل للمواقف الاتصالية وهي خصائص ذاتية كما نراها شديدة الأهمية وان كان يصعب قياسها ولكنه سهل الإحساس بها. (نجلاء محمد جابر 2014 ص 134 ) .

### 5.3. الشروط الواجب توفرها في القائم بالاتصال :

لقد حدد ديفيد بيرلو الشروط التي يجب ان تتوفر في القائم بالاتصال وهي: ( حسين عماد مناوي ليلي حسين السيد ص135)

- 1 -توافر مهارات الاتصال وهي خمسة: مهارة الكتابة ومهارة التحدث ومهارة القراءة ومهارة الانصات والقدرة على التفكير السليم لتحديد الاهداف المتعلقة بالاتصال.
  - 2 -اتجاهات القائم بالاتصال نحو نفسه ونحو الموضوع ونحو المتلقي وكلما كانت هذه الاتجاهات ايجابية زادت فعالية القائم بالاتصال.
  - 3 -مستوى معرفه المصدر وتخصصه بالموضوع الذي يعالجه يؤثر في زيادة فعاليته .
  - 4 -مركز القائم بالاتصال في اطار النظام الاجتماعي والثقافي وطبيعة الادوار التي يؤديها والوضع الذي يراه الناس فيه يؤثر على فعالية الاتصال.
- ويضيف عبد الرحمن ابراهيم شروطا اخرى للقائم بالاتصال وهي كالتالي:( عبد الرحمن ابراهيم الشاعر 2012 ص 79 . )

- 1 - القدرة على التقصي في مضامين الرسالة الإعلامية والتحليل والتركيب والنقد الذاتي.
  - 2 - القدرة على صياغة رسالة تحقق رصد الاثر الإتصالي .
  - 3 - القدرة على التصميم وصياغة المفاهيم والربط بين الافكار.
  - 4 - الاهتمام بمجموعة الافكار النظرية التي تعد اساسية للآراء الحديثة في الاتصال وتعلق بالبنية التي تحدث فيها معالجه المعلومات.
  - 5 -لاتنميه القدرة على الانتباه والملاحظة والبحث .
- ويحدد دايفيد راندال ورئيس التحرير في الإندبندت بعض الارشادات الأساسية للتعامل مع اي مصدر للمعلومات .( عماد مناوي ويلي حسين ص 178 ).
- 1 -يجب على القائم بالاتصال ان يعرف نفسه للمصدر، لان عدم التعريف يدفع الناس الى المبالغة و التهويل، في حين انه عندما يعرف القائم بالاتصال نفسه يصبح الحديث متميزا بالتروي والتفكير لان المصدر هنا يتحمل بعض المسؤولية حول نوعيه الحقائق.
  - 2 -العدالة و النزاهة مع المصدر اذا اراد القائمة بالاتصال من المصادر مساعدته يجب التعامل معهم بود وصدق وأمانة ونزاهة وهذا من اخلاقيات مهنة الصحافة.

- 3- الحذر من الثقة بالمصري اذا يتعاطف حماسه وانفعاليه، كلما زادت مشاعر التعاطف لدى شخص تجاه حدث ما، تضاءلت موثوقيته لذلك يجب التعامل مع هؤلاء بدقة وعناية.
- 4- عدم المبالغة في الاقتراب من مصادر المعلومات، فان مغالاة القائم بالاتصال في الاقتراب من مصادر المعلومات قد يعرضه الى العديد من المخاطر والمضايقات.
- 5- ويجب على القائم بالاتصال ألا يدع المصدر يتحكم فيه لان هذا قد يدفعه للتجاوز على شريط الآراء المهني وأخلاقيات المهنة.

### 6.3. العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال :

يقوم القائم بالاتصال خلال قيامه بعمله الاعلامي بعملية غربلة وانتقاء للمواد التي يبثها للجمهور، والواقع انه لا يمكن ان نتصور رأي القائم بالاتصال يتحرك بمحض إرادته وكأنه يعمل في فراغ، فمن الثابت ان النظام الاجتماعي والسياسي الذي يعمل في ظله وسائل الاعلام الجماهيري، تعد الى جانب عوامل أخرى، من القوى التي تؤثر على القائمين بالاتصال الجماهيري ويمكنه تعميم العوامل التي تؤثر على العمل القائم بالاتصال الى اربعة عوامل أساسية:

- 1- معايير المجتمع وقيمه وتقاليده.
- 2- معايير ذاتية تشمل: عوامل التنشئة الاجتماعية والتعليم والاتجاهات والميول والانتماءات والجماعات المرجعية.

#### أولاً. قيمه المجتمع وتقاليده :

يعد النظام الاجتماعي الذي تعمل في اطاره وسائل الاعلام من القوه الأساسية التي تؤثر على القائمين بالاتصال في اي نظام اجتماعي ينطوي على قيم ومبادئ يسعى لإقرارها، ويعمل على تقبل المواطنين لها، ويرتبط ذلك بوظيفة التنشئة الاجتماعية او التطبيع، وتعكس وسائل الاعلام هذا الاهتمام بمحاولاتها الحفاظ على القيم الثقافية والاجتماعية . وهذا يعني ان القائمة بالاتصال يسعى خلال أدائه المهنية الى المحافظة على قيم المجتمع وتقاليده حيث تلعب القيم الاجتماعية دورا مهما في تحديد عمل قائم بالاتصال، فلا يمكن ان نتصور ان يختار القائم بالاتصال عملا اعلاميا يصطدم مع ثوابت المجتمع وتقاليده الراسخة.(طلعت حكيم 2018 ص46).

ويرى بهذا الصدد الباحث وارن بريد أنه في بعض الاحوال قد لا يقدم القائم بالاتصال تغطيه كامله للأحداث التي تقع من حوله، وليس هذا الاغفال نتيجة لتقصير او انه عمل سلمي ولكنه يغفل

القائم بالاتصال احيانا تقديم بعض الأحداث إحساسا منه بالمسؤولية الاجتماعية وللحفاظ على بعض الفضائل الفردية و المجتمعية، فقد تضحى وسائل الاعلام احيانا بالسبق الصحفي او تتسامح مع بعض الشيء في واجبها الذي يفرض عليها تقديم كل الاخبار التي تمه الجماهير و ذلك رغبة منها في تدعيم قيم المجتمع وتقاليده، كذلك تعمل وسائل الاعلام على حماية الانماط الثقافية السائدة في المجتمع مثل: الرأسمالية، الولاء للوطن، واحترام رجال الدين، والقضاة، والمجتمعات المحلية، وتوفير كبار السن والقادة والامهات والرجال القوات المسلحة وغالبا متى تجتنب وسائل الاعلام انتقاد الافراد الذين يقومون بتلك الادوار لتدعيم البناء الثقافي للمجتمع ( حسين محمد مناوي وليلى حسين السيد ص 178 ) .

#### ثانيا : المعايير الذاتية للقائم بالاتصال :

تلعب الحقائق والسمات الشخصية للقائم بالاتصال دورا في ممارسة دور حارس البوابة الإعلامية مثل النوع والعمر والدخل و والطبقة الاجتماعية والتعليم، والانتماءات الفكرية والعقائدية و احساس بالذات ( self Esteem ) . ( عبد الرزاق محمد الدليمي ص 143 ) ويعد الانتماء عنصرا محددًا من محددات الشخصية، لأنه يؤثر في طريقة التفكير أو التفاعل مع العالم المحيط بالفرد، كما أن الفرد ينتمي إلى بعض الجماعات بمثابة جماعات مرجعية references groups يتشارك الفرد أعضائها في الدوافع والميولات والاتجاهات، وتمثل قيمهم ومعاييرهم في اتخاذ قراراته أو قيامه بسلوك معين.(حسين عمار مكاوي وليلى حسن ص179).

#### ثالثا المعايير المهنية للحكم بالاتصال :

يتعرض القائم بالاتصال الى العديد من الضغوط المهنية التي تؤثر في عمله وتؤدي الى توافقه مع سياسة المؤسسة الإعلامية التي ينتمي اليها والتوقعات التي تحدد دوره في نظام الاتصال وتتضمن المعايير المهنية سياسة الوسيلة الإعلامية ومصادر الأخبار المتاحة وعلاقات العمل وضغوطه وذلك على النحو التالي :

#### 1 - السياسة الإعلامية للوسيلة او نمط ملكيتها :

يحدد النظام السياسي نمط ملكية الصحف وأساليب ادارتها كما يفرض الايديولوجية التي تعمل في اطارها والتي من خلالها تتجدد الوظائف والمهام التي ينبغي على القائم بالاتصال في مجال الصحافة وغيرها منه وسائل الاعلام القيام بها ( محمد عبد الحميد 1997 ص 166 ) .

ويعتبر التزام القائم بالاتصال بالسياسات الخاصة بالمؤسسة التابعة لها ضرورة استمرار المؤسسة و استقرارها و هذا الالتزام هو الذي يظهر فيما يقوم به او غيره من عمليات المراجعة للمحتوى حتى يتسق مع هذه الاهداف والسياسات، سواء بالحذف او بالإضافة او بالتعديل، بما يشير في النهاية الى التحيز في انتاج المحتوى نحو خدمة الاهداف والسياسات الخاصة بالمؤسسة . (محمد عبد الحميد 1997 ص 177 ).

لقد اصبح من الثوابت الاقرار بالتأثير الخاص لقرارات الملاك والمديرين على المنتج الاعلامي النهائي وكذلك تأثير شخصية صانع القرار والضغط من داخل التنظيم نفسه وخارجه، ومن ذلك نستنتج ان الناتج الاعلامي لا يتأثر فقط بالعوامل الخارجية في البيئة او السياق الاجتماعي او جمهور المتلقين ولكنه يتأثر بدرجة كبيرة باتجاهات الممارسة الإعلامية المهنية في المؤسسات الاعلامية ( محمد عبد الحميد 2017 ص 50 - 51 ) .

لقد بدى واضحا ان لكل وسيله اعلاميه سياستها التحريرية الخاصة ونهجها الخاص في تناولها الاخبار والتقارير والموضوعات بصفة عامة وتظهر هذه السياسة في اهمال او تحريف قصص معينة ويتعلم العاملون في الوسيلة الإعلامية السياسية التحريرية عن طريق الاستيعاب التدريجي بدون تعليمات مباشرة . ويتم ذلك من خلال قراءة الجريدة، احاديث الزملاء، عن طريق المتعاملين القدامى، وهناك العديد من الاسباب التي تجعل الصحفي يخضع لسياسة الوسيلة الإعلامية، منها توقع المالك طاعته كانه يملك العقاب، شعور الصحفي بأن هذه وسيلة عمله كطلعات الصحفيين لتحقيق ارباح اكبر عن طريق الوسيلة، عدم وجود تكتل المعارضة لسياسة الجريدة او الوسيلة الإعلامية ( عبد الرزاق الدليمي ص 143 144 ) .

**2 - مصادر الاخبار:** يتضمن المعنى الشامل لكلمة المصدر source الاشخاص والمؤسسات ووسائل الاعلام المختلفة التي يحصل منها القائم بالاتصال على الاخبار والمعلومات، وينظر القائمون بالاتصال الى مصدر المعلومات على انها الأدوات التي يحصلون عن طريقها على المادة الإخبارية ومن ثم فهي مجمل الأوعية في دوائر ومنظمات وشخصيات حكومية، متخصصة و عامة التي تنتج او تسهم في عملية انتاج الرسالة الاتصالية، عبر تمرير هذه الرسائل الى القائم بالاتصال ويقول الكاتب الامريكى ليوناردو راي ثيل في كتابه ( جولة في قاعة التحرير) اي موضوع في الصحافة له منبع يبدأ منه مثله مثل النهر تماما وهذا المبدع هو المصدر. (الموسوي اسراء جاسم فلاحى 2019 ص 50 ) . وفي ( دليل رويترز للجرائدين ) أرجعت أهمية اسناد المضامين الاتصالية الى مصادرها الى أنه :

1 - يمكن حماية سمعة الوسيلة الإعلامية اذا واجه المضمون الاتصالي اي نوع من أنواع التهديد او التكذيب .

2 - يمكن للجمهور ان يشكل عن طريق ذكر المصدر رأيه الخاص حول مدى مصداقية ودقة المصدر نفسه من ثم المعلومة التي نسبت اليه. ويحاول القائمون بالاتصال عادة الاحتفاظ بعلاقات جيدة مع المصادر التي يحصلون منها على المعلومات وكلما توثقت علاقة القائم بالاتصال بالمصدر اصبح مميزا فيما ينقله من اخبار عن هذه المصادر قد لا يصل الى غيره ويثير هذا الامر قضية تسريب المعلومات من المصادر الحكومية صانعة الاخبار الى بعض القائمين بالاتصال المتعاطفين معهم او الذين تربطهم بهم علاقات صداقة او مصالح (حسين نصر، سيناء عبد الرحمن 2003 ص 98).

ويشبهه الباحث هاربرت جيجانز العلاقة بين القائم بالاتصال والمصدر بعملية ( جر الحبل) اذا انك كليهما يبحث عن سبل سحب الطرف الآخر الى دائرة اهتمامه، فالمصدر يعمل على ادارة الاخبار بالطريقة التي يسלט الضوء على ما يريده والقائم بالاتصال يدير المصادر من اجل الحصول على المعلومات التي يريدها ( حسين نصر سيناء عبد الرحمن 2003 ).

وقد اشارت اغلب الدراسات في هذا المجال الى امكانية استغناء القائم بالاتصال عن جمهوره وصعوبة استغنائه عن مصادره و تتمثل تأثيرات المصادر على القيم الإخبارية والمهنية للقائم بالاتصال كما يلي: ( حشمة توفيق عبد العزيز 2015 ص 22 )

- 1- تقوم وكالات الأنباء بتوجيه الانتباه على اخبار معينة بطرق عديدة.
- 2 - تؤثر الوكالات على طريقة تقسيم رؤساء أقسام الأخبار لعمل مندوبيهم ومراسليهم .
- 3 - تؤثر وكالات الأنباء على طريقة توزيع وسائل الاتصال لمراسليها لتغطية الاحداث الهامة.
- 4 - تصدر وكالات الأنباء سجلا يوميا بالأحداث المتوقع حدوثها في المدن الكبرى .
- 5 - تقدم وكالات الأنباء بشكل غير مباشر النموذج الذي يتعرض له المسؤولون عن التحرير.
- 6 - تقدم وكالات الأنباء بشكل غير مباشر النموذج الذي يتعرض له المسؤول عن التحرير.
- 7- تقلد الصحف الصغرى الصحف الكبرى في اسلوب اختيار المضمون.

وهناك العديد من النماذج التي تحدد طبيعة العلاقة بين القائم بالاتصال والمصدر وهي كالتالي: ( جيهان احمد رشتي ص 298 )

1- نموذج التناقض : ويغلب عليه طابع التناقض اذا ان المصدر هو مالك القرار او المعلومة يحاول التكنم على البعض من المعلومات او نشرها بشكل معين، في حين ان القائم بالاتصال يريد الحقيقة الكاملة غير المشوهة .

2- نموذج الإعتماد: ويقوم على اساس التعاون بين الطرفين، بالرغم من اختلاف اهدافهما، فأنهما يتفاسمان بعض الاهداف مثل رغبتهما في كسب ثقة الجمهور.

3- نموذج التبادل الاجتماعي: يقوم هذا النموذج على اساس ان هناك تبادل للمنفعة بين القائم بالاتصال والمصدر، اي انها علاقة تبادل اجتماعية ترمي الى تحقيق اغراض مشتركة وليس هناك ضغط من جانب على اخر.

4- النموذج العلمي: يؤكد هذا النموذج ان الجدار القائم بين القائم بالاتصال والمصدر هو جدار وهمي ليس له اساس من الصحة فكلاهما بحاجة الى الاخر وغالبا ما يكون الصحفيون مرتبطين بالمصادر بعلاقة طيبة تتخللها بعض التشنجات لمواقف معينة لذلك فإن طبيعة العلاقة بين القائم بالاتصال المصدر نفسه فهي تتراوح من العلاقة التسلطية سواء من قبل المصدر أو القائم بالاتصال أو علاقة العمل ذات المنافع المتبادلة بين الطرفين، ويبقى القائم بالاتصال مطالبا بأن يتعامل بشكل موضوعي بعيدا عن الذاتية كي لا يضطر بأن يتخلى عن صفاته المهنية التي يمتاز بها أو أن يتساهل في بعض اخلاقيات المهنة من أجل محاباة المصدر(الموسوي جاسم فلحي ص62).

وإن فشل العلاقة بين القائم بالاتصال بمصدر معلوماته قد ينتج عنه حرمان القائم بالاتصال من المعلومات التي يقوم الى الكثير من النتائج التي تنعكس سلبا على مجمل العمل الصحفي الذي يعد كصلة القائمة على الثقة بين الصحف ومصادره إحدى أبرز مقوماتها ونجاحها.(يتسير أبو عرجة 2000، ص153).

### 3- علاقات العمل والضغوط المهنية:

يتفق الباحثون على ان علاقات العمل تضع بصماتها على القائم بالاتصال، حيث يرتبط مع زملائه في علاقات تفاعل تخلق بعدا اجتماعيا، وترسم من هذه العلاقات جماعة اولية "pure group" بالنسبة للقائم بالاتصال وبالتالي نجدهم يتوحدون مع بعضهم في داخل المجموعة ويتعاملون مع العالم الخارجي من خلال احساسهم الذاتي داخل الجماعة، وهذا ما يجعل الصحفي مثلا معزولا ومعتمدا بدرجة كبيرة على هذه الجماعة ودعمها المعنوي، وبالإضافة الى ذلك فان انتمائه الى هذه الجماعة يجعله

يطور أسلوبه في الكتابة من خلال ملاحظته للآخرين، بجانب إنه عادة ما لا يخبره احد بالسياسات بشكل رسمي ولكنه يتعلم منه الجماعة ما يجب ان يتجنبه وما لا يجب ان يتجنبه، في السياسات لا تملك كتابة ولكنها تلاحظ من خلال كيفية اختيار الموضوعات ومعالجتها في حالات التحرير وهذا يعتمد على الممارسات التقليدية والاحساس الذاتي عن القسم والإذاعة. وهذه هي عملية التنشئة داخل الجماعة التي تؤثر في الصحفي نفسه ( محمد عبد الحميد ص 174 ).

وتظهر اهمية علاقات العمل في ان وظيفة القائم بالاتصال في حد ذاتها هي وظيفة تنافسية بطبيعتها، حيث يستهدف كل صحفي تحقيق سبق للوصول الى أكبر عدد من الجمهور وكسب ثقة المتلقين لأسباب اقتصادية او فكرية او عقائدية ولذلك فإنه على الرغم من اعتناق جميع الصحفيين نفس المعايير المهنية إلا أنه يظل لكل منهم معايير الخاصة. ( حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد ص 183 )

وتقوم علاقات العمل ايضا بجانب اكساب القائم بالاتصال المعايير المهنية وعملية التنشئة تقوم ايضا بمساعدته على تجاوز صعوبات المهنة و مخاطرها وتحقيق رضائه عن المهنة وسعادته بالانتماء إليها، وهو ما يسمى بالرضا الوظيفي job satisfaction والذي يؤثر بالتالي في الدافعية كالألنجاز فمن المعروف ان مهنة القائم بالاتصال وخصوصا في مجال تغطية الوقائع والأحداث تعتبر احد الأعمال التي تتميز بالخطورة و تحتاج الى دافعية عالية لإنجازها وهي تمثل خامس المهن في بريطانيا من بين 85 مهنة تم تصنيفها بناء على درجة المشقة وما ينتج عنها من ضغوطات العمل ( محمد عبد الحميد ص 175 ).

وبالإضافة الى الضغوط الكبيرة المذكورة سابقا، فان أسلوب العمل يتأثر ايضا بالسياق التنظيمي، والاجراءات الروتينية مثل تأثيرات مجالس التحرير ودور ادارة التحرير، التأثيرات التقنية وتأثيرات عامل الوقت والمتابعة الإخبارية، مما يؤثر في النهاية على تشكيل القيمة الإخبارية وترتيبها في مؤسسة ما والتي قد تختلف مع ما يحدث في العالم الخارجي او توقعات القراء، ولكنها تعتبر في النهاية نتيجة للبناء التنظيمي للعلاقات والاجراءات التي تؤثر على الناتج النهائي لمجهود القائم بالاتصال ( محمد عبد الحميد، ص 177 )

#### 4 معايير الجمهور:

لاحظ الباحثان "إيثيل دي سولا بول" و " شولمان " ان الجمهور يؤثر على القائم بالاتصال مثلما يؤثر القائم بالاتصال على الجمهور، فالرسائل التي يقدمها القائم بالاتصال يحددها الى حد ما توقعاته عند

ردود فعل الجمهور، وبالتالي يلعب الجمهور دورا ايجابيا في عملية الاتصال ويؤثر تصور القائم بالاتصال للجمهور على نوعية الاخبار التي يقدمها وقد ظهرت الدراسات التجريبية التي عاقتها "ريموند باور" أن نوع الجمهور الذي يعتقد القائم بالاتصال انه يخاطب له تأثير كبير على طريقة اختيار المحتوى وتنظيمه. ( حسن عمار مكاي وليلى حسين ص 183 184 ) وقد اجريت دراسة حول طبيعة العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال والجمهور وبأنه من نتائجها أن القائم بالاتصال لا يسعى غالبا لدعم تصوراته عن الجمهور واحتياجاتهم بصورة موضوعية.

تغير مما تتيحه البيئة الاتصالية الحديثة من امكانيات للتواصل مع الجمهور بطريقة فعالة مما يجعله يعتمد في تحديد الوظائف الإعلامية على مصادر ذات المصالح تتعارض مع احتياجات الجمهور او تفتقد الموضوعية والواقعية في تفسير احتياجاتهم او نتيجة لما قد تفرضه عليه سياسة الوسيلة الإعلامية التي يعمل بها من وظائف اعلامية لا يأخذ بالحسبان مصالح الجمهور، وهذا يعني وجود خلل وظيفي في الاداء الاعلامي بين اهم عنصرين في العملية الاتصالية وهما القائم بالاتصال والجمهور ( محمد بن سليمان الصبيحي ص 123).

ويرى عبد الستار جواد أنه في العمل الصحفي هناك نظريات للجمهور من قبل القائم بالاتصال وتؤثر في كتابة المادة الصحفية: ( عبد الستار جواد 2000 ص 38 )

**1 - النظرة الاولى:** تتضمن إنطباعات مفادها ان الجمهور هم مجموعة من الاذكياء والمتابعين للشؤون الخارجية واصحاب هذا الانطباع، اغلبهم من مراسلي الجرائد الغربية الكبرى ونظرهم للجمهور الذي يتابع موضوعاتهم بأنه من النخبة في المجتمع يتمثلون برجال الدولة والقادة وأساتذة الجامعات ورجال الدين وكبار المحررين.

**2 - النظرة الأخرى:** الجمهور فيها مجموعة مواطنين عاديين تعليمهم متوسط غير متخصصين ولا يتابعون الشؤون الخارجية ويشكلون غالبية الجمهور، ومعظم اصحاب هذه النظرة من العاملين في وكالات الانباء ومراسلين الشبكات والمحررين في الجرائد العامة.

وفي الوقت الذي يكون فيه القائم بالاتصال عن طريق جوانب عدة منها المركز الاجتماعي للقائم بالاتصال، اذ يميل الجمهور الى الاستماع الى نصائح الشخص الذي يتمتع بمكانة اجتماعية عالية، وان يكون قادرا على التأثير في الجمهور، ويرجع هنا الى الميل الى المحاكاة والثقة، بمعنى ان الجمهور يميلون الى

محاكاة الأشخاص ذوي المكانة العالية، وينفقون في قراراتهم كذلك مدى المصدقية التي تصف بها القائم بالاتصال تحدد انطباعات الجمهور عنه. ( محمد منير حجاب 2003 ص 1868 )

### 7.3. تحيز القائم بالاتصال

قيل أن الانسان قل ما ينظر الى الاشياء والمواقف من حوله بعينه العارية وهي على طبيعتها وحيادها، بل تراه ينظر وكأنه قد وضع امام عينيه منشورا من زجاج تعكس الأشعة الوافدة من الخارج وينحرف بها عن مسارها المستقيم، وبهذا تصل الصورة الى المتلقي مختلفة في نسبها وتكوينها عن الحقيقة الخارجية كما وقعت بالفعل ( زكي نجيب محمود 1983 ص 270 ).

وقد حددت الجمعية الأمريكية للصحفيين المحترفين، وهي احدى المنظمات المعنية بالأداء المهني للصحفيين، مجموعة من المبادئ الأساسية التي يجب ان يلتزم بها المحررون في غرف الاخبار منها ضرورة البحث عن الحقيقة ونقلها وان يكونوا امناء ونزيهين في جمع وتقديم وتفسير المعلومات ويجب أن يتحرروا من الالتزام بأي مصلحة ما عدا حق الجمهور في المعرفة وان يعملوا بشكل مستقل وبمهنية. (محمد حسين العامري محمد السعودي 2010 ص 651 ) .

ورغم ان مختلف الادبيات الإعلامية تلح على ضرورة ان يلتزم القائم بالاتصال او حارس البوابة بالموضوعية وعدم التحيز في نقل الخبر ومعالجته بهدف الالتزام بالاحترافية في الاداء الصحفي واحترام الجمهور وابقائه على صلة العملية الاتصالية، الا ان هناك من الخبراء في الاعلام من يعتبرون ان الصحافة في حد ذاتها هي بطبيعتها ذاتية، اذا يكشف اختيار الصحفي لقصة بعينها تعبر عن توجهاته وآرائه. ( Danielle Suttor p399 ).

ويتفق هذا مع ما جاءت به هيلين سيسونس (helen.sissons) التي قالت ان الصحفيين عندما يجمعون معلومات حول قصة ما يحددون طبيعة المعلومات والحقائق التي تتضمنها قصصهم والكلمات الذي يستخدمونها في صياغة المعلومات إلا أن ذلك كله سيكون مضيقا للوقت اذا لم يتمكن الصحفيون من نقل ما لديهم للجمهور، لذلك يجب عليهم إيجاد قصص مشوقة للجمهور وصياغتها بأساليب جذابة لكنها تلتزم بالثقة في الوقت ذاته. ( SuissonHellen . 2006 ، p 20 ) .

وفي الاتجاه نفسه يرى فيشر في النموذج الذي قدمه للسرد (narrative paradigm) على عدم وجود رسالة إتصالية وصعبة تماما أو إعلامية معلومانية بشكل خالص، فالرسالة الاتصالية يتم تشكيلها و بناؤها اجتماعيا، وما تقوم وسائل الإعلام بنقله لا يعد بالضرورة إنعكاسا للأهمية او القيمة الذاتية للحدث لأن عملية النشر الإعلامي تخضع لسلسلة من المعايير المعقدة للاختيار والتحويل(أثناء عملية التشفير) حيث تقدم إلى الجمهور المتلقي (محمود خليل 2003 ص 130 )

كما أكد ( vasiclei ) ان الصحفيين مشاركين أساسيين في بناء الأجندة، ويتمثل دورهم في بناء القصة الخبرية عموما وفي التركيز على نقاط معينة لتطور قضية ما، فوضع الاطار العام للقضية لا يتم آليا لكن الاختيارات التي يقوم بها الصحفيون من خلاله ان يروا الاحداث وفقا لقيم اخبارية محددة يتم تشكيلها من خلال رؤى الصحفيين وهو ما يفرز تحيزا منظما عند تناول هذه الوسائل للأحداث. ( جمال عبد العظيم احمد 2007 ص 118 119 ).

وفي هذا الإطار يقول مراسل وكالة رويترز ألان ألسنر: أعتقد ان أكثر الامور الاكثر فائدة التي يمكنني القيام بها هي ان أكون صادقا ازاء تحيزي، اذا ما تمكنت من مواجهته والحقيقة اذا تمكنا جميعا من مواجهة تحيزنا عندئذ من استخدام ذلك كنقطة انطلاق نحو الحوار. (سهام حسن علي الشجيري 2018) كما كشفت احدى الدراسات الأمريكية التي اخضعت 3000 قضية خبرية بجريدة نيويورك تايمز للتحليل ان الصحفيين يسهمون في تأسيس الكذب من خلال تعاونهم مع المصادر الرسمية لتحرير المغالطات في سياق عقلائي ليتعامل معها الجمهور باعتبارها حقائق. (محمد سعد احمد ابراهيم ص 236) ودعت هلين سيسونس الصحفيين للالتزام بمجموعة من القواعد اثناء عملهم بغرف الاخبار تلك العملية التي وصفتها بالمتعة حين يحرص الصحفيون على الوصول الى حقيقة الحدث truth of events وان يتأكدوا من صحتها، قبل النشر وأن يلتزموا بالدقة والتوازن عند صياغة قصصهم beaccurate and balanced و عرضها بأوضح طريقة presentsits in the clearestway بالإضافة إلى امتلاك الصحفيين تشكيلة واسعة من مصادر الأخبار have an extensive network of sources ذلك لأن الصحفي يعتبر عين وأذن الجمهور والشاهد على الأحداث التي ينقلها. ( Helene sissons 105 p ).

ويتدخل المحررون عبر مساحات كبيرة من التغطية التحديد مدى هامشية او مركزية مختلف القوى الفاعلة فضلا عن خصائص وجودها داخل الخطاب عبر ما ينسبونه لهم من ادوار وصفات وهو امر يؤثر

في بناء التحيز اتجاه مختلف القوى الفاعلة ما قد يساهم في ثقل هذا التحيز لدى القراء الذين لا يملكون خلفيات معرفية كافية يمكن ان تشكل مصرات نقدية في مواجهة تحيزات الخطاب . ( هشام عطيه عبد المقصود 2012 ص 20 ) .

وتحدث المختصون في التحرير الصحفي عن التغطية الخبرية غير الموضوعية، أطلق عليها عبد اللطيف حمزة "تلوين الاخبار" او التحرير المعرض للأخبار الذي عكس رغبة الوسيلة الإعلامية في التأثير على القارئ واقناعه باتجاه معين اما التيار اليمين او اليسار وتوجيه الراي العام نحو تبني وجهات نظر بعينها بشأن القضايا والاحداث ذات اهمية .

وربط حمزه بين التحيز في كتابة الخبر وسياسة الصحيفة التي ترمي الى العبث بالأخبار لغاية من الغايات الخاصة بها ومن هنا يأتي التأكيد على الالتزام بالموضوعية الكاملة، حيث يكتب الخبر مجردا من كل رأي يتوافق مع السياسة التحريرية للصحيفة فلا ينبغي للجريدة ان تتحكم في قراءها مرتين مره عندما تنشر الخبر مسوغا بلونها السياسي الذي تعرف به ومرة عندما يتعلق على الخبر تعليقا يتفق وهذا اللون . ( ايمان السعيد جلال 2008 ص 94 ) .

وفي المقابل هناك وجهة نظر، اخرى تستند الى ان الصحافة المطبوعة بجانب دورها في تقديم التغطية الشاملة المتعمقة للأحداث يجب ان تسمح لي الصحفي بعرض محصلة تجربته في معايشة الحدث بدلا من الاعتماد على المصادر الرسمية في ضوء ذلك لا بد من الاعتراف بأهمية التجربة الذاتية للصحفي وعدم نفي مشاهدته وانطباعاته لان هذا النفي غير واقعي في لمستقبل الصحافة يحتاج الى الصحفي الاكثر جرأة وشجاعة، ولا يحتاج الى لإخفاء تحيزاته خلف مجموعة من الاجراءات التي تعرف بالموضوعية ومن ثم فعليه ان يعلم انحيازه بوضوح وعلى اساس يمكن الجمهور أن يتعامل معه ويفهم ما ينتجه. ( سليمان صالح 2001 ص 138).

و يرى عبد الحميد في حصره لتحيز القائم بالاتصال ان هناك مجموعة من العوامل التي تساهم في هذا التحيز يذكرها فيما يلي: ( محمد عبد الحميد 2012 ص 52، 53 ) .

1 - سواء كان عن وعي أو بدون وعي، نجد أن القائم بالاتصال يضع انتمائه الى المؤسسة الإعلامية في مقدمه اهتماماته واولوياته وبالتالي نتوقع تراجع الاهتمام بالجمهور وحاجته في هذه الحالة.

2 - ترتفع قيمة الانتماء الى المؤسسة الإعلامية كلما تعددت المكاسب التي يحققها القائم بالاتصال من هذا الانتماء، والتي يمكن أن تتبلور في مفهوم الثروة والسلطة او النفوذ.

- 3 - نتيجة لدعم قيم الانتماء للمؤسسة، تحدث حالة من التوحد بين القائم بالاتصال وهذه المؤسسة في اهدافها وتنفيذ سياستها في مجالات الانتاج والنشر والتوزيع.
- 4 - يتأثر إقتراب القائم بالاتصال من مصادر المعرفة او المعلومات وتعامله معها بمفهوم التوحد ونتائجه وبالتالي فان تنفيذ اهداف المؤسسة و سياساتها تتم بشكل آلي ويؤثر هذا بالتالي في ترتيب اجندة النشرة والإذاعة التي تقوم بدورها في توجيه الجمهور او الراي العام نحو اهمية القضايا والاحداث او الافكار السائدة.
- 5 - القائم بالاتصال يكون مدركا لمعلومات بذاتها مستبعدا غيرها في اطار الاهداف الأساسية ذات العلاقة يقوي الدعم ومصالحها وعرضها في شكل من اشكال النشر والإذاعة والتلفزيون لجذب قطاع من الجمهور او فئات منها ما يتفق مع الهدف من العرض الانتقائي للمعلومات واختبار اشكال النشر والإذاعة والبت.
- 6 - تظهر وسائل الاعلام بوضوح بين هذه المصادر المنافسة للمعلومات التي تؤثر في الفرد واصبحت وسائل الاعلام في المجتمعات الحديثة موجودة في كل مكان ولا مفر منها ومصدرا اخباريا لتحديد سلوك الأفراد.
- 7 - الإعلاميون هم الذين يقيسون ضغط المجتمع فيرفعونه او يخفضونه وهم الذين يواجهون خياراتنا ويؤثرون على أحد أحكامنا في القضايا المطروحة.
- 8 - الأمانة المهنية حيث ان كثير من محرري الاخبار في تلك المؤسسات الكبيرة العالمية يحملون اراء وميول سياسية الجهة او اخرى وحتى هذا من حقهم لمعرفة المؤسسات ذلك عن تعيينهم الا انهم يلتزمون بالمهنية العالية كمرحلة مهمة من تاريخهم المهني.
- 8.3. القائم بالاتصال ونظرية حارس البوابة:**

ظهرت نظرية حارس البوابة في النصف الثاني من القرن 20 على يد عالم النفس النمساوي الاصل والامريكي الجنسية كيرت لوين (kurtlewin) عام، 1947 فهو الذي طور هذه النظرية واثبت ان الرسالة الإعلامية تتعرض خلال رحلتها الى الجمهور الى نقاط تفتيش وتدقيق وهي عملية تتأثر بالقوى المحيطة بحارس البوابة. ( عبد الرزاق محمد الدليمي ص 142 ) .

وكلما طالت المراحل التي تقطعها الاخبار حتى تظهر في الوسيلة الإعلامية، تزداد المواقع التي يصبح فيها من سلطة فرد او عدة افراد تقرير ما اذا كانت الوسيلة تنتقل بنفس الشكل او بعد ادخال

تعديلات عليها ويصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات ( محمود عبد السلام علي 2017 ص 17 ) .

ان الرسالة بما تحمله من معاني تمر بعدة مراحل حتى تصل عند الجمهور في كل مرحله منه هذه المراحل هناك شخص يحدد ما الذي يعرض ويتم استبعاده وهذا الشخص هو حارس البوابة، وبالتالي ففي وسائل الاعلام هناك من هو قيم عليها ويحدد ما يتم عرضه أو ما يتم استبعاده وفق مقاييس الاعلامي أو المؤسسة الإعلامية وبالتالي التأثير في المجتمع هو ناتج عن التأثير بأفكار واختيارات وقواعد وقيم حارس البوابة لا نه هو الذي يحدد المواضيع المطروحة. ( عبد الرزاق محمد الدليمي ص 142 ) .

وتمر الرسالة وفق نظرية حارس البوابة بمراحل عديدة وهي تنتقل من المصدر حتى تصل الى المتلقي وتشبه هذه المراحل السلسلة المكونة من عدة حلقات اي وفقا لاصطلاحات هذه النظرية فان المعلومات في عملية الاتصال هي مجرد سلسلة تتصل حلقاتها، وابسط انواع السلاسل هي سلسلة الاتصال المباشر الموجه، من فرد الى آخر ولكن هذه السلاسل في حالة الاتصال الجماهيري تكون طويلة ومعقدة جدا، لأن المعلومات التي تدخل شبكة الاتصال معقدة مثل الجريدة او محطة الإذاعة أو محطة التلفزيون عليها ان تمر بالعديد من الحلقات والأنظمة المتصلة، فالحدث الذي يحدث في العراق مثلا يمر بمراحل عديدة قبل ان يصل الى القارئ في امريكا وأوروبا او الشرق الاوسط ونجد تصدر المعلومات التي تخرج من بعض تلك الحلقات او الأنظمة أكثر مما يدخل فيها، لذلك يسميها "شانون" أجهزة تقوية، فأجهزة التقوية أي وسائل الاعلام تستطيع ان تصنع في نفس الوقت عددا كثيرا جدا من الرسائل المتطابقة مثل نسخ الصحف وتوصيلها الى الجمهور . ( نضال فلاح الضلاعين ومصطفى يوسف كافي واخرون ص 172 ) .

وعادة ما يجد القائم بالاتصال نفسه امام عدد من التعليمات والتوجيهات بعضها معلن والآخر مستتر، وبعضها يتصف بالعمومية والغموض او التحديد، وبعضها موضوعي والآخر متحيز وبعضها تبررها السلطة والآخر ليس له تبرير مقنع، وهذا ما تتسم به السياسات الاتصالية في الدول الثامنة التي لا نجد فيها خطوط واضحة بين السياسات الاتصالية والتعليمات الضابطة او المقيدة، و مثل هذه الامور قد تختلف من مجتمع لآخر او من نظام لآخر الا انها تشكل في النهاية احد الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال ذلك أن كل السلطات والمستويات التنظيمية في الكثير من الدول ترى انها الاحق بحماية جمهور المتلقين وحماية القيم ومبادئ الاجتماعية . ( محمد عبد الحميد ص 178 ) .

وتعود نشأة نظرية حارس البوابة الى سلسلة الدراسات التي حدثت في الخمسينات حيث ركزت هذه الدراسات على المحاور الرئيسية لحارس البوابة بدون استخدام مصطلح حارس البوابة حيث جاءت هذه الدراسات تحت مضامين اهمها السيطرة والتحكم التنظيمي والاجتماعي في غرفة التحرير بالأخبار والادراك المتناقض لدور ومركز او وضع العاملين التي تؤثر على اختيار الاعلاميين والمحررين والصحافيين لعرضهم للأبناء والاعخبار ومن ابرز هؤلاء الباحثين الامريكيين كل من وارن بريد، روى كارتز، ستارك، جيبير، روبرت جاد، ووايت، كينميكروري وغيرهم من الباحثين. ( جيهان احمد رشتي ص 295 ).

وقد استخدمت لوين مصطلح حارس البوابة في عام 1947 ليشير الى العملية التي تسير فيها المادة الإعلامية في قنوات حتى تصل الى الجمهور، وخلال هذه القنوات تمر بعدة نقاط تكتسب فيها، تحريرا بالمرور من هذه النقاط التي تشبه حواجز التفتيش وفي هذه النقاط تم اصدار التصريحات اي تقرير ما يمر ما لا يمر، وكلما ازدادت المراحل التي تمر بها المادة الإعلامية ازداد عدد هذه النقاط وسمكيت لوين هذه النقاط بوابات وسمى الافراد الذين يقفون عليها حراس بوابة، وفي عملية الاعلام يمثل حراس البوابة وظائف متعددة مثل الناشرين المحررين، مديري المحطات، وغيرهم ممن لهم سلطة تقييم ومحتوى الاعلام لتحديد علاقته وقيمتة بالنسبة لجمهور المتلقين. ( محمد عبد الحميد ص 178 - 179 ).

ومن الحقائق الأساسية التي اشار اليها كيرت لوين ان هناك من كل حلقة بطول السلسلة فردا يتمتع بالحقيقة في ان يقرر ما اذا كانت الرسالة يمررها كما هي الى الحلقات التالية ام سيزيد عليها او يحذف منها او يلغيها تماما، ومفهوم حارس البوابة يعني السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال، بحيث يصبح حارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته، وكيف سيمر، حتى يصل في النهاية الى الجمهور المستهدف وقد اشار لوين الى ان فهم وظيفة البوابة يعني فهم المؤثرات او العوامل التي تتحكم في القرارات التي يصدرها حارس البوابة. ( جيهان احمد رشتي ص 294 ).

كما أجرى الباحث "وارين بريد" دراسة على القائمين بالاتصال والقوى الاجتماعية التي تؤثر على القائمين في الصحف سنة 1955 وقد توصل إلى وجود عملية تأثير تحدد مضمون الصحف مثلا الصحف الصغيرة، تميل إلى تقليد الكبيرة وهذا بالتالي يحرم الجماهير من التغيير والتنوع وتلاقح الآراء ولا يساعد على خلق رأي عام واع كما توصل بريد في دراسة اخرى كيف تتحكم الصحف بالمنتج الصحفي والاعلامي من خلال عمليات الدفن والحذف للأخبار وخاصة الاخبار التي تهدد النظام الاجتماعي والثقافي او تهجمه او تهدد ايمان القائم بالاتصال بذلك النظام الاجتماعي والثقافي. وأقر بريد بأن سياسة

النشر هي التي تحدد سياسة الجريدة وتوصل كذلك الى ان الظروف الثقافية التي تحيط بالصحف في غرفة الاخبار والتحرير لا يؤدي الى نتائج نفى بالاحتياجات الأوسع للديمقراطية. ( بسام عبد الرحمان المشاقبة ص 193 )

ومن جهته نشر الباحث الأمريكي تشارلي ميتشل في عام 1951 دراسة غرف الاخبار والتلفزيونية والافراد الذين يعملون بها، فيما نشر الباحث "سابين" دراسة عن كتاب الافتتاحيات في ولاية اوريجون الأمريكية كما اقدم لورس دراسات عن محرري كنيساس، فيما لخص والتر جيبير في مقاله حيث عرف الاخبار بانها ما يجعلها الصحفيون اخبارا. حيث قدم نتائج الابحاث الأساسية التي اجريت على حراسة البوابة كما قام في عام 1956 بعمل دراسة على محرري الانباء الخارجية في 16 جريدة يومية بولاية وسكونسون الأمريكية. ( بسام عبد الرحمن المشاقبة ص 192 ) .

ويتضح مما سبق ان عملية حراسة البوابة تبعد عن كونها مجرد عملية عشوائية تنتج عن ضغوط العمل الاعلامي ومرتبطة فقط بذاتية المحرر بل تتأثر هذه العمليات بعدة امور منها أيديولوجية مالك الوسيلة وجهة التمويل وطبيعة النظام السياسي القائم بجانب التنافس الإخباري بين الوسائل الإعلامية المختلفة والتنشئة الاجتماعية والسياسية للإعلاميين واتجاهاتهم وروتين العمل، واخيرا مصلحة القارئ متصورة، يتجلى تأثير ذلك في التركيز على زوايا معينة من الحدث وابرازها دون سواها وتحديد اماكن وشخصيات معينة ووضعهم في دائرة الضوء بدون غيرهم وتطبيق معايير محددة واطر بعينها مما يتلاءم مع الأيديولوجية والسياسة التحريرية للمؤسسات الإعلامية. ( جمال عبد العظيم احمد 2007 ص 118 - 119 ) .

وفي إطار الحديث عن دور حارس البوابة يصبح من الضروري التمييز بين الادوار الداخلية كحراس البوابة وادوار الضبط الخارجي للمشرعين والمنظمين، فحراس البوابة جزء من التنظيم المؤسسي ويعملون في اطار سياساته وهم كانوا غير مرئيين إلا انهم جزء حيوي لاستكمال وظائف الادوار المختلفة ومسؤولياتها داخل التنظيم بينما ان المشرع او المنظم الخارجي مثل الرقيب في زمن الحرب او اعلان الاحكام العرفية من خارج وسائل الاعلام ويعمل في اطار نظام قيمي مختلف وهذا وكيل خارجي للجمهور او الحكومة وكلاهما يضبط ويفسروا ويقوم المحتوى كلاهما يمكنه ان يمنع الرسالة من ان تصل الى الجمهور كما يمكنه ان يقوم حارس البوابة بوقف النشر، او الاذاعة فإنه يمكن ان يغير ويحذف او يضيف من مصادر اخرى مثل

سكرتير التحرير الذي يزيد من الاهمية والتأثير بواسطة زيادة الصور على سبيل المثال. ( محمد عبد الحميد ص 182).

ومن الواضح ان حارس البوابة الذي يقول نعم او لا بشأن الرسائل التي تصله على طول السلسلة، يلعب دورا مهما في الاتصال الاجتماعي ويعطي حراس البوابة اهم من غيرهم، فنجد أن نسبة كبيرة جدا من السلاسل تركز الضوء على بعض الافراد في المجتمع ممن يمكن ان يكون لهم نفوذ او قادة الراي او الصفوة الذين يتميزون عن الاخرين بأنهم يقرؤون اكثر ويطلعون على وسائل الاعلام اكثر او لهم اتصالات شخصية اوسع من الاخرين وهو امر له اهمية خاصة، لان هؤلاء الافاضل يتمتعون باحترام كبير، ويعتبر اولئك الافراد بدورهم حراس بوابة في السلاسل الاخبارية فان المحررة في وكالة الانباء والمحرر في الجريدة يتلقيان اكبر عدد من الترقيات الاخبارية وهما مسئولان عن اتخاذ اكبر عدد من القرارات ولهذا يصبح لأمانة ذلك المحرر وموضوعته ومستوياته الاخبارية والمهنية اهمية خاصة كذلك بالنسبة لقادة الرأي فإن اتساع معرفتهم وتنمية قدراتهم لها اهمية كبيرة لان لهم دورا مهما في تحديد ما يعرفه الراي العام. ( نضال فلاح الضلاعين ص 175 ).

الجانب التطبيقي

## الجانب التطبيقي

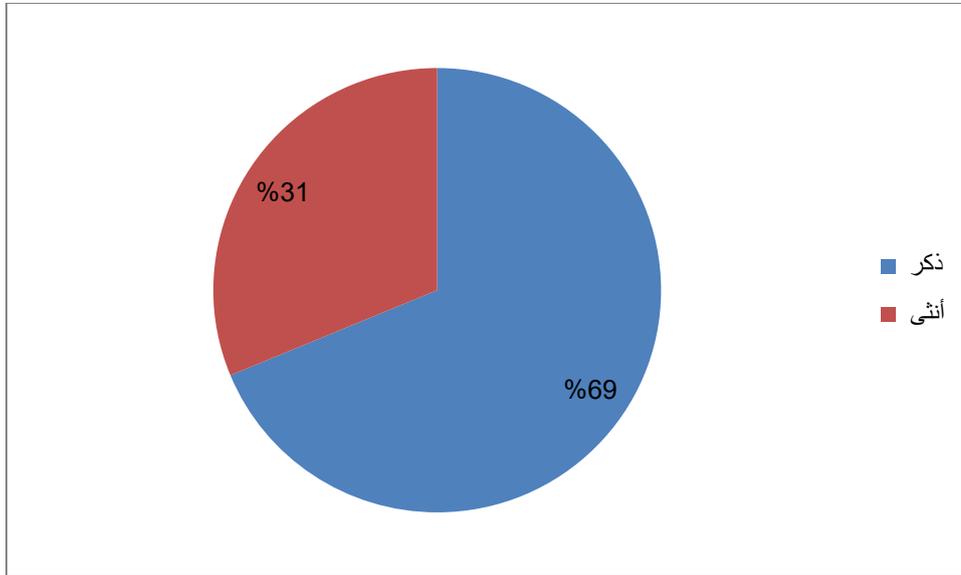
1.4 نتائج الإحصاء الوصفي للبيانات الشخصية والعادات والأنماط والدوافع والاشباع المحققة.

1.1.4 نتائج البيانات السوسيو ديمغرافية

الجدول رقم 01 : متغير الجنس بالنسبة للدراسة.

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	242	68.8
أنثى	110	31.3
المجموع	352	100.0

الشكل رقم 01 : متغير الجنس بالنسبة للدراسة.



يُظهر الجدول رقم 01 الذي يمثل توزيع أفراد الدراسة حسب متغير الجنس، ويتضح من الجدول أن نسبة الذكور في الدراسة أعلى من نسبة الإناث، حيث بلغت نسبة الذكور 68.8% بتكرار 242 مرة، بينما بلغت نسبة الإناث 31.3% وتكرار 110 مرة.

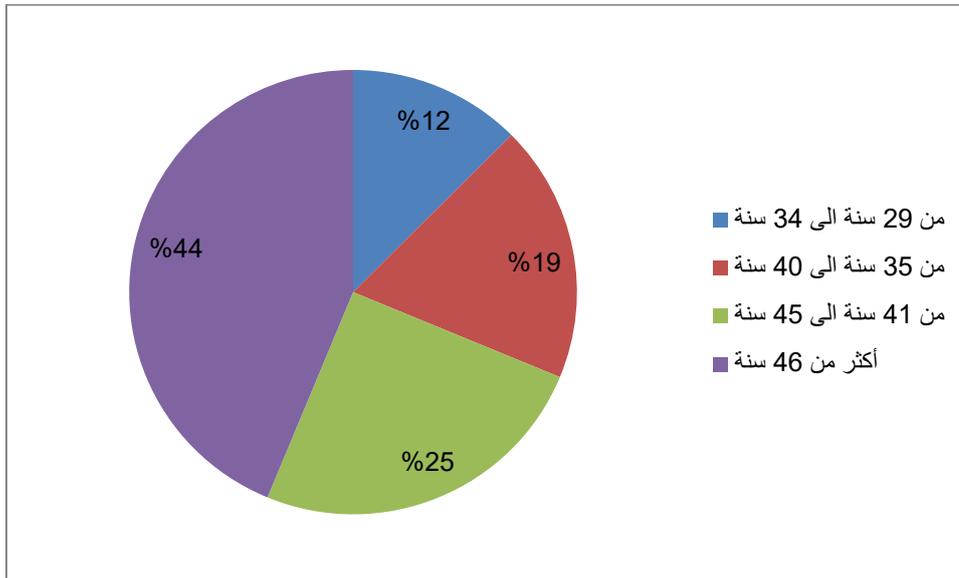
وقد تعزى هذه النتائج حسب اعتقاد الباحث إلى عدة عوامل تتمثل أولاً إلى الاختلافات في معدلات المشاركة في الدراسة التي قد يكون الذكور أكثر استعداداً للمشاركة في الدراسات العلمية من الإناث، وقد يكون ذلك بسبب عوامل مثل الاختلافات الثقافية أو الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية.

الجدول رقم 02 : متغير السن بالنسبة للدراسة.

## الجانب التطبيقي

النسبة المئوية	التكرار	السن
12.5	44	من 29 سنة الى 34 سنة
18.8	66	من 35 سنة الى 40 سنة
25.0	88	من 41 سنة الى 45 سنة
43.8	154	أكثر من 46 سنة
100.0	352	المجموع

الشكل رقم 02 : متغير السن بالنسبة للدراسة.



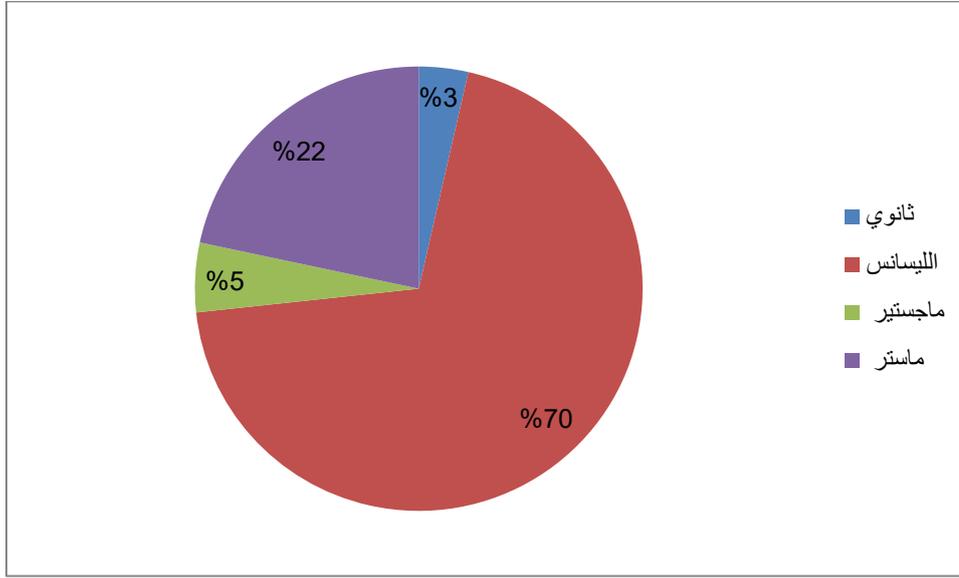
نلاحظ من خلال الجدول رقم 02 : والذي يمثل بيانات حول الفئات العمرية وعددها ونسبتها المئوية في الدراسة، حيث تصدرت الفئة الأولى من 29 سنة إلى 34 سنة، وتحتوي على تكرار قدره 44، وتشكل نسبة مئوية تبلغ 12.5%، بينما جاءت في المرتبة الثانية الفئة الثانية من 35 سنة إلى 40 سنة، وتحتوي على تكرار قدره 66، وتشكل نسبة مئوية تبلغ 18.8%، لتأتي في المرتبة الثالثة الفئة الثالثة من 41 سنة إلى 45 سنة، وتحتوي على تكرار قدره 88، وتشكل نسبة مئوية تبلغ 25.0%، أما المرتبة الرابعة فقد كانت من نصيب الفئة «أكثر من 46 سنة»، وتحتوي على تكرار قدره 154، وتشكل نسبة مئوية تبلغ 43.8%.

الجدول رقم 03 : متغير المستوى العلمي بالنسبة للدراسة.

## الجانِب التطبيقِي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى العلمي
3.4	12	ثانوي
66.76	235	الليسانس
4.82	17	ماجستير
20.73	73	ماستر
4.26	15	دكتوراه
100.0	352	المجموع

الشكل رقم 03 : متغير المستوى العلمي بالنسبة للدراسة.



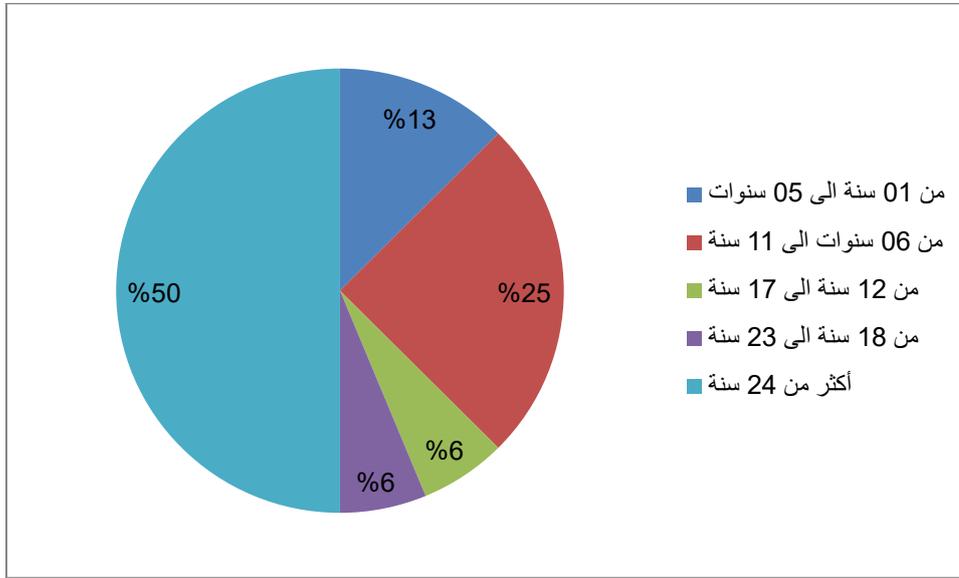
نلاحظ من خلال الجدول رقم 03 والذي يمثل المستوى العلمي لمفردات البحث حيث تمثل الفئة الأعلى "الليسانس" بتكرار قدره 235، وتمثل نسبة مئوية تبلغ 66.76%، بينما جاءت في المرتبة الثانية فئة "ماستر" بتكرار قدره 73، وتمثل نسبة مئوية تبلغ 20.73%، أما فئة "ماجستير" فقد جاءت في المرتبة الثالثة بتكرار قدره 17، وتمثل نسبة مئوية تبلغ 4.82%. أما الفئة الرابعة فقد تمثلت في مستوى «دكتوراه» بتكرار قدره 15، وتمثل نسبة مئوية تبلغ 4.26%، وفي الأخير نلاحظ أن فئة "ثانوي" تتدليل الترتيب الأخير بتكرار قدره 12، وتمثل نسبة مئوية تبلغ 3.4%.

الجدول رقم 04 : متغير الخبرة المهنية بالنسبة للدراسة.

## الجانب التطبيقي

الخبرة المهنية	التكرار	النسبة المئوية
من 01 سنة الى 05 سنوات	44	12.5
من 06 سنوات الى 11 سنة	88	25.0
من 12 سنة الى 17 سنة	22	6.3
من 18 سنة الى 23 سنة	22	6.3
أكثر من 24 سنة	176	50.0
المجموع	352	100.0

الشكل رقم 04 : متغير الخبرة المهنية بالنسبة للدراسة.



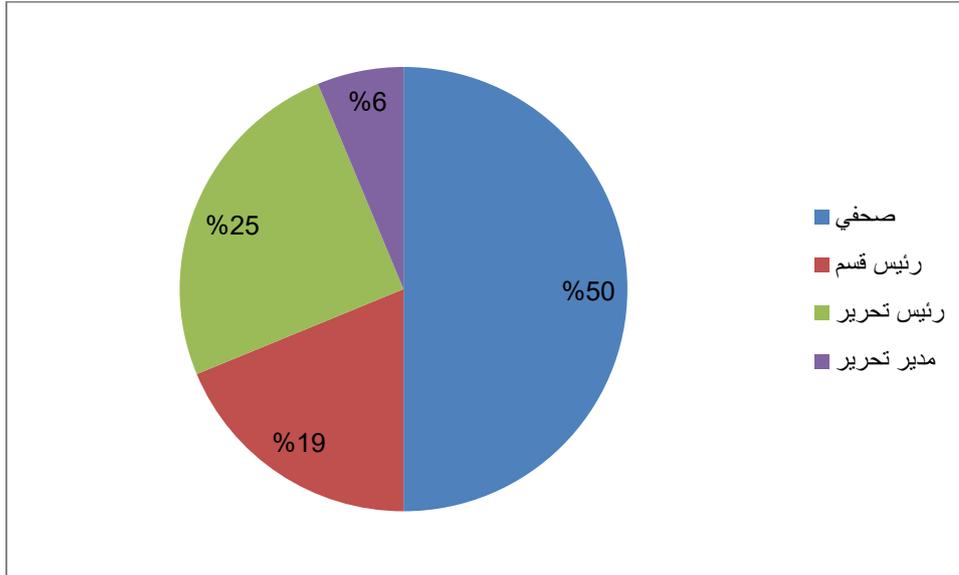
يتضح من خلال الجدول رقم (04) الذي يمثل توزيع الخبرة المهنية لمفردات الدراسة حيث ورد فيه أن النسبة المئوية الأعلى هي لذوي الخبرة المهنية لأكثر من 24 عامًا من الخبرة (50.0%)، تليها النسبة المئوية لمفردات البحث الذين لديهم من 6 إلى 11 عامًا من الخبرة (25.0%). أما النسبة المئوية الأقل فهي تتعلق بمفردات البحث الذين لديهم من 12 إلى 17 عامًا من الخبرة (6.3%)، في حين جاءت النسبة المئوية الأقل لمفردات الدراسة الذين لديهم من 18 إلى 23 عامًا من الخبرة (6.3%). وأخيرًا جاءت النسبة المئوية المتعلقة بمفردات البحث الذين لديهم من 1 إلى 5 سنوات من الخبرة يمثلون 12.5% من المشاركين.

الجدول رقم 05 : متغير المنصب بالنسبة للدراسة.

## الجانب التطبيقي

النسبة المئوية	التكرار	المنصب
50.0	176	صحفي
18.8	66	رئيس قسم
25.0	88	رئيس تحرير
6.3	22	مدير تحرير
100.0	352	المجموع

الشكل رقم 05 : متغير المنصب بالنسبة للدراسة.



يظهر من خلال الجدول (5) الذي يمثل متغير المنصب بالنسبة للدراسة أن النسبة المئوية من مفردات البحث من الذين يحتلون منصب صحفي يمثلون النسبة الأكبر من المشاركين في الدراسة (50.0%)، ثم تأتي النسبة المئوية من مفردات البحث من ذوي منصب رئيس التحرير (25.0%). أما النسبة المئوية من ذوي منصب رئيس قسم و مدير التحرير نسبًا مئوية أقل، حيث يمثل رؤساء الأقسام 18.8% وجاءت النسبة المئوية من مفردات الدراسة من ذوي منصب مدير التحرير 6.3%.

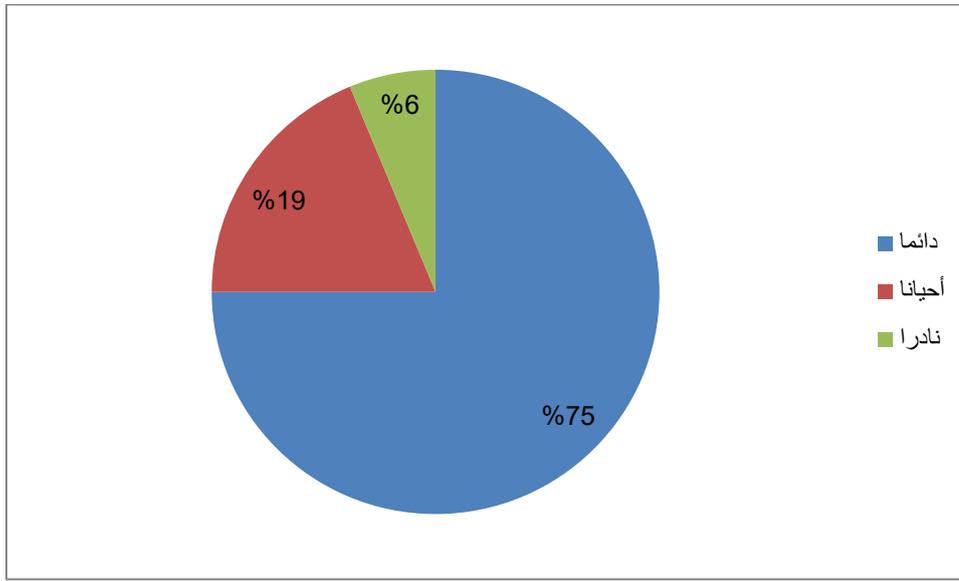
2.4. نتائج المحور الثاني المتعلق بعبادات وأنماط مشاهدة الإعلاميين الجزائريين للقنوات الفضائية الإخبارية " الجزيرة، العربية، القناة الجزائرية الثالثة، النيل الإخبارية، دبي الإخبارية، med1"، الشروق الإخبارية، قناة النهار.

## الجانب التطبيقي

الجدول رقم 06 : متغير كيفية مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية

النسبة المئوية	التكرار	كيفية المشاهدة
75.0	264	دائماً
18.8	66	أحياناً
6.3	22	نادراً

الشكل رقم 06 : متغير كيفية مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية



يُظهر الجدول (06) و الذي يتعلق بمتغير توزيع كيفية مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية بين المفردات المشاركة في الدراسة، أن النسبة المئوية الأعلى التي تمثل مفردات الذين يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية هي دائماً (75.0%)، تليها النسبة المئوية لمفردات الدراسة الذين يشاهدونها أحياناً (18.8%)، وفي الأخير تأتي النسبة المئوية الأقل و التي تمثل مفردات الدراسة الذين يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية نادراً (6.3%).

و تُظهر نتائج الدراسة أن القنوات الفضائية الإخبارية العربية تحظى بشعبية كبيرة بين مفردات العينة، وأنها تواجه تحدياً نوعاً ما في جذب المشاهدين الذين يشاهدون هذه القنوات "أحياناً" و"نادراً".

## الجانب التطبيقي

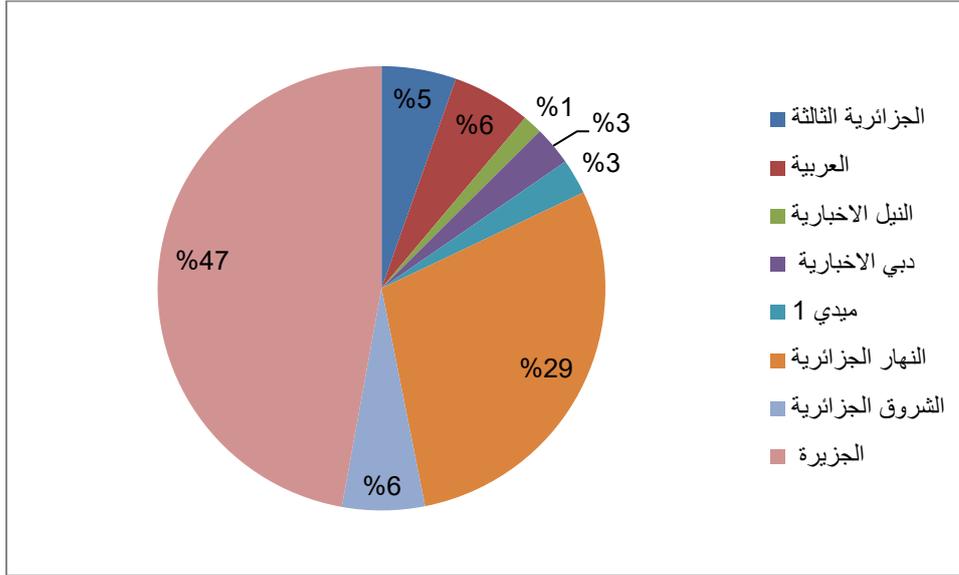
ويعتقد الباحث أن ارتفاع نسبة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية من خلال مؤشر "دائمًا": قد يكون مرده إلى تغطيتها للأحداث الإقليمية والدولية بطريقة أكثر شمولاً وحيادية من القنوات المحلية الجزائرية، أو بسبب تقديمها لمحتوى أكثر تنوعاً وملاءمة لاهتمامات المشاهدين. أما انخفاض نسبة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية وفقاً لمؤشري "أحياناً" و"نادراً" بالنسبة إلى بعض مفردات البحث فقد يعود إلى انحياز هذه القنوات في تغطيتها للأحداث، أو بسبب ظهور قنوات إخبارية محلية أكثر شعبية، أو بسبب عدم ملاءمة محتوى هذه القنوات لاهتمامات المشاهدين.

الجدول رقم 07 : متغير ترتيب مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

النسبة المئوية	التكرار	ترتيب مشاهدة القنوات
5.4	19	الجزائرية الثالثة
5.7	20	العربية
1.4	5	النيل الاخبارية
2.8	10	دبي الاخبارية
2.6	9	ميدي 1
29	102	النهار الجزائرية
6	21	الشروق الجزائرية
47.2	166	الجزيرة
100.0	352	المجموع

الشكل رقم 07 : متغير ترتيب مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

## الجانب التطبيقي



يوضح الجدول رقم (07) الذي يمثل ترتيب مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية لدى الإعلاميين الجزائريين، حيث تصدر الترتيب قناة الجزيرة بنسبة 47.2%، تليها قناة النهار الجزائرية بنسبة 29%، ثم قناة الشروق الجزائرية بنسبة 6%، ثم قناة العربية بنسبة 5.7%، ثم قناة دبي الإخبارية بنسبة 2.8%، ثم قناة ميدي 1 الجزائرية بنسبة 2.6%، ثم قناة النيل الإخبارية بنسبة 1.4%، ثم قناة الجزائرية الثالثة بنسبة 5.4%.

يمكن أن يكون إحتلال قناة "الجزيرة" المرتبة الأولى في ترتيب أفراد العينة من حيث المشاهدة، أن هذه القناة هي الأكثر شهرة ومصداقية من القنوات الفضائية الإخبارية العربية الأخرى بين أفراد العينة، وقد يكون ذلك بسبب تغطيتها الواسعة للأحداث الإقليمية والدولية، و خاصة خلال الأحداث الهامة التي تجلب إهتماما واسعا من قبل المشاهدين بالإضافة إلى تميزها من حيث محتواها الصحفي.

كما يمكن أن تكون قناة "الجزيرة" أكثر جاذبية لأفراد العينة من القنوات الفضائية الإخبارية العربية الأخرى بسبب لغتها وثقافتها، حيث تبث قناة "الجزيرة" باللغة العربية الفصحى، وهي اللغة الرسمية في معظم الدول العربية، كما أنها تقدم محتوى ثقافياً يتناسب مع ثقافة المنطقة العربية.

كما يمكن أن يكون للإلتزام السياسي دورا في تبوئها المرتبة بين أفراد العينة حيث أن أفراد العينة بإعتبارهم من الإعلاميين قد يكونون أكثر ميلاً لمشاهدة قناة "الجزيرة" من القنوات الفضائية الإخبارية العربية الأخرى بسبب انتمائهم السياسي، حيث قد يفتخرون قناة "الجزيرة" قناة مستقلة لا تنتمي إلى أي إتحاد سياسي أو أنها تحرص على عدم تبنيها لونا سياسيا معينا أو ظاهرا، مما قد يجعلها أكثر جاذبية لأفراد العينة الذين يبحثون عن تغطية إخبارية محايدة وموضوعية.

## الجانب التطبيقي

كما قد يكون أفراد العينة أكثر ميلاً لمشاهدة قناة "الجزيرة" من القنوات الفضائية الإخبارية العربية الأخرى بسبب تغطيتها الإخبارية المتميزة. حيث تُعرف قناة "الجزيرة" بتغطيتها الواسعة للأحداث الإقليمية والدولية، بالإضافة إلى تحليلاتها العميقة للأخبار.

و يمكن أن يكون هناك تفسير آخر لهذه النتيجة وهو أن يكون أفراد العينة أكثر ميلاً لمشاهدة قناة "الجزيرة" من القنوات الفضائية الإخبارية العربية الأخرى بسبب ابتكارها وتجديدها المستمر، حيث تُعرف قناة "الجزيرة" بأنها قناة رائدة في مجال الإعلام الإخباري، وتحرص دائماً على تقديم محتوى جديد ومبتكر لجمهورها، كما أنها معروفة بإثارتها و رفع حماسها تجاه القضايا الحساسة لدى الجمهور و حرصها على تقديم محتوى إخباري متنوع مع التحليلات مع مختصين في البلاتوهات و من مراسليها المنتشرين عبر العديد من مناطق العالم وخاصة التي بها أحداث مهمة أو بإعتبارها مناطق توترات.

وبالنسبة لإحتلال قناة النهار الجزائرية للمرتبة الثامنة بين القنوات الفضائية الإخبارية العربية الأخرى فيرجعها الباحث إلى أفراد العينة من الإعلاميين الجزائريين قد يكونون أكثر ميلاً لمشاهدة القناة بسبب تغطيتها الشاملة للأحداث الوطنية وخاصة المحلية منها، و قد تكون قناة النهار قد تركت لدى أفراد العينة إنطباعاً بأنها الأكثر وصولاً إلى مصادر الأخبار مقارنة بقية القنوات الإخبارية في الجزائر، ومعروف أن الإعلاميين يبحثون دوماً عن السبق الصحفي و بالتالي يمكن أن تكون قناة النهار الجزائرية مصدراً مهماً لهم من حيث إستيقاء الأخبار و إستغلالها في تحرير تقاريرهم الإخبارية بوسائل الإعلام التي يعملون بها . كما يمكن أن يكون القرب الجغرافي عاملاً مهماً في ميل أفراد العينة لمشاهدة قناة النهار بإعتبارها قناة جزائرية وتبث من الجزائر العاصمة، مما يجعلها أكثر سهولة في الوصول إليها بالنسبة لأفراد العينة من الإعلاميين الجزائريين.

ويرى الباحث أن ميل أفراد العينة إلى مشاهدة قناة النهار عن بقية القنوات الجزائرية الأخرى قد يكون بسبب محتواها المحلي المتنوع، حيث تقدم قناة النهار الجزائرية تغطية شاملة للأخبار المحلية الجزائرية، بالإضافة إلى تغطيتها للأخبار الإقليمية والدولية.

وهناك تفسير آخر محتمل لإحتلال قناة النهار المرتبة الثانية من حيث المشاهدات بين أفراد العينة و هو قربها من الجمهور بصفة عامة و تفاعلها القوي معه على الدوام، حيث توفر قناة النهار الجزائرية منصات مختلفة للتفاعل مع الجمهور، مثل مواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات الذكية، مما يسمح بالتفاعل مع القناة ومشاركة آرائهم حول القضايا المختلفة، وهنا يجد أفراد العين من الإعلاميين الجزائريين

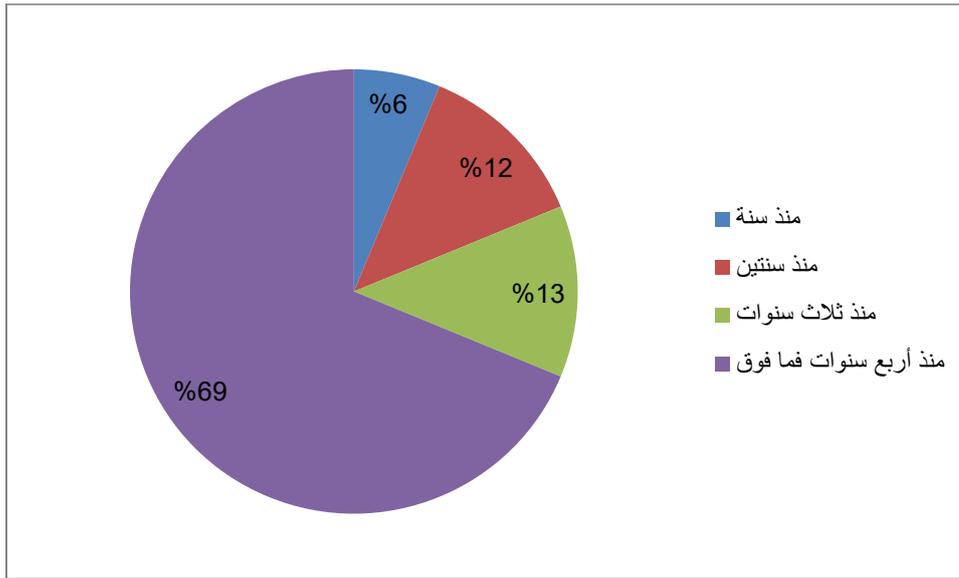
## الجانب التطبيقي

فرصة أخرى لمتابعة المعلومات و الأخبار التي تصدر عن الجمهور و إستغلالها كمصادر للمعلومات و الأخبار.

الجدول رقم 08 : متغير مدة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

مدة المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
منذ سنة	22	6.3
منذ سنتين	44	12.5
منذ ثلاث سنوات	44	12.5
منذ أربع سنوات فما فوق	242	68.8
المجموع	352	100.0

الشكل رقم 08 : متغير مدة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.



يظهر الجدول رقم (08) و الذي يمثل توزيع مدة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية بين مفردات البحث التي إستهدفتها الدراسة، النسبة المئوية الأعلى هي تلك المتعلقة بالذين يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية منذ أربع سنوات فما فوق (68.8%)، تليها النسبة المئوية المتعلقة بالذين يشاهدونها منذ ثلاث سنوات (12.5%). ثم جاءت النسبة المئوية الأقل وهي مفردات الدراسة الذين يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية منذ سنة (6.3%).

وتعزى هذه النتائج حسب اعتقاد الباحث إلى عدة أسباب يمكننا أن نحصرها في النقاط التالية:

- ارتفاع نسبة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية بالنسبة لمفردات البحث المستهدفة في الجزائر من الإعلاميين وفقا للفترة " منذ أربع سنوات فما فوق" قد يكون بسبب أن هؤلاء الإعلاميين يعملون في مؤسسات إعلامية تبث باللغة العربية، لذلك يحتاجون إلى متابعة الأخبار والأحداث الجارية بشكل مستمر، و قد يكون السبب أيضًا هو أن هؤلاء الإعلاميين يرون أن متابعة الأخبار والأحداث الجارية مهمة لعملهم، وذلك لأن هذه الأخبار والأحداث تؤثر بشكل مباشر على حياة الناس كما قد يكون ذلك بسبب أن هذه القنوات كانت موجودة منذ فترة طويلة، ولديها جمهور أكبر من المشاهدين الأوفياء لخطها الافتتاحي ولبرامجها و منها الإعلاميين الجزائريين .

و يمكن أن يفسر ارتفاع نسبة الإعلاميين الجزائريين الذين يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية منذ أربع سنوات فما فوق هو أن هؤلاء الإعلاميين لديهم خبرة طويلة في مجال الإعلام، مما جعلهم أكثر اهتمامًا بمتابعة الأخبار والأحداث الجارية أو أن هؤلاء الإعلاميين يعملون في مؤسسات إعلامية كبيرة ومرموقة، مما يتطلب منهم متابعة الأخبار والأحداث الجارية بشكل مستمر.

و يعتقد الباحث أن إرتفاع نسبة المبحوثين من الإعلاميين الجزائريين الذين يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية منذ أربع سنوات فما فوق، قد يعزى إلى أن هذه القنوات هي الأكثر انتشارًا وشعبية في السنوات الأخيرة، خاصةً تميز بعض القنوات الجديدة مثل الجزيرة والعربية وسي إن إن العربية، في تغطيتها للأحداث الهامة محليا و دوليا، حيث من المتعارف عليه أن هذه القنوات تقدم تغطية إخبارية شاملة ومتنوعة، مما يجذب المشاهدين الذين يبحثون عن مصدر واحد للحصول على المعلومات والأخبار أو أنهم أوفياء لهذه القنوات و قد تكون هذه القنوات أكثر تفاعلية مع المشاهدين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات الذكية، مما يسهل على أفراد العينة العثور عليها متابعة أخبارها والبرامج التي تقدمها حتى وهم خارج البيت أو في أماكن العمل أو في الفضاء العام .

أما بالنسبة لانخفاض نسبة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية منذ سنة إلى ثلاث سنوات، قد يكون السبب في ذلك هو أن هؤلاء الإعلاميين الجزائريين لا يزالون في بداية حياتهم المهنية، ولم يكتسبوا الخبرة الكافية لمتابعة الأخبار والأحداث الجارية بشكل مستمر، كما قد يكون السبب وراء ذلك هو أن هؤلاء الإعلاميين يعملون في مؤسسات إعلامية صغيرة أو محلية أو يعملون في أقسام لا تتطلب متابعة هذا النوع من القنوات المتخصصة، أو أنهم لا يتطلب منهم متابعة الأخبار والأحداث الجارية بشكل مكثف قد يكون ذلك بسبب أن هذه القنوات هي قنوات جديدة نسبياً، ولم تكتسب بعد ثقة المشاهدين.

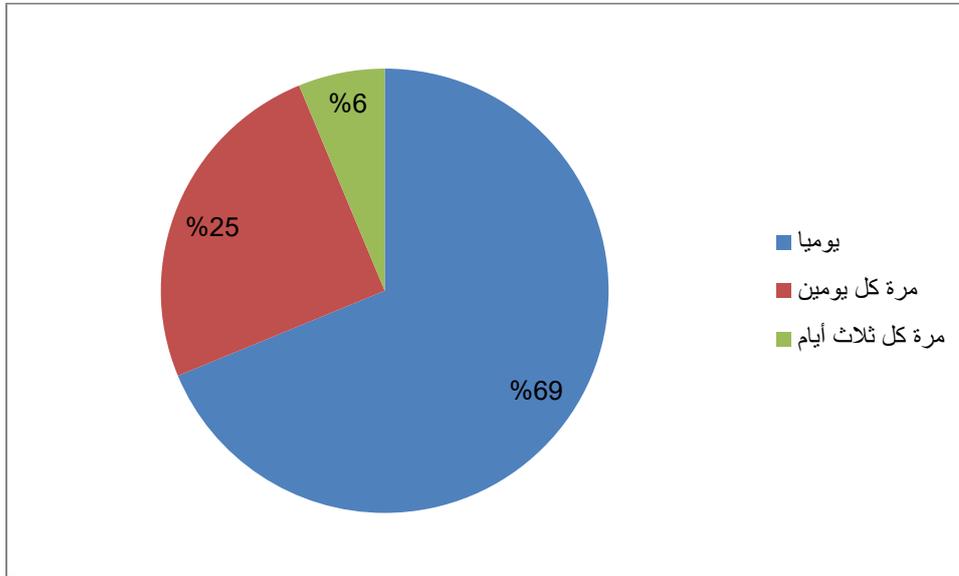
## الجانب التطبيقي

وبالنسبة للمبحوثين الذين يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية منذ سنة أو سنتين أو ثلاث سنوات فقد يفسر بذلك بأن هؤلاء الإعلاميين أقل اهتمامًا بالأخبار أو قد يفضلون الحصول عليها من مصادر أخرى مثل الصحف أو المواقع الإلكترونية أو وسائل التواصل الاجتماعي، أو قد يكون جددًا في متابعة القنوات الفضائية الإخبارية العربية، ولم يتكون لديهم بعد عادات أو أنماط مشاهدة هذه القنوات بشكل منتظم.

و بشكل عام، يمكن القول أن النتائج الواردة في الجدول تشير إلى أن القنوات الفضائية الإخبارية العربية تحظى بشعبية كبيرة بين المبحوثين، وأن معظمهم لديهم خبرة طويلة في مشاهدتها. الجدول رقم 09 : متغير عدد مرات مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

يوم المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
يوميًا	242	68.8
مرة كل يومين	88	25.0
مرة كل ثلاث أيام	22	6.3
المجموع	352	100.0

الشكل رقم 09 : متغير عدد مرات مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.



يُتضح من خلال الجدول رقم (09) الذي يمثل توزيع يوم مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية بين مفردات الدراسة، أن النسبة المئوية الأعلى جاءت لتخصص مفردات الدراسة الذين يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية يوميًا (68.8%)، ثم النسبة المئوية لمفردات الدراسة الذين يشاهدونها مرة

## الجانب التطبيقي

كل يومين (25.0%)، أما النسبة المئوية الأقل جاءت لتمثل المفردات الذين يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية مرة كل ثلاث أيام (6.3%).

و يمكن أن يكون السبب في ارتفاع نسبة الإعلاميين الجزائريين الذين يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية يوميًا هو أن هؤلاء الإعلاميين لديهم ميول نحو متابعة الأخبار السياسية أو الاقتصادية أو الإجتماعية أو الثقافية، و لذلك يفضلون متابعة القنوات الفضائية الإخبارية العربية التي تتوافق مع هذه الميول.

قد يكون السبب أيضًا هو أن هؤلاء الإعلاميين يرون أن القنوات الفضائية الإخبارية العربية أكثر موضوعية وحيادية من القنوات الفضائية الإخبارية الأجنبية.

من ناحية أخرى، يمكن أن يكون تفسير انخفاض نسبة الإعلاميين الجزائريين الذين يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية مرة كل يومين أو مرة كل ثلاث أيام مرده إلى أن هؤلاء الإعلاميين يفضلون متابعة القنوات الفضائية الإخبارية الأجنبية، وذلك لأنهم يرون أن هذه القنوات تقدم تغطية أكثر شمولاً للأخبار والأحداث الجارية في العالم، كما قد يكون السبب أيضًا هو أن هؤلاء الإعلاميين يرون أن القنوات الفضائية الإخبارية الأجنبية أكثر مهنية ومصداقية من القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

و يعتقد الباحث بهذا الصدد أن معظم القنوات الإخبارية العربية وحتى العالمية تعرف عادات وأنماط المشاهدة عند الجمهور و أسبابها و من بينها أن معظم الجمهور يكون خارج البيت غالبية الوقت و منه تقوم بتخصيص نشرات أخبار و محتوى إخباري موزع بطريقة مدروسة عبر ساعات النهار فتجدها على سبيل المثال لا الحصر تخصيص نشرات أخبار دسمة مدعمة بالتحليل و تقارير المراسلين وحسب خبراء الإعلام فإن نشرة الثامنة تخصص لهذه الفئة التي تمثل الأغلبية من الجمهور و لذلك تداع النشرة الرئيسية بالمواصفات التي ذكرناها خلال فترة الذروة مما يجعل هذه النشرة الأكثر متابعة و بشكل يومي .

و فضلًا عن ذلك يرى الباحث أنه و بما أن أفراد العينة هم من الإعلاميين و بحكم مهنتهم فإن مشاهدتهم اليومية للقنوات الفضائية الإخبارية العربية قد يكون من التحصيل الحاصل لأنه من المتعارف عليه أنه فضلًا على اعتماد الإعلاميين على القنوات التلفزيونية و خاصة الإخبارية منها كمصدر للأخبار في عملهم فإن العديد من المؤسسات الإعلامية تخصص أقسامًا خاصة ضمن أقسامها التحريرية و من بينها قسم الإستماع الإذاعي و التلفزيوني و يسمح هذا القسم من الحصول على كم هائل من الأخبار و التقارير

## الجانب التطبيقي

يخصص جزء منها للنشر أو البث في القنوات التلفزيونية لأنه في أدبيات الإعلام تعتبر وسائل الإعلام مصادر لبعضها .

ومن ناحية أخرى، قد يكون السبب في انخفاض نسبة المبحوثين الذين يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية مرة كل يومين أو مرة كل ثلاث أيام هو أن هؤلاء المشاهدين قد يكونون أقل اهتمامًا بالأخبار مثل الإعلاميين الذين يشتغلون بأقسام تحريرية أخرى مثل القسم الثقافي أو قسم المجتمع أو القسم الفني أو قسم المنوعات و هم من الأرجح أنهم يفضلون الحصول عليها من مصادر أخرى مثل الصحف أو المواقع الإلكترونية أو وسائل التواصل الاجتماعي.

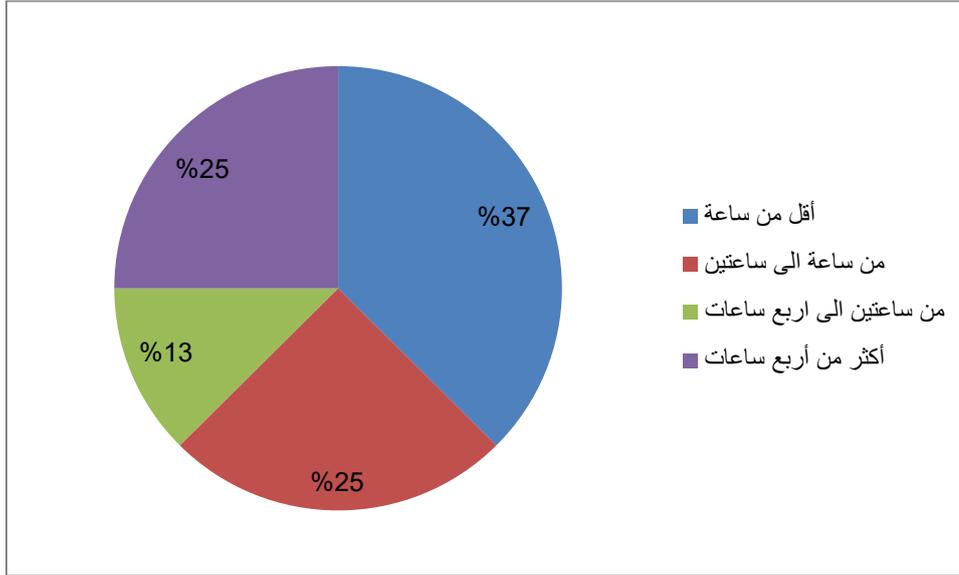
عموما قد تفسر هذه النتائج بأن الغالبية العظمى من المبحوثين من الإعلاميين الجزائريين يتابعون أخبار القنوات الفضائية الإخبارية العربية بشكل منتظم، مما قد يشير إلى أنهم يعتمدون على هذه القنوات كمصدر رئيسي للحصول على المعلومات والأخبار و إستغلالها في كتابة مقالاتهم .

الجدول رقم 10 : متغير يوم المشاهدة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

المدة الزمنية للمشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	132	37.5
من ساعة الى ساعتين	88	25.0
من ساعتين الى اربع ساعات	44	12.5
أكثر من أربع ساعات	88	25.0
المجموع	352	100.0

الشكل رقم 10 : متغير يوم المشاهدة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

## الجانب التطبيقي



يُظهر الجدول (10) الذي يمثل توزيع مفردات الدراسة من حيث المدة الزمنية لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية، أن النسبة المئوية الأعلى جاءت لتخصص مفردات البحث الذين يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية لأكثر من أربع ساعات (25.0٪)، ثم تلك التي تتعلق بمفردات البحث أولئك الذين يشاهدونها من ساعة إلى ساعتين (25.0٪)، و كانت النسبة المئوية الأقل هي لمفردات الدراسة الذين يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية لمدة أقل من ساعة (37.5٪).

وفي تفسيره لنتائج هذا الجدول يعتقد الباحث أن سبب ارتفاع نسبة الإعلاميين الذين يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية لمدة ساعة أو أكثر يوميًا هو أن هؤلاء الإعلاميين يحتاجون إلى متابعة الأخبار والأحداث الجارية بشكل مستمر، وذلك من أجل الحصول على المعلومات اللازمة لإعداد تقاريرهم الإخبارية وبرامجهم التلفزيونية.

و قد يتمثل السبب أيضًا في أن هؤلاء الإعلاميين مهتمون بالأخبار ومتابعة الشأن العام، لذلك يقضون وقتًا طويلاً في مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية، حتى خارج أوقات عملهم.

كما يرى الباحث أن ذلك قد يعزى إلى قضاء أفراد العينة من الإعلاميين فترة طويلة في مقرات عملهم في مزاولة عملهم مما قد يجدون الفرصة في متابعة القنوات الفضائية الإخبارية العربية بشكل يومي فعادة ما تكون مقرات عمل وسائل الإعلام مزودة بأجهزة تلفاز موصلة بالصحن المقعرة الموصلة بدورها بأجهزة لاقطة للأقمار الصناعية المخصصة للبث التلفزيوني الفضائي

و من ناحية أخرى قد يكون السبب وراء ارتفاع نسبة الإعلاميين الذين يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية لمدة ساعة أو أكثر يوميًا هو أن هؤلاء الإعلاميين قد يعملون في مؤسسات

## الجانب التطبيقي

إعلامية تبث أو تنشر باللغة العربية، لذلك يحتاجون إلى متابعة الأخبار والأحداث الجارية في العالم العربي بشكل خاص، كما أن الإعلاميين الذين يعملون في القسم السياسي و القسم الدولي قد يكونون الأكثر إرتباطا بما تبثه القنوات الفضائية الإخبارية العربية من محتوى إخباري طوال ساعات اليوم من أجل إثراء ما يعدونه من أخبار وتقارير و تحاليل لصالح المؤسسات الإعلامية التي يشتغلون بها ، كما يحتمل أن يكون السبب أيضاً هو أن هؤلاء الإعلاميين يفضلون الحصول على المعلومات والأخبار من مصادر عربية، وذلك لأنهم يرون أن هذه المصادر أكثر موثوقة ودقة و منسجمة مع السياسة التحريرية لوسائل الإعلام التي يعملون بها من المصادر الأجنبية.

و من ناحية أخرى، قد يعزى سبب انخفاض نسبة الإعلاميين الجزائريين الذين يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية لمدة أقل من ساعة يومياً هو أن هؤلاء الإعلاميين لديهم مصادر أخرى للحصول على المعلومات والأخبار، مثل وكالات الأنباء والمواقع الإلكترونية المتخصصة، لذلك لا يحتاجون إلى قضاء وقت طويل في مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

ومن المحتمل أن يكون السبب أيضاً هو أن هؤلاء الإعلاميين وخاصة الذين يشتغلون في القنوات التلفزيونية لديهم اهتمامات أخرى غير متابعة الأخبار، مثل إنتاج الأفلام الوثائقية أو البرامج التلفزيونية الترفيهية، لذلك لا يقضون وقتاً طويلاً في مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

وقد يكون هناك تفسيرات أخرى وراء انخفاض نسبة الإعلاميين الذين يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية لمدة أقل من ساعة يومياً و منها أن هؤلاء الإعلاميين يعملون في مؤسسات إعلامية تبث بلغات أجنبية، لذلك لا يحتاجون إلى متابعة الأخبار والأحداث الجارية في العالم العربي بشكل مكثف، كما قد يكون هؤلاء الإعلاميين يفضلون الحصول على المعلومات والأخبار من مصادر أجنبية، وذلك لأنهم قد يرون أن هذه المصادر أكثر حيادية وموضوعية من المصادر العربية.

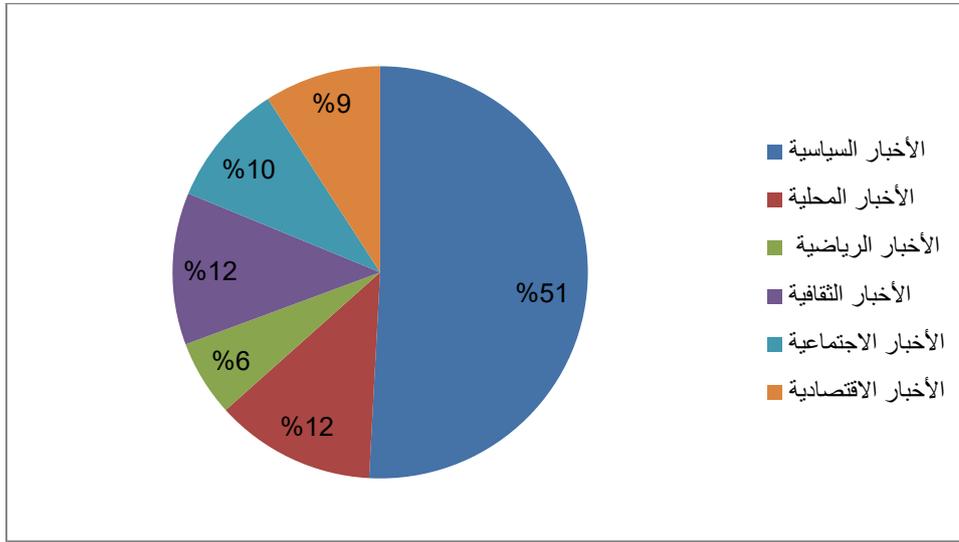
الجدول رقم 11 : متغير طبيعة الأخبار مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

طبيعة الأخبار	التكرار	النسبة المئوية
---------------	---------	----------------

## الجانب التطبيقي

50.9	179	الأخبار السياسية
12.5	44	الأخبار المحلية
6	21	الأخبار الرياضية
11.9	42	الأخبار الثقافية
9.7	34	الأخبار الاجتماعية
9.1	32	الأخبار الاقتصادية
100.0	352	المجموع

الشكل رقم 11 : متغير طبيعة الأخبار مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.



يوضح الجدول رقم (11) ويمثل متغير طبيعة الأخبار مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية، أن معظم الإعلاميين الجزائريين (50.9%) يفضلون مشاهدة الأخبار السياسية على القنوات الفضائية الإخبارية العربية، بينما يفضل 12.5% الأخبار المحلية، و6% الأخبار الرياضية، و11.9% الأخبار الثقافية، و9.7% الأخبار الاجتماعية، و9.1% الأخبار الاقتصادية.

و يمكن قراءة نتائج الجدول كذا وفق ما يلي :

- متوسط عدد الإعلاميين الجزائريين الذين يفضلون مشاهدة الأخبار السياسية على القنوات الفضائية الإخبارية العربية هو 179 إعلاميًا.
- النسبة المئوية للإعلاميين الجزائريين الذين يفضلون مشاهدة الأخبار السياسية على القنوات الفضائية الإخبارية العربية هي 50.9%.

## الجانب التطبيقي

- متوسط عدد الإعلاميين الجزائريين الذين يفضلون مشاهدة الأخبار المحلية على القنوات الفضائية الإخبارية العربية هو 44 إعلاميًا.
  - النسبة المئوية للإعلاميين الجزائريين الذين يفضلون مشاهدة الأخبار المحلية على القنوات الفضائية الإخبارية العربية هي 12.5٪.
  - متوسط عدد الإعلاميين الجزائريين الذين يفضلون مشاهدة الأخبار الرياضية على القنوات الفضائية الإخبارية العربية هو 21 إعلاميًا.
  - النسبة المئوية للإعلاميين الجزائريين الذين يفضلون مشاهدة الأخبار الرياضية على القنوات الفضائية الإخبارية العربية هي 6٪.
  - متوسط عدد الإعلاميين الجزائريين الذين يفضلون مشاهدة الأخبار الثقافية على القنوات الفضائية الإخبارية العربية هو 42 إعلاميًا.
  - النسبة المئوية للإعلاميين الجزائريين الذين يفضلون مشاهدة الأخبار الثقافية على القنوات الفضائية الإخبارية العربية هي 11.9٪.
  - متوسط عدد الإعلاميين الجزائريين الذين يفضلون مشاهدة الأخبار الاجتماعية على القنوات الفضائية الإخبارية العربية هو 34 إعلاميًا.
  - النسبة المئوية للإعلاميين الجزائريين الذين يفضلون مشاهدة الأخبار الاجتماعية على القنوات الفضائية الإخبارية العربية هي 9.7٪.
  - متوسط عدد الإعلاميين الجزائريين الذين يفضلون مشاهدة الأخبار الاقتصادية على القنوات الفضائية الإخبارية العربية هو 32 إعلاميًا.
  - النسبة المئوية للإعلاميين الجزائريين الذين يفضلون مشاهدة الأخبار الاقتصادية على القنوات الفضائية الإخبارية العربية هي 9.1٪.
- ويمكن أن نستنتج وفق ذلك أن الغالبية العظمى من الإعلاميين الجزائريين (75.3٪)، يفضلون مشاهدة الأخبار السياسية والأخبار المحلية والأخبار الرياضية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية على القنوات الفضائية الإخبارية العربية.
- و حسب الباحث فقد يكون السبب في ارتفاع نسبة الإعلاميين الجزائريين الذين يفضلون مشاهدة الأخبار السياسية على القنوات الفضائية الإخبارية العربية هو أن هؤلاء الإعلاميين يرون أن الأخبار

السياسية هي الأكثر إثارة للاهتمام ومتابعة، قد يكون هؤلاء الإعلاميون يعتقدون أن الأخبار السياسية هي الأكثر تأثيراً عليهم أو أن لهم ميول سياسية و خاصة إذا كان تكوينهم تكويناً سياسياً ، وقد يكون السبب أيضاً هو أن هؤلاء الإعلاميين يعملون في مؤسسات إعلامية ذات طابع أو تخصص سياسي تبث أو تنشر باللغة العربية، لذلك يحتاجون إلى متابعة الأخبار السياسية في العالم العربي بشكل خاص.

و يعتقد الباحث من جهة أخرى أن ارتفاع نسبة الإعلاميين الجزائريين الذين يفضلون مشاهدة الأخبار السياسية على القنوات الفضائية الإخبارية العربية، قد يرجع إلى أن القنوات الفضائية الإخبارية العربية هي بالأساس تقدم محتوى إخباري يغلب عليه الطابع السياسي و نلاحظ ذلك بشكل جلي في قنوات الجزيرة، العربية، النهار الجزائرية، والجزائرية الثالثة فجمهور هذه القنوات هو جمهور متخصص في متابعة المحتوى السياسي، أما بالنسبة للإعلاميين الجزائريين فمهمتهم تتطلب منهم متابعة المحتوى السياسي لفهم ما يجري كما أن الإعلاميين المختصين في الشأن السياسي على مستوى وسائل الإعلام التي يشتغلون بها و هذا يساعدهم في التطور مهنيا و نيل مراتب متقدمة في نظر مسؤولي التحرير كما أن ذلك يساعدهم في تحرير التقارير الإخبارية و المقالات التحليلية لصالح المؤسسات الصحفية التي يشتغلون بها سواء الإذاعة أو التلفزيون أو الصحف المكتوبة أو الصحف الإلكترونية .

من ناحية أخرى، قد يكون السبب في انخفاض نسبة الإعلاميين الجزائريين الذين يفضلون مشاهدة الأخبار المحلية والأخبار الرياضية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية على القنوات الفضائية الإخبارية العربية هو أن هؤلاء الإعلاميين يرون أن هذه الأخبار أقل أهمية وتأثيراً على حياة الناس، كما أن هؤلاء الإعلاميين قد يفضلون الحصول على هذه الأخبار من مصادر أخرى، مثل الصحف والمجلات والمواقع الإلكترونية المتخصصة.

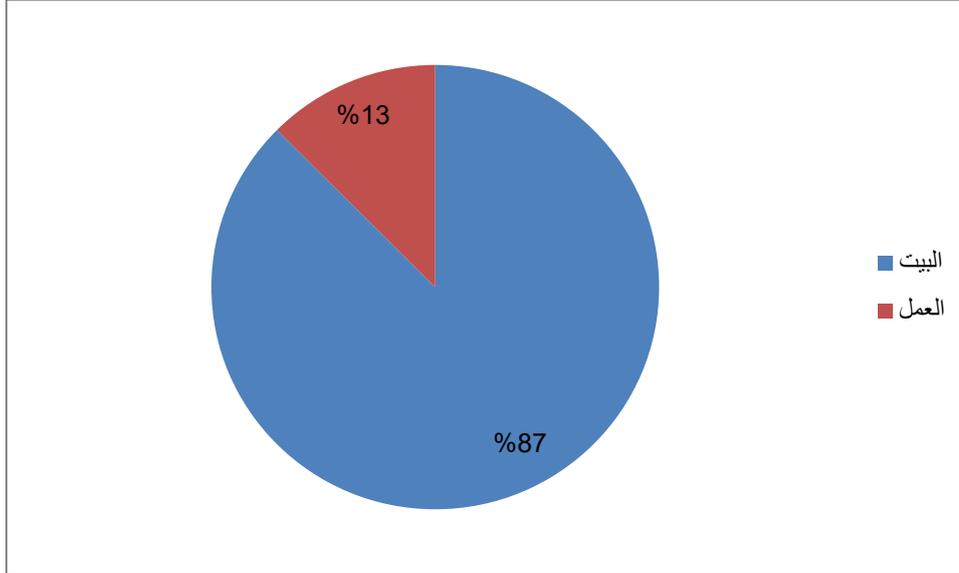
وبشكل عام، يمكن القول أن نتائج الجدول تشير إلى أن الإعلاميين الجزائريين يفضلون مشاهدة الأخبار السياسية على القنوات الفضائية الإخبارية العربية، وأنهم يهتمون أيضاً بالأخبار المحلية والأخبار الرياضية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية.

الجدول رقم 12 : متغير مكان المشاهدة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

## الجانب التطبيقي

النسبة المئوية	التكرار	مكان المشاهدة
87.5	308	البيت
12.5	44	العمل
100.0	352	المجموع

الشكل رقم 12 : متغير مكان المشاهدة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.



يتضح من خلال الجدول رقم (12) و الذي يمثل متغير مكان المشاهدة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية أن معظم الإعلاميين الجزائريين (87.5%) يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية في المنزل، بينما يشاهدها 12.5% في العمل.

ويتبين من خلال الجدول أن متوسط عدد الإعلاميين الجزائريين الذين يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية في المنزل هو 308 إعلامياً. أي بسبة مئوية هي 87.5%.

كما يظهر أن متوسط عدد الإعلاميين الجزائريين الذين يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية في العمل هو 44 إعلامياً، أي بنسبة مئوية هي 12.5%.

ويمكن أن يعزى ذلك إلى أن معظم الإعلاميين الجزائريين يعملون في مؤسسات إعلامية تبث باللغة العربية، لذلك يحتاجون إلى متابعة الأخبار والأحداث الجارية بشكل مستمر، وذلك من أجل الحصول على المعلومات اللازمة لإعداد تقاريرهم الإخبارية وبرامجهم التلفزيونية، لذلك، يفضلون مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية في المنزل، حيث يمكنهم متابعة الأخبار في أي وقت يناسبهم.

## الجانب التطبيقي

و قد تفسر هذه النتائج بأن الإعلاميين الجزائريين مثلهم مثل غالبية الجمهور يفضلون مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية لعلمهم أن هذه القنوات تخصص نشرات إخبارية في أوقات الذروة مثل نشرة الثامنة التي تعتبر أساسية في غالبية القنوات التلفزيونية في العالم وقد أكدت بحوث سبر الآراء أن غالبية الجمهور و خاصة الموظفين الذين يشتغلون في المؤسسات أو الإدارات أنهم يفضلون مشاهدة هذه النشرات بدل متابعة المحتوى الإخباري طوال اليوم و ذلك لأن القنوات التلفزيونية تولي إهتماما خاصة بالمحتوى الإخباري لهذه النشرات حيث تخصص أحسن صحفيتها لإعداد هذه النشرة كما تقدم تقارير إخبارية و ملخصات وتحليل مستفيضة لكل ما حدث خلال ساعات اليوم، ومن هنا يجد الإعلاميون الجزائريون ان أحسن فرصة لمتابعة المحتوى الإخباري بكل تفاصيله هو بعد الرجوع إلى المنزل، حيث يتخلصون من ضغوطات العمل و بالتالي يستمتعون بالمحتوى الإخباري لهذه القنوات بكل هدوء .

و في إعتقاد الباحث فقد يكون السبب وراء ارتفاع نسبة الإعلاميين الجزائريين الذين يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية في المنزل هو أن هؤلاء الإعلاميين لديهم أجهزة تلفزيون في منازلهم، بينما قد لا تتوفر أجهزة تلفزيون في أماكن عملهم، أو قد يكون السبب أيضًا هو أن هؤلاء الإعلاميين يفضلون مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية على شاشات التلفزيون الكبيرة في منازلهم، بدلاً من شاشات التلفزيون الصغيرة في أماكن عملهم.

من ناحية أخرى، قد يكون السبب في انخفاض نسبة الإعلاميين الجزائريين الذين يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية في العمل هو أن هؤلاء الإعلاميين يفضلون التركيز على عملهم وعدم تشتيت انتباههم بمشاهدة التلفزيون، كما قد يكون السبب وراء هذا هو أن هؤلاء الإعلاميين لا يُسمح لهم بمشاهدة التلفزيون أثناء ساعات العمل، وهذا مرجح في المؤسسات الإعلامية الجزائرية و خاصة في الإذاعة و الصحافة المكتوبة، و في هذا الإطار يعتقد الباحث أن السبب المرجح وراء ذلك قد يتعلق بعمل هؤلاء الإعلاميين حيث أنهم يعملون في مؤسسات إعلامية تبث بلغات أجنبية، لذلك لا يحتاجون إلى متابعة الأخبار والأحداث الجارية في العالم العربي بشكل مكثف.

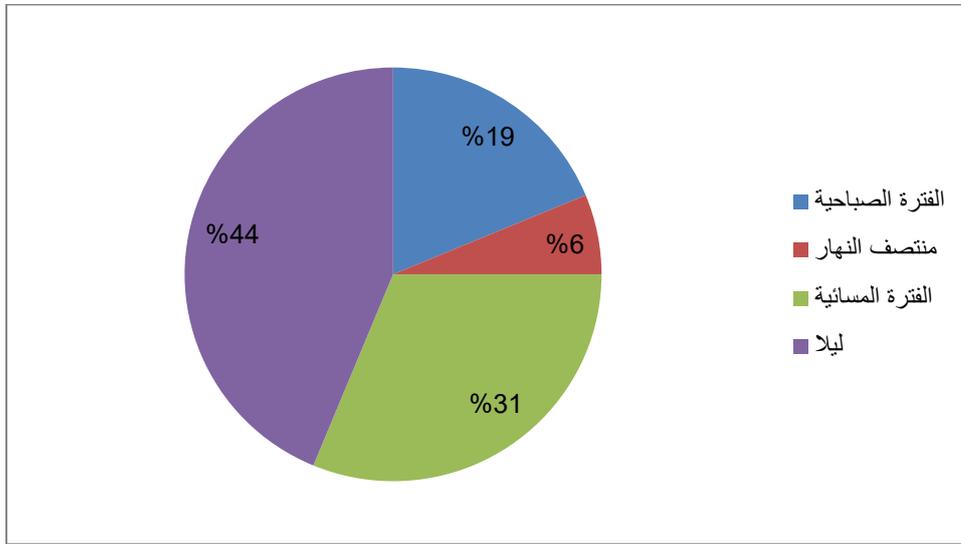
و من ناحية ثانية يمكن أن نجد أن هؤلاء الإعلاميين يفضلون الحصول على المعلومات والأخبار من مصادر أخرى، مثل الصحف والمجلات والمواقع الإلكترونية المتخصصة، وذلك لأنهم قد يعتبرون أن هذه المصادر أكثر موثوقية ودقة من القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

**الجدول رقم 13 : متغير فترة المشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.**

## الجانب التطبيقي

فترة المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
الفترة الصباحية	66	18.8
منتصف النهار	22	6.3
الفترة المسائية	110	31.3
ليلا	154	43.8
المجموع	352	100.0

الشكل رقم 13 : متغير فترة المشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.



يتضح من خلال الجدول (13) الذي يمثل متغير توزيع فترة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية بين المشاركين في الدراسة النسبة المرتبة الأولى إحتلتها مفردات البحث الذين يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية ليلاً و ذلك بنسبة مئوية قدرها (43.8٪)، ثم جاءت المرتبة الثانية لتخص مفردات الدراسة الذين يشاهدونها في الفترة المسائية حيث بلغت النسبة (31.3٪). أما النسبة المئوية الأقل فجاءت لتخص مفردات الدراسة الذين يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية منتصف النهار (6.3٪).

ويعتقد الباحث أنه قد يكون السبب وراء ارتفاع نسبة الإعلاميين الجزائريين الذين يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية ليلاً هو أن هؤلاء الإعلاميين لديهم وقت فراغ أكثر في الليل، وذلك لأنهم يكونون قد انتهوا من عملهم، قد يكون السبب أيضاً هو أن هؤلاء الإعلاميين يفضلون متابعة الأخبار والأحداث الجارية في نهاية اليوم، وذلك لأنهم يكونون قد حصلوا على قسط كاف من الراحة.

## الجانب التطبيقي

كما أن القنوات الفضائية بصفة عامة ومنها القنوات الفضائية الإخبارية العربية عادة ما تخصص نشرات مستفيضة من الأخبار و المعلومات عن الأحداث المسجلة طوال اليوم فنجدها تخصص نشرات مطولة و مدعومة بمحللين و بتقارير من مراسليها من مختلف مناطق الأحداث أي انه تقدم حصيلة الأخبار طوال اليوم في النشرة الرئيسية و عادة ما تكون على الساعة الثامنة أو قبلها أو بعدها أي خلال أوقات الذروة من حيث المشاهدة، كما أن الصحفيين و بحكم عملهم الذي ينتهي عادة في الليل مع قفل الجرائد إذا كانوا يشتغلون في الصحافة المكتوبة فإنهم قد يخصصون فترات الليل لمتابعة هذه القنوات، أو أن هؤلاء الإعلاميين يفضلون متابعة الأخبار والأحداث الجارية قبل النوم، وذلك لأن متابعة الأخبار والأحداث الجارية قد تساعدهم على الاسترخاء والنوم بشكل أفضل.

من ناحية أخرى، قد يكون السبب في انخفاض نسبة الإعلاميين الجزائريين الذين يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية في الفترة الصباحية أو منتصف النهار أو الفترة المسائية هو أن هؤلاء الإعلاميين يكونون مشغولين بالعمل الصحفي طوال اليوم، أو أنهم يقومون بأنشطة أخرى لها علاقة بوظيفتهم أو بطبيعة عملهم و عادة ما تخصص الفترة الصباحية في العمل الإعلامي للنزول إلى الميدان وتغطية مختلف النشاطات أو القيام بتحقيقات وريبورتاجات أو إعداد صفحات غير حديثة أو ما تسمى بالصفحات الميتة و المتعلقة بأقسام المجتمع أو القسم الفني أو قسم المنوعات، و قد يكون السبب أيضاً هو أن هؤلاء الإعلاميين يفضلون متابعة الأخبار والأحداث الجارية في وقت لاحق من اليوم، وذلك لأنهم يرون أن الأخبار والأحداث الجارية تتغير بسرعة، لذلك يفضلون متابعتها في وقت أقرب إلى وقوعها.

و بشكل عام، يمكن القول أن فترة مشاهدة الإعلاميين الجزائريين للقنوات الفضائية الإخبارية العربية تتأثر بعوامل مختلفة، منها الوقت المتاح لديهم، واهتماماتهم، ومصادر المعلومات التي يفضلونها، و غيرها من العوامل المؤثرة.

**3.4. نتائج المحور الثالث المتعلق بالدوافع والإشباع المحققة خلال مرحلة مشاهدة الإعلاميين الجزائريين للقنوات الفضائية الإخبارية العربية " الجزيرة، العربية، القناة الجزائرية الثالثة، النيل الإخبارية، دي الإخبارية، med1"، الشروق الإخبارية، قناة النهار، "**

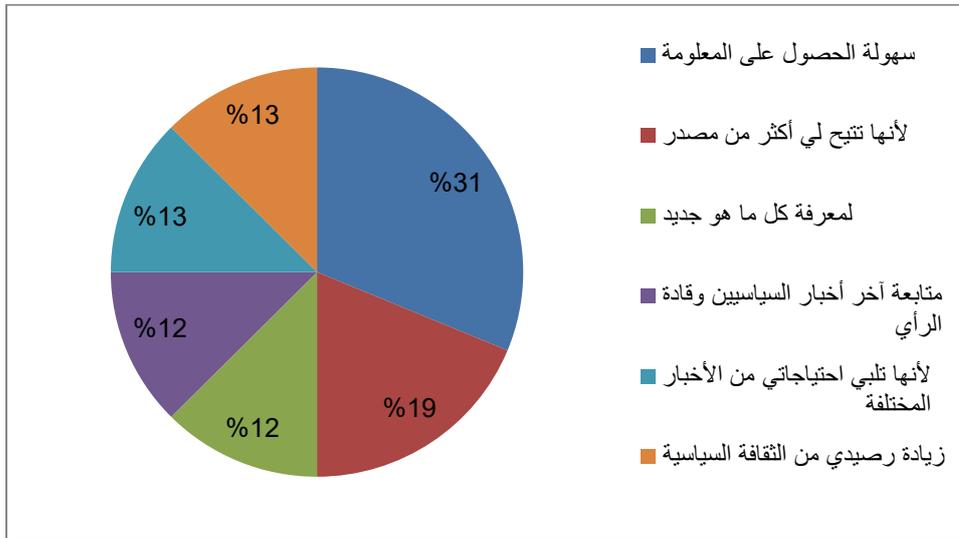
**الجدول رقم 14 : متغير دوافع مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.**

دوافع المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
سهولة الحصول على المعلومة	110	31.3

## الجانب التطبيقي

18.8	66	لأنها تتيح لي أكثر من مصدر
12.5	44	لمعرفة كل ما هو جديد
12.5	44	متابعة آخر أخبار السياسيين وقادة الرأي
12.5	44	لأنها تلبي احتياجاتي من الأخبار المختلفة
12.5	44	زيادة رصيدي من الثقافة السياسية
100.0	352	المجموع

الشكل رقم 14 : متغير دوافع مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.



يتبين من خلال الجدول (رقم 14) والذي يمثل متغير دوافع مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية أن الإعلاميين الجزائريين يفضلون مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية التي توفر لهم سهولة الوصول إلى المعلومات والأخبار المختلفة، والتي تتيح لهم أكثر من مصدر للمعلومات، و تبقئهم على اطلاع بأخر أخبار السياسيين وقادة الرأي، والتي تلبي احتياجاتهم من الأخبار المختلفة، والتي تساهم في زيادة رصيدهم من الثقافة السياسية.

وقد جاءت دوافع مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية لدى الإعلاميين الجزائريين مرتبة من الأعلى إلى الأدنى على النحو التالي:

- وفقا لدافع "سهولة الحصول على المعلومة" نلاحظ أنها جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 31.3%، حيث يرى الإعلاميون الجزائريون أن سهولة الحصول على المعلومات والأخبار المختلفة من خلال القنوات الفضائية الإخبارية العربية هي الدافع الرئيسي لمشاهدتهم لهذه القنوات.

## الجانب التطبيقي

- وفقا لدافع "لأنها تتيح لي أكثر من مصدر" نلاحظ أنها جاءت بنسبة 18.8%، يرى الإعلاميون الجزائريون أن القنوات الفضائية الإخبارية العربية تتيح لهم أكثر من مصدر للمعلومات، مما يساعدهم على الحصول على صورة أكثر اكتمالاً للأحداث.
- لمعرفة كل ما هو جديد: بنسبة 12.5%، يرى الإعلاميون الجزائريون أن القنوات الفضائية الإخبارية العربية تبقيهم على اطلاع بأخر الأخبار والأحداث الجارية في العالم.
- متابعة آخر أخبار السياسيين وقادة الرأي: بنسبة 12.5%، يرى الإعلاميون الجزائريون أن القنوات الفضائية الإخبارية العربية تمكنهم من متابعة آخر أخبار السياسيين وقادة الرأي، مما يساعدهم على فهم أفضل للتطورات السياسية.
- لأنها تلبي احتياجاتي من الأخبار المختلفة: بنسبة 12.5%، يرى الإعلاميون الجزائريون أن القنوات الفضائية الإخبارية العربية تلبي احتياجاتهم من الأخبار المختلفة، سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية.
- زيادة رصيدي من الثقافة السياسية: بنسبة 12.5%: يرى الإعلاميون الجزائريون أن مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية تساهم في زيادة رصيدهم من الثقافة السياسية، وتساعدهم على فهم أفضل للقضايا السياسية المحلية والإقليمية والدولية.
- و يعتقد الباحث بشأن النتائج التي وردت في الجدول أن ارتفاع نسبة الإعلاميين الجزائريين الذين يفضلون مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية لسهولة الحصول على المعلومة راجع إلى أن هؤلاء الإعلاميين يعملون في مؤسسات إعلامية ذات طابع إخباري و خاصة المتخصصة في الأخبار السياسية و لذلك تعتمد هذه الفئة في عملها على هذا النوع من القنوات التي توفر أخبار و معلومات طوال اليوم من خلال نشراتها أو مواجيزها الإخبارية كل ساعة أو كل نصف ساعة أو في كل الأوقات مثل الجزيرة و العربية و النهار الجزائرية .
- كما قد يكون السبب أيضاً هو أن هؤلاء الإعلاميين يفضلون الحصول على المعلومات والأخبار من مصدر واحد، وذلك لأنهم يرون أن هذا الأمر يوفر لهم الوقت والجهد، و قد يكون السبب أيضاً هو أن هؤلاء الإعلاميين يرون أن القنوات الفضائية الإخبارية العربية تقدم لهم المعلومات والأخبار التي يحتاجون إليها بشكل أكثر شمولية وتغطية من القنوات الفضائية الإخبارية الأجنبية

## الجانب التطبيقي

و من ناحية أخرى، قد يكون تفسير انخفاض نسبة الإعلاميين الجزائريين الذين يفضلون مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية بأن هؤلاء يهدفون من وراء ذلك إلى معرفة كل ما هو جديد أو متابعة آخر أخبار السياسيين وقادة الرأي أو لأنها تلي احتياجاتهم من الأخبار المختلفة أو زيادة رصيدهم من الثقافة السياسية هو أن هؤلاء الإعلاميين يعتمدون على مصادر أخرى لإستيقاء المعلومات و خاصة أثناء القيام بعملهم الصحفي مثل وكالات الأنباء و المواقع الإخبارية الإلكترونية ووسائل التواصل الإجتماعي أي الإعتماد على البيئة الرقمية في السعي للحصول على الأخبار و المعلومات، وذلك لأنهم يرون أن هذا الأمر يوفر لهم نظرة أكثر شمولية وتوازناً للأحداث الجارية.

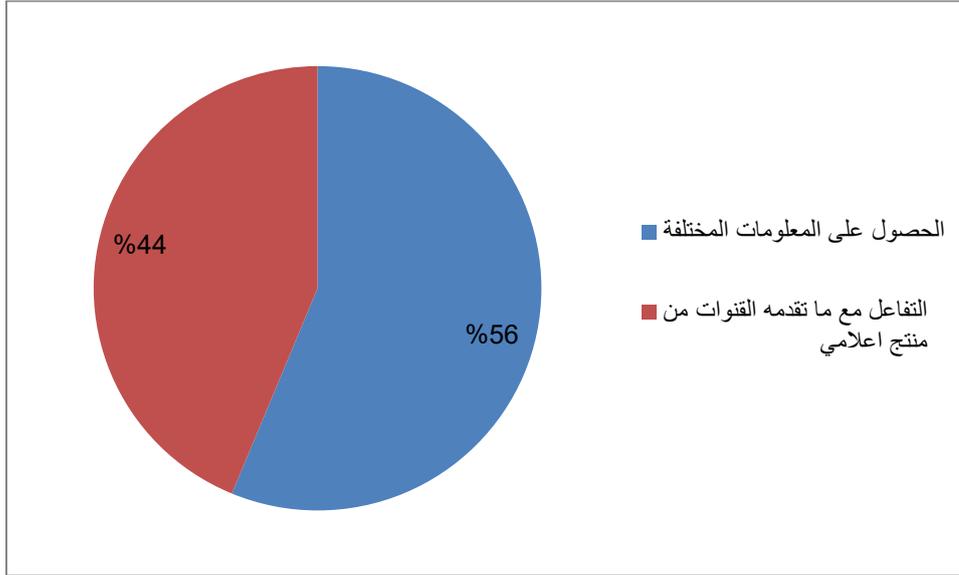
و يمكن أن يكون السبب في انخفاض نسبة الإعلاميين الجزائريين الذين يفضلون مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية لمعرفة كل ما هو جديد أو متابعة آخر أخبار السياسيين وقادة الرأي أو لأنها تلي احتياجاتهم من الأخبار المختلفة أو زيادة رصيدهم من الثقافة السياسية هو أن هؤلاء الإعلاميين يرون أن القنوات الفضائية الإخبارية العربية لا تقدم لهم المعلومات والأخبار التي يحتاجون إليها بشكل كافٍ أو أنها تقدم لهم هذه المعلومات والأخبار بشكل متحيز أو غير موضوعي.

الجدول رقم 15 : متغير الاشباكات المحققة من مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

النسبة المئوية	التكرار	الاشباكات المحققة
56.3	198	الحصول على المعلومات المختلفة
43.8	154	التفاعل مع ما تقدمه القنوات من منتج اعلامي
100.0	352	المجموع

الشكل رقم 15 : متغير الاشباكات المحققة من مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

## الجانب التطبيقي



يتضح من خلال الجدول رقم (15) و الذي يمثل متغير الإشباع المحققة من مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية أن معظم الإعلاميين الجزائريين (56.3%) يحصلون على المعلومات المختلفة من مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية، بينما يتفاعل 43.8% مع ما تقدمه هذه القنوات من منتج إعلامي.

و يظهر من خلال ذلك أن متوسط عدد الإعلاميين الجزائريين الذين يحصلون على المعلومات المختلفة من مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية هو 198 إعلاميًا، بنسبة مئوية هي 56.3%. كما يتضح أن متوسط عدد الإعلاميين الجزائريين الذين يتفاعلون مع ما تقدمه القنوات الفضائية الإخبارية العربية من منتج إعلامي هو 154 إعلاميًا، أي نسبة مئوية هي 43.8%. و هذا يعني حسب ما جاء في الجدول أن الغالبية العظمى من الإعلاميين الجزائريين (100%) يحصلون على المعلومات المختلفة ويتفاعلون مع ما تقدمه القنوات الفضائية الإخبارية العربية من منتج إعلامي.

ويمكن تفسير ذلك بأن الإعلاميين الجزائريين مهتمون بالأخبار ومتابعة الشأن العام، ويرون أن القنوات الفضائية الإخبارية العربية هي المصدر الرئيسي للحصول على المعلومات والأخبار، كما أنهم يرون أن هذه القنوات تقدم محتوى إعلاميًا جذابًا ومتنوعًا، مما يدفعهم إلى التفاعل معها. كما قد يكون السبب وراء ارتفاع نسبة الإعلاميين الجزائريين الذين يحصلون على المعلومات المختلفة من مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية هو أن هؤلاء الإعلاميين يرون أن هذه القنوات هي المصدر الرئيسي للحصول على المعلومات والأخبار، خاصةً الأخبار المتعلقة بالشأن العربي والدولي، و

## الجانب التطبيقي

أن هذه القنوات تقدم محتوى إعلاميًا جذابًا ومتنوعًا، مما يجعلها مصدرًا موثوقًا للحصول على المعلومات والأخبار، وهذا يساعدهم في إستغلال هذا المحتوى في إعداد تقاريرهم الإخبارية لصالح مؤسساتهم الإعلامية أو إعتبرها كمعارف و معلومات مهمة في عملهم الصحفي بشكل عام وخاصة في كتابة المقالات التحليلية .

و يمكن أن يعزى ذلك إلى أن هؤلاء الإعلاميين لا يملكون الوقت الكافي لقراءة الصحف والمجلات أو تصفح المواقع الإلكترونية المتخصصة، لذلك يفضلون مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية للحصول على المعلومات والأخبار بشكل سريع وسهل، وقد يكونون هم أنفسهم يشتغلون بقنوات تلفزيونية بإعتبار أن عينة الدراسة شملت أيضا الإعلاميين الذي يشتغلون لصالح قنوات تلفزيونية ذات محتوى إخباري مثل قنوات النهار والشروق والجزائرية الثالثة، مما يعني أن هؤلاء يفضلون التزود بالمعارف و المعلومات و الأخبار من محتوى القنوات التي يشتغلون بها و غيرها من القنوات التي يستغلونها هي أيضا كمصادر للأخبار.

ومن ناحية أخرى، يعتقد الباحث أن السبب الذي يقف وراء انخفاض نسبة الإعلاميين الجزائريين الذين يتفاعلون مع ما تقدمه القنوات الفضائية الإخبارية العربية من منتج إعلامي هو أن هؤلاء الإعلاميين يفضلون الحصول على المعلومات والأخبار من مصادر أخرى، مثل الصحف والمجلات والمواقع الإلكترونية المتخصصة، أو قد يعتبرون أن القنوات الفضائية الإخبارية العربية تقدم محتوى إعلاميًا متحيزًا أو غير موضوعي، مما يجعلهم أقل تفاعلًا معها، و قد يكون السبب وراء ذلك أيضًا هو أن بعض هؤلاء الإعلاميين يشتغلون لصالح مؤسسات تنشر أو تبث باللغة الفرنسية و بالتالي لا يحتاجون المحتوى الإخباري الذي تبثه القنوات الفضائية الإخبارية العربية، أو أن هذا المحتوى الإعلامي لا يلي احتياجاتهم أو اهتماماتهم.

الجدول رقم 16 : كيفية مشاهدة القنوات الاخبارية الفضائية العربية وفقا لمتغير الجنس

## الجانب التطبيقي

الجنس	درجة المشاهدة		
	نادرا	أحيانا	دائما
ذكر	0	44	198
أنثى	22	22	66
المجموع	22	66	264
			المجموع
			242
			110
			352

يوضح الجدول رقم (16) الذي يمثل العلاقة بين الجنس ودرجة مشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية. أن تكرارات درجة مشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية حسب الجنس تتمثل فيما يلي:

بالنسبة للذكور نجد أن النتائج هي كما يلي:

- فئة "دائماً" بلغت : 198 إجابة.

- أحياناً: 44

- نادراً: 0

أما بالنسبة للإناث فنلاحظ أن النتائج جاءت كالتالي:

- فئة "دائماً" دائماً: 66

- أحياناً: 22

- نادراً: 22

وبالتالي، فإن إجمالي عدد الذكور الذين يشاهدون القنوات الإخبارية الفضائية العربية هو 242، بينما

إجمالي عدد الإناث اللاتي يشاهدن هذه القنوات هو 110.

بالإضافة إلى ذلك، فإن إجمالي عدد الإعلاميين الذين يشاهدون القنوات الإخبارية الفضائية العربية

حسب فئة "دائماً" هو 264، بينما إجمالي عدد الإعلاميين الذين يشاهدون هذه القنوات حسب فئة "

أحياناً" هو 66، وإجمالي عدد الإعلاميين الذين يشاهدون هذه القنوات حسب فئة "نادراً" هو 22.

ويتضح من خلال الجدول وفق متغير الجنس أن الذكور يشاهدون القنوات الإخبارية الفضائية العربية

أكثر من الإناث، حيث أن النسبة المئوية للذكور الذين يشاهدون هذه القنوات دائماً هي 81.8%، بينما

النسبة المئوية للإناث اللاتي يشاهدن هذه القنوات دائماً هي 60%.

## الجانب التطبيقي

بالإضافة إلى ذلك، فإن معظم الذكور والإناث يشاهدون القنوات الإخبارية الفضائية العربية دائماً أو أحياناً، حيث لأظهرت النتائج الواردة في الجدول أن النسبة المئوية للذكور الذين يشاهدون هذه القنوات دائماً أو أحياناً بلغت 100%، بينما النسبة المئوية للإناث اللاتي يشاهدن هذه القنوات دائماً أو أحياناً وصلت 80%.

وبالتالي، يمكننا القول أن هناك علاقة بين الجنس ودرجة مشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية، حيث أن الذكور يشاهدون هذه القنوات أكثر من الإناث، وأن معظم الذكور والإناث يشاهدون هذه القنوات دائماً أو أحياناً.

وفي تفسيره لهذه النتائج يرى الباحث أن السبب في ارتفاع نسبة الإعلاميين الجزائريين الذكور الذين يشاهدون القنوات الإخبارية الفضائية العربية دائماً قد يكون هو أن هؤلاء الإعلاميين يعملون في مؤسسات إعلامية تبث باللغة العربية، لذلك يحتاجون إلى متابعة الأخبار والأحداث الجارية بشكل مستمر، قد يعود أيضاً إلى أن هؤلاء الإعلاميين يرون أن متابعة الأخبار والأحداث الجارية لها الأولوية في مجال عملهم، وذلك لأن هذه الأخبار والأحداث تؤثر بشكل مباشر على الجمهور.

و من ناحية أخرى، قد يكون السبب في انخفاض نسبة الإعلاميات الجزائريات اللواتي يشاهدن القنوات الإخبارية الفضائية العربية دائماً هو أن هاته الإعلاميات يعملن في مؤسسات إعلامية بصفتهم إعلاميات في أقسام لا تركز على الأخبار بشكل يومي و خاصة الأخبار السياسية التي لا يحتاجنها في عملهم مثل الصحفيات اللواتي يعملن في أقسام المجتمع أو القسم الفني أو قسم المنوعات أو قسم الريبورتاجات و غيرها، لذلك لا يحتاجون إلى متابعة الأخبار والأحداث الجارية في العالم العربي بشكل مكثف أي بما يعني أن هاته الإعلاميات يفضلن متابعة الأخبار والأحداث الجارية في مجالات تخصصهن، وذلك لأنهم يرون أن هذه الأخبار والأحداث أكثر أهمية لعملهن.

أما بالنسبة للإعلاميين والإعلاميات الذين يشاهدون القنوات الإخبارية الفضائية العربية أحياناً أو نادراً، فقد يكون السبب في ذلك هو أن هؤلاء الإعلاميين والإعلاميات قد لا يحتاجون لما تبثه القنوات الإخبارية من مواد إخبارية، أو أنهم يعملون في مؤسسات إعلامية لا تتطلب منهم متابعة الأخبار والأحداث الجارية بشكل مستمر.

أو أن هؤلاء الإعلاميين والإعلاميات يفضلون متابعة الأخبار والأحداث الجارية من مصادر أخرى، مثل الصحف والمجلات والمواقع الإلكترونية المتخصصة.

## الجانب التطبيقي

إضافة إلى التفسيرات السابقة، يمكن تقديم التفسيرات التالية لارتفاع نسبة الإعلاميين الجزائريين الذكور الذين يشاهدون القنوات الإخبارية الفضائية العربية دائماً، وانخفاض نسبة الإعلاميات الجزائريات اللاتي يشاهدن هذه القنوات دائماً، وكذلك انخفاض نسبة الإعلاميين والإعلاميات الذين يشاهدون هذه القنوات أحياناً أو نادراً:

- قد يكون السبب في ارتفاع نسبة الإعلاميين الجزائريين الذكور الذين يشاهدون القنوات الإخبارية الفضائية العربية دائماً هو أن هؤلاء الإعلاميين لديهم خبرة طويلة في مجال الإعلام، مما جعلهم أكثر اهتماماً بمتابعة الأخبار والأحداث الجارية.

- قد يكون السبب أيضاً هو أن هؤلاء الإعلاميين يعملون في مؤسسات إعلامية كبيرة ومرموقة، مما يتطلب منهم متابعة الأخبار والأحداث الجارية بشكل مستمر.

- من ناحية أخرى، قد يكون السبب في انخفاض نسبة الإعلاميات الجزائريات اللواتي يشاهدن القنوات الإخبارية الفضائية العربية دائماً هو أن هاتهن الإعلاميات لا يعملن في قسم الأخبار، ول بالتالي لم يكتسبن الخبرة الكافية لمتابعة الأخبار والأحداث الجارية بشكل مستمر.

- قد يكون السبب أيضاً هو أن هاتهن الإعلاميات يعملن في مؤسسات إعلامية صغيرة أو محلية، مما لا يتطلب منهم متابعة الأخبار والأحداث الجارية بشكل مكثف.

- قد يكون السبب أيضاً هو أن هؤلاء الإعلاميين والإعلاميات يفضلون متابعة الأخبار والأحداث الجارية من مصادر أخرى، مثل الصحف والمجلات والمواقع الإلكترونية المتخصصة، وذلك لأنهم يرون أن هذه المصادر تقدم لهم ما تحتاجه من معلومات و أخبار في ممارستهم لمهامهن الإعلامية في المؤسسات الإعلامية التي يشتغلن لصالحها .

## الجانب التطبيقي

الجدول رقم 17 : ترتيب القنوات الإخبارية الفضائية العربية وفقا لمتغير الجنس

الجنس	ترتيب القنوات الفضائية الإخبارية العربية								
	الجزيرة	الشروق الجزائرية	النهار الجزائرية	ميدي 1	دبي الإخبارية	النيل الاخبارية	العربية	الجزائرية الثالثة	المجموع
ذكر	98	21	67	6	8	3	20	19	242
أنثى	68	0	35	3	2	2	0	0	110
المجموع	166	21	102	9	10	5	20	19	352

يتبين لنا من خلال الجدول رقم 17 الذي يمثل ترتيب القنوات الإخبارية الفضائية العربية وفقاً

لمتغير الجنس، أن ترتيب القنوات الإخبارية الفضائية العربية حسب الجنس جاءت نتائجها كالتالي:

بالنسبة لفئة الذكور نلاحظ أنهم يشاهدون القنوات حسب الترتيب التالي:

- قناة الجزيرة: 98 مرة
- قناة النهار: 67 مرة
- قناة الشروق: 21 مرة
- قناة الجزائرية الثالثة: 19 مرة
- قناة العربية: 20 مرة
- قناة النيل الإخبارية: 3 مرات
- قناة دبي: 8 مرات
- قناة ميدي 1: 6 مرات

أما بالنسبة لفئة الإناث نلاحظ أنهن يشاهدن القنوات حسب الترتيب التالي:

- قناة الجزيرة: 68 مرة
- قناة النهار: 35 مرة
- قناة الشروق: 0 مرة
- قناة الجزائرية الثالثة: 0 مرة
- قناة العربية: 0 مرة
- قناة النيل الإخبارية: 2.

- قناة دبي: 2 .

- قناة ميدي 1: 3 مرات

و من هنا نلاحظ أن القنوات الإخبارية الفضائية العربية الأكثر رواجاً من حيث المتابعة بين الذكور هي الجزيرة والنهار والشروق، بينما القنوات الإخبارية الفضائية العربية الأكثر متابعة بين الإناث هي الجزيرة والنهار، بالإضافة إلى ذلك، فإن القنوات الإخبارية الفضائية العربية الأقل شعبية بين الذكور والإناث هي الشروق والجزائرية الثالثة والعربية.

وبالتالي، يمكننا القول أن هناك علاقة بين الجنس وترتيب القنوات الإخبارية الفضائية العربية، حيث أن الذكور والإناث يفضلون قنوات مختلفة و ليس هناك انسجام بين الجنسين في هذا الجانب. ويتضح من خلال الجدول، أن الذكور و الإناث يفضلون قنوات متباينة، حيث أن القناة الإخبارية الفضائية العربية الأكثر تفضيلاً بين الذكور هي الجزيرة، تليها النهار والشروق، بينما القناة الإخبارية الفضائية العربية الأكثر مشاهدة بين الإناث هي الجزيرة، تليها النهار.

كما يتضح أن القنوات الإخبارية الفضائية العربية الأكثر تفضيلاً من حيث المشاهدة بين الذكور والإناث هي الجزيرة والنهار، بينما القناة الإخبارية الفضائية العربية الأقل مشاهدة بين الذكور والإناث هي الشروق، وقد يعزى ذلك إلى طبيعة البرامج التي تقدمها الشروق و التي قد تكون في غالبيتها غير إخبارية حيث أن هذه القناة التي تتبع إلى مجمع الشروق كثيراً ما تدرج برامج حوارية و برامج عامة و أشرطة وثائقية أي أنها ليست إخبارية مائة في المائة .

و نلاحظ من النتائج المذكورة أن قناة الجزيرة الإخبارية أكثر متابعة من قبل الإعلاميين الجزائريين الذكور و الإناث على حد سواء و قد يعود ذلك إلى إهتمام كلي الجنسين بما تقدمه هذه القناة من برامج وسياسية و إقتصادية وثقافية جادة تكون محط إهتمام الإعلاميين بما يساعدهم في أداء مهامهم الإعلامية و خاصة في متابعة الأحداث الجارية وتحليلها على وسائل الإعلام التي يشتغلون بها .

و يعتقد الباحث في تصدر قناة الجزيرة الترتيب في الجدول أعلاه هو أنها تعتبر من أقدم القنوات الإخبارية العربية، ولديها جمهور كبير في جميع أنحاء العالم العربي، بما في ذلك الجزائر أو أن قناة الجزيرة تقدم تغطية إخبارية شاملة ومتنوعة، وتتميز بقدر من المصداقية والحياد .

إضافة إلى ما سبق، يمكن أن يكون تصدر قناة الجزيرة الترتيب، وتراجع ترتيب القنوات الإخبارية العربية الأخرى لدى الإعلاميين الجزائريين والإعلاميات الجزائريات، إلى أنها تبث باللغة العربية الفصحى، و

## الجانب التطبيقي

ذلك لأن غالبية الإعلاميين الجزائريين يشتغلون بمؤسسات إعلامية تنشر أو تبث باللغة العربية، وهذا أمر مهم في فهم محتوى هذه القنوات و كذا حاجة الإعلاميين إلى الأخبار و المعلومات و التقارير التي تبثها هذه القناة و بالأخص خلال الأحداث الكبيرة و منها النزاعات و الحروب بفضل عدد مراسليها في جميع عبر مختلف أنحاء العالم، مما يتيح لها تقديم تغطية إخبارية شاملة ومتنوعة.

من ناحية أخرى، قد يكون السبب في تراجع ترتيب القنوات الإخبارية العربية الأخرى هو أنها لا تتمتع بنفس الشعبية والمصداقية التي تتمتع بها قناة الجزيرة، كما أن هذه القنوات قد لا تقدم تغطية إخبارية شاملة ومتنوعة، أو أنها لا تتميز بمصداقيتها وحياديتها، كما قد يعود السبب إلى أن القنوات المحلية الجزائرية ليست لها مصادر أخبار مهمة مثل قناة الجزيرة أو أنها ليست لها الإمكانيات الضخمة المادية والبشرية التي تحوزها قناة الجزيرة و منها على الأخص المراسلين المنتشرين في معظم مناطق العالم مما يجد من قدرتها على تقديم تغطية إخبارية شاملة ومتنوعة.

### الجدول رقم 18 : دوافع مشاهدة القنوات الاخبارية الفضائية العربية وفقا لمتغير الجنس

الجنس	دوافع مشاهدة القنوات الاخبارية الفضائية العربية					
	زيادة رصيدي	لأنها تلي	متابعة آخر	لمعرفة	لأنها	سهولة
	من الثقافة	احتياجاتي	أخبار	كل ما	تتيح لي	الحصول
	السياسية	من الأخبار	السياسيين	هو	أكثر من	على
		المختلفة	وقادة الرأي	ماجديد	مصدر	المعلومة
ذكر	35	09	43	23	44	88
أنثى	17	24	3	31	13	22
المجموع	52	33	46	54	57	110

يظهر من خلال الجدول رقم (18) و الذي يمثل دوافع مشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية وفقا لمتغير الجنس أن الدافع الأكثر شيوعاً بين الإعلاميين الجزائريين لمشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية بين الذكور والإناث هو سهولة الحصول على المعلومات.

وحسب الجدول فقد ذكر 88 إعلامياً ذكراً (36.4%) و 22 إعلامية أنثى (20.0%) أن سهولة الحصول على المعلومات هو الدافع الرئيسي لمشاهدتهم للقنوات الإخبارية الفضائية العربية، وهذا يشير إلى أن الأفراد يفضلون مشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية التي توفر لهم المعلومات بطريقة سهلة وسريعة.

أما الدافع الثاني الأكثر شيوعًا لمشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية بين الذكور هو متابعة آخر أخبار السياسيين وقادة الرأي، بحيث ذكر 43 ذكراً (17.8%) أن متابعة آخر أخبار السياسيين وقادة الرأي هو الدافع الرئيسي لمشاهدتهم للقنوات الإخبارية الفضائية العربية، وهذا يدل أن الذكور مهتمون بمتابعة الأخبار السياسية ومتابعة آخر أخبار السياسيين وقادة الرأي.

كما جاء الدافع الثاني الأكثر شيوعًا لمشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية بين الإناث هو معرفة كل ما هو جديد، حيث ذكرت 31 إعلامية جزائرية من الإناث (28.2%) أن معرفة كل ما هو جديد هو الدافع الرئيسي لمشاهدتهن للقنوات الإخبارية الفضائية العربية، وهذا يشير إلى أن الإناث مهتمات بمتابعة الأخبار الاجتماعية والترفيهية ومعرفة كل ما هو جديد.

كما ورد الدافع الأقل شيوعًا لمشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية بين الذكور والإناث هو "لأنها تلي احتياجاتي من الأخبار المختلفة"، حيث ذكر 9 ذكور (3.7%) و24 أنثى (21.8%) أن "لأنها تلي احتياجاتي من الأخبار المختلفة" هو الدافع الرئيسي لمشاهدتهم للقنوات الإخبارية الفضائية العربية، وهذا يبين أن الإعلاميين الجزائريين لا يفضلون مشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية التي تقدم أخبارًا مختلفة ومتنوعة.

وبالتالي، يمكننا القول أن هناك علاقة بين الجنس ودوافع مشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية، حيث أن الذكور والإناث لديهم دوافع مختلفة لمشاهدة هذه القنوات.

و قد تعود الاختلافات بين الإعلاميين الذكور و الإعلاميات الإناث من حيث دوافع المشاهدة إلى العوامل التالية و نذكرها فيما يلي:

### 1- الإهتمامات المختلفة بين الجنسين :

يرى الباحث أن الاختلافات بين الإعلاميين الذكور و الإعلاميات الإناث حول دوافع مشاهد القنوات الفضائية الإخبارية العربية إلى أن الإعلاميين الذكور أكثر إهتماما بالأخبار السياسية و القضايا الشائكة التي تبثها القنوات الإخبارية العربية و خاصة منها التقليدية نظر لرغبتهم في متابعة الأخبار السياسية و البرامج الحوارية السياسية و التحليلات المعمقة التي تقدمها هذه القنوات و قد يكون ذلك بسبب مهنة الصحافة وخاصة في المجال السياسي الذي يتطلب متابعة مستمرة للأحداث بما يجعلهم يستفيدون منها في كتابة مقالاتهم أو تقاريرهم في وسائل الإعلام التي يشتغلون لصالحها، و اما الصحفيات الإناث فهن بطبعهن ينفرن من المواضيع السياسية و المواضيع الجادة التي تعالجها القنوات

## الجانب التطبيقي

الفضائية الإخبارية و بناء على ذلك نجهدهن يفضلن العمل في أقسام المجتمع و المنوعات و كتابة الروبورتاجات و غيرها .

2-التنشئة الإجتماعية : تلعب التنشئة الإجتماعية بين الذكور و الإناث دورا كبيرا في تحديد إتجاهات كل منهما في شق طريق المستقبل و خاصة في المجال الإعلامي حيث ان المجتمع الجزائري المحافظ لا يساعد المرأة على الإهتمام بالأمر السياسي أو بإضطلاعها بمهام رئيسية في المجتمع أو في المؤسسات في الدولة عموما و هذا يدفع الإناث إلى عدم الإهتمام بهذه القضايا و إختيار القضايا السهلة و التي لا تشكل لهن عائقا في طريق تحقيق طموحاتهن وهذه ينطبق على المجال الإعلامي حيث غالبا ما تجد الإعلاميات أنفسهن في عالم الصحافة لإعتبرات موضوعية وواقعية لا تتعلق بتكوينهن أو بطموحاتهن.

3-العلاقات الأسرية : تلعب العلاقات داخل الأسرة دورا بارزا في تحديد إتجاهات الأفراد نحو تحديد معالم المستقبل و في إختيار المهن التي يتبعونها و هنا نجد أن الإعلاميين الذكور أكثر تحرا من القيود الأسرية و هذا يساعدهم في ولوجهم إلى عالم الصحافة و العمل إلى ساعات متأخرة من الليل أو المبيت خارج البيت للضرورة المهنية و إضافة إلى هذا يميل الإعلاميون الذكور وفق ما سبق إلى اتباع المجالات أو التخصصات الصعبة التي تتطلب تفرغا و تضحية مثل الإهتمام بالمجالات السياسية أو المواضيع السياسية الحادة و الشائكة و هذا يعيق الإعلاميات الإناث في متابعة التخصصات الصعبة و لذلك يفضلن دوما المجالات أو التخصصات التي لا تتطلب جهدا او وقتا أو تضحية .

الجدول رقم 19: ترتيب مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية وفقا لمتغير السن

السن	القنوات الفضائية الإخبارية
------	----------------------------

## الجانب التطبيقي

المجموع	الجزيرة	الشروق الجزائرية	النهار الجزائرية	ميدي 1	دي الإخبارية	النيل الاخبارية	العربية	الجزائرية الثالثة	
44	19	3	37	0	0	0	4	0	من 29 سنة إلى 34 سنة
66	41	9	23	2	1	0	0	8	من 35 سنة إلى 40 سنة
88	49	2	29	3	3	2	7	5	من 41 سنة إلى 45 سنة
154	57	7	13	4	6	3	9	6	أكثر من 46 سنة
352	166	21	102	9	10	5	20	19	المجموع

يتضح من خلال الجدول ( رقم 19 ) الذي يمثل ترتيب مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية وفقاً

لمتغير السن أو الفئة العمرية تكرارات ترتيب مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية حسب السن جاءت وفق الترتيب التالي:

بالنسبة للفئة العمرية من 29 سنة إلى 34 سنة جاءت النتائج كالتالي:

- الجزيرة: 19 مرة.
- النهار: 37 مرة.
- الشروق: 3 مرات.
- الجزائرية الثالثة: 0 مرة.
- العربية: 4 مرات.
- النيل الإخبارية: 0 مرة.
- دبي: 0 مرة.
- ميدي 1 الجزائرية: 0 مرة .

و بالنسبة للفئة العمرية من 35 سنة إلى 40 سنة جاء ترتيب القنوات كما يلي :

- قناة الجزيرة: 41 مرة.

## الجانب التطبيقي

- قناة النهار: 23 مرة.
  - قناة الشروق: 9 مرة.
  - قناة الجزائرية الثالثة: 8 مرات.
  - قناة العربية: 0 مرة.
  - قناة النيل الإخبارية: 0 مرة.
  - قناة دبي: مرة واحدة (1).
  - ميدي 1 : مرتان (2)
- و حسب الفئة العمرية من من 41 سنة إلى 45 سنة وردت النتائج كالتالي :

- قناة الجزيرة: 49 مرة.
  - قناة النهار: 29 مرة.
  - قناة الشروق: مرتان (2).
  - قناة الجزائرية الثالثة: 5 مرات.
  - قناة العربية: 7 مرات.
  - قناة النيل الإخبارية: مرتان (2).
  - قناة دبي: 3 مرات.
  - قناة ميدي 1 : 3 مرات.
- و بالنسبة للفئة العمرية أكثر من 46 سنة جاءت النتائج كما يلي :

- قناة الجزيرة: 57 مرة.
- قناة النهار: 13 مرة.
- قناة الشروق: 7 مرات.
- قناة الجزائرية الثالثة: 6مرات.
- قناة العربية: 9 مرات.
- قناة النيل الإخبارية: 3 مرات.
- قناة دبي: 6 مرات.
- قناة ميدي 1 : 4 مرات.

و من خلال هذه النتائج نجد أن القنوات الإخبارية الفضائية العربية الأكثر تفضيلاً من حيث المشاهدة بين جميع الفئات العمرية هي الجزيرة والنهار، بينما القنوات الإخبارية الفضائية العربية الأقل من حيث المشاهدة بين جميع الفئات العمرية هي الشروق والجزائرية الثالثة والعربية.

وبناء على ذلك يمكننا القول أن هناك علاقة بين السن وترتيب مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية، حيث أن هناك تفاوت بين الفئات العمرية في مشاهدة القنوات المفضلة.

ويتضح من خلال هذه النسب أن القناة الأكثر مشاهدة بين جميع الفئات العمرية هي قناة الجزيرة. تليها قناة الشروق ثم قناة النهار، وبالتالي، يمكننا القول أن قناة الجزيرة هي القناة الإخبارية الفضائية الأكثر شعبية بين جميع الفئات العمرية في الجزائر.

و يتضح من خلال الجدول أن الإعلاميين الجزائريين الذين تتراوح أعمارهم بين 29 و 34 عاماً يفضلون مشاهدة قناة النهار أكثر من الإعلاميين الجزائريين الذين ينتمون إلى الفئات العمرية الأخرى، و قد ذلك بسبب أن قناة النهار تقدم تغطية إخبارية أكثر شبابية وحيوية، وتتناسب مع اهتمامات هذه الفئة العمرية، كما قد تكون هذه الفئات العمرية تهتم أكثر بالأخبار المحلية التي تتميز بها قناة النهار منها إلى الأخبار الدولية التي تتميز بها بقية القنوات و منها الجزيرة.

كما يظهر وفق نتائج الجدول أن الإعلاميين الجزائريين الذين تتراوح أعمارهم بين 41 و 45 عاماً يفضلون مشاهدة قناة الشروق أكثر من الإعلاميين الجزائريين الذين ينتمون إلى الفئات العمرية الأخرى، قد يكون السبب في ذلك هو أن قناة الشروق تقدم تغطية إخبارية أكثر عمقاً وتحليلاً، وتتناسب مع اهتمامات هذه الفئة العمرية، كما أن قناة الشروق معروف عنها إهتمامها بالقضايا الدولية ولها العديد من البرامج الإخبارية والحوارية التي تعالج

قضايا الساعة و على رأسها المواضيع أو الأحداث الدولية.

وقد تعود هذه النتائج أيضاً إلى أن الإعلاميين الجزائريين الذين تزيد أعمارهم عن 46 عاماً يفضلون مشاهدة قناة العربية أكثر من الإعلاميين الجزائريين الذين ينتمون إلى الفئات العمرية الأخرى. قد يكون السبب في ذلك هو أن قناة العربية تقدم محتوى إخباري دسم قريب من المحتوى الذي تقدمه الجزيرة فقط يختلف الأمر من ناحية السياسة التحريرية لكل قناة فمن المتعارف عليه أن قناة الجزيرة متواجدة في دولة قطر أما قناة العربية فيسيرها سعوديون و مقرها لندن.

## الجانب التطبيقي

وفضلا عما سبق قد يعزى هذا الترتيب من حيث الفئات العمرية عامة في مشاهدة القنوات

المفضلة إلى التفاسير التالية:

- قناة الجزيرة: قد تكون قناة الجزيرة هي القناة الإخبارية الفضائية الأكثر تفضيلا من حيث المشاهدة بين جميع الفئات العمرية لإعلاميين الجزائريين والإعلاميات الجزائريات لأنها تقدم تغطية شاملة وموضوعية للأخبار المحلية والإقليمية والدولية، وقد تناسب جميع الفئات العمرية للإعلاميين الجزائريين و إعتبرها مصدرا مهما للمعلومات والأخبار التي يستغلونها في كتابة تقاريرهم الإخبارية و بالإضافة إلى ذلك، قد يعود هذا الأمر إلى تميز قناة الجزيرة بمصداقيتها العالية وجودة إنتاجها العالية.

- قناة الشروق: قد تكون قناة الشروق هي القناة الإخبارية الفضائية الثانية الأكثر متابعة بين جميع الفئات العمرية للإعلاميين الجزائريين و ذلك لأنها تقدم تغطية شاملة للأخبار المحلية والإقليمية والدولية، وتهتم كثيرا بالشأن الجزائري و هذا يجعل الإعلاميين بجميع فئاتهم العمرية يهتمون بهذه القناة، مما قد يعود هذا الاهتمام إلى طبيعة المواضيع و البرامج الإخبارية المتنوعة التي تكون محل إهتمام جميع الفئات العمرية .

- قناة النهار: إحتلت قناة النهار المرتبة الثالثة بإعتبرها الأكثر متابعة بين جميع الفئات العمرية في الجزائر لأنها تقدم تغطية شاملة للأخبار المحلية والإقليمية والدولية و معروف عن قناة النهار أنها تجتهد في البحث على الأخبار التي تتعلق بإنشغالات المواطنين و قد زادها انتشارا بفضل شبكة مراسليها على كامل التراب الوطني من تقديم أخبار وتقارير تكون محط إهتمام كل الفئات العمرية من الإعلاميين الجزائريين و ذلك لإحتمال إعتبرها مصدرا لأخبار مهمة قد يتم نشرها في الصحف و ووسائل الإعلام الجزائرية و قد أكدت هذا الأمر العديد من عمليات سبر الآراء التي جاءت فيها النهار من بين القنوات التي يتابعها الرأي العام بصفة عامة .

الجدول رقم 20 : كيفية مشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية وفقا لمتغير السن

السن	درجة المشاهدة
------	---------------

## الجانب التطبيقي

المجموع	دائماً	أحياناً	نادراً	
44	19	21	4	من 29 سنة الى 34 سنة
66	26	18	22	من 35 سنة الى 40 سنة
88	66	15	7	من 41 سنة الى 45 سنة
154	131	13	10	أكثر من 46 سنة
352	242	67	43	المجموع

يظهر الجدول رقم ( 20 ) الذي يمثل كيفية مشاهدة القنوات الاخبارية الفضائية العربية وفقاً لمتغير

السن، أن تكرارات درجة مشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية حسب السن وردت كالتالي:

بالنسبة للفئة العمرية من 29 سنة إلى 34 سنة:

- دائماً: 19 مرة.

- أحياناً: 21 مرة.

- نادراً: 4 مرات.

وبالنسبة للفئة العمرية من 35 سنة إلى 40 سنة:

- دائماً: 26 مرة.

- أحياناً: 18 مرة.

- نادراً: 22 مرة.

و بالنسبة للفئة العمرية من 41 سنة إلى 45 سنة:

- دائماً: 66 مرة.

- أحياناً: 15 مرة.

- نادراً: 7 مرات.

و أخيراً بالنسبة للفئة العمرية أكثر من 46 سنة:

- دائماً: 131 مرة.

- أحياناً: 13 مرة.

- نادرًا: مرات.10

وعلى هذا الأساس يظهر من خلال الدول المذكور أعلاه أن إجمالي عدد الأشخاص الذين يشاهدون القنوات الإخبارية الفضائية العربية دائمًا هو 242 تكرارًا، بينما إجمالي عدد الأشخاص الذين يشاهدون هذه القنوات أحيانًا هو 67 تكرارًا، وإجمالي عدد الأشخاص الذين يشاهدون هذه القنوات نادرًا هو تكرارًا 43.

و أما إجمالي عدد الأشخاص الذين يشاهدون القنوات الإخبارية الفضائية العربية من حيث الفئة العمرية نجد الفئة العمرية من 29 سنة إلى 34 سنة هو 44 تكرارًا، بينما إجمالي عدد الأشخاص الذين يشاهدون هذه القنوات في الفئة العمرية من 35 سنة إلى 40 سنة هو 66 تكرارًا، وإجمالي عدد الأشخاص الذين يشاهدون هذه القنوات في الفئة العمرية من 41 سنة إلى 45 سنة هو 88 تكرارًا، في حين أن إجمالي عدد الأشخاص الذين يشاهدون هذه القنوات في الفئة العمرية أكثر من 46 سنة هو 154 تكرارًا .

و من هنا يمكننا القول أن هناك علاقة بين السن ودرجة مشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية، حيث أن هناك تباين بين الفئات العمرية من حيث مشاهدة هذه القنوات بدرجات مختلفة. يلاحظ من خلال هذه النتائج انه كلما إرتفعت الفئة العمرية كلما زادت نسبة متابعة القنوات الفضائية الإخبارية العربية من قبل مفردات البحث و هذا يدل على أن الإعلاميين الجزائريين الأكبر سنا هم الأكثر إهتماما بهذه القنوات، وهذا قد يعود بالأساس إلى العديد من العوامل و الأسباب و من بينها طبيعة تكوين الفئات العمرية الأعلى التي جعلتها أكثر إهتماما بالقنوات و خاصة التقليدية منها و قد يعزى ذلك إلى رغبة هذه الفئات العمرية من الإعلاميين الجزائريين في التزود بالأخبار و المعلومات و إستغلالها مهنيًا في التقارير التي يقومون بها لصالح مؤسساتهم الإعلامية، كما أن هذه الفئة العمرية عادة ما تضطلع بمهام أكبر من الفئات العمرية الدنيا على مستوى المؤسسات الإعلامية و منها مناصب رؤساء التحرير و نواب رئيس التحرير و سكرتير التحرير و هذا يتطلب منها إهتماما أكبر بما يدور محليا و دوليا من اجل المساهمة في تطوير المواد الإعلامية التي يشرفون عليها و كذا في توجيه الصحفيين و المساهمة في تزويد الصحفيين بالمعلومات خلال إجتماعات أقسام التحرير .

و يعود إهتمام الفئات العمرية الدنيا بالقنوات الإخبارية العربية بدرجة أقل إلى إهتمامها بما تتضمنه وسائل التواصل الإجتماعي و المواقع الإخبارية أكثر من القنوات و هذا أمر طبيعي بسبب إختلاف

## الجانب التطبيقي

الأجيال من الإعلاميين في الإهتمام بمصادر الأخبار لإستغلالها في مجال عملهم، وعلى العموم يعود هذه التفاوت في الإهتمام بالقنوات الإخبارية العربية محليا ودوليا إلى مجموعة من العوامل قد تكون لها علاقة بالإهتمامات و طبيعة التكوين و المستوى التعليمي و الأقسام التي يعمل بها الإعلاميون و غيرها .

الجدول رقم 21 : دوافع مشاهدة القنوات الاخبارية الفضائية العربية وفقا لمتغير السن

دوافع مشاهدة القنوات الاخبارية الفضائية العربية							السن
المجموع	سهولة الحصول على المعلومة	لأنها تتيح لي أكثر من مصدر	لمعرفة كل ما هو ماجديد	متابعة آخر أخبار السياسيين وقادة الرأي	لأنها تلي احتياجاتي من الأخبار المختلفة	زيادة رصيدي من الثقافة السياسية	
44	13	0	0	9	17	5	من 29 سنة الى 34 سنة
66	22	2	0	20	7	15	من 35 سنة الى 40 سنة
88	42	0	0	27	0	19	من 41 سنة الى 45 سنة
154	20	40	26	46	0	22	أكثر من 46 سنة
352	97	42	26	102	24	61	المجموع

يوضح الجدول رقم (21) الذي يمثل دوافع مشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية وفقاً لمتغير

السن، أن التكرارات حسب السن جاءت كما يلي:

حسب الفئة العمرية من 29 سنة إلى 34 سنة:

- سهولة الحصول على المعلومة: 13 مرة.

- لأنها تتيح لي كل ما هو جديد: 0

- لمعرفة أخبار السياسيين وقادة الرأي: 0

- متابعة آخر الأخبار المختلفة: 9 مرة.

- لأنها تلي احتياجاتي من الأخبار السياسية: 17 مرة.

- زيادة رصيدي من الثقافة: 5 مرات.

حسب الفئة العمرية من 35 سنة إلى 40 سنة:

## الجانب التطبيقي

- سهولة الحصول على المعلومة: 22 مرة.
  - لأنها تتيح لي كل ما هو جديد: مرتان (2).
  - لمعرفة أخبار السياسيين وقادة الرأي: 0
  - متابعة آخر الأخبار المختلفة: 20 مرة.
  - لأنها تلبي احتياجاتي من الأخبار السياسية: 7 مرات.
  - زيادة رصيدي من الثقافة: 15 مرة.
  - حسب الفئة العمرية من 41 سنة إلى 45 سنة:
  - سهولة الحصول على المعلومة: 42 مرة.
  - لأنها تتيح لي كل ما هو جديد: 0
  - لمعرفة أخبار السياسيين وقادة الرأي: 0
  - متابعة آخر الأخبار المختلفة: 27 مرة.
  - لأنها تلبي احتياجاتي من الأخبار السياسية: 0
  - زيادة رصيدي من الثقافة: 19 مرة.
  - الفئة العمرية أكثر من 46 سنة:
  - سهولة الحصول على المعلومة: 20 مرة.
  - لأنها تتيح لي كل ما هو جديد: 40 مرة.
  - لمعرفة أخبار السياسيين وقادة الرأي: 26 مرة.
  - متابعة آخر الأخبار المختلفة: 46 مرة.
  - لأنها تلبي احتياجاتي من الأخبار السياسية: 0
  - زيادة رصيدي من الثقافة: 22 مرة.
- ووفقاً لهذه النتائج يتضح أن الدافع الأكثر شيوعاً لمشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية بين جميع الفئات العمرية هو سهولة الحصول على المعلومة، بينما الدافع الأقل شيوعاً لدى هذه الفئات هو لمعرفة أخبار السياسيين وقادة الرأي.

و تشير هذه النتائج حسب الفئات العمرية إلى أن الإعلاميين الجزائريين الذين تتراوح أعمارهم بين 29 و34 عامًا يفضلون مشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية لمعرفة كل ما هو جديد، وقد يكون مرد ذلك إلى أن هذه الفئة العمرية تتميز بفضولها الشديد ورغبتها في معرفة كل ما يدور حولها.

و يتضح أيضا أن الإعلاميين الجزائريين الذين تتراوح أعمارهم بين 35 و40 عامًا يفضلون مشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية لمتابعة آخر أخبار السياسيين وقادة الرأي، قد يكون السبب في ذلك هو أن هذه الفئة العمرية تتميز بوعيها السياسي واهتمامها بالأحداث الجارية.

بينما يظهر بالنسبة للإعلاميين الجزائريين الذين تتراوح أعمارهم بين 41 و45 عامًا يفضلون مشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية فلأنها تلي احتياجاتهم من الأخبار المختلفة، قد يكون السبب في ذلك هو أن هذه الفئة العمرية تتميز بتنوع اهتماماتها ورغبتها في الحصول على معلومات شاملة ومتنوعة.

في حين نجد أن الإعلاميين الجزائريين الذين تزيد أعمارهم عن 46 عامًا يفضلون مشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية لزيادة رصيدهم من الثقافة السياسية، قد يكون مرده إلى أن هذه الفئة العمرية تتميز بخبرتها الطويلة

و على هذا الأساس يمكننا القول أن هناك علاقة بين السن ودوافع مشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية، حيث أن الفئات العمرية المختلفة لديها دوافع مختلفة و متباينة لمشاهدة هذه القنوات. و حسب الباحث قد يكون السبب في تصدر دافع سهولة الحصول على المعلومة الترتيب لدى جميع الفئات العمرية هو أن الإعلاميين الجزائريين يعملون في مؤسسات إعلامية تبت أو تنشر باللغة العربية، لذلك يحتاجون إلى الحصول على المعلومات والأخبار بشكل سريع وسهل، لإستعمالها في كتابة مقالاتهم أو تحرير تقاريرهم في مؤسساتهم الإعلامية التي يعملون بها، و قد يكون السبب أيضًا هو أن الإعلاميين الجزائريين يرون أن القنوات الإخبارية الفضائية العربية تقدم لهم المعلومات والأخبار التي يحتاجون إليها بشكل واضح وموجز.

و تعزى هذه النتائج حول اختلاف دوافع المشاهدة حسب الفئات العمرية أيضا إلى عدد من العوامل يمكن أن نذكر منها أنه قد تتشجع الفئات العمرية الأصغر سنًا على متابعة القنوات الإخبارية الفضائية العربية التي تقدم تغطية للأخبار الترفيهية والرياضية، بينما قد يتم تشجيع الفئات العمرية الأكبر سنًا على متابعة القنوات الإخبارية الفضائية العربية التي تقدم تغطية للأخبار السياسية والاقتصادية، وهنا

## الجانب التطبيقي

يمكن أن نقول أن الإعلاميين الجزائريين يمكن إعتبارهم كغيرهم من الجمهور لهم دوافع ميولات مختلفة من حيث الفئات العمرية في متابعتهم للقنوات الإخبارية العربية، فالإعلاميون الشباب يميلون إلى متابعة الأخبار الترفيهية السهلة و القصيرة بينما كلما إرتفعت الفئة العمري زاد الإهتمام و تغيرت دوافع متابعة القنوات الإخبارية نظرا لحرص الإعلاميين الأكبر سنا في متابعة الأخبار السياسية و الحوارات و الإستفادة منها في إعداد التقارير و التحليلات العميقة.

كما يمكن للأدوار الإجتماعية دورا في التأثير على دوافع المشاهدة لدى الفئات العمرية فعلى سبيل المثال تميل الفئة العمرية الأصغر سنا أكثر اهتمامًا بالأخبار التي تتعلق بحياتهم الشخصية وعلاقاتهم الاجتماعية، بينما قد تكون الفئات العمرية الأكبر سنا أكثر اهتمامًا بالأخبار التي تتعلق بحياتهم المهنية ووضعهم الاجتماعي والاقتصادي.

و يمكن أن تشكل الاختلافات في القيم والمعتقدات، عاملا مهما في التأثير على دوافع لمشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية، وبناء على هذا، قد تكون الفئات العمرية الأصغر سنا أكثر اهتمامًا بالقنوات الإخبارية الفضائية العربية التي تقدم تغطية للأخبار التي تتعلق بقضايا حقوق الإنسان والعدالة الاجتماعية، بينما قد تكون الفئات العمرية الأكبر سنا أكثر اهتمامًا بالقنوات الإخبارية الفضائية العربية التي تقدم تغطية للأخبار التي تتعلق بقضايا الأمن القومي والسياسة الخارجية.

الجدول رقم 22 : درجة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية وفقا لمتغير المستوى التعليمي

المجموع	درجة المشاهدة			المستوى العلمي
	نادرا	أحيانا	دائما	
5	0	1	4	ثانوي
219	2	44	173	ليسانس
118	20	19	79	ماستر
7	0	2	5	ماجستير
3	0	0	3	دكتوراه
352	22	66	264	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (22) الذي يمثل درجة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية

وفقًا لمتغير المستوى العلمي، أن تكرارات درجة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية حسب المستوى العلمي جاءت كما يلي:

ثانوي:

- نادرًا: 0
- أحيانًا: 1 مرة.
- دائمًا: 4 مرة.

ليسانس:

- نادرًا: مرتان (2)
- أحيانًا: 44 مرة.
- دائمًا: 173 مرة.

ماستر:

- نادرًا: 20 مرة.
- أحيانًا: 19 مرة.
- دائمًا: 79 مرة.

ماجستير:

- نادرًا: 0
- أحيانًا: مرتان (2).
- دائمًا: 5 مرات

- دكتوراه:

- نادرًا: 0
- أحيانًا: 0
- دائمًا: 3 مرات.

و وفق هذه النتائج نجد أن إجمالي عدد وحدات الدراسة الذين يشاهدون القنوات الإخبارية الفضائية العربية نادرًا هو 22 شخص، بينما إجمالي عدد الأفراد الذين يشاهدون هذه القنوات أحيانًا هو 66 شخص، وإجمالي عدد الأفراد الذين يشاهدون هذه القنوات دائمًا هو 264 شخص.. كما يتبين من خلال النتائج نفسها أن إجمالي عدد الأفراد الذين لديهم مستوى علمي ثانوي هو 5 أشخاص، بينما إجمالي عدد الأفراد الذين لديهم مستوى علمي ليسانس هو 219 شخصًا، وإجمالي

عدد الأفراد الذين لديهم مستوى علمي ماستر هو 118 شخصا، بينما نجد أن إجمالي عدد الأفراد الذين لديهم مستوى علمي ماجستير هو 7 أشخاص، في حين إجمالي عدد الأفراد الذين لديهم مستوى علمي دكتوراه هو 3.

و تبعا لذلك يمكن أن نقول أن هناك علاقة بين المستوى العلمي ودرجة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية، بحيث أن الأفراد ذوي المستويات العلمية العليا يشاهدون هذه القنوات أكثر من الأفراد ذوي المستويات العلمية الدنيا .

و قد يعود هذا الاختلاف من حيث علاقة المستوى العلمي بدرجة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية إلى أنه كلما ارتفع المستوى العلمي ارتفعت درجة مشاهدة هذه القنوات إلى تأثير المستوى التعليمي على إستيعاب المبحوثين لما تبثه هذه القنوات و خاصة القنوات التقليدية أو القديمة مثل الجزيرة، وهذا قد يعود إلى جدية وارتفاع مستوى البرامج التي تبثها هذه القنوات و خاصة السياسية منها حيث أن هذه القنوات الإخبارية تهتم بالبرامج السياسية و الإقتصادية الثقيلة و هنا يلعب المستوى التعليمي في تحليل هذه البرامج و فهمها و إستغلالها كمصدر للمعلومات بالنسبة للإعلاميين الجزائريين .

كما أنه قد يكون لدى مجمل الفئات التعليمية مهارات قراءة وكتابة مختلفة، مما يؤثر على قدرتهم على فهم واستيعاب المحتوى الإخباري، فمثلا قد تكون الفئات التعليمية الأقل مهارة في القراءة والكتابة هي الأقل قدرة على فهم واستيعاب المحتوى الإخباري المعقد، وبالتالي قد تكون أقل عرضة لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

إضافة إلى ذلك قد يكون لعامل التحكم في مهارات استخدام تكنولوجيا مختلفة، دورا في قدرة المبحوثين على التمكن من متابعة القنوات الفضائية الإخبارية العربية عبر هذه الوسائل التكنولوجية مثل الوسائل الجديدة، فعلى سبيل المثال، قد تكون الفئات التعليمية الأقل مهارة في استخدام التكنولوجيا أقل قدرة على الوصول مثلا إلى القنوات الفضائية الإخبارية العربية عبر الإنترنت أو عبر الأقمار الصناعية، وبالتالي قد تكون أقل عرضة لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

## الجانب التطبيقي

الجدول رقم 23 : ترتيب مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية وفقا لمتغير المستوى التعليمي

المستوى العلمي	ترتيب القنوات الفضائية الإخبارية العربية								
	الجزيرة	الشروق الجزائرية	النهار الجزائرية	ميدي 1	دبي الإخبارية	النيل الاخبارية	العربية	الجزائرية الثالثة	المجموع
ثانوي	1	0	4	0	0	0	0	0	5
ليسانس	94	20	52	4	6	5	20	18	219
ماستر	63	0	46	5	4	0	0	0	118
ماجستير	6	1	0	0	0	0	0	0	7
دكتوراه	2	0	0	0	0	0	0	1	3
المجموع	166	21	102	9	10	5	20	19	352

يتبين من خلال الجدول رقم ( 23 ) الذي يمثل ترتيب مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية وفقاً

لمتغير المستوى العلمي، أن تكرارات ترتيب مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية حسب المستوى العلمي ظهرت كما يلي:

ثانوي:

- الجزيرة: مرة واحدة (1)
- النهار: 4 مرات
- الشروق: 0
- الجزائرية الثالثة: 0
- العربية: 0
- النيل الإخبارية: 0
- دبي: 0
- ميدي 1 : 0

ليسانس:

- الجزيرة: 94 مرة.
- النهار: 52 مرة.
- الشروق: 20 مرة.

- الجزائرية الثالثة: 18 مرة.
- العربية: 20 مرة.
- النيل الإخبارية: 5 مرات.
- دبي: 6 مرات.
- ميدي 1 : 4 مرات.

### ماستر:

- الجزيرة: 63 مرة.
- النهار: 46 مرة.
- الشروق: 0
- الجزائرية الثالثة: 0
- العربية: 0
- النيل الإخبارية: 0
- دبي: 4 مرات.
- ميدي 1 : 5 مرات.

### ماجستير:

- الجزيرة: 6 مرات.
- النهار: 0
- الشروق: مرة واحدة (1).
- الجزائرية الثالثة: 0
- العربية: 0
- النيل الإخبارية: 0
- دبي: 0
- ميدي 1 : 0

دكتوراه:

- الجزيرة: مرتان (2).
- النهار: 0
- الشروق: 0
- الجزائرية الثالثة: مرة واحدة (1).
- العربية: 0
- النيل الإخبارية: 0
- دبي: 0
- ميدي 1 : 0

ونستنتج من خلال هذه النتائج أن القنوات الإخبارية الفضائية العربية الأكثر تفضيلاً من حيث المشاهدة بين الأفراد ذوي المستويات العلمية العليا هي الجزيرة والنهار، بينما القنوات الإخبارية الفضائية العربية الأقل تفضيلاً بين الأفراد ذوي المستويات العلمية المنخفضة هي الشروق والجزائرية الثالثة والعربية وباقي القنوات .

و على هذا الأساس يمكننا القول أن هناك علاقة بين المستوى العلمي وترتيب مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية، حيث أن هناك تبايناً بين الأفراد من ذوي المستويات العلمية العليا و الأفراد من ذوي المستويات العلمية المنخفضة من حيث تفضيلهم لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

و قد تعزى هذه النتائج حسب الباحث إلى أن الإعلاميين الجزائريين من ذوي المستويات التعليمية العليا هم الأكثر تفضيلاً لمشاهدة قناتي الجزيرة والنهار إلى أن هؤلاء الإعلاميين من هذه الفئة هم الأكثر قدرة على استيعاب البرامج السياسية و الاقتصادية و البرامج الحوارية التي تبثها هاتين القناتين نظراً لتعقيدها و مستواها العالي و جدتها في إختيار و تناول القضايا الجادة بالتحليل و النقاش بينما الإعلاميون الجزائريون من ذوي المستويات العلمية المنخفضة يفضلون قنوات الشروق و الجزائرية الثالثة و العربية و باقي القنوات بسبب تنوع برامج هذه القنوات التي لا تقتصر على المواد الإخبارية بل تتعداها إلى مواد عامة و برامج متنوعة .

و يعتقد الباحث أن ارتفاع نسبة الإعلاميين الجزائريين الحاصلين على شهادة الليسانس الذين يشاهدون القنوات الإخبارية الفضائية العربية دائماً يعود إلى أن هؤلاء الإعلاميين يمثلون غالبية عينة الدراسة

## الجانب التطبيقي

و هم منتشرون في كل المؤسسات الإعلامية باختلاف تخصصاتها و تنوعها من صحافة مكتوبة وإلكترونية إلى صحافة إذاعية و صحافة تلفزيونية والتي تتطلب منهم متابعة الأخبار والأحداث الجارية بشكل مستمر لأنهم يدركون أهمية متابعة الأخبار والأحداث الجارية في عملهم، كما يمكن أن يكون لدى هؤلاء الإعلاميين لديهم خبرة طويلة في مجال الإعلام، مما جعلهم أكثر اهتمامًا بمتابعة الأخبار والأحداث الجارية. من ناحية أخرى، قد يكون السبب في انخفاض نسبة الإعلاميين الجزائريين الحاصلين على شهادات علمية أخرى (الثانوية العامة والماستر والماجستير والدكتوراه) الذين يشاهدون القنوات الإخبارية الفضائية العربية دائمًا هو أن هؤلاء الإعلاميين لا يدركون أهمية متابعة الأخبار والأحداث الجارية في عملهم، وربما يعملون في مؤسسات إعلامية لا تتطلب منهم متابعة الأخبار والأحداث الجارية بشكل مكثف، كما قد يكونون يعملون في أقسام لا تتطلب مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية باعتبارهم لا يحتاجونها في عملهم الصحفي، كما قد يكون السبب أيضًا هو أن هؤلاء الإعلاميين لا يزالون في بداية حياتهم المهنية، ولم يكتسبوا الخبرة الكافية لمتابعة الأخبار والأحداث الجارية بشكل مستمر، أو أنهم قد يفضلون الحصول على المعلومات والأخبار من مصادر أخرى، مثل الصحف والمجلات والمواقع الإلكترونية المتخصصة .

كما يمكن أن نفسر هذه النتائج بعوامل أخرى نذكرها في النقاط التالية:

- الاختلافات في الثقة في وسائل الإعلام: قد يكون لدى الفئات التعليمية المختلفة مستويات مختلفة من الثقة في وسائل الإعلام، بما في ذلك القنوات الفضائية الإخبارية العربية، فقد تكون الفئات التعليمية الأعلى أكثر ثقة في وسائل الإعلام، وبالتالي قد تكون أكثر عرضة لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.
- الاختلافات في التفضيلات اللغوية: قد يكون لدى الفئات التعليمية المختلفة تفضيلات لغوية مختلفة، مما يؤثر على اختيارهم للقنوات الفضائية الإخبارية العربية التي يشاهدونها، فمثلا قد تكون الفئات التعليمية التي تتحدث اللغة العربية الفصحى أكثر عرضة لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية التي تبث باللغة العربية الفصحى، بينما قد تكون هناك فئات تعليمية تعمل لصالح مؤسسات إعلامية تنشر أو تبث باللغة الفرنسية أو الإنجليزية و هنا من المتعارف عيه أن هناك عددا من الجرائد المكتوبة في الجزائر تنشر باللغة الفرنسية و منها جريدة "الوطن" و جريدة "ليكسبريسيون" و لا "تريبون"

## الجانب التطبيقي

وغيرها كما أن القنوات التلفزيونية العمومية و الخاصة تخصص برامج و نشرات بلغات أخرى مثل الفرنسية و الإنكليزية و الأمازيغية .

- الاختلافات في الانتماءات الثقافية: قد يكون لدى الفئات التعليمية المختلفة من الإعلاميين الجزائريين انتماءات ثقافية مختلفة، مما يؤثر على تفضيلاتهم في مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية، فقد تكون الفئات التعليمية التي تنتمي إلى ثقافات معينة أكثر عرضة لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية التي تقدم تغطية للأخبار المتعلقة بهذه الثقافات.

الجدول رقم 24 : دوافع مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية وفقا لمتغير المستوى العلمي

المجموع	دوافع مشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية						المستوى العلمي
	زيادة لأنها تلبي احتياجاتي من الأخبار المختلفة	متابعة آخر أخبار السياسيين وقادة الرأي	لمعرفة كل ما هو ما جديد	لأنها تتيح لي أكثر من مصدر	سهولة الحصول على المعلومة	المجموع	
5	0	0	1	2	2	5	ثانوي
219	8	76	54	17	22	219	ليسانس
118	0	58	20	40	0	118	ماستر
7	4	3	0	0	0	7	ماجستير
3	0	2	0	0	0	3	دكتوراه
352	12	139	75	59	24	352	المجموع

يظهر من خلال الجدول رقم (24) الذي يمثل ترتيب مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية وفقاً

لمتغير المستوى العلمي، أن تكرارات دوافع مشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية حسب المستوى العلمي جاءت كالتالي:

ثانوي:

- سهولة الحصول على المعلومة: مرتان (2).
- لأنها تتيح لي كل ما هو جديد: مرتان (2).
- لعرفة أخبار السياسيين وقادة الرأي: مرة واحدة (1).
- متابعة آخر الأخبار المختلفة: 0

- لأنها تلبي احتياجاتي من الأخبار السياسية: 0
- زيادة رصيدي من الثقافة: 0

### ليسانس:

- سهولة الحصول على المعلومة: 22 مرة.
- لأنها تتيح لي كل ما هو جديد: 17 مرة.
- لمعرفة أخبار السياسيين وقادة الرأي: 54 مرة.
- متابعة آخر الأخبار المختلفة: 76 مرة.
- لأنها تلبي احتياجاتي من الأخبار السياسية: 8 مرات.
- زيادة رصيدي من الثقافة: 42.

### ماستر:

- سهولة الحصول على المعلومة: 0
- لأنها تتيح لي كل ما هو جديد: 40 مرة.
- لمعرفة أخبار السياسيين وقادة الرأي: 58 مرة.
- متابعة آخر الأخبار المختلفة: 20 مرة.
- لأنها تلبي احتياجاتي من الأخبار السياسية: 0
- زيادة رصيدي من الثقافة: 0

### ماجستير:

- سهولة الحصول على المعلومة: 0
- لأنها تتيح لي كل ما هو جديد: 0
- لمعرفة أخبار السياسيين وقادة الرأي: 0
- متابعة آخر الأخبار المختلفة: 3 مرات.
- لأنها تلبي احتياجاتي من الأخبار السياسية: 4 مرات.
- زيادة رصيدي من الثقافة: 0

### دكتوراه:

## الجانب التطبيقي

- سهولة الحصول على المعلومة: 0
  - لأنها تتيح لي كل ما هو جديد: 0
  - لمعرفة أخبار السياسيين وقادة الرأي: 0
  - متابعة آخر الأخبار المختلفة: مرتان (1).
  - لأنها تلبي احتياجاتي من الأخبار السياسية: 0
  - زيادة رصيدي من الثقافة: مرة واحدة (1).
  - وبناء على هذه النتائج يتضح ما يلي :
- يتضح من خلال الجدول ما يلي :
- أكثر دوافع الإعلاميين الجزائريين الذين يحملون شهادة الليسانس لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية هي معرفة كل ما هو جديد (76 إعلاميًا)، ثم يليها متابعة آخر أخبار السياسيين وقادة الرأي (54 إعلاميًا)، ثم زيادة رصيدهم من الثقافة السياسية (42 إعلاميًا).
  - أكثر دوافع الإعلاميين الجزائريين الذين يحملون شهادة الماستر لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية هي معرفة كل ما هو جديد (20 إعلاميًا)، يليها متابعة آخر أخبار السياسيين وقادة الرأي (58 إعلاميًا)، ثم زيادة رصيدهم من الثقافة السياسية (0 إعلاميًا).
  - أكثر دوافع الإعلاميين الجزائريين الذين يحملون شهادة الماجستير لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية هي متابعة آخر أخبار السياسيين وقادة الرأي (3 إعلاميين)، يليها زيادة رصيدهم من الثقافة السياسية (4 إعلاميين)، ثم معرفة كل ما هو جديد (0 إعلاميًا).
  - أكثر دوافع الإعلاميين الجزائريين الذين يحملون شهادة الدكتوراه لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية هي متابعة آخر أخبار السياسيين وقادة الرأي (2 إعلاميين)، يليها زيادة رصيدهم من الثقافة السياسية (1 إعلاميًا)، ثم معرفة كل ما هو جديد (0 إعلاميًا).
- و بناء على النتائج التي جاءت في الجدول بتصدر دافع سهولة الحصول على المعلومة الترتيب لدى الإعلاميين الجزائريين الحاصلين على شهادة الليسانس والإعلاميين الجزائريين الحاصلين على شهادة الماجستير يمكن أن نرجع ذلك إلى أن هؤلاء الإعلاميين يفتقرون إلى الخبرة الكافية في مجال الإعلام، لذلك يفضلون الحصول على المعلومات والأخبار من مصدر واحد، وذلك لأنهم يرون أن هذا الأمر يوفر لهم

## الجانب التطبيقي

الوقت والجهد، أو أنهم لا يدركون أهمية الحصول على المعلومات والأخبار من مصادر متعددة، وذلك لأنهم يفتقرون إلى الخبرة الكافية في مجال الإعلام.

و يعتقد الباحث من ناحية ثانية أن ارتفاع نسبة الإعلاميين الجزائريين الذين يحملون شهادة الليسانس والذين يفضلون متابعة آخر أخبار السياسيين وقادة الرأي قد يرجع إلى أنهم يعملون في مؤسسات إعلامية تبث أو تنشر باللغة العربية، لذلك يحتاجون إلى متابعة الأخبار والأحداث الجارية بشكل مستمر، كما أن هناك عاملا مهما في ذلك وهو أن غالبية الفئة المبحوثة هي من حملة شهادة الليسانس حيث أن قانون الإعلام الجزائري يشترط المستوى العلمي الأدنى هو شهادة الليسانس ليوظف في أي وسيلة إعلامية كما ان الجامعات تخرج الآلاف من حملة شهادات الليسانس و لا سيما الذين يحملون شهادات في تخصص علوم الإعلام والاتصال، و يمكن أن يعود هذا إلى أن هؤلاء الإعلاميين يفضلون متابعة الأخبار والأحداث الجارية في مجالات تخصصهم، وذلك لأنهم يرون أن هذه الأخبار والأحداث أكثر أهمية لعملهم

و يتضح من خلال هذه النتائج أن الدافع الأكثر شيوعًا لمشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية بين أفراد العينة من ذوي المستويات العلمية العليا هو متابعة آخر الأخبار المختلفة، بينما الدافع الأقل شيوعًا بين الفئات نفسها هو لمعرفة أخبار السياسيين وقادة الرأي.

و يعتقد الباحث أن هناك تفسيرات أخرى لهذه النتائج يمكن ان نذكرها فيما يلي :

- الاختلافات في الخبرات السابقة: قد يكون لدى الفئات التعليمية المختلفة خبرات سابقة مختلفة مع القنوات الفضائية الإخبارية العربية، مما يؤثر على دوافعهم لمشاهدتها، على سبيل المثال، قد تكون الفئات التعليمية التي لديها خبرات سابقة إيجابية مع القنوات الفضائية الإخبارية العربية أكثر عرضة لمشاهدتها مرة أخرى، بينما قد تكون الفئات التعليمية التي لديها خبرات سابقة سلبية مع القنوات الفضائية الإخبارية العربية أقل عرضة لمشاهدتها مرة أخرى.

- الاختلافات في التوقعات: قد يكون لدى الفئات التعليمية المختلفة توقعات مختلفة من القنوات الفضائية الإخبارية العربية، مما يؤثر على دوافعهم لمشاهدتها، فمثلا، قد تكون الفئات التعليمية التي لديها توقعات عالية من القنوات الفضائية الإخبارية العربية أكثر عرضة لمشاهدتها، بينما قد تكون الفئات التعليمية التي لديها توقعات منخفضة من القنوات الفضائية الإخبارية العربية أقل عرضة لمشاهدتها.

## الجانب التطبيقي

- الاختلافات في الدوافع الشخصية: قد يكون لدى الفئات التعليمية المختلفة دوافع شخصية مختلفة لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية، فقد تكون الفئات التعليمية التي لديها دوافع شخصية قوية لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية، مثل الرغبة في الحصول على معلومات حول الأحداث الجارية أو الرغبة في الترفيه، أكثر عرضة لمشاهدتها، بينما قد تكون الفئات التعليمية التي لديها دوافع شخصية ضعيفة لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية، مثل عدم الاهتمام بالأخبار أو عدم وجود وقت كافٍ لمشاهدتها، أقل عرضة لهذه القنوات .

الجدول رقم 25 : درجة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية وفقاً لمتغير الخبرة المهنية

درجة المشاهدة				المستوى العلمي
المجموع	دائماً	أحياناً	نادراً	
44	0	44	0	من 01 سنة إلى 05 سنوات
88	66	0	22	من 06 سنوات إلى 11 سنة
22	0	22	0	من 12 سنة إلى 17 سنة
22	22	0	0	من 18 سنة إلى 23 سنة
176	176	0	0	أكثر من 24 سنة
352	264	66	22	المجموع

يظهر من الجدول رقم(25) الذي يمثل درجة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية وفقاً

لمتغير الخبرة المهنية أن تكرارات درجة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية حسب الخبرة المهنية

جاءت كما يلي:

من 01 سنة إلى 05 سنوات:

- نادراً: 0

- أحياناً: 44 مرة.

- دائماً: 0

- من 06 سنوات إلى 11 سنة:

- نادراً: 22 مرة.

- أحياناً: 0

- دائماً: 66 مرة.

من 12 سنة إلى 17 سنة:

- نادرًا: 0
- أحيانًا: 22 مرة.
- دائمًا: 0

من 18 سنة إلى 23 سنة:

- نادرًا: 0
- أحيانًا: 0
- دائمًا: 22 مرة.
- أكثر من 24 سنة:
- نادرًا: 0
- أحيانًا: 0
- دائمًا: 176 مرة.

و بناء على هذه النتائج يتضح أن إجمالي عدد الأشخاص الذين يشاهدون القنوات الإخبارية الفضائية العربية نادرًا هو 22 شخص، بينما إجمالي عدد الأشخاص الذين يشاهدون هذه القنوات أحيانًا هو 66 شخص، وإجمالي عدد الأشخاص الذين يشاهدون هذه القنوات دائمًا هو 264 شخص.

كما نجد أن إجمالي عدد الأشخاص الذين لديهم خبرة مهنية من 01 سنة إلى 05 سنوات هو 44 شخص، بينما إجمالي عدد الأشخاص الذين لديهم خبرة مهنية من 06 سنوات إلى 11 سنة هو 88 شخص، وإجمالي عدد الأشخاص الذين لديهم خبرة مهنية من 12 سنة إلى 17 سنة هو 22 شخص، وإجمالي عدد الأشخاص الذين لديهم خبرة مهنية من 18 سنة إلى 23 سنة هو 22 شخص وإجمالي عدد الأشخاص الذين لديهم خبرة مهنية أكثر من 24 سنة هو 176 شخص.

و بناء على ذلك يمكننا القول أن هناك علاقة بين الخبرة المهنية ودرجة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية، حيث أن الأفراد ذوي الخبرة المهنية العالية يشاهدون هذه القنوات أكثر من الأفراد ذوي الخبرة المهنية المنخفضة.

و حسب الباحث يمكن أن تعزى هذه النتائج إلى العوامل التالية:

## الجانب التطبيقي

- الخبرة المهنية: الإعلاميون ذوو الخبرة المهنية الطويلة يكونون أكثر اهتمامًا بمتابعة الأخبار والأحداث الجارية، وذلك لأنهم يدركون أهمية هذه الأخبار والأحداث في عملهم، أما الإعلاميون الشباب فهم لا يزالون في بداية حياتهم المهنية، ولم يكتسبوا الخبرة الكافية لمتابعة الأخبار والأحداث الجارية بشكل مستمر، لذلك، قد لا يكون لديهم الاهتمام الكافي بمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية دائمًا.
- نوع المؤسسة الإعلامية: الإعلاميون الذين يعملون في مؤسسات إعلامية كبيرة و معروفة يكونون أكثر عرضة لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية دائمًا، وذلك لأن هذه المؤسسات تنتظر من موظفيها متابعة الأخبار والأحداث الجارية بشكل مستمر، بينما نجد أن الإعلاميين الذين يعملون في مؤسسات إعلامية صغيرة أو محلية أو غير معروفة يكونون أقل عرضة لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية دائمًا، وذلك لأن العمل بهذه المؤسسات لا يتطلب من موظفيها متابعة الأخبار والأحداث الجارية بشكل مكثف.
- الوقت المتاح: الإعلاميون ذوو الخبرة المهنية الطويلة يكون لديهم وقت فراغ أكثر من الإعلاميين الشباب، وذلك لأنهم ربما يكون لديهم أعباء أقل أو لديهم درجات مثل درجة كتاب الأعمدة في الصحف المكتوبة مع العلم أن هذه الدرجة من الترقية مطبقة في المؤسسات الإعلامية الجزائرية العمومية أو أنهم يعملون بدوام جزئي، و لذلك، يكون لديهم الوقت الكافي لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية دائمًا، بينما الإعلاميون الشباب فقد كون لديهم وقت فراغ أقل من الإعلاميين ذوي الخبرة المهنية الطويلة، وذلك لأنهم يعملون بدوام كامل أو لديهم التزامات أخرى، لذلك، قد لا يكون لديهم الوقت الكافي لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية دائمًا.
- مصادر المعلومات المفضلة: الإعلاميون ذوو الخبرة المهنية الطويلة يفضلون الحصول على المعلومات والأخبار من مصادر عربية و خاصة القنوات الإخبارية التي تتوفر على شريط عاجل تقدم من خلاله آخر الأخبار، وذلك لأنهم يرون أن هذه المصادر أكثر موثوقية ودقة من المصادر الأجنبية، لذلك، يفضلون مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية التي تبث باللغة العربية، بينما نجد أن الإعلاميين الشباب يفضلون الحصول على المعلومات والأخبار من مصادر أخرى، مثل الصحف والمجلات والمواقع الإلكترونية المتخصصة، وذلك لأنهم يرون أن هذه المصادر أكثر تنوعًا وإثارة للاهتمام من القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

## الجانب التطبيقي

- اللغة: الإعلاميون ذوو الخبرة المهنية الطويلة يكونون أكثر إتقاناً للغة العربية الفصحى، وذلك لأنهم درسوا هذه اللغة في المدارس والجامعات، لذلك، يفضلون مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية التي تبث باللغة العربية الفصحى، بينما نجد أن الإعلاميين الشباب قد لا يكونون متقنين للغة العربية الفصحى بالقدر الكافي، وهذا أحد المآخذ التي توجه لهم عند توظيفهم في المؤسسات الإعلامية .
- السياسة: الإعلاميون ذوو الخبرة المهنية الطويلة يكونون أكثر اهتماماً بالسياسة، وذلك لأنهم يدركون أهمية السياسة في العمل الإعلامي و هذا يدفعهم لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية التي تتناول القضايا السياسية العربية في حين نجد أن الإعلاميين الشباب قد لا يكونون مهتمين بالسياسة بالقدر الكافي، وذلك لأنهم يختارون في أغلب الأحيان كل ما هو بعيد عن السياسة و قد يفضلون مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية التي تتناول القضايا الترفيهية أو الرياضية .

## الجانب التطبيقي

الجدول رقم 26 : ترتيب مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية وفقا لمتغير الخبرة المهنية

المستوى العلمي	ترتيب القنوات الفضائية الإخبارية العربية								
	المجموع	الجزائرية الثالثة	العربية	النيل الاخبارية	دبي الإخبارية	ميدي 1	النهار الجزائرية	الشروق الجزائرية	الجزيرة
من 01 سنة الى 05 سنوات	44	0	0	0	0	0	4	21	19
من 06 سنوات الى 11 سنة	88	0	0	1	2	3	32	0	50
من 12 سنة الى 17 سنة	22	0	0	0	1	1	11	0	9
من 18 سنة الى 23 سنة	22	0	0	1	1	1	8	0	11
أكثر من 24 سنة	176	19	20	3	6	4	47	0	77
المجموع	352	19	20	5	10	9	102	21	166

يتضح من خلال الجدول رقم (26) الذي يمثل ترتيب مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية

وفقاً لمتغير الخبرة المهنية أن تكرارات ترتيب مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية حسب الخبرة المهنية

هي كالتالي:

من 01 سنة إلى 05 سنوات:

- الجزيرة: 19 مرة.

- النهار: 4 مرات.

- الشروق: 21 مرة.

- الجزائرية الثالثة: 0

- العربية: 0

- النيل الإخبارية: 0

- دبي: 0

- م يدي 1: 0

**من 06 سنوات إلى 11 سنة:**

- الجزيرة: 50 مرة.

- النهار: 32 مرة.

- الشروق: 0

- الجزائرية الثالثة: 0

- العربية: 0

- النيل الإخبارية: مرة واحدة (1).

- دبي: 2

- ميدي 1: 3 مرات.

**من 12 سنة إلى 17 سنة:**

- الجزيرة: 9 مرات.

- النهار: 11 مرة.

- الشروق: 0

- الجزائرية الثالثة: 0

- العربية: 0

- النيل الإخبارية: 0

- دبي: مرة واحدة (1).

- ميدي 1 : مرة واحدة (1).

من 18 سنة إلى 23 سنة:

- الجزيرة: 11 مرة.
- النهار: 8 مرات.
- الشروق: 0
- الجزائرية الثالثة: 0
- العربية: 0
- النيل الإخبارية: مرة واحدة (1).
- دبي: مرة واحدة (1).
- ميدي 1 : مرة واحدة (1).

أكثر من 24 سنة:

- الجزيرة: 77 مرة.
- النهار: 47 مرة.
- الشروق: 0
- الجزائرية الثالثة: 19 مرة.
- العربية: 20
- النيل الإخبارية: 3 مرات.
- دبي: 6 مرات.
- ميدي 1: 4 مرات.

و بناء على هذه النتائج نلاحظ أن القنوات الإخبارية الفضائية العربية الأكثر تفضيلا من حيث المشاهدة بين الإعلاميين من ذوي الخبرة المهنية العالية هي الجزيرة والنهار، بينما القنوات الإخبارية الفضائية العربية الأقل تفضيلا بين الأفراد ذوي الخبرة المهنية المنخفضة هي الشروق والجزائرية الثالثة والعربية. ومن هنا، يمكننا القول أن هناك علاقة بين الخبرة المهنية وترتيب مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية، حيث أن الأفراد من الإعلاميين الجزائريين من ذوي الخبرة المهنية العالية يفضلون مشاهدة قنوات مختلفة عن الأفراد ذوي الخبرة المهنية المنخفضة.

و يمكن أن تعزى هذه النتائج إلى أسباب أخرى نذكرها في النقاط التالية :

الاختلافات في مصادر المعلومات الأخرى: قد يكون لدى الفئات من الإعلاميين الجزائريين ذات الخبرة المهنية المختلفة مصادر معلومات أخرى مختلفة، مما يؤثر على ترتيب مشاهدتهم للقنوات الفضائية الإخبارية العربية، فمثلاً، قد تكون الفئات ذات الخبرة المهنية التي تعتمد على الصحف والمجلات والكتب كمصدر رئيسي للمعلومات، أقل عرضة لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية بشكل متكرر، بينما قد تكون الفئات ذات الخبرة المهنية التي تعتمد على التلفزيون والراديو كمصدر رئيسي للمعلومات، أكثر عرضة لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية بشكل متكرر.

الاختلافات في الثقة في وسائل الإعلام: قد يكون لدى الفئات ذات الخبرة المهنية المختلفة من الإعلاميين الجزائريين من مستويات مختلفة من الثقة في وسائل الإعلام، بما في ذلك القنوات الفضائية الإخبارية العربية. فقد تكون مثلاً الفئات ذات الخبرة المهنية التي لديها ثقة عالية في وسائل الإعلام، أكثر عرضة لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية بشكل متكرر، بينما قد تكون الفئات ذات الخبرة المهنية التي لديها ثقة منخفضة في وسائل الإعلام، أقل عرضة لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية بشكل متكرر.

- الاختلافات في التوقعات: قد يكون لدى الفئات ذات الخبرة المهنية المختلفة توقعات مختلفة من القنوات الفضائية الإخبارية العربية، مما يؤثر على ترتيب مشاهدتهم لها، على سبيل المثال، قد تكون الفئات ذات الخبرة المهنية التي لديها توقعات عالية من القنوات الفضائية الإخبارية العربية، مثل توفير معلومات دقيقة ومحيدة، أكثر عرضة لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية التي تلي هذه التوقعات، بينما قد تكون الفئات ذات الخبرة المهنية التي لديها توقعات منخفضة من القنوات الفضائية الإخبارية العربية، مثل توفير معلومات سطحية ومنحازة، و بالتالي هي أقل عرضة لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

## الجانب التطبيقي

الجدول رقم 27: دوافع مشاهدة القنوات الإخبارية العربية وفقاً لمتغير الخبرة المهنية

دوافع مشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية							المستوى العلمي
المجموع	سهولة الحصول على المعلومة	لأنها تتيح لي أكثر من مصدر	لمعرفة كل ما هو ما جديد	متابعة آخر أخبار السياسيين وقادة الرأي	لأنها تلي احتياجاتي من الأخبار المختلفة	زيادة رصيدي من الثقافة السياسية	
44	22	0	0	0	22	0	من 01 سنة إلى 05 سنوات
88	44	22	0	0	22	0	من 06 سنوات إلى 11 سنة
22	22	0	0	0	0	0	من 12 سنة إلى 17 سنة
22	0	0	0	0	0	22	من 18 سنة إلى 23 سنة
176	22	44	44	44	0	22	أكثر من 24 سنة
352	110	66	44	44	44	44	المجموع

يتبين من خلال الجدول رقم (27) و الذي يمثل دوافع مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية وفقاً لمتغير الخبرة المهنية، أن تكرارات دوافع مشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية حسب الخبرة المهنية جاءت كما يلي:

من 01 سنة إلى 05 سنوات:

- سهولة الحصول على المعلومة: 22 مرة.
- لأنها تتيح لي كل ما هو جديد: 0
- لمعرفة أخبار السياسيين وقادة الرأي: 0
- متابعة آخر الأخبار المختلفة: 0
- لأنها تلي احتياجاتي من الأخبار السياسية: 22 مرة.
- زيادة رصيدي من الثقافة: 0

من 06 سنوات إلى 11 سنة:

- سهولة الحصول على المعلومة: 44 مرة.

- لأنها تتيح لي كل ما هو جديد: 22 مرة.
- لمعرفة أخبار السياسيين وقادة الرأي: 0
- متابعة آخر الأخبار المختلفة: 0
- لأنها تلي احتياجاتي من الأخبار السياسية: 22 مرة.
- زيادة رصيدي من الثقافة: 0

من 12 سنة إلى 17 سنة:

- سهولة الحصول على المعلومة: 22 مرة.
- لأنها تتيح لي كل ما هو جديد: 0
- لمعرفة أخبار السياسيين وقادة الرأي: 0
- متابعة آخر الأخبار المختلفة: 0
- لأنها تلي احتياجاتي من الأخبار السياسية: 0
- زيادة رصيدي من الثقافة: 0

من 18 سنة إلى 23 سنة:

- سهولة الحصول على المعلومة: 0
- لأنها تتيح لي كل ما هو جديد: 0
- لمعرفة أخبار السياسيين وقادة الرأي: 0
- متابعة آخر الأخبار المختلفة: 0
- لأنها تلي احتياجاتي من الأخبار السياسية: 0
- زيادة رصيدي من الثقافة: 22 مرة.

أكثر من 24 سنة:

- سهولة الحصول على المعلومة: 22
- لأنها تتيح لي كل ما هو جديد: 44 مرة.
- لمعرفة أخبار السياسيين وقادة الرأي: 44 مرة.
- متابعة آخر الأخبار المختلفة: 44 مرة.
- لأنها تلي احتياجاتي من الأخبار السياسية: 0

- زيادة رصيدي من الثقافة: 22 مرة.

و يتضح من خلال هذه النتائج أن الدافع الأكثر شيوعاً لمشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية بين الأفراد ذوي الخبرة المهنية العالية هو متابعة آخر الأخبار المختلفة، بينما الدافع الأقل شيوعاً هو لمعرفة أخبار السياسيين وقادة الرأي.

و بناء على ذلك نلاحظ أن هناك علاقة بين الخبرة المهنية ودوافع مشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية، حيث أن الإعلاميين الجزائريين من ذوي الخبرة المهنية العالية لديهم دوافع مغايرة عن الإعلاميين الجزائريين من ذوي الخبرة المهنية المنخفضة لمشاهدة هذه القنوات.

الاختلافات في أنماط الحياة: قد يكون لدى الفئات من الإعلاميين الجزائريين من ذوي الخبرة المهنية المختلفة أنماط حياة مختلفة، مما يؤثر على دوافعهم لمشاهدة القنوات الإخبارية العربية، على سبيل المثال، قد تكون الفئات ذات الخبرة المهنية التي لديها أنماط حياة سريعة ومليئة بالنشاط، أقل عرضة لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية بشكل متكرر، بينما قد تكون الفئات ذات الخبرة المهنية التي لديها أنماط حياة أكثر استرخاءً وهدوءاً، أكثر عرضة لمشاهدة القنوات الإخبارية العربية بشكل متكرر.

الاختلافات في التوجهات السياسية: قد يكون لدى الفئات من الإعلاميين الجزائريين ذوي الخبرة المهنية المختلفة توجهات سياسية مختلفة، مما يؤثر على دوافعهم لمشاهدة القنوات الإخبارية العربية، على سبيل المثال، قد تكون الفئات ذات الخبرة المهنية التي لديها توجهات سياسية وطنية، أكثر عرضة لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية التي تقدم وجهات قريبة من هذا الاتجاه، بينما قد تكون الفئات ذات الخبرة المهنية التي لديها توجهات سياسية إسلامية، أكثر عرضة لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية التي تقدم مضمونا ذي منظور ديني أو لها سياسة تحريرية قريبة من التيار الإسلامي مثل قناة الجزيرة.

الاختلافات في المستوى التعليمي: قد يكون لدى الفئات من الإعلاميين الجزائريين ذوي الخبرة المهنية المختلفة مستويات تعليمية مختلفة، مما يؤثر على دوافعهم لمشاهدة القنوات الإخبارية العربية، فمثلاً، قد تكون الفئات ذات الخبرة المهنية التي لديها مستويات تعليمية عالية، أكثر عرضة لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية التي تقدم محتوى أكثر عمقاً وتعقيداً، بينما قد تكون الفئات ذات الخبرة المهنية التي لديها مستويات تعليمية منخفضة، أكثر عرضة لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية التي تقدم محتوى أكثر بساطة وسهولة في الفهم.

## الجانب التطبيقي

---

الاختلافات في أنماط الحياة: قد يكون لدى الفئات من الإعلاميين الجزائريين ذوي الخبرة المهنية المختلفة أنماط حياة مختلفة، مما يؤثر على دوافعهم لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية، على سبيل المثال، قد تكون الفئات ذات الخبرة المهنية التي لديها أنماط حياة سريعة وملبنة بالنشاط، أقل عرضة لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية بشكل متكرر، بينما قد تكون الفئات ذات الخبرة المهنية التي لديها أنماط حياة أكثر استرخاءً وهدوءاً، أكثر عرضة لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية بشكل متكرر.

## الجانب التطبيقي

4.4 نتائج الإحصاء الاستدلالي المتعلق باتجاهات الإعلاميين الجزائريين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية " الجزيرة، العربية، القناة الجزائرية الثالثة، النيل الإخبارية، دبي الإخبارية، med1"، الشروق الإخبارية، قناة النهار، ".

1.4.4 الفروق في درجات درجات اتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية حسب متغيرات الدراسة".

### 1.1.4.4 حسب متغير الجنس

الجدول رقم (28): اختبار ت لمعرفة الفروق في متوسطات درجات أفراد العينة واتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية حسب متغير "الجنس".

الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
ذكر	242	82.45	13.047	58.252	.000
أنثى	110	80.20	6.366		

يوضح الجدول رقم (28) نتائج اختبار "ت" لمعرفة الفروق في متوسطات درجات أفراد العينة واتجاهات الإعلاميين الجزائريين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية حسب متغير "الجنس"، وبحسب الجدول، نلاحظ أن متوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذكور نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية أعلى من متوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الإناث، حيث بلغ متوسط درجة الذكور 82.45، بينما بلغ متوسط درجة الإناث 80.20. كما نلاحظ أن قيمة ت للاختبار هي 58.252، وهي قيمة كبيرة جداً، مما يشير إلى وجود فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسطات المجموعتين. وبالتالي، يمكننا القول أن هناك فرقاً حقيقياً بين متوسطات درجات أفراد العينة واتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية حسب متغير "الجنس"، وعليه فإن الإعلاميين الذكور لديهم اتجاهات أكثر إيجابية نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية مقارنة بالإعلاميين الإناث.

وتعزى هذه النتائج حسب اعتقاد الباحث إلى عدة أسباب يمكن أن نذكرها في النقاط التالية:

- قد يكون الإعلاميون الذكور أكثر انخراطاً في متابعة القنوات الفضائية الإخبارية العربية، مما أدى إلى زيادة معرفتهم ووعيهم بها، وبالتالي اتجاهاتهم هي الأكثر إيجابية.
- من الممكن أن يكون الإعلاميون الذكور أيضاً أكثر اهتماماً بالقضايا السياسية والاقتصادية التي يتم تناولها في القنوات الفضائية الإخبارية العربية، مما جعلهم أكثر تفاعلاً معها واتجاهاتهم الأكثر إيجابية.
- من المرجح أن يكون الإعلاميون الذكور أكثر ثقة في القنوات الفضائية الإخبارية العربية، حيث يرون أنها تقدم معلومات موثوقة ودقيقة، مما أدى إلى اتجاهاتهم الأكثر إيجابية.
- من المحتمل أن يكون الإعلاميون الذكور أكثر انفتاحاً على وجهات النظر المختلفة التي يتم طرحها في القنوات الفضائية الإخبارية العربية، مما جعلهم أكثر تفاعلاً معها واتجاهاتهم الأكثر إيجابية.
- قد يكون الإعلاميون الذكور أكثر تأثراً بالرسائل الإعلامية التي يتم بثها في القنوات الفضائية الإخبارية العربية، مما أدى إلى اتجاهاتهم الأكثر إيجابية. وتتفق نتائج دراستنا مع ما توصلت إليه دراسة (عبد الله عويقل السلمي، جوان 2017، ص 28) والتي تؤكد أن فئة الذكور كانت أكثر مشاهدة للجزيرة الإخبارية والعربية الإخبارية، وهذا راجع حسب الدراسة لأهمية هاتين القناتين في بث الأخبار وقدرتها على إيصال الخبر بلغة عربية فصيحة، كما يرجع للاهتمام بمتابعة الأخبار وخاصة ما يحدث في العالم الغربي والعربي من أحداث، حيث تشهد الفترة الأخيرة، ومن بعد أحداث 11 سبتمبر أحداث وحروباً متعددة.
- كما تتفق نتائج دراستنا مع توصلت إليه أيضاً الدراسة (وديع محمد سعيد العززي، 1436 هـ، ص 24).

والتي تؤكد أن الذكور أكثر مشاهدة من الإناث في الكلية الإنسانية إلا أن الفرق الظاهر فرق غير معنوي (غير جوهري)، وهذا ما تؤكدته نتائج اختبار  $Z$  test حيث ظهرت مستوى دلالة الاختبار أكبر من مستوى الثقة 0.05 في جميع المقارنات.

وتختلف نتائج دراستنا مع ما توصلت إليه الدراسة (نهي عاطف العبد، 2003، ص: 452) و التي توصلت إلى هذا أن المشاهدة المنتظمة للقنوات الفضائية تزداد بين الإناث عكس الذكور الذين يسجلون انخفاضاً في مستوى المشاهدة.

بينما تؤكد دراسة (بن الطاهر التيجاني 2009، ص 23) أخرى بأنه لا فرق بين الذكور الإناث في مشاهدة القنوات العربية و الأجنبية و هذا يعني أن كل من الجنسين يقبلان على المشاهدة التلفزيونية .

وتؤكد دراسة (Vettehen, P. G. H., Schaap 2004p 1- 17)

غربية بشأن ما يتابعه الرجال والنساء في نشرات الأخبار أن هناك اختلاف بين النساء والرجال في عدد وأنواع الأفكار التي تراودهم أثناء مشاهدة الأخبار. حيث تعاني النساء بشكل عام من نقص المعلومات أثناء مشاهدة نشرات الأخبار التي يمكن اعتبارها ذكورية إلى حد كبير بطبيعتها. كما تنتقد النساء المتعلقات تعليماً عالياً الأخبار بسبب تصور عدم اطلاعهن على المعلومات، بينما تشعر النساء الأقل تعليماً بالحرج.

وفي السياق ذاته اشتكت النساء بنسبة الضعف من عدد الرجال، من عدم كفاية أو عدم وضوح المعلومات المقدمة في الأخبار. كما أعربت بعض النساء عن نقص المعلومات السياقية وشعرن أن بعض القصص الإخبارية كانت افتراءات أو متحيزة.

الجدول رقم (29): اختبار تحليل التباين الأحادي "أنوفا One Away Anova " لمقارنة فروق درجات أفراد العينة وبنود تقييم أفراد العينة اتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
بين المجموعات	6647.143	3	2215.714	19.681	.000
داخل المجموعات	39178.857	348	112.583		
المجموع	45826.000	351			

يوضح الجدول رقم (29) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي "أنوفا" لمقارنة فروق درجات أفراد العينة وبنود تقييم أفراد العينة اتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية حسب متغير "السن". وبحسب الجدول، نلاحظ أن قيمة (ف) للاختبار هي 19.681، وهي قيمة كبيرة جداً، مما يشير إلى وجود فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسطات المجموعات.

### 2.4.4. حسب متغير " السن " .

وبالتالي، يمكننا القول أن هناك فرقاً حقيقياً بين متوسطات درجات أفراد العينة واتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية حسب متغير "السن"، وعليه فإن اتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية تختلف باختلاف أعمارهم.

وتعزى هذه النتائج حسب اعتقاد الباحث إلى عدة أسباب قد يكون أحد التفسيرات المحتملة لهذه النتيجة هو أن الإعلاميين الجزائريين الأصغر سناً أكثر انفتاحاً على القنوات الفضائية الإخبارية العربية الجديدة الإخبارية العربية الجديدة، بما تمثله من اتجاه جديد في طرح مختلف المواضيع السياسية الراهنة بطريقة بسيطة و غير معمقة بما يتبعها من إستراتيجياتها بمحللين و خبراء شباب و اعتمادها على الأساليب الحوارية الحديثة ناهيك عن الإخراج الحديث و الديكور العصري، بينما من المرجح أن يكون الإعلاميين الجزائريين الأكبر سناً أكثر تشبهاً بالقنوات الفضائية الإخبارية التقليدية، نظراً لما تقدمه هذه القنوات من برامج إخبارية دسمة بمعالجتها لمواضيع الساعة بطريقة علمية و معمقة مع إستراتيجياتها بخبراء و كتاب و باحثين من ذوي الخبرات العلمية المشهود بها بما يعني أنها تحرص على إشباع حاجات هذا النوع من الجمهور الذي يريد تحليلات جادة و برامج حوارية ثقيلة مع شخصيات معروفة لها باع في الساحة السياسية، وقد يكون هذا الإهتمام من قبل الإعلاميين الأكبر سناً بطبيعة ما ينتجونه في عالم الصحافة من مقالات و تحليلات تتطلب معلومات دقيقة و مصادر جادة قد يجدونها في القنوات الإخبارية العربية .

و يعتقد الباحث في السياق ذاته أن الإعلاميين الأصغر سناً قد يكون لديهم ميولات أكبر لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات، بينما قد يفضل الإعلاميين الأكبر سناً مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية التقليدية، كمصادر للأخبار و المعلومات التي يستعملونها في مقالاتهم وتحليلاتهم .

و يعتقد الباحث أيضاً أن الاختلاف في الاتجاهات بين الإعلاميين الأصغر سناً والأكبر سناً قد يكون ناتجاً أيضاً عن عدة عوامل أخرى إضافة إلى ما سبق ذكره يمكن حصرها في النقاط التالية:

-الاختلافات في الخبرات الإعلامية:

من المرجح أن يكون الإعلاميون الأصغر سناً أقل خبرة في مجال الإعلام، وبالتالي قد يكونون أكثر انفتاحاً على القنوات الفضائية الإخبارية العربية الجديدة التي تقدم محتوى مختلفاً عن القنوات التقليدية.

-الاختلافات في المستوى التعليمي:

## الجانب التطبيقي

من المحتمل أن يكون الإعلاميون الأصغر سنًا حاصلين على مستوى تعليمي أعلى من الإعلاميين الأكبر سنًا، وبالتالي قد يكونون أكثر اطلاعًا على القنوات الفضائية الإخبارية العربية الجديدة التي تقدم محتوى مختلفًا عن القنوات الفضائية العربية التقليدية أو القديمة.

الاختلافات في منطقة الإقامة :

قد يكون الإعلاميون الأصغر سنًا يعيشون في مناطق حضرية أكثر من الإعلاميين الأكبر سنًا، وبالتالي قد يكونون أكثر تعرضًا للقنوات الفضائية الإخبارية العربية الجديدة التي تتطلب وسائل تكنولوجية خاصة لإلتقاطها و خاصة ما علق بالبحث الرقمي عن طريق الإنترنت .

-الاختلافات في الانتماءات السياسية:

من المرجح أن يكون الإعلاميون الأصغر سنًا أكثر ميلًا إلى الأحزاب الجديدة ذات التوجه العصري و التجديدي، بينما قد يكون الإعلاميون الأكبر سنًا أكثر ميلًا إلى الأحزاب السياسية المحافظة أو التي هي مرتبطة بمجتمعاتهم التقليدية .

الجدول رقم (30): نتائج اختبار المقارنة البعدية "توكي" "TUKEY" لمعرفة مستوى وجود الفروق في درجة اتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية. المدروسة حسب متغير "السن".

مستوى الدلالة عند مستوى 0.05			العدد	السن
1	2	3		
		75.00	88	من 41 سنة الى 45 سنة
	82.14		154	أكثر من 46 سنة
86.00	86.00		44	من 29 سنة الى 34 سنة
87.00			66	من 35 سنة الى 40 سنة
0.942	0.132	1.000		مستوى الدلالة

يوضح الجدول رقم (30) أن اتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية تختلف باختلاف أعمارهم، فالإعلاميون الذين تزيد أعمارهم عن 46 سنة لديهم اتجاهات أكثر إيجابية نحو هذه

القنوات مقارنة بالإعلاميين الذين تتراوح أعمارهم بين 29 و45 سنة، ولا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين تتراوح أعمارهم بين 29 و34 سنة ومتوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين تتراوح أعمارهم بين 35 و40 سنة، ولا بين متوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين تتراوح أعمارهم بين 29 و34 سنة ومتوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين تتراوح أعمارهم بين 41 و45 سنة، ولا بين متوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين تتراوح أعمارهم بين 35 و40 سنة ومتوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين تتراوح أعمارهم بين 41 و45 سنة.

وبالتالي، يمكننا القول أن الإعلاميين الأكبر سنًا لديهم اتجاهات أكثر إيجابية نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية مقارنة بالإعلاميين الأصغر سنًا.

وتعود هذه النتائج حسب اعتقاد الباحث إلى بالدرجة الأولى إلى أن الإعلاميين الأكبر سنًا لديهم اتجاهات أكثر إيجابية نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية مقارنة بالإعلاميين الأصغر سنًا، و قد نفسر هذه النتائج حسب الأعمار كما يلي :

- قد يكون الإعلاميون الذين تتراوح أعمارهم بين 29 و34 سنة أقل خبرة في مجال الإعلام، وبالتالي قد يكونون أقل دراية بالقنوات الفضائية الإخبارية العربية الجديدة، وهذا لأن الساحة العربية تندعم كل شهر تقريباً بقنوات جديدة ومنها الإخبارية كما أن هؤلاء الإعلاميين قد يكونون أكثر ميلاً لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات، بينما قد يفضل الإعلاميون الأكبر سنًا مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية التقليدية.

إضافة إلى ذلك من المرجح أن يكون هؤلاء الإعلاميين أكثر انفتاحًا على القنوات الفضائية الإخبارية العربية التي تقدم محتوى مختلفًا عن القنوات التقليدية، ولكنهم قد يكونون أيضًا أكثر انتقادًا لهذه القنوات، نظرًا للمحتوى البراجمي الذي تقدمه و الذي قد يكون أكثر ملائمة مع الفئة العمرية الصغيرة .

أما بالنسبة للإعلاميين الجزائريين الذين تتراوح أعمارهم بين 35 و40 سنة قد يكونون أكثر خبرة في مجال الإعلام، وبالتالي قد يكونون أكثر دراية بالقنوات الفضائية الإخبارية العربية الجديدة والتقليدية وما تقدمه من برامج نظراً لحاجتهم إليها في تدعيم معارفهم و رصيدهم من المعلومات و لعملهم كمحررين، كما أنه من المحتمل أن يكون هؤلاء الإعلاميون أكثر حرصاً على الموازنة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي و استخدام القنوات الفضائية الإخبارية أي إستعمالها في آن واحد للحصول على

## الجانب التطبيقي

الأخبار والمعلومات، إضافة على ذلك قد يكون هؤلاء الإعلاميون أكثر انفتاحًا على القنوات الفضائية الإخبارية العربية التي تقدم محتوى مختلفًا عن القنوات التقليدية.

- الإعلاميون الذين تتراوح أعمارهم بين 41 و45 سنة:

من المرجح أن هؤلاء الإعلاميين هم الأكثر خبرة في مجال الإعلام، وبالتالي قد يكونون أكثر دراية بالقنوات الفضائية الإخبارية العربية الجديدة و القديمة أو التقليدية، و في الوقت نفسه قد يكونون أكثر ميلاً لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية التقليدية، ولكنهم قد يكونون أيضاً منفتحين على القنوات الجديدة التي تقدم محتوى مختلفًا.

-الإعلاميون الذين تزيد أعمارهم عن 46 سنة:

قد يكون هؤلاء الإعلاميون الجزائريون من هذه الفئة العمرية أكثر تشبهاً بالقنوات الفضائية الإخبارية التقليدية، والتي غالبًا ما تكون أكثر موثوقية وموضوعية من القنوات الفضائية الإخبارية الجديدة و الأكثر تقديمًا للبرامج الجادة .

و من جانب آخر قد يكون هؤلاء الإعلاميون أقل ميلاً لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات، بينما قد يفضلون مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية التقليدية، و في الوقت نفسه من المحتمل أن هؤلاء الإعلاميين هم أقل انفتاحًا على القنوات الفضائية الإخبارية العربية التي تقدم محتوى مختلفًا عن القنوات التقليدية، وقد يكونون أكثر نفورا منها .

و يمكن أن نخرج بتفسير عام لهذا الاتجاه و هو أن الإعلاميين الأكبر سنًا لديهم اتجاهات أكثر إيجابية نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية مقارنة بالإعلاميين الأصغر سنًا.

الجدول رقم (31): اختبار تحليل التباين الأحادي "أنوفا One Away Anova " لمقارنة فروق درجات أفراد العينة وبنود تقييم أفراد العينة اتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

#### 3.4.4. حسب متغير "المستوى التعليمي".

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
بين المجموعات	14743.667	3	4914.556	55.024	.000
داخل المجموعات	31082.333	348	89.317		
المجموع	45826.000	351			

يوضح الجدول رقم (31) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي "أنوفا" لمقارنة فروق درجات أفراد العينة وبنود تقييم أفراد العينة اتجاهات الإعلاميين الجزائريين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية حسب متغير "المستوى العلمي".

وبحسب الجدول، نلاحظ أن قيمة ف للاختبار هي 55.024، وهي قيمة كبيرة جداً، مما يشير إلى وجود فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسطات المجموعات.

وبالتالي، يمكننا القول أن هناك فرقاً حقيقياً بين متوسطات درجات أفراد العينة واتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية حسب متغير "المستوى العلمي". و منه، فإن اتجاهات الإعلاميين الجزائريين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية تختلف باختلاف مستوياتهم العلمية.

و يمكن أن تعزى النتائج المتوصل إليها إلى أن الإعلاميين ذوي المستوى العلمي الأعلى قد يكونون أكثر انفتاحاً على القنوات الفضائية الإخبارية العربية الجديدة، بينما قد يكون الإعلاميون الجزائريون من ذوي المستوى العلمي الأقل تشبهاً بالقنوات الفضائية الإخبارية التقليدية، كما يمكن أن تكون هناك عوامل أخرى وراء هذه النتائج نذكرها فيما يلي :

-الاختلافات في الخبرات الإعلامية: قد يكون الإعلاميون ذوو المستوى العلمي الأعلى أكثر خبرة في مجال الإعلام، من الإعلاميين من ذوي الخبرة الأقل وبالتالي قد يكونون أكثر انفتاحاً على القنوات الفضائية الإخبارية العربية الجديدة التي تقدم محتوى مختلفاً عن القنوات التقليدية من حيث الطرح ومعالجة المواضيع و الأخبار والتقارير الإخبارية والبرامج الحوارية السياسية .

-الاختلافات في المستوى التعليمي: من المرجح أن الإعلاميين من ذوي المستوى العلمي العالي حاصلين على شهادات أعلى من الإعلاميين من ذوي المستوى العلمي الأقل، وبالتالي قد يكونون أكثر اطلاعاً على القنوات الفضائية الإخبارية العربية الجديدة التي تقدم محتوى أكثر تخصصاً وعمقاً في الطرح والتحليل.

-الاختلافات في مهارات التفكير النقدي: يمكن أن يعزى هذا العامل إلى أنه قد يكون الإعلاميون الجزائريون ذوو المستوى التعليمي العالي أكثر قدرة على تقييم المعلومات بشكل نقدي وتحليلها، مما قد يؤدي بهم إلى تفضيل القنوات الفضائية الإخبارية العربية التي تقدم محتوى أكثر عمقاً وتحليلاً.

-الاختلافات في القيم والمصالح: يمكن أن يكون الإعلاميون ذوو المستوى التعليمي العالي أكثر اهتماماً بالقضايا الاجتماعية والسياسية المعقدة، مما قد يؤدي بهم إلى تفضيل القنوات الفضائية الإخبارية العربية التي تقدم تغطية متعمقة لهذه القضايا مثل إرفاقها بالتحليل من قبل خبراء ضيوف.

الاختلافات في الخبرات الحياتية: يحتمل أن يكون الأفراد ذوو المستوى التعليمي العالي أكثر احتمالاً للسفر إلى الخارج أو العمل في مجالات دولية، مما قد يؤدي بهم إلى تفضيل القنوات الفضائية الإخبارية العربية التي تقدم تغطية للأخبار الدولية.

الاختلافات في أنماط الحياة: من المرجح أن يكون الإعلاميون الجزائريون ذوو المستوى التعليمي العالي أكثر احتمالاً للعيش في المدن الكبرى، حيث تتوفر كل الوسائل التكنولوجية لإلتقاط القنوات الفضائية الإخبارية العربية بكل سهولة و من دون عناء أو قيد، مما قد يؤدي بهم إلى تفضيل هذه القنوات على القنوات المحلية.

الاختلافات في الدخل: يمكن أن يكون الإعلاميون الجزائريون ذوو المستوى التعليمي العالي أكثر احتمالاً لامتلاك دخل أعلى، مما قد يسمح لهم بالاشتراك في خدمات التلفزيون المدفوع التي توفر مجموعة واسعة من القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

الاختلافات في الثقافة الإعلامية: قد يكون الإعلاميون الجزائريون ذوو المستوى التعليمي العالي أكثر دراية بالثقافة الإعلامية وكيفية استخدام وسائل الإعلام، مما قد يؤدي بهم إلى تفضيل القنوات الفضائية الإخبارية العربية و خاصة من ناحية إلتقاط البث عن الهوائيات أو عن طريق البث الرقمي .

و يعتقد الباحث أن عامل المستوى التعليمي قد يكون مهما بالنسبة لأفراد العينة من ذوي المستوى التعليمي الأعلى من حيث الإهتمام بمحتوى القنوات الفضائية الإخبارية العربية و التي قد تلي

## الجانب التطبيقي

إحتياجاتهم وإشباعاتهم من المعارف و المعلومات و الأخبار التي قد تكون مفيدة في كتابة المقالات و المواضيع التي توكل إليهم من قبل رؤساء أو مدراء التحرير في الوسائل الإعلامية التي يشتغلون بها .

### 4.4.4. حسب متغير "المستوى العلمي".

الجدول رقم (32): نتائج اختبار المقارنة البعدية "توكي" "TUKEY" لمعرفة مستوى وجود الفروق

في درجة اتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية. المدروسة

مستوى الدلالة عند مستوى 0.05			العدد	المستوى العلمي
1	2	3		
		74.33	66	دكتوراه
	80.83		132	ثانوي
	82.67		132	ماجستير
104.00			22	ماستر
1.000	.751	1.000		مستوى الدلالة

يوضح الجدول رقم (32) أن اتجاهات الإعلاميين الجزائريين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية تختلف باختلاف مستوياتهم، فالإعلاميون الحاصلون على درجات علمية أعلى (مثل الدكتوراه والماجستير والماستر) لديهم اتجاهات أكثر إيجابية نحو هذه القنوات مقارنة بالإعلاميين الحاصلين على درجات علمية أقل (مثل المستوى الثانوي).

ولا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الحاصلين على درجة الدكتوراه ومتوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الحاصلين على درجة الماجستير، ولا بين متوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الحاصلين على درجة الماجستير ومتوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الحاصلين على درجة الماستر.

وبالتالي، يمكننا القول أن الإعلاميين الجزائريين ذوي الشهادات العلمية العليا لديهم اتجاهات أكثر إيجابية نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية مقارنة بالإعلاميين ذوي الشهادات العلمية الأقل.

## الجانب التطبيقي

وقد يكون أحد الإحتمالات لهذه النتيجة هو أن الإعلاميين ذوي المستويات العلمية العليا قد يكونون أكثر إهتماما بالقنوات الفضائية الإخبارية العربية الجديدة، نظرا لرغبتهم الدائمة في تطوير أنفسهم من الناحية المهنية و بالأخص في كتابة و تحرير المقالات الدسمة والتحليل المعمقة حول الأحداث أو الموضوعات بصفة عامة، بينما قد يكون الإعلاميون الجزائريون من ذوي المستويات العلمية هم الأقل إهتماما بالقنوات الفضائية الإخبارية التقليدية.

ويعتقد الباحث أن الإعلاميين ذوي المستويات العلمية العليا قد يكون لديهم ميول أكبر لإستخدام كل الوسائل المتاحة بما فيها المواقع الإخبارية ووسائل التواصل الإجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات، حيث نجد أن غالبية هذه الفئة مهتمة بالإشتراك في مختلف الصفحات التي تهتم بالأخبار و الشؤون السياسية و الإقتصادية والإجتماعية، بينما يمكن أن يكون الإعلاميون الجزائريون من ذوي الشهادات الأقل في المستوى العلمي لا يرغبون في إكتساب معارف و معلومات عميقة و متخصصة وقد لا يكون لهم إهتمام بالمواضيع الجادة والتي تتطلب مصادر ثقيلة و بالتالي يكون إهتمامهم أقل بالقنوات الفضائية الإخبارية العربية و خاصة التقليدية منها .

وقد يعزى هذا الإختلاف في الاتجاهات بين الإعلاميين الجزائريين من ذوي المستويات العلمية العليا والأقل إلى إختلاف نظرهم إلى الحياة السياسية و الإجتماعية والثقافية و إلى رغبتهم في تغيير أنماط متابعة مصادر الأخبار .

5.4.4. حسب متغير "الخبرة المهنية".

الجدول رقم (33): اختبار تحليل التباين الأحادي "أنوفا One Away Anova" لمقارنة فروق درجات أفراد العينة وبنود تقييم أفراد العينة اتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
بين المجموعات	3305.500	4	826.375	6.744	.000
داخل المجموعات	42520.500	347	122.537		
المجموع	45826.000	351			

يوضح الجدول رقم (33) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي "أنوفا" لمقارنة فروق درجات أفراد العينة وبنود تقييم أفراد العينة اتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية حسب متغير "الخبرة المهنية".

وبحسب الجدول، نلاحظ أن قيمة ف للاختبار هي 6.744، و هي قيمة كبيرة جداً، مما يشير إلى وجود فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسطات المجموعات.

و بالتالي، يمكننا القول أن هناك فرقاً حقيقياً بين متوسطات درجات أفراد العينة واتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية حسب متغير "الخبرة المهنية".

و بعبارة أخرى، فإن اتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية تختلف باختلاف خبراتهم المهنية.

وتعزى هذه النتائج حسب اعتقاد الباحث إلى عدة أسباب نحصرها فيما يلي :  
-الإعلاميون الجزائريون من ذوي الخبرة المهنية الأعلى قد يكونون أكثر دراية بالقنوات الفضائية الإخبارية العربية الجديدة، وذلك لأنهم قد يكونون قد عملوا في هذه القنوات أو تابعوها لفترة أطول من الإعلاميين الجزائريين من ذوي الخبرة المهنية الأقل.

## الجانب التطبيقي

-الإعلاميون الجزائريون من ذوي الخبرة المهنية الأعلى قد يكونون أكثر انفتاحًا على الأفكار والآراء الجديدة، وذلك لأنهم قد يكونوا قد تعرضوا لمجموعة أوسع من وجهات النظر خلال مسيرتهم المهنية.

-الإعلاميون الجزائريون من ذوي الخبرة المهنية الأعلى قد يكونون أكثر قدرة على تقييم مصداقية ودقة المعلومات التي تقدمها القنوات الفضائية الإخبارية العربية، وذلك لأنهم قد يكونوا قد طوروا مهارات نقدية أقوى خلال مسيرتهم المهنية.

-قد يكون الإعلاميون الجزائريون ذوو الخبرة المهنية الأعلى أكثر ميلًا إلى استخدام القنوات الفضائية الإخبارية العربية كمصدر للمعلومات والأخبار، بينما قد يفضل الإعلاميون ذوو الخبرة المهنية الأقل الاعتماد على المصادر التقليدية مثل الصحف والمجلات.

-من المرجح أن يكون الإعلاميون الجزائريون من ذوي الخبرة المهنية الأعلى أكثر انتقادًا لمحتوى القنوات الفضائية الإخبارية العربية، وذلك لأنهم قد يكونوا أكثر دراية بأساليب التلاعب الإعلامي والمصالح السياسية التي قد تؤثر على تغطية الأخبار.

-قد يكون الإعلاميون الجزائريون من ذوي الخبرة المهنية الأعلى أكثر اهتمامًا بالقضايا الدولية والسياسية، بينما قد يركز الإعلاميون الجزائريون ذوو الخبرة المهنية الأقل على القضايا المحلية والاجتماعية.

بالإضافة إلى ما سبق، قد تختلف العلاقة بين الخبرة المهنية واتجاهات الإعلاميين الجزائريين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية حسب نوع القناة الفضائية الإخبارية العربية، فعلى سبيل المثال، قد يكون الإعلاميون ذوو الخبرة المهنية الأعلى أكثر ميلًا إلى مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية التي تقدم محتوى أكثر تخصصًا وعمقًا، بينما قد يفضل الإعلاميون ذوو الخبرة المهنية الأقل مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية التي تقدم محتوى أكثر تسلية وترفيهًا.

6.4.4. حسب متغير "الخبرة المهنية".

الجدول رقم (34): نتائج اختبار المقارنة البعدية "توكي" "TUKEY" لمعرفة مستوى وجود الفروق في درجة اتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

مستوى الدلالة عند مستوى 0.05		العدد	السن
2	1		
	79.75	88	من 06 سنوات الى 11 سنة
	80.50	176	أكثر من 24 سنة
	82.00	22	من 12 سنة الى 17 سنة
86.00	86.00	44	من 01 سنة الى 05 سنوات
91.00		22	من 18 سنة الى 23 سنة
0.280	0.100		مستوى الدلالة

يوضح الجدول رقم (34) نتائج اختبار المقارنة البعدية "توكي" لمعرفة مستوى وجود الفروق في

درجة اتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية المدروسة حسب متغير "الخبرة المهنية".

وبحسب الجدول، نلاحظ ما يلي:

- 1- لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين لديهم خبرة مهنية من 06 سنوات إلى 11 سنة ومتوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين لديهم خبرة مهنية أكثر من 24 سنة.
- 2- لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين لديهم خبرة مهنية من 12 سنة إلى 17 سنة ومتوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين لديهم خبرة مهنية أكثر من 24 سنة.
- 3- لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين لديهم خبرة مهنية من 01 سنة إلى 05 سنوات ومتوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين لديهم خبرة مهنية أكثر من 24 سنة.
- 4- يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين لديهم خبرة مهنية من 01 سنة إلى 05 سنوات ومتوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين لديهم خبرة مهنية من 06 سنوات إلى 11 سنة.

5- يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين لديهم خبرة مهنية من 01 سنة إلى 05 سنوات ومتوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين لديهم خبرة مهنية من 12 سنة إلى 17 سنة.

6- يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين لديهم خبرة مهنية من 01 سنة إلى 05 سنوات ومتوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين لديهم خبرة مهنية من 18 سنة إلى 23 سنة.

7- لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين لديهم خبرة مهنية من 06 سنوات إلى 11 سنة ومتوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين لديهم خبرة مهنية من 12 سنة إلى 17 سنة.

8- لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين لديهم خبرة مهنية من 06 سنوات إلى 11 سنة ومتوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين لديهم خبرة مهنية من 18 سنة إلى 23 سنة.

9- لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين لديهم خبرة مهنية من 12 سنة إلى 17 سنة ومتوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين لديهم خبرة مهنية من 18 سنة إلى 23 سنة.

وبالتالي، يمكننا القول أن اتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية تختلف باختلاف خبراتهم المهنية، حيث أن الإعلاميين الذين لديهم خبرة مهنية أقل من 5 سنوات لديهم اتجاهات أكثر إيجابية نحو هذه القنوات مقارنة بالإعلاميين الذين لديهم خبرة مهنية أكثر من 5 سنوات.

و يعزي الباحث هذه النتائج التي تتعلق بالفارق في الخبرة المهنية إلى أن الإعلاميين الجزائريين من ذوي الخبرة المهنية الأقل قد يكونون أكثر دراية بالقنوات الفضائية الإخبارية العربية الجديدة، وذلك لأنهم قد يكونون قد بدأوا مسيرتهم المهنية في وقت كانت فيه هذه القنوات الجديدة قد ظهرت للتو، أما الإعلاميين من ذوي الخبرة المهنية الأقل قد يكونون أكثر حرصا على إعتناق الأفكار والآراء سواء الجديدة أو القديمة الجديدة، و لذلك يكون إهتمامهم بكل ما هو جديد في الساحة الإعلامية وخاصة من ناحية بروز قنوات إخبارية جديدة و قد يعود ذلك إلى أنهم قد يكونوا قد تعرضوا لمجموعة أوسع من وجهات النظر خلال مسيرتهم المهنية القصيرة.

كما يعتقد الباحث أن الإعلاميين الجزائريين من ذوي الخبرة المهنية الأقل قد يكونون أكثر قدرة على تقييم مصداقية ودقة المعلومات التي تقدمها القنوات الفضائية الإخبارية العربية، وذلك لأنهم قد يكونوا قد طوروا مهارات نقدية أقوى خلال مسيرتهم المهنية القصيرة.

بالإضافة إلى ما سبق ذكره، يعتقد الباحث أنه قد تختلف العلاقة بين الخبرة المهنية واتجاهات الإعلاميين الجزائريين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية حسب نوع القناة الفضائية الإخبارية العربية. على سبيل المثال، قد يكون الإعلاميون ذوو الخبرة المهنية الأقل أكثر ميلاً إلى مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية التي تقدم محتوى أكثر تسلية وترفيهاً أو أنها تقدم محتوى غير متعمق في معالجتها للمواضيع والأحداث و القضايا المطروحة بينما قد يفضل الإعلاميون ذوو الخبرة المهنية محتوى أكثر تخصصاً و تعمقاً في معالجة المواضيع و الأحداث و في تقديم البرامج الحوارية الجادة .

و يعتقد الباحث أن هناك عوامل أخرى مساعدة تفسر هذه النتائج يمكن حصرها في النقاط التالية:

- التغييرات في المشهد الإعلامي: شهد المشهد الإعلامي تغييرات كبيرة في السنوات الأخيرة، مع ظهور قنوات فضائية إخبارية عربية جديدة تقدم محتوى أكثر تنوعاً وتخصصاً، و في هذا الإطار فإن الإعلاميين الجزائريين من ذوي الخبرة المهنية الأقل قد يكونون أكثر إهتماماً بهذه القنوات الجديدة وأكثر تقبلاً لها من الإعلاميين ذوي الخبرة المهنية الأعلى الذين قد يكونون أكثر تشبهاً بالقنوات الفضائية الإخبارية التقليدية.
- تغير أنماط استهلاك الإعلام: يعتقد أن أنماط استهلاك الإعلام تغيرت بشكل كبير في السنوات الأخيرة، و ذلك مع تزايد الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات، و منه فإن الإعلاميين الجزائريين من ذوي الخبرة المهنية الأقل قد يكونون أكثر ميلاً لاستخدام المواقع الإخبارية والصحافة الرقمية للحصول على الأخبار، وبالتالي قد يكونون أكثر تعرضاً للقنوات الفضائية الإخبارية العربية التي لديها حضور قوي على وسائل التواصل الاجتماعي.

الاختلافات في الخلفيات التعليمية: قد يكون الإعلاميون الجزائريون ذوو الخبرة المهنية الأقل قد حصلوا على تعليم جامعي أكثر حداثة من الإعلاميين الجزائريين من ذوي الخبرة المهنية الأعلى، وهذا قد يكون قد أدى إلى تعرضهم لمجموعة أوسع من وجهات النظر والأفكار، مما قد يجعلهم أقرب إلى الإهتمام بالقنوات الفضائية الإخبارية العربية الجديدة.

#### 7.4.4. حسب متغير "المنصب".

## الجانِب التطبيقِي

الجدول رقم (35): اختبار تحليل التباين الأحادي "أنوفا One Away Anova" لمقارنة فروق درجات أفراد العينة وبنود تقييم أفراد العينة اتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
بين المجموعات	14183.583	3	4727.861	51.997	.000
داخل المجموعات	31642.417	348	90.926		
المجموع	45826.000	351			

يوضح الجدول رقم (35) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي "أنوفا" لمقارنة فروق درجات أفراد العينة وبنود تقييم أفراد العينة اتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية حسب متغير "المنصب".

وبحسب الجدول، نلاحظ أن قيمة ف للاختبار هي 51.997، و هي قيمة كبيرة جدًا، مما يشير إلى وجود فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسطات المجموعات.

و بالتالي، يمكننا القول أن هناك فرقًا حقيقيًا بين متوسطات درجات أفراد العينة واتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية حسب متغير "المنصب".

و بعبارة أخرى، فإن اتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية تختلف باختلاف مناصبهم.

و قد تعود هذه العلاقة بين المنصب واتجاهات الإعلاميين الجزائريين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية، إلى ما يلي:

- المسؤولية المهنية: قد يكون الإعلاميون الجزائريون الذين يشغلون مناصب عليا أكثر شعورًا بالمسؤولية المهنية تجاه الجمهور، وبالتالي قد يكونون أكثر حرصًا على الحصول على المعلومات والأخبار من مصادر

## الجانب التطبيقي

موثوقة ودقيقة، هذا قد يجعلهم أكثر ميلاً إلى مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية التي تُعرف بمصداقيتها ودقتها.

- الضغوط المهنية: قد يكون الإعلاميون الذين يشغلون مناصب عليا أكثر عرضة للضغوط المهنية، مثل المواعيد النهائية للعمل الضيقة ومتطلبات العمل الكثيرة، هذا قد يجعلهم أكثر ميلاً إلى مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية التي تقدم محتوى سريع وسهل الهضم، بدلاً من القنوات التي تقدم محتوى أكثر عمقاً وتخصصاً.

- الانتماءات السياسية: قد يكون الإعلاميون الذين يشغلون مناصب عليا أكثر ارتباطاً بالأحزاب السياسية أو الجماعات ذات المصالح الخاصة مثل ملاك الصحف و القنوات التلفزيونية الذين يفرضون عليهم خطأ إفتتاحيا معيناً، و هذا قد يؤثر على اتجاهاتهم نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية المختلفة، حيث قد يكونون أكثر ميلاً إلى مشاهدة القنوات التي تدعم آرائهم السياسية أو مصالحهم الخاصة.

### 8.4.4. حسب متغير "المنصب"

الجدول رقم (36): يوضح نتائج اختبار المقارنة البعدية "توكي" "TUKEY" لمعرفة مستوى وجود الفروق في درجة اتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

مستوى الدلالة عند مستوى 0.05			العدد	المستوى العلمي
3	2	1		
		74.25	88	رئيس تحرير
	79.67		66	رئيس قسم
	83.88		176	صحفي
101.00			22	مدير تحرير
1.000	.115	1.000		مستوى الدلالة

يوضح الجدول رقم (36) نتائج اختبار المقارنة البعدية "توكي" لمعرفة مستوى وجود الفروق في

درجة اتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية المدروسة حسب متغير "المنصب".

وبحسب الجدول، نلاحظ ما يلي:

1- لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين يشغلون منصب رئيس تحرير ومتوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين يشغلون منصب رئيس قسم.

## الجانب التطبيقي

2- يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين يشغلون منصب رئيس تحرير ومتوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين يعملون كصحفيين.

3- يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين يشغلون منصب رئيس قسم ومتوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين يعملون كصحفيين.

4- يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين يعملون كصحفيين ومتوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين يشغلون منصب مدير تحرير.

5- لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين يشغلون منصب رئيس تحرير ومتوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين يشغلون منصب مدير تحرير.

6- لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين يشغلون منصب رئيس قسم ومتوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذين يشغلون منصب مدير تحرير.

وبالتالي، يمكننا القول أن اتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية تختلف باختلاف مناصبهم، حيث أن الإعلاميين الذين يشغلون مناصب أعلى لديهم اتجاهات أكثر إيجابية نحو هذه القنوات مقارنة بالإعلاميين الذين يشغلون مناصب أقل لأنهم قد يكونون قد عملوا في هذه القنوات أو تابعوها لفترة أطول من الإعلاميين الذين يشغلون مناصب أقل.

وتعزى هذه النتائج حسب الباحث إلى أن هناك علاقة بين المنصب واتجاهات الإعلاميين الجزائريين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية، حيث أن الإعلاميين الذين يشغلون مناصب عليا لديهم اتجاهات أكثر إيجابية نحو هذه القنوات مقارنة بالإعلاميين الذين يشغلون مناصب أقل، وهناك العديد من العوامل التي قد تفسر هذا الاختلاف في الاتجاهات، بما في ذلك انفتاح هؤلاء الإعلاميين على الأفكار والآراء الجديدة، ومهاراتهم في تقييم مدى مصداقية ودقة المعلومات التي يستقونها من هذه القنوات، فضلا عن ميولهم لاستخدام القنوات الفضائية الإخبارية العربية كمصدر للمعلومات والأخبار و هذا يدخل في صميم مسؤولياتهم كحراس بوابة في مراقبة و تقييم مختلف المواضيع والتقارير التي تصلهم من الصحفيين أو من المحررين العاديين .

كما أن الإعلاميين الجزائريين الذين يشغلون مناصب عليا (رؤساء تحرير، مديرو تحرير، مديرو أقسام) لديهم اتجاهات أكثر إيجابية نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية مقارنة بالإعلاميين الذين يشغلون مناصب أقل (صحفيون، مراسلون، محررون).

و يعتقد الباحث أن هناك عوامل أخرى مساعدة في تفسير هذه النتائج نذكرها فيما يلي :

-الجيل: قد يكون الإعلاميون الجزائريون الذين يشغلون مناصب عليا ينتمون إلى جيل أكبر من الإعلاميين الجزائريين الذين يشغلون مناصب أقل، و قد يكون قد هذا أدى إلى اختلاف في تجاربهم الحياتية والسياسية، مما قد يؤثر على اتجاهاتهم نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

-الوضع الاجتماعي والاقتصادي: من المرجح أن الإعلاميون الجزائريين الذين يشغلون مناصب عليا يتمتعون بوضع إجتماعي واقتصادي أكثر راحة من الإعلاميين الجزائريين الذين يشغلون مناصب أقل، وهذا قد يؤثر على اتجاهاتهم نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

-الإنتماءات المهنية: قد يكون الإعلاميون الجزائريون الذين يشغلون مناصب عليا أكثر انتماءً إلى نقابات وجمعيات مهنية من الإعلاميين الذين يشغلون مناصب أقل، وهذا قد يؤثر على اتجاهاتهم نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية، حيث قد يكونون أكثر ميلاً إلى مشاهدة القنوات التي تحظى بدعم نقاباتهم وجمعياتهم المهنية.

و يلاحظ الباحث أن هذه النتائج أتت متسقة مع نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي "أنوفا"، والتي أشارت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة على بنود تقييم اتجاهات الإعلاميين الجزائريين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية، حسب متغير المنصب.

و تشير النتائج التي وردت في الجدول بناء على اختبار المقارنة البعدية "توكي"، إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة على بنود تقييم اتجاهات الإعلاميين الجزائريين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية، حسب متغير المنصب، وهذا يعني أن اتجاهات الإعلاميين الجزائريين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية تختلف باختلاف مناصبهم.

## النتائج العامة للدراسة

### 5. النتائج العامة للدراسة:

توصلت الدراسة التي قام بها الباحث إلى عدة نتائج يمكننا أن نذكرها كما يلي:

1. إحتل الذكور المرتبة الأولى في عينة الدراسة مقارنة بالإناث، حيث بلغت نسبة الذكور 68.8% بتكرار 242 مرة، بينما بلغت نسبة الإناث 31.3% وبتكرار 110 مرة، و مرد ذلك إلى أن فئة الذكور أبدت إستعدادها للمشاركة في الدراسة كما أن مهنة الصحافة في الجزائر وعكس المهن الأخرى يطغى عنصر الذكور قد تكون لأسباب إجتماعية بإعتبار أن أغلب الأسر الجزائرية هي أسر محافظة و قد تستهجن إلتحاق الإناث بمهنة الصحافة .

2. بالنسبة للفئات العمرية تصدرت الفئة الأولى من 29 سنة إلى 34 سنة، وتحتوي على تكرار قدره 44، وتشكل نسبة مئوية تبلغ 12.5%، بينما جاءت في المرتبة الثانية الفئة الثانية من 35 سنة إلى 40 سنة، وتحتوي على تكرار قدره 66، وتشكل نسبة مئوية تبلغ 18.8%، لتأتي في المرتبة الثالثة الفئة الثالثة من 41 سنة إلى 45 سنة، وتحتوي على تكرار قدره 88، و هنا جاءت الفئة العمرية الثانية أي من 35 سنة إلى 40 سنة في المرتبة الأولى، نظرا إلى التطور الكبير الذي عرفته الصحافة الجزائرية في مرحلة التعددية حيث شهدت إلتحاق الكثير من الصحافيين الشباب بمهنة الإعلام مما جعلهم بعدة مدة يشكلون الأغلبية بالنسبة لإجمالي الإعلاميين الجزائريين.

3. بالنسبة للمستوى العلمي جاءت الفئة الأعلى "الليسانس" بتكرار قدره 235، وتمثل نسبة مئوية تبلغ 66.76%، بينما جاءت في المرتبة الثانية فئة "ماستر" بتكرار قدره 73، وتمثل نسبة مئوية تبلغ 20.73%، أما فئة "ماجستير" فقد إحتلت المرتبة الثالثة بتكرار قدره 17، وتمثل نسبة مئوية تبلغ 4.82%، و جاءت هذه النتيجة مطابقة للإتجاه العام في المستوى العلمي للإعلاميين الجزائريين، حيث يتخرج كل عام الالاف من الطلبة في تخصص الإعلام، كما ان الإلتحاق بميدان الصحافة لا يتطلب مستوى تعليمي أعلى .

4. بالنسبة للخبرة المهنية لمفردات الدراسة، ظهر أن النسبة المئوية الأعلى هي لذوي الخبرة المهنية لأكثر من 24 عامًا من الخبرة (50.0%)، تليها النسبة المئوية لمفردات البحث الذين لديهم من 6 إلى 11 عامًا من الخبرة (25.0%)، أما النسبة المئوية الأقل فهي تتعلق بمفردات البحث الذين لديهم من 12 إلى 17 عامًا من الخبرة (6.3%)، و جاءت هذه النتيجة لتؤكد النتيجة التي سبقتها و المتعلقة بالفئة العمرية، حيث أن

## النتائج العامة للدراسة

إفنتاح قطاع الصحافة بعد التعددية و ظهور العشرات من الصحف و القنوات التلفزيونية في بدبداية الألفينيات سمح بإلتحاق الكثير من الإعلاميين الشباب الذين إكتسبوا اليوم خبرة بالنتيجة المذكورة.

5. بالنسبة لمتغير المنصب ظهر أن النسبة المئوية من مفردات البحث من الذين يحتلون منصب صحفي يمثلون النسبة الأكبر من المشاركين في الدراسة (50.0%)، ثم تأتي النسبة المئوية من مفردات البحث من ذوي منصب رئيس التحرير (25.0%)، بينما النسبة المئوية من ذوي منصب رئيس قسم و ومدير التحرير نسبًا مئوية أقل، حيث يمثل رؤساء الأقسام 18.8%، و خلصت الدراسة إلى هذه النتيجة بالنظر إلى طبيعة العمل الصحفي أو الإعلامي الذي يتطلب عددا كبيرا من الإعلاميين بالمقارنة مع المناصب الأخرى التي عددها محدود في كل وسيلة إعلامية بإعتبارها مناصب مسؤولة.

6. بالنسبة لمتغير كيفية مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية كانت المئوية الأعلى التي تمثل مفردات الذين يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية هي دائما (75.0%)، وهي نسبة مرتفعة تؤكد أهمية القنوات الإخبارية العربية بالنسبة للإعلاميين الجزائريين، و جاءت هذه النتيجة لتؤكد إرتباط الإعلاميين الجزائريين بمصادر الأخبار و ذلك من أجل الحصول على الأخبار و المعلومات الكافية التي تساعدهم في تحرير تقاريرهم الإخبارية كما تسمح لهم بإكتساب معارف وخبرات يوظفونها في المقالات التحليلية أو المشاركة في الندوات و المؤتمرات الصحفية و البرامج الحوارية .

7. بالنسبة لترتيب مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية لدى الإعلاميين الجزائريين، تصدرت قناة الجزيرة الترتيب بنسبة 47.2%، تليها قناة النهار الجزائرية بنسبة 29%، ثم قناة الشروق الجزائرية بنسبة 6%، ثم قناة العربية بنسبة 5.7%، ثم تأتي باقي القنوات، و هذه النتيجة تبرز العمل الكبير التي تقوم به قناة الجزيرة التي أكدت ريادتها في مجال الحصول على المعلومات و توليد الأخبار من أماكن حدوثها بسبب إمتلاكها لوسائل ضخمة تسمح لها بالريادة في مجال صناعة الأخبار، إضافة إلى شبكة مراسليها المتواجدة في أغلب المناطق التي تعتبر مهذا للأحداث .

8. بخصوص متغير مدة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية تبين أن النسبة المئوية الأعلى هي تلك المتعلقة بالذين يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية منذ أربع سنوات فما فوق (68.8%)، تليها النسبة المئوية المتعلقة بالذين يشاهدونها منذ ثلاث سنوات (12.5%)، و خلصت الدراسة على هذه النتيجة بالنظر إلى بروز هذه القنوات على المستوى العربي و الدولي خلال السنوات الأخيرة، كما أن الواقع

## النتائج العامة للدراسة

الإعلامي الجزائري عرف مرحلة ذهبية مع ظهور قنوات تلفزيونية إخبارية ولكنها تراجعت خلال السنوات الأخيرة لصالح القنوات الإخبارية العربية.

9. بالنسبة لمتغير عدد مرات مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية، ظهر أن النسبة المئوية الأعلى جاءت لتخص مفردات الدراسة الذين يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية يوميًا (68.8٪)، ثم النسبة المئوية لمفردات الدراسة الذين يشاهدونها مرة كل يومين (25.0٪)، وخلصت الدراسة على هذه النتيجة بسبب إهتمام الإعلاميين الجزائريين بالقنوات الإخبارية العربية باعتبارها مصدرا للمعلومات، بهدف توظيفها في عملهم الإعلامي، كما ان الإعلاميين بطبعهم يحرصون على مطالعة مختلف الأخبار التي تنتجها هذه القنوات مثلهم مثل عامة الجمهور الذي يهتم بالأحداث المحلية و الجهوية و الدولية .

10. بالنسبة لمتغير مدة المشاهدة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية وصلت النسبة المئوية الأعلى لتخص مفردات البحث الذين يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية لأكثر من أربع ساعات (25.0٪)، ثم تلك التي تتعلق بمفردات البحث أولئك الذين يشاهدونها من ساعة إلى ساعتين (25.0٪)، وهذه النتيجة تبرز مدى حرص الفئة المبحوثة على متابعة آخر المستجدات من الأخبار و متابعة البرامج الحوارية و التحليلات التي ترافق نشرات الأخبار، بهدف معرفة ما يجري من أحداث في العالم و إستعمالها في تحرير مواضيعهم ومقالاتهم وتقاريرهم الإخبارية باعتبارها مصدرا للمعلومات لصالح مؤسساتهم الإعلامية .

11. بخصوص متغير طبيعة الأخبار مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية، جاءت متمثلة في أن معظم الإعلاميين الجزائريين (50.9٪) يفضلون مشاهدة الأخبار السياسية على القنوات الفضائية الإخبارية العربية، بينما يفضل 12.5٪ الأخبار المحلية، و هذا الأمر يعود إلى أن هذه القنوات تهتم بالأساس بالأخبار السياسية على حساب الأخبار و نلاحظ هذا جيدا في قنوات مثل الجزيرة و العربية و النهار الجزائرية والثالثة الجزائرية.

12. بالنسبة لمتغير مكان المشاهدة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية تبين أن معظم الإعلاميين الجزائريين (87.5٪) يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية في المنزل، بينما يشاهدها 12.5٪ في العمل، و خلصت الدراسة إلى هذه النتيجة بالنظر إلى طبيعة العمل الصحفي الذي لا يترك وقت فراغ لهم لمتابعة هذه القنوات خلال ساعات اليوم، كما أن القنوات تخصص نشرات دسمة و تحليلات عميقة لمجمل

## النتائج العامة للدراسة

الأحداث في النشرات الإخبارية الرئيسية والتي عادة ما تكون على الساعة الثامنة أي خلال ذروة المشاهدة

13. بالنسبة لفترة المشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية نجد أن المرتبة الأولى إحتلتها مفردات البحث الذين يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية ليلاً و ذلك بنسبة مئوية قدرها (43.8%)، ثم جاءت المرتبة الثانية لتخص مفردات الدراسة الذين يشاهدونها في الفترة المسائية حيث بلغت النسبة (31.3%)، و جاءت هذه النتيجة مطابقة لبعض النتائج السابقة حيث أن طبيعة العمل الإعلامي يتطلب تفرغاً من قبل الإعلاميين خلال النهار، مما يجعلهم يفضلون مشاهدة القنوات الإخبارية العربية خلال الليل أي بعد عودتهم على المنزل، كما ان بعضهم ينتظر بمقرات وسائل الإعلام التي يشتغلون بها إلى غاية إقفال الجريدة بالنسبة للصحافة المكتوبة أو يعملون بنظام الدوام كما هو في الإذاعة و التلفزيون

14. بالنسبة لمتغير دوافع مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية وفقاً لدافع "سهولة الحصول على المعلومة" ظهر أن الإعلاميين الجزائريين يفضلون مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية التي توفر لهم سهولة الوصول إلى المعلومات والأخبار المختلفة، والتي "تتيح لهم أكثر من مصدر للمعلومات" أنها جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 31.3%، ثم "لأنها تتيح لي أكثر من مصدر" نلاحظ أنها جاءت بنسبة 18.8%، لتتبعها "معرفة كل ما هو جديد": بنسبة 12.5%، و تأتي هذه النتيجة لتؤكد أن الفئة المبحوثة و بالنظر إلى طبيعة عملها تجد سهولة في الحصول على المعلومات و إعتبرها مصادر للمعلومات من خلال القنوات و خاصة و هي مزودة بشريط الأخبار العاجلة الذي يجعلها تأخذ شكل الصحافة الإلكترونية الفورية أو "الأونلاين".

15. بالنسبة لمتغير الإشباع المحققة من مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية تبين أن معظم الإعلاميين الجزائريين (56.3%) يحصلون على المعلومات المختلفة من مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية، بينما يتفاعل 43.8%، مع ما تقدمه هذه القنوات من منتج إعلامي، و يظهر من خلال ذلك أن متوسط عدد الإعلاميين الجزائريين الذين يحصلون على المعلومات المختلفة من مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية هو 198 إعلامياً، بنسبة مئوية هي 56.3%، و تأتي هذه النتيجة لتؤكد نتائج سابقة و هي أن الإعلاميين في غالبيتهم يهتمون بالمحتوى الإخباري الذي تنتجه و تبثه القنوات الإخبارية العربية ن كما أن هذا المحتوى يستغلونه في تحرير تقاريرهم الإخبارية و مقالاتهم التحليلية، كما ان هذا يأتي كنتيجة لإعتبار الفئة المبحوثة القنوات الفضائية الإخبارية العربية كمصدر للمعلومات .

## النتائج العامة للدراسة

16. بالنسبة لكيفية مشاهدة القنوات الاخبارية الفضائية العربية وفقا لمتغير الجنس، ظهر أن إجمالي عدد الإعلاميين الذين يشاهدون القنوات الإخبارية الفضائية العربية حسب فئة "دائمًا" هو 264، بينما إجمالي عدد الإعلاميين الذين يشاهدون هذه القنوات حسب فئة "أحيانًا" هو 66، وإجمالي عدد الإعلاميين الذين يشاهدون هذه القنوات حسب فئة "نادرًا" هو 22، و خلصت الدراسة إلى هذه النتيجة، لتبين أن الإعلاميين الجزائريين يحرصون على متابعة هذه القنوات لما تبثه من أخبار و تحليل و برامج حوارية مهمة تفيدهم في معرفة ما يجري محليا و إقليميا و جهويا و دوليا، كما أن طبيعة عملهم تتطلب المتابعة الدائمة لقنوات السالفة الذكر ،

17. بالنسبة لترتيب القنوات الاخبارية الفضائية العربية وفقا لمتغير الجنس، تبين أن الذكور يشاهدون قناة الجزيرة: 98 مرة ثم قناة النهار: 67 مرة، ثم قناة الشروق: 21 مرة، ثم بقية القنوات، وأما الإناث فيشاهدن قناة الجزيرة: 68 مرة، ثم قناة النهار: 35 مرة ثم قناة الشروق بصفر مرة، و تأتي هذه النتيجة لتؤكد أن الذكور يتابعون كثيرا قناة الجزيرة نظرا لتفوقها في تغطية الأحداث الجارية و تقديمها في شكل نشرات إخبارية و مواجيز و برامج حوارية متنوعة، بينما جاءت الإناث بنسبة أقل في متابعة هذه القناة ربما لطبيعة إتجاههم نحو متابعة أقل للأحداث السياسية التي تغطي في قناة الجزيرة و على العموم كلا من الذكور يتابعون أكثر هذه القناة مقارنة بالقنوات الأخرى بسبب تفوقها كمصدر مهم للأخبار و مهنتها في طرح القضايا التي تهم الجمهور .

18. بالنسبة لدوافع مشاهدة القنوات الاخبارية الفضائية العربية وفقا لمتغير الجنس تبين أن 88 إعلاميا من الذكور (36.4%) و 22 إعلامية من الإناث (20.0%) أكدوا أن سهولة الحصول على المعلومات هو الدافع الرئيسي لمشاهدتهم للقنوات الإخبارية الفضائية العربية، و تظهر النتيجة أن النسبة متقاربة بين الذكور و الإناث في دافع مشاهدة هذه القنوات و هذا يشير إلى أن الأفراد المبحوثين يفضلون مشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية التي توفر لهم المعلومات بطريقة سهلة وسريعة، كما أن هذا يدل ان الفئة المبحوثة من الذكور و الإناث يعتبرون أن القنوات الفضائية الإخبارية العربية مصدرا للمعلومات يستغلونها في إنجاز عملهم الإعلامي اليومي على مستوى وسائل الإعلام التي يشتغلون بها .

19. بالنسبة لترتيب مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية وفقا لمتغير السن، ظهر أن قناة الجزيرة احتلت المرتبة الأولى ب 166 مفردة بالنسبة لكل الفئات العمرية التي تناولتها الدراسة ثم جاءت قناة النهار ب 102 مفردة ، و هذا يظهر أن قناة الجزيرة تحظى بأهمية خاصة لدى الإعلاميين الجزائريين بمختلف

## النتائج العامة للدراسة

أعمارهم و ذلك بالنظر إلى قدرتها على إنتاج كم هائل من الاخبار و التقارير الإخبارية و تواجدها دوما في موقع الحدث ، و جاءت قناة النهار باعتبارها قناة جزائرية إخبارية تمكنت خلال السنوات الأخيرة من كسب نسبة مشاهدة عالية بين القنوات الأخرى بفضل محتواها الإخباري الثري و نجاحها في رصد مختلف الأخبار الوطنية و منها المحلية بالخصوص .

20. بالنسبة لكيفية مشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية وفقا لمتغير السن، تبين أن إجمالي عدد الأشخاص الذين يشاهدون القنوات الإخبارية الفضائية العربية دائماً هو 242 تكراراً، بينما إجمالي عدد الأشخاص الذين يشاهدون هذه القنوات أحياناً هو 67 تكراراً، وإجمالي عدد الأشخاص الذين يشاهدون هذه القنوات نادراً هو 43، و تأتي هذه النتيجة لتؤكد نتائج سابق و هو أن مختلف الفئات العمرية يحرصون على متابعة القنوات الفضائية الإخبارية العربية بشكل دائم لمتابعة الأحداث الجارية و بالتالي الحصول على أخبار و معلومات تفيدهم في مجال عملهم و تجعلهم على إطلاع دائم بما يجري عبر العالم .

21. بالنسبة لدوافع مشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية وفقاً لمتغير السن، تبين أن الإعلاميين الجزائريين الذين تتراوح أعمارهم بين 29 و 34 عاماً يفضلون في غالبيتهم مشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية لـ "سهولة الحصول على المعلومة" : 13 مرة، و حسب الفئة العمرية من 35 سنة إلى 40 سنة: ظهر أن غالبيتهم لـ "سهولة الحصول على المعلومة" : 22 مرة، و حسب الفئة العمرية من 41 سنة إلى 45 سنة: ظهر أن أغلبهم لـ "سهولة الحصول على المعلومة" : 42 مرة، و بالنسبة للفئة العمرية أكثر من 46 سنة: تبين أن أغلبهم لأنها "تتيح لي كل ما هو جديد" : 40 مرة، و تظهر هذه النتيجة أن متغير السن يلعب دوراً مهماً في تحديد دوافع مشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية، حيث ظهر أن الفئة العمرية من 41 سنة إلى 45 سنة: ظهر أن أغلبهم لـ "سهولة الحصول على المعلومة"، و هذا يبين أن هذه القنوات تعتبر مصدراً مهماً في الحصول على المعلومة، و أن القنوات المذكورة تحرص على توفير كل الأخبار و المعلومات لمختلف الأحداث بطريقة سهلة و احترفة و في ظرف قياسي .

22. بالنسبة لدرجة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية وفقاً لمتغير المستوى التعليمي توصلت الدراسة إلى أن إجمالي عدد وحدات الدراسة الذين يشاهدون القنوات الإخبارية الفضائية العربية نادراً هو 22 فرداً ، بينما إجمالي عدد الأفراد الذين يشاهدون هذه القنوات أحياناً هو 66 فرداً، وإجمالي عدد الأفراد الذين يشاهدون هذه القنوات دائماً هو 264 فرداً، كما سجلت أعلى نسبة بين حاملي مستوى الليسانس من حيث نسبة المشاهدة و بلغت دائماً: 173 مرة، ثم تليها أحياناً: 44 مرة، كما سجلت

## النتائج العامة للدراسة

أعلى نسبة بين حاملي مستوى الماستر من حيث نسبة المشاهدة دائماً: 79 مرة، ثم تلتها أحياناً: 19 مرة، و تبين هذا النتيجة أن هناك علاقة إرتباطية بين درجة مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية وفقاً لمتغير المستوى التعليمي، حيث أن أفراد الدراسة من المستوى التعليمي العالي يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية العربية بانتظام و هذا يدل على حرصهم إلى إستيقاء الأخبار و المعلومات من هذه القنوات و حرصهم أيضاً على الإستفادة من هذه القنوات كمصادر مهمة للأخبار التي يحتاجونها في عملهم الإعلامي.

23. بالنسبة لترتيب مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية وفقاً لمتغير المستوى التعليمي تبين أن القنوات الإخبارية الفضائية العربية الأكثر تفضيلاً من حيث المشاهدة بين الأفراد ذوي المستويات العلمية العليا هي الجزيرة والنهار، بينما القنوات الإخبارية الفضائية العربية الأقل تفضيلاً بين الأفراد ذوي المستويات العلمية المنخفضة هي الشروق والجزائرية الثالثة والعربية وباقي القنوات، وتدلل هذه النتيجة أن المستوى التعليمي يلعب دوراً مهماً في إختيار متابعة الفئة المبحوثة للقنوات الإخبارية العربية، حيث أن أصحاب الشهادات العليا يجدون في قناتي الجزيرة و النهار الأولوية من حيث المتابعة و ذلك لحرصهم على متابعة مجمل الأحداث التي تعالجها هذه القنوات .

24. بالنسبة لدوافع مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية وفقاً لمتغير المستوى التعليمي فقد تصدر دافع سهولة الحصول على المعلومة الترتيب لدى الإعلاميين الجزائريين الحاصلين على شهادة الليسانس والإعلاميين الجزائريين الحاصلين على شهادة الماجستير، وتأتي هذه النتيجة لتؤكد أن هناك علاقة بين المستوى التعليمي و دوافع مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية، حيث إحتلت قناة الجزيرة المرتبة الأولى بين أفراد الفئة المبحوثة من ذوي مستوى الليسانس بـ " 94 تكرارا " و من ذوي مستوى ماستر بـ " 63 تكرارا "، و بهذا لأن قناة الجزيرة تقدم محتوى جدياً يتطلب مستويات عليا لفهمه كما أن طبيعة معالجتها للأحداث يكون بالأساس من خلال تحليلاتها العميقة و إستعانتها بخبراء و محللين من ذوي المستوى العلمي العالي حيث تحرص الجزيرة على الحفاظ على مصداقيتها بين النخب التعليمية العالية من حيث المستوى العلمي.

25. و جاء ترتيب مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية وفقاً لمتغير المستوى العلمي متبايناً بين فئات المستويات التعليمية حيث توصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة إرتباطية بين المستوى التعليمي و دوافع الإعلاميين الجزائريين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية حيث نجد أن دافع مفردات الدراسة الذين

## النتائج العامة للدراسة

يحملون شهادة الليسانس لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية هو متابعة هي معرفة كل ما هو جديد (76 إعلاميًا)، الذين يحملون شهادة الماستر لمشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية هي معرفة كل ما هو جديد (20 إعلاميًا)، و خلصت الدراسة إلى هذه النتيجة لتبين أن أغلبية على اختلاف مستوياتها التعليمية مفردات الدراسة تبحث عن المستجدات من الأخبار و المعلومات من القنوات الفضائية الإخبارية العربية، و هذا من صميم إتجاهات الإعلاميين الجزائريين الذين ووفقا لما سبق يعبرون القنوات الفضائية الإخبارية العربية مصدرا هما لهم للأخبار التي تفيدهم في مجال عملهم .

26. وبالنسبة لترتيب مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية ووفقًا لمتغير الخبرة المهنية، ظهر أن القنوات الإخبارية الفضائية العربية الأكثر تفضيلا من حيث المشاهدة بين الإعلاميين من ذوي الخبرة المهنية العالية هي الجزيرة والنهار، بينما القنوات الإخبارية الفضائية العربية الأقل تفضيلا بين الأفراد ذوي الخبرة المهنية المنخفضة هي الشروق والجزائرية الثالثة والعربية، و تدل هذه النتيجة على أن هناك علاقة إرتباطية بين ترتيب مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية و متغير الخبرة المهنية حيث أن الإعلاميين من ذوي الخبرة المهنية العالية يفضلون مشاهدة قناة الجزيرة و بدرجة أقل النهار و ذلك لأن هؤلاء الإعلاميين يحرصون على متابعة الجزيرة نظرا للمعلومات و الأخبار المهمة التي تقدمها في كل الأوقات، أما إهتمامهم بقناة النهار فيعود إلى حرصهم على متابعة الأخبار المحلية لهذه القناة داخل الجزائر و يتابعها بكثرة الجمهور الجزائري .

27. وبالنسبة لدوافع مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية ووفقًا لمتغير الخبرة المهنية، تبين أن الدافع لمشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية الأكثر إختيارا بين الأفراد ذوي الخبرة المهنية العالية هو "متابعة آخر الأخبار المختلفة"، بينما الدافع الأقل إختيارا بين أفراد نفس الفئة هو لـ "معرفة أخبار السياسيين وقادة الرأي"، و تدل هذه النتيجة التي خلصت إليها الدراسة أن هناك علاقة إرتباطية بين دوافع مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية و متغير الخبرة المهنية، و يدل ذلك على أن الفئة المبحوثة من المستوى لتعليمي العالي تحرص على متابعة متابعة آخر الأخبار المختلفة و هذا طبيعي بالنظر إلى طبيعة عمل هذه الفئة التي تعتمد عليها الصحف و الإذاعات و القنوات الفضائية في رصد الأخبار و إعدادها في مقالاتهم و تقاريرهم الإخبارية لصالح وسائل الإعلام التي يشتغلون بها .

28. و بالنسبة للفروق في درجات اتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية حسب متغير الجنس تبين أن متوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الذكور نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية جاء

## النتائج العامة للدراسة

أعلى من متوسط درجة اتجاهات الإعلاميين الإناث، حيث بلغ متوسط درجة الذكور 82.45، بينما بلغ متوسط درجة الإناث 80.20، كما ظهر أن قيمة ت للاختبار هي 58.252، و هي قيمة كبيرة جداً، مما يشير إلى وجود فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسطات المجموعتين.

29. أن هناك فرقاً حقيقياً بين متوسطات درجات أفراد العينة واتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية حسب متغير "السن". وعليه فإن اتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية تختلف باختلاف أعمارهم.

30. أكدت النتائج المتوصل إليها أن الإعلاميين الأكبر سناً لديهم اتجاهات أكثر إيجابية نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية مقارنة بالإعلاميين الأصغر سناً.

31. أن هناك فرقاً حقيقياً بين متوسطات درجات أفراد العينة واتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية حسب متغير "المستوى العلمي". و منه، فإن اتجاهات الإعلاميين الجزائريين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية تختلف باختلاف مستوياتهم العلمية. حيث أن ذوي الشهادات العلمية العليا لديهم اتجاهات أكثر إيجابية نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية مقارنة بالإعلاميين ذوي الشهادات العلمية الأقل.

32. أن هناك فرقاً حقيقياً بين متوسطات درجات أفراد العينة واتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية حسب متغير "الخبرة المهنية". حيث أن الإعلاميين الذين لديهم خبرة مهنية أقل من 5 سنوات لديهم اتجاهات أكثر إيجابية نحو هذه القنوات مقارنة بالإعلاميين الذين لديهم خبرة مهنية أكثر من 5 سنوات.

33. أن هناك فرقاً حقيقياً بين متوسطات درجات أفراد العينة واتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية حسب متغير "المنصب". حيث أن الإعلاميين الذين يشغلون مناصب أعلى لديهم اتجاهات أكثر إيجابية نحو هذه القنوات مقارنة بالإعلاميين الذين يشغلون مناصب أقل.

خاتمة

## خاتمة:

تعتبر دراسة الإتجاهات في حقل الإعلام والإتصال ذات أهمية كبيرة لأنها تسمح بفهم تطلعات و إهتمامات الجمهور بصفة عامة و خاصة من ناحية معرفة المحتوى الإعلامي الذي من المفترض أن تقدمه مختلف وسائل الإعلام نحو جمهورها، و ذلك لأن طبيعة و منهجية دراسة الإتجاهات تفضي إلى تحديد رغبات و إحتياجات الجمهور بصفة دقيقة سواء من الناحية الشكلية مثل العادات و الأنماط أو من ناحية المضمون مثل طبيعة المحتوى الذي يريده الجمهور .

و تعتبر دراسة الإتجاهات بالطريقة العلمية من شأنها أن توجه القائمين بالإتصال في وسائل الإعلام أو القائمين على وسائل الإعلام و تدفعهم نحو تحسين المحتوى الإعلامي الذي يقدمونها نحو الجمهور .

و بهذا الصدد فقد سمحت هذه الدراسة حول موضوع إتجاهات الإعلاميين الجزائريين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية من معرفة إتجاهات هذه الفئة من القائمين بالإتصال مع إدراج مختلف المتغيرات التي تتطلبها مثل هذه الدراسات، حيث بينت الدراسة أن هناك إتجاها عاما قويا من الإعلاميين الجزائريين نحو ما تبثه هذه القنوات، وهذا يدل أن الإعلاميين الجزائريين مهتمون بما تبثه هذه القنوات من مواد إعلامية وتقارير إخبارية و برامج حوارية، بينت الدراسة أن الإعلاميين الجزائريين يعتبرون أن القنوات الفضائية الإخبارية العربية تعتبر بالنسبة لهم مصادر مهمة للحصول على الأخبار التي تساعدهم على فهم ما يجري من أحداث سياسية وإقتصادية و إجتماعية وثقافية، و هذا يعد بالنسبة إليهم مفتاحا مهما في إعدادهم لتقاريرهم الإخبارية و مقالاتهم التحليلية و في إعداد البرامج الحوارية و الإخبارية التي يقدمونها على القنوات ووسائل الإعلام التي يشتغلون بها .

و أظهرت الدراسة أن المستوى التعليمي يلعب دورا هاما بالنسبة للإعلاميين الجزائريين في تحديد إتجاهاتهم نحو المحتوى الذي تقدمه القنوات الفضائية الإخبارية العربية، حيث تبين أن معظم الإعلاميين الذين يحملون شهادات عليا من ليسانس و ماستر بالخصوص ثم من حاملي الماجستير و الدكتوراه عموما لهم إتجاهات إيجابية نحو ما تقدمه القنوات الفضائية الإخبارية حيث تبين أنهم يهتمون بمتابعة هذه القنوات بشكل دائم حيث توصلت الدراسة إلى أن أغلبية مفردات العينة من الإعلاميين الجزائريين، يتابعون برامج القنوات المذكورة يوميا و يفضلون الأخبار والمعلومات و يرون بهذا الصدد أنهم يعتبرون ما تقدمه بمثابة مصادر مهمة لهم .

و من الإتجاهات الجديرة بالإهتمام من خلال هذه الدراسة نجد أن أغلبية الإعلاميين من الفئات العمرية المختلفة هم من الإعلاميين الشباب و هذا يدل أن وسائل الإعلام الجزائرية التي كانت موجهة في عهد الحزب

## خاتمة

الواحد قد عرفت إنفتاحا كبيرا خلال العقدین الأخيرین و ذلك بفتح المجال أمام إنشاء مؤسسات إعلامية، كانت اخرها ظهور العديد من الصحف الإلكترونية و العديد من القنوات التلفزيونية و التي سمحت بإمتصاص عدد كبير من خرجي الجامعات الجزائرية و خاصة في تخصص الإعلام و الإتصال، و أظهرت الدراسة أن هذه الفئات العمرية لها إتجاهات إيجابية نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية و جمعت هذه الفئات بين القنوات التقليدية أو القديمة مثل الجزيرة و بين القنوات الجديدة ذات التوجه الشبائي في تناول القضايا و عرض التقارير الإخبارية و تحليل الأحداث الجارية محليا و دوليا .

و من الإتجاهات المهمة و الملفتة للإنتباه في هذه الدراسة هي أن قناة الجزيرة الإخبارية إحتلت المرتبة الأولى من حيث نسبة المتابعة و من حيث ترتيبها من بين القنوات الإخبارية الأخرى و حتى يربطها بالكثير من المتغيرات المدرجة مثل الخبرة المهنية و هذا يدل ان هذه القناة و رغم ظهور قنوات جزائرية التي سمحت بها الدولة الجزائرية خلال بداية ظهور ما يسمى بالربيع العربي، ومنها قنوات رائدة في مجال بث الأخبار مثل النهار إلا أنها بقيت رائدة من ناحية نسبة المشاهدة و أنماط المشاهدة، ولعل المهم في كل هذا أن هذه القناة القطرية، يتابعها الإعلاميون الجزائريون و يعتبرونها قناة رائدة من ناحية محتواها الإعلامي و يعتمدون عليها في الحصول على الأخبار و المعلومات، وهنا يمكن أن نطرح تساؤلات عديدة حول تأثير هذه القنوات ليس على الجمهور العام ولكن حتى على القائمين بالإتصال و منها السؤال المحوري الذي يتعلق بمدى تأثير برامج هذه القناة على السياسة التحريرية لوسائل الإعلام الجزائرية، و نعتقد أن هذه التساؤلات قد تصلح لمحاوَر دراسات أخرى في حقل علوم الإعلام و الإتصال.

و من ضمن النتائج الهامة التي توصلت إليها الدراسة كذلك نجد أن أغلبية الفئة المبحوثة من الإعلاميين الجزائريين هي أنهم يحصلون على المعلومات المختلفة و ما تقدمه هذه القنوات الفضائية الإخبارية العربية، من منتج إعلامي، وهذا يبين مدى إتباط الفئة المبحوثة بالقنوات المذكورة بما يعني أن هناك علاقة إرتباطية بين ما تقدمه القنوات من محتوى إعلامي و إحتياجات الإعلاميين الجزائريين من المواد الإخبارية و المعلومات التي يستعملونها في تحرير مقالاتهم و مواضيعهم بالمؤسسات إلى يعملون بها، وهذا يدل أيضا أن هذه القنوات تتمتع بقدر من المصداقية و المهنية مما يجعلها مصادر موثوقة لدى الإعلاميين الجزائريين .

و توصلت الدراسة إلى نتيجة أخرى مهمة و هي أن أغلبية الفئة المبحوثة من الإعلاميين الجزائريين يتابعون الأخبار السياسية على القنوات الإخبارية العربية على حساب الأخبار المحلية، وهذا قد يثر تساؤلات عن تأثير هذه القنوات على هؤلاء الإعلاميين من حيث إتجاهاتهم السياسية، كما أنه قد يكون ذلك علاقة بمصداقية هذه

## خاتمة

القنوات و موضوعيتها في تناولها للأحداث و القضايا و على رأسها الجزيرة التي جاءت في الدراسة الأكثر متابعة من قبل الفئة المبحوثة، كما أن تفضيل الإعلاميين الجزائريين هذه القنوات من حيث المتابعة والحصول على المعلومات و الأخبار، يدل أن القنوات الجزائرية الخاصة ليس لها تأثيرا كبيرا على الفئة المدروسة، وهذا قد يعود إلى أن هذه القنوات لا زالت بعيدة عن المهنية و عن قدرتها في منافسة القنوات الأجنبية و منها العربية، كما أن ما جاء في الدراسة من إهتمام الإعلاميين الجزائريين على الأخبار السياسية الدولية بدل الأخبار المحلية نستنتج منه أنه حتى بعض القنوات الفضائية الإخبارية الجزائرية و منها قناة النهار المتخصصة في الشؤون المحلية في الجزائر لم تستطع إثبات وجودها لكي تتمكن من إستقطاب الإعلاميين الجزائريين للإهتمام بالأخبار المحلية التي تعني الشأن الجزائري الداخلي .

و على العموم حاولت هذه الدراسة الكشف عن إتجاهات فئة مهمة في العملية الإعلامية نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية و هي فئة القائمين بالإتصال، و قد توصلت إلى أن هناك إتجاهات قوية و إيجابية من الفئة المبحوثة نحو القنوات المذكورة، و قد تكون بعض النتائج المتوصل إليها حقلًا خصبا لدراسات علمية أخرى و ذلك بهدف الوصول إلى إجابات أكثر دقة حول العديد من هذه النتائج و حتى نستطيع أن نعتمد عليها في مجال البحث العلمي الأكاديمي أو نعتمد عليها كتوصيات لتحسين الحقل الإعلامي في الجزائري و ذلك بدعمه ماديا و تكنولوجيا و بشريا لكي يواكب ما وصلت إليه القنوات العربية .

# قائمة المراجع

## قائمة المراجع

### أولاً: المراجع باللغة العربية

#### أ - الكتب :

- أحمد حمدي، ( 2002 ) : الخطاب الإعلامي العربي، آفاق وتحديات، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر.
- أحمد زكرياء أحمد،(2007): الممارسة الصحفية و الأداء الصحفي دراسة في التحرير الصحفي و النظرية النسوية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
- سهير كامل أحمد ( 2001 ) : علم النفس الاجتماعي بين النظرية والتطبيق ، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية ،مصر.
- إمام شكري إبراهيم أحمد القطان، ( 2009 ) : الإعلام العربي والوعي السياسي للمراهقين، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر.
- أمين سعيد عبد الغني،( 2003 ) : الثقافة العربية والفضائيات " رؤية إعلامية من منظور منهجية التحليل الثقافي، ايترك للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة- مصر.
- أندوز ت . ج،(1983): منهج البحث في علم النفس، ترجمة يوسف مراد، ط2، دار المعارف، القاهرة .
- تيسير ابو عرجه،( 2000 ) : دراسات في الصحافة والإعلام دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان الأردن.
- جابر نصر الدين ولوكيا الهاشمي،( 2006 ) : مفاهيم أساسية في علم النفس الاجتماعي، ، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر.
- جواد عبد الستار، (2001) : فن كتابة الأخبار، ط2، دار مجدلاوي للنشر، عمان، الأردن.
- جيهان احمد رشتي،( 1978 ) : الأسس العالمية لنظريات الإعلام ، دار الفكر العربي ، القاهرة .
- حجاب محمد منير ،( 2010 ) : نظرية الاتصال ، دار الفجر لنشر والتوزيع، القاهرة .

## قائمة المراجع

- الحسن إحسان محمد، (1982): الأسس العلمية لمنهج البحث الاجتماعي، بيروت، دار الطليعة للطباعة والنشر.
- حسن فرح حسين (2019) : تكنولوجيا الإقناع في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، العربي للنشر والتوزيع . القاهرة .
- حسين عماد مكاوي ليلي حسين السيد (1989) : الإتصال ونظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر.
- حسين نصر مساعد عبد الرحمن (2003) : التحرير الصحفي في عصر المعلومات، الخبر الصحفي، الإمارات العربية المتحدة دار الكتاب الجامعيين.
- حسينة بوشيوخ (2011) : برامج الرأي في قناة الجزيرة الفضائية، ط1، دار الوسام للنشر والتوزيع ، الجزائر.
- حشمت توفيق عزيز عياد (2015) : الاعلام وقضايا التنمية ، دار غيداء للنشر والتوزيع ، عمان .
- حمزة مختار (1992): مبادئ علم النفس ، ط3، دار البيان العربي، جدة .
- خالد مجد الدين محمد (2007) : صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية دليل إنتاج النشرات التلفزيونية، دون طبعة، دار الأمين للنشر والتوزيع.
- عبد الرحمان العيسوي ، (1985) : سيكولوجية التنشئة الاجتماعية ، ، دار الفكر العربي، بيروت .
- خليل عبد الرحمان المعايطه (2000): علم النفس الاجتماعي ، دار الفكر للنشر والتوزيع ، عمان .
- دريوش زين (1999) : علم النفس الاجتماعي، أسسه وتطبيقاته، ، دار الفكر العربي ، القاهرة.
- الدسوقي عبده ابراهيم (2004) : وسائل وأساليب الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية ، دار الوفاء "للدنيا" للطباعة والنشر، الإسكندرية .
- دينيس ماكويل(1992) : الاعلام وتأثيراته، دراسات في بناء النظرية الإعلامية، ترجمة عثمان العربي ط1، دار الشبل، الرياض.
- رشتي جيهان احمد (1975) : الأسس العلمية لنظرية الإعلام ، ، دار الفكر العربي، القاهرة .
- زكي نجيب محمود (1983) : مجتمع جديد ، ط3 ، دار الشروق القاهرة.

## قائمة المراجع

- زهران حامد عبد السلام (1977) : علم النفس الاجتماعي ، ط4 ، عالم الكتب ، القاهرة.
- زهير عبد اللطيف عابد (2013) : الإعلام الجماهيري ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان .
- زيتون عايش (2010) : أساليب تدريس العلوم، عمان، دار الشروق، الأردن.
- سالم محمد عوض (2020) : الصحافة الإعلامية وتقنياتها الاتصالية ، ط1 ، دار غيداء للنشر والتوزيع ، عمان.
- سامي الشريف (2001) : الفضائيات العربية والصورة الذهنية للعرب والمسلمين، المنتدى الإعلامي السنوي الثاني، ط1، جامعة القاهرة للنشر والتوزيع، عمان.
- سامي الشريف (2004) : الفضائيات العربية، رؤية نقدية، د ط، دار النهضة العربية، القاهرة.
- سامي الشريف (2001) : بحوث الإعلام، دار النهضة العربية، القاهرة.
- سامي محسن الختاتنة، فاطمة عبد الرحيم النوايسة (2011) : علم النفس الاجتماعي، دار الحامد للنشر والتوزيع. عمان، الأردن.
- سامي محمد ملحم (2012) : القياس والتقويم في التربية وعلم النفس، ط 6 ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان،.
- سامي محمد ملحم (2002) : مناهج البحث في التربية وعلم النفس ، دار المسيرة، عمان.
- سعد عبد الرحمان (1998) : القياس النفسي، النظرية والتطبيق ، دار الفكر العربي للطباعة والنشر ، القاهرة.
- سليم عبد النبي (2010) : الإعلام التلفزيوني، ط1، دار أسامة، الأردن، عمان.
- حمدة سميسم، (1992) : نظرية الرأي العام، ط 1 ، دار الشؤون الثقافية، القاهرة.
- سناء حسن عماشة (2010) : الاتجاهات النفسية والاجتماعية أنواعها ومدخل لقياسها ، ط 1، مجموعة النيل العربية، القاهرة.
- سهام حسن علي الشجيري (2018) : التناول الإعلامي ، دار حميثرا للنشر والترجمة ، بغداد.

## قائمة المراجع

- السيد علي شتا، 1997، المنهج العلمي والعلوم الاجتماعية ، ط 1 ، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية ، القاهرة.
- طارق سيد أحمد الخليفي (2008) : فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، مصر.
- طه أحمد الزيدي وآخرون (2013) : دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع وفنائه - إصدارات مركز البصيرة للبحوث والتطوير الإعلامي، ط1، دار النفائس للنشر و التوزيع، بيروت .
- عادل عبد الغفار(2005) : تقويم الأداء المهني للقنوات الفضائية الإخبارية العربية في ضوء آراء عينة من النخبة الإعلامية المصرية ، المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، د ط، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
- عاصف حميدي(2004) : العمل الإذاعي والتلفزيوني، ط1، الظفرة للطباعة والنشر، أبو ظبي.
- عبد الحفيظ سلامة(2007) : علم النفس الاجتماعي ، دار اليازوري للنشر والتوزيع ، عمان.
- عبد الرحمن إبراهيم الشاعر ( 2012 ) : مهارات الاتصال ، رؤية تحليلية ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان.
- عبد الرحيم طلعت( 1991) : علم النفس الاجتماعي، ط 2 ، دار الثقافة ، القاهرة.
- عبد الرزاق الدليمي( 2016 ) : نظرية الاتصال في القرن 21 ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان.
- عبد الرزاق محمد الدليمي( 2005) : عولمة التلفزيون، ط 1، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- عبد الرزاق محمد الدليمي، 2010، فن التحرير الإعلامي المعاصر، ط1، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- عبد الستار جواد ( 2000) : صناعة الأخبار ، دار الكتب للطباعة والنشر ، بغداد.
- عبد الفتاح دويدار( 1992) : سيكولوجية العلاقة بين مفهوم الذات والاتجاه ، دار النهضة العربية ، بيروت.

## قائمة المراجع

- عبد الله معتز وخليفة عبد اللطيف (2001) : علم النفس الاجتماعي ، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع ، القاهرة.
- عبد النبي خزعل (2010) : الإعلام التلفزيوني، ط1، دار أسامة، الأردن- عمان.
- عبدالله زلطة (2010) : الإعلام الدولي في العصر الحديث، د ط، دار الفكر العربي، القاهرة.
- عطوان فارس (2011) : الفصائيات العربية ودورها الإعلامي، د ط، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
- عيد محمد إبراهيم (2005) : مدخل إلى علم النفس الاجتماعي ، مكتبة الأنجلو المصرية ، القاهرة.
- عيسوى عبد الرحمان (1974) : علم النفس الاجتماعي ، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت.
- عيسى محمد الحسن (2011) : إخراج الصحف والمجلات ، دار زهران للنشر والتوزيع عمان.
- فاروق أبو زيد (2007) : الإعلام والسلطة، إعلام السلطة وسلطة الإعلام، ط1، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة.
- فرج كامل (1985): تأثير وسائل الاتصال، الأسس النفسية والاجتماعية ، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة.
- فؤاد البهي السيد (1999) : علم النفس الاجتماعي، رؤية معاصرة، سلسلة المراجع في التربية، علم النفس، الكتاب التاسع، د ط ، دار الفكر العربي، القاهرة .
- لويس كامل مليكة (1973) : سيكولوجية الجماعات ، ط 3 ، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة.
- محسن جلوب الكنانى (2012) : تقنيات الحوار الإعلامي قناة الجزيرة نموذجاً، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- محمد. د، محمد علي (1989): علم الاجتماع والنهج العلمي ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية.
- محمد الهاشمي (2012) : تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري ، دار أسامه للنشر والتوزيع ، عمان.
- محمد حسين العامري (2010) : أثر الإعلان التلفزيوني على الطفل العربي ، ط 1 ، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة .

## قائمة المراجع

- محمد شحاتة ربيع (2004) : قياس الشخصية ، ط5 ، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان.
- محمد شطاح (2004) : الإعلام التلفزيوني نشرات الأخبار المحتوى والجمهور، دار الكتاب الحديث، القاهرة.
- محمد فالح مسلم الجسور (2009) : تدريس التاريخ بطريقة تحليل النص ، دار جليس الزمان ، عمان.
- محمد معوض، بركات عبد العزي (2007) : فن الخبر الإذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث، القاهرة.
- محمد منير حجاب (2008) : مهارات الاتصال بالإعلاميين والتربويين والدعاة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة.
- محمود حسن إسماعيل (1989) : مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير الهرم ، الدار العالمية للنشر والتوزيع القاهرة .
- محمود شمال حسن (2001) : سيكولوجية الفرد في المجتمع ، ط1 ، دار الآفاق العربية، القاهرة.
- محمود عبد السلام علي (2017) : الإعلام الثقافي ، دار المعتز للنشر والتوزيع ، الأردن.
- مربي توفيق، بلقيس أحمد (1984) : الميسر في علم النفس الاجتماعي، ط 1 ، دار الزمان للنشر والتوزيع، عمان.
- المعاينة خليل (2000) : علم النفس الاجتماعي ، ط1 ، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع ، عمان.
- معوض محمد (2000) : فنون العمل التلفزيوني، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة.
- مكاوي حسن عماد (2012) : نظريات الإعلام ، الدار العربية للنشر والتوزيع ، القاهرة.
- ملفين ديفلير، سندرا، بول روكيتش (2002) : نظريات وسائل الإعلام، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، ط4، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة- مصر .
- موريس انجس (2005) : منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون ، ط 2، دار القصة للنشر، الجزائر .

## قائمة المراجع

- موند كوبلنتر (1985) : فن الصحافة ، ترجمة أنيس صايغ ، دار الثقافة ، بيروت.
- مؤيد عبد الجبار الحديثي (2002) : العولمة الإعلامية والأمن القومي العربي، ط(1) ، دار الأهلية للنشر، عمان.
- نجلاء محمد جابر (2014) : دراسة تحليلية في الإعلام الجماهيري ، ط1 ، دار المعتر للنشر والتوزيع ، عمان .
- نشواتي عبد الحميد (1983) : علم النفس التربوي، دار الفرقان ، إربد، عمان، الأردن .
- النصر صناع عبد الرحمن (2003) : التحليل الصحفي في عصر المعلومات الخبر الصحفي ، الإمارات العربية المتحدة ، دار الكتاب الجامعي ، العين.
- نضال فلاح الضلعين ، مصطفى يوسف كافي وآخرون (2016) : الإعلام و الرأي العام ، الطبعة الأولى ، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع ، عمان.
- هاربرت سترنر (1989) : المراسل الصحفي ومصادر الأخبار، ترجمه سميرة أبو سيف، الطبعة الثانية ، الدار الدولية للنشر والتوزيع ، القاهرة.
- الهامي عبد العزيز إمام، دت، مدخل إلى سيكولوجية الإعلام والرأي العام ، دار الحكيم لطباعة الأوفست، القاهرة .
- هشام عطية عبد المقصود (2012) : دراسات في تحليل الخطاب الإعلامي ، صورة الذات العربية في الأزمات الدولية واليات التحيز في التغطية الخبرية ، ط1 ، دار العالم العربي ، القاهرة .
- هناء السعيد (2005) : الفضائيات وقادة الرأي، ط2، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.
- هيثم الهيتي (2008) : الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن عمان.
- احمد بن مرسل (2005) : مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، الديوان الوطني للمطبوعات الجامعية، الجزائر.
- احمد موسى (1993) : المدخل إلى الاتصال الجماهيري ، منشورات الوطن ، الخليل .

## قائمة المراجع

- بسام عبد الرحمان المشاقبة (1980): نظريات الاتصال ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان .
- بن مرسلي أحمد (2003): مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر .
- جلال عبد الوهاب (1984): العلاقات الإنسانية والإعلام ، منشورات ذات السلاسل ، الكويت .
- حسن الجبالي (2003): علم النفس الاجتماعي بين النظرية والتطبيق ، ط 1 ، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.
- حسني نصر ، سناء عبد الرحمن (2004) : الخبر الصحفي، التقرير الصحفي في عصر المعلومات، دار الكتاب الجامعي، العين (الإمارات).
- حسين أبو شنب (2004): الممارسات الإعلامية لمراسلي وسائل الإعلام في فلسطين، دراسة تطبيقية على المراسلين الفلسطينيين في الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
- حسين عمار ولىلى حسين السيد (1989): الاتصال ونظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
- خالد محمد غازي (2016): الصحافة الإلكترونية الالتزام والانفلات في الخطاب و الطرح ، ط 1 ، وكالة الصحافة العربية ناشرون ، الجيزة.
- حضور أديب (1998): دراسات تلفزيونية، د ط، المكتبة الإعلامية، دمشق.
- رائدة عاشور عبد العزيز بسيوي (2014): دور مواقع القنوات الفضائية الإخبارية في ظل اندلاع الثورات العربية، ط 1، المكتب العربي للمعارف، القاهرة.
- ستيوارت الآن (2008): ثقافة الأخبار ، ترجمة هدى فؤاد ، ط 1 مجموعة النيل العربية، القاهرة.
- سعاد جبر سعيد (2008): سيكولوجية الاتصال الجماهير ، عالم الكتب الحديثة للنشر والتوزيع ، الأردن.
- سعد جلال (1984): علم النفس الاجتماعي ، مكتبة القاهرة الحديثة ، القاهرة .

## قائمة المراجع

- سعد عبد الرحمان (1985) : أسس القياس النفسي الاجتماعي ، مكتبة القاهرة الحديثة ، القاهرة.
- سمير محمد حسين (1993) : الإعلام والاتصال الجماهيري. عالم الكتب، القاهرة .
- السيسي شعبان (2009) : علم النفس أسس السلوك الإنساني بين النظرية والتطبيق ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية.
- طلعت حكيم (2018) : علم النفس الإعلامي رؤية معاصرة ودراسات تطبيقية ، مكتبة الأنجلو المصرية ، القاهرة.
- عاطف عدلي العبد (2006) : القنوات المتخصصة أنواعها جمهورها بحوثها، وأخلاقياتها، القاهرة، المعادي.
- عبد العزيز الغنام (1977) : مدخل في علم الصحافة، ط2 ، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.
- عبد العزيز محمد عيد (2004) : مشكلات الشباب واتجاهاتهم وتوقعاتهم، معهد التخطيط القومي، القاهرة.
- عبد الله زلطة (2007) : القائم بالاتصال في الصحافة ، دراسة نظرية و ميدانية الدار العالمية ، مصر.
- عبد الملك الدنداني (2006) : البث الفضائي العربي وتحديات العولمة الإعلامية، د ط، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية .
- عزيز حنا داود وتحسين علي حسين، د ت، علم تغيير الاتجاهات النفسية والاجتماعية، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية .
- عصام سليمان موسى (1994) : المدخل في الاتصال الجماهيري، الخليل، مؤسسة الوطني للإعلام والنشر والتوجيه..
- عمار بوحوش، 1995، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- فاروق ابو زيد ليلي عبد المجيد (2000) : فن التحرير الصحفي ، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح ، القاهرة.
- فهمي مصطفى القطان، محمد علي (1977) : علم النفس الاجتماعي ، مكتبة الخانجي، القاهرة.

## قائمة المراجع

- فيصل العنزي (2020) : تجربة المتحدث الإعلامي الرسمي في المملكة العربية السعودية ، مكتبة الملك فهد.
- فيليب كنار (1983) : تقنية الصحافة ، ترجمة فادي الحسين ، منشورات العويدات ، بيروت
- مجدي أحمد محمد عبد الله (1996) : السلوك الاجتماعي وديناميته، المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، مصر.
- محمد الحسين العامري وعبد السلام محمد السعودي (2010) : الإعلام والديمقراطية في الوطن العربي ، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.
- محمد عبد الحميد (2017) : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، عالم الكتب ، القاهرة.
- محمد عبد الحميد (2012) : التربية الإعلامية والوعي بالأداء الإعلامي ، عالم الكتب ، القاهرة .
- محمد عبد الحميد (1997) : نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، ط1 ، عالم الكتب ، القاهرة.
- محمد عبد الحميد (2004) : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2 القاهرة، عالم الكتب.
- محمد مصطفى زيدان (1993) : علم النفس الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر.
- محمد نصر مهنا (2003) : في النظرية العامة للمعرفة الإعلامية للفضائيات العربية والعملة الإعلامية والمعلوماتية ، المكتبة الجامعية ، الإسكندرية .
- محي الدين عبد الحليم (1993) : الاتصال بالجمهير و الرأي العام ، مكتبة الأنجلو مصرية ، القاهرة .
- مجموعة من الباحثين (2008) : ثورة الصورة المشهد الإعلامي و فضاء الواقع، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت.
- مقدم عبد الحفيظ (2003) : الإحصاء والقياس النفسي والتربوي مع نماذج من المقاييس والاختبارات ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر.
- الموسوي إسراء جاسم فلاح (2019) : الخصائص المهنية للقائم بالاتصال في الصحافة ، دار أجسم للنشر والتوزيع ، عمان.

## قائمة المراجع

- نهي هادي نعمان الهيتي (2004) : الاتصال التلفزيوني الفضائي الدولي الوافد واحتمالات تأثير السياسي في الوطن العربي، ط 1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت.
- هالة إسماعيل بغداددي (2009) : الإخباريات الفاعلية، الواقع والطموح، ضائبة دراسة ميدانية مقارنة، مملكتب الجامعي الحديث، القاهرة.
- هدى علي علوي (2010): دور الإعلام العربي في تعزيز ونشر الاتجاهات المعاصرة، مؤتمر الأسرة والإعلام، معهد الدوحة الدولي للدراسات الأسرية والتنمية، الدوحة.
- هشام حمزة (2007) : إدارة الأخبار في القنوات الفضائية الإخبارية في أوقات الأزمات، دراسة حالة: قناة أبو ظبي في تغطية الحرب في أفغانستان والعراق، ط1، الجامعة الافتراضية، أبو ظبي.
- هشام محمد عباس زكريا (2004) : القائم بالاتصال رؤية الواقع السوداني ، مطبعة الجمهورية ، الخرطوم .
- يوسف تمار ( 2009 ) : تحليل المحتوى للباحثين والطلبة والجامعيين، ط1، "طاكسيج كوم" للدراسات و النشر ، الجزائر.
- مي العبد الله (2006): التلفزيون وقضايا الاتصال ، ط 1 ، دار النهضة العربية ، بيروت.
- عبد الرحمان عزي وآخرون (2000) : العرب والإعلام الفضائي ، ط 1 ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت.
- مفيد الزيدى (2003) : قناة الجزيرة، كسر الحرمات في الفضاء الإعلامي العربي، دار الطليعة للطباعة والنشر ، بيروت.
- نهود القادري عيسى (2008) : قراءة في الفضائيات العربية: الوقوف على تخوم التفكيك، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية.
- عطوان فارس (2008)، الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن .
- عبد الرحمان عزي وآخرون ( 2000 ) : العرب والإعلام الفضائي بيروت، ط 1 ، مركز دراسات الوحدة العربية.

## قائمة المراجع

- عادل عبد الغفار (2005) تقويم الأداء المهني للفتوات الفضائية الإخبارية العربية في ضوء أداء عينة من النخبة الإعلامية المصرية، المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية للعلوم والإعلام "الفضائيات العربية ومتغيرات العصر" الأكاديمية الدولية للعلوم والإعلام ، الدار المصرية اللبنانية .

- مفيد الزيدى (2003) : قناة الجزيرة، كسر المحرمات في الفضاء الإعلامي العربي، بيروت، دار الطليعة للطباعة والنشر.

- عطوان فارس (2008) الفضائيات العربية ودورها الإعلامي ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان.

### ب - القواميس :

خضير شعبان ( 2002 ) : مصطلحات في الإعلام والاتصال، ط(1) ، دار اللسان العربي، الجزائر.

مجدي عزيز إبراهيم ( 2009 ) : معجم المصطلحات ومفاهيم التعليم والتعلم، عمان، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة.

- محمد جمال الغار (2006) : المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان.

- محمد منير حجاب (2003): المؤسسة الإعلامية، المجلد الخامس دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.

### ج - الرسائل و الأطروحات :

- حسن علوان (2008) : الإرهاب في الفضائيات العربية، أطروحة دكتوراه في فلسفة الإعلام و الاتصال بالأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك.

- محمد بن سلمان الصبيحي ( 2008 ) : العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال والجمهور دراسة وصفية في ضوء متغيرات البيئة الاتصالية الحديثة ، أطروحة دكتوراه غير منشوره السعودية جامعة الإمام محمد بن سعود الإعلامية .

- يوسف تمار ( 2005 ) : نظرية " Agenda setting" دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية و

الثقافية و الإعلامية في المجتمع الجزائري، أطروحة دكتوراه دولة في الإعلام و الاتصال، منشورة على الانترنت، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر.

## قائمة المراجع

- نهي عاطف العبد (2003) : علاقة الطفل المصري بالقنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة القاهرة : جامعة القاهرة، كلية الإعلام
- د - **المجلات :**
- أسامة عبد الرحيم علي(2003 ) : مصدقية كتاب الأعمدة الصحفية لدى القراء دراسة ميدانية مجلة البحوث الإعلامية جامعة الأزهر عدد 20 ، أكتوبر .
- أسماء حسين حافظ ( 2001 ) : القائم بالاتصال في الصحافة الإقليمية، المجلة المصرية لبحوث الاعلام تصدر عن كلية الإعلام جامعة القاهرة العدد العاشر كانون الثاني اذار .
- إيمان السعيد جلال(2008) : دور اللغة في توجيه الخبر الصحفي السياسي ، مجلة فيلولوجي. سلسلة في دراسة الأدبية جامعة عين شمس كلية الألسن العدد 49.
- جمال عبد العظيم أحمد( 2007 ) : اثر الأيديولوجية السياسية للدولة في بناء الأدوار الإخبارية دراسة مقارنة الموقعين BBS وقناه العالم الإيرانية ، مجلة المصرية لبحوث الرأي العام جامعه القاهرة كلية الإعلام العدد الثالث يوليو سبتمبر .
- حسن عماد مكاي( 2003 ) : "الفضائيات العربية الخاصة ومردودها الإعلامي". مجلة الإذاعات العربية، ع، 1 جامعة الدول العربية: اتحاد إذاعات الدول العربية.
- حليلة عايش( 2016 ) : الإعلام الفضائي العربي في زمن العولمة، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، جامعة قسنطينة3، المجلد04، العدد04.
- درويش عبد الرحمان يوسف( 1999 ) : العلاقة بين دافعية العمل الداخلية والالتزام التنظيمي والأداء الوظيفي والخصائص الفردية، دراسة ميدانية، مجلة الإدارة العامة، المجلد 39، العدد 03.
- شهر جمال عبد العظيم احمد(2007) : أثر الأيديولوجية السياسية للدولة في بناء الأدوار الإخبارية دراسة مقارنة بموقعين بي بي سي وقناه العالم الإيرانية المجلة المصرية لبحوث الرأي العام جامعة القاهرة كلية الإعلام العدد الثالث يوليو سبتمبر.
- أبو جلاله، صبحي حمدات، محمد جهاد( 2007 ) : دراسة أثر استخدام الطالب المعلم لملف الانجاز في التحصيل والاتجاهات نحو الدراسة الجامعية، مجلة دمشق للعلوم التربوية، مجلد 23 العدد الأول.

## قائمة المراجع

- سوزان يوسف القليني(2002) : استخدامات الجمهور العربي للقنوات الفضائية في عصر العولمة، دراسة مقارنة بين القنوات العربية والأجنبية، مجلة شؤون الشرق الأوسط ع 4 ، ، جامعة عين الشمس، القاهرة.
- شريف درويش اللبان (2014) : الضوابط المهنية و الأخلاقية و القانونية للإعلام الجديد ، مجلة رؤيا الإستراتيجية ، القاهرة .
- عبد الكريم لعبي الربيعي (2007) : مخاطر وانعكاسات القنوات الفضائية وتأثيرها في الشباب، مجلة العلوم الأكاديمية العراق، المجلد 47، العدد47 ، .
- عصام نصر سليم ( 1994 ) : الأخبار الفضائية في القنوات العربية، مجلة البحوث الإعلامية مجلة علمية متخصصة تصدر عن جامعة الأزهر، أكتوبر ، القاهرة.
- العياري المنصف ( 2006 ) : المعالجة الخبرية التلفزيونية العربية بين المتطلبات المهنية و التوجهات السياسية، مجلة الإذاعات العربية، العدد 58.
- محسن ماهيناز رمزي (2009) : علاقة أساليب توظيف اللغة بأطر تقديم الأحداث داخل التقارير الإخبارية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام بالقاهرة، ع33، ، القاهرة.
- محمد اسعد احمد إبراهيم(2009) : آليات تشكيل الأخبار في الصحف المصرية وعلاقتها بتعدد المصادر المجلة الإعلامية لبحوث الصحافة المجلد الأول العدد الأول والثاني أكتوبر ديسمبر، يناير مارس.
- محمد بن عبد العزيز الحيزان، جوان(2009) : إشكالية تغطية الأخبار الرسمية في العالم العربي، التعاون، مجلة فكرية شاملة، محكمة تصدر عن الأمانة العامة لمجلس التعاون لدول الخليج العربية، العدد 67 ،
- محمد حسين علوان (2011) : تقوم الأداء المهني للقنوات الإخبارية العربية دراسة ميدانية لآراء عينة من النخبة الإعلامية العراقية لقنوات (الجزيرة، العربية، النيل للإخبار)، مجلة كلية الآداب، العدد 98.
- محمد خليل( 2003 ) : العوامل المؤثرة في بناء السرد داخل تحقيقات الصحفية بالصفوف الحزبية المجلة المصرية لبحوث الإعلام جامعته القاهرة كلية الإعلام ، العدد 18 .

## قائمة المراجع

- محمود أبو زيد (2005) : اعتماد المواهب على القنوات الإخبارية في متابعة الأحداث والقضايا السياسية، مجلة كلية الإعلام، م6، ع2، القاهرة.
- محمود جمال الجاسم (2007) : التقرير الإخباري التلفزيوني، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، العدد 02 .
- عاطف العبد (2006) : دور نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية في ترتيب أولويات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية والعربية والدولية، مجلة كلية الإعلام، القاهرة- مصر.
- وديع محمد سعيد العزازي (2016) : اعتماد طلبة جامعة أم القرى على القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية في متابعة الأحداث والقضايا السياسية دراسة مسحية على عينة من طلبة كليات الجامعة في مدينة مكة المكرمة، مجلة جامعة طيبة للآداب والعلوم الإنسانية، العدد : 08 ، .
- سليمان صالح، (2001) : إشكالية الموضوعية في وسائل الإعلام دراسة نقدية، مجلة المصرية لبحوث الرأي العام العدد الثالث.
- طلعت المرصفي (1992) : التلفزيونات العربية تحتل موقعها على خارطة الأقمار الصناعية، جريدة الشرق الأوسط، العدد 5427.
- عبد الله عويقل السلمي جوان (2017) : الأثر اللغوي للقنوات الفضائية (دراسة ميدانية)، مجلة الأثر، العدد : 28.
- جمال عبد العظيم احمد (2207) : أثر الأيديولوجية السياسية للدولة في بناء الأدوار الإخبارية دراسة مقارنة للموقعين BBS وقناة العالم الإيرانية، مجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام العدد الثالث يوليو سبتمبر .
- بن الطاهر التيجاني، أبي ميلود عبد الفتاح (2009) : علاقة المشاهدة التلفزيونية بالقيم دراسة ميدانية، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد : 2، المجلد 3.

## قائمة المراجع

- وليد عمشة (2001) : أثر التكنولوجيا المستخدمة في جمع وتقديم الأخبار على شكل ومضمون الخدمة الإخبارية، مجلة كلية الإعلام، جامعة القاهرة- مصر.
- نصر الدين العياضي (2001) : الإخراج التلفزيوني للأخبار في القنوات التلفزيونية العربية ، التفاوت بين الشكل والمضمون، مجلة الإذاعات العربية، عدد01.
- بوجفجوف الزهرة (2016) : الفصائيات الإخبارية العربية وقيم العولمة، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المجلد 8 ، العدد 2 ، 2016 .
- الحسين الديب (1987) : الإدارة ونجاح المؤسسة الصحفية ، مجلة الدراسات الإعلامية لعدد 14 القاهرة.
- وفيق الطيب ( 1981 ) : دور سكرتير التحرير ، منشورات الاتحاد العام للصحفيين العرب السلسلة المهنية1، القاهرة .
- محمد صاحب سلطان (1993) : دراسة لقسم الأخبار المحلية ، مجلة دراسات إعلامية، مركز التدريب الإعلامي لوزارة الثقافة والإعلام ، العراق.
- عبد الله سيد معتز ( 1989 ) : الاتجاهات التعصبية، عالم المعرفة، العدد 137، المجلس الوطني للثقافة، الكويت.
- المواقع الإلكترونية :
- سهير عبد الحميد، ثورة في صناعات الأخبار العربية قادتها "علبة الكبريت"، متاح على الرابط التالي: <http://digital.ahram.org.eg/home.aspx>، أطلع عليه بتاريخ 28-09-2023.

## ثانيا : المراجع باللغة الأجنبية

- hough George A news writing ,1991 ,4th edition ( Boston : Houghton mifflin company.

- maisonneuve.j1985: Introduction en psychologie social anesse universitaire de France..
- kathleer velly read on persuasion in proctices sage publication. London 1991.
- selltiz N 1960al. Resarch methods in social relation hevry holtbogordus.e.
- Enmigration and roce1982. Attituds.bouston. .
- Daniel Sutter mechanisms of liberal bias in the news media versus Academy academic Search complete Winter 2012 Vol 16 issue 3 .
- Helen sissons 2006practical journalism how to write news Sage republication Auckland University of Technology .
- Hellensissons .seeIbid 1.5.
- William A,Routh :2004 Arab mass media, newspaper, radio, and television in arab politics, 1 cdition ,Pracgcr Publishers,united States of America.
- Raymond L.Caroll, Donald M. Devis , Electronic Media Progamming: Strategies and Decision Making, ( USA: Mc Grow Hill, inc , 1993).
- Chris Berker, Global Television 1999: an introduction ( USA: Lawa University Press,.
- Brent D. Fuben, 1984Communication and human behavior, (New York, Macmillan, publishing company).
- Linda Jean Kensicki: A Second Level Agenda Setting, A Study of Integration and Progress, Egyptian journal of public opinion research, quarterly published by public opinion research center, faculty of mass communication, Cairo university, volume 1, number 2, April-June 2000.
- Howard Tumber :, 1999 News a reader, OXFORD university press. LONDON.

## قائمة المراجع

---

- David Machin and Thco Van Lccuwcn : 2007.Global Media Discourse, a critical introduction, Routledge, Taylor and francis group, LONDON and NEW YORK,
- Vettehen, P. G. H., Schaap, G., & Schlösser, S. (2004). What men and women think while watching the news: An exploration.

الملاحق

الملاحق

جامعة الجزائر 03

كلية علوم الاعلام والاتصال

قسم الإعلام

اتجاهات الإعلاميين الجزائريين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية

دراسة ميدانية

إشراف

أ.د فيروز قاسحي

إعداد الطالب

رابع شيباني

الموسم الجامعي : 2024/2023

## الملاحق

المتغيرات الديمغرافية:

. النوع

ذكر -

أنثى -

. السن

- من 18 سنة الى 22 سنة

- من 23 سنة الى 28 سنة

- من 29 سنة الى 34 سنة

- من 35 سنة الى 40 سنة

- من 41 سنة الى 45 سنة

- أكثر من 46 سنة

. المستوى العلمي

- ثانوي

- بكالوريا

- ليسانس

- ماستر

- ماجستير

- دكتوراه

. الخبرة المهنية

- من 01 سنة الى 05 سنوات

- من 06 سنوات الى 11 سنة

- من 12 سنة الى 17 سنة

- من 18 سنة الى 23 سنة

- أكثر من 24 سنة

المنصب

- صحفي
- رئيس قسم
- رئيس تحرير
- نائب رئيس تحرير
- مدير تحرير
- سكرتير تحرير

المحور الثاني : عادات وأنماط مشاهدة الإعلاميين الجزائريين للقنوات الفضائية الإخبارية " الجزيرة ، العربية، القناة الجزائرية الثالثة النيل الإخبارية، دبي الإخبارية med1، الشروق الإخبارية، قناة النهار،".

كيف تشاهد القنوات الفضائية الإخبارية العربية

- دائما
- أحيانا
- نادرا

رتب القنوات الفضائية الإخبارية العربية التي تشاهدها

- الجزائرية الثالثة
- العربية
- الجزيرة
- النيل الإخبارية
- دبي الإخبارية
- Med1
- النهار الجزائرية
- الشروق الإخبارية

## الملاحق

منذ متى وأنت تشاهد القنوات الفضائية الإخبارية العربية " الجزيرة ، العربية، القناة الجزائرية الثالثة، النيل الإخبارية، دبي الإخبارية، med1" الشروق الإخبارية ، النهار ؟

- منذ سنة
- منذ سنتين
- منذ ثلاث سنوات
- منذ أربع سنوات فما فوق

ما هي مدة مشاهدتك للقنوات الفضائية الإخبارية العربية " الجزيرة ، العربية، القناة الجزائرية

الثالثة، النيل الإخبارية، دبي الإخبارية، med1" النهار الجزائرية ، الشروق الإخبارية؟؟

- يوميا
- مرة كل يومين
- كل ثلاثة أيام مرة
- كل أربعة أيام

ما هي المدة الزمنية التي تقضيها في مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية " الجزيرة ، العربية، القناة

الجزائرية الثالثة النيل الإخبارية دبي الإخبارية، med1" الشروق الإخبارية ، النهار ؟

- أقل من ساعة
- من ساعة الى ساعتين
- من ساعتين الى أربع ساعات
- أكثر من أربع ساعات

ما طبيعة الأخبار التي تفضل مشاهدتها في القنوات الفضائية الإخبارية العربية " الجزيرة ، العربية، القناة

الجزائرية الثالثة، النيل الإخبارية، دبي الإخبارية، med1" الشروق الإخبارية ، النهار ؟

- الأخبار السياسية
- الأخبار المحلية
- الأخبار الرياضية
- الأخبار الثقافية
- الأخبار الاجتماعية

## الملاحق

الأخبار الاقتصادية

أخرى أذكرها : .....

ما هو المكان الذي تفضل فيه مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية " الجزيرة، العربية، القناة

الجزائرية الثالثة النيل الإخبارية دبي الإخبارية، med1 الشروق الإخبارية، النهار ؟

البيت

المقهى

العمل

أخرى أذكرها : .....

ما هي الفترة الزمنية التي تفضل فيها مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية " الجزيرة، العربية،

القناة الجزائرية الثالثة النيل الإخبارية دبي الإخبارية، med1 الشروق الإخبارية، النهار ؟

الفترة الصباحية

منتصف النهار

الفترة المسائية

ليلا

أخرى أذكرها : .....

المحور الثالث: الدوافع والإشباع المحققة خلال مرحلة مشاهدة الإعلاميين الجزائريين للقنوات الفضائية

الإخبارية العربية " الجزيرة ، العربية، القناة الجزائرية الثالثة النيل الإخبارية دبي الإخبارية، med1 ،

الشروق الإخبارية، قناة النهار.

ماهي دوافعك لمشاهدة للقنوات الفضائية الإخبارية العربية " الجزيرة ، العربية، القناة الجزائرية الثالثة

النيل الإخبارية دبي الإخبارية، med1 الشروق الإخبارية ، النهار ؟

سهولة الحصول على المعلومة

لأنها تتيح لي أكثر من مصدر

لمعرفة كل ما هو ماجديد

متابعة آخر أخبار السياسيين وقادة الرأي

بهدف معرفة الآراء المختلفة

لأنها تلي احتياجاتي من الأخبار المختلفة

زيادة رصيدي من الثقافة السياسية

## الملاحق

ماهي الإشباعات المحققة لديك من خلال مشاهدتك للقنوات الفضائية الإخبارية العربية " الجزيرة ، العربية، القناة الجزائرية الثالثة النيل الإخبارية دبي الإخبارية، med1 الشروق الإخبارية ، النهار ؟

- الحصول على المعلومات المختلفة
- التفاعل مع ما تقدمه القنوات من منتج إعلامي
- الإعتماد عليها كمصادر للأخبار
- الإستفادة من تحليلاتها
- أخرى أذكرها : .....

المحور الرابع: اتجاهات الإعلاميين الجزائريين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية " الجزيرة ، العربية، القناة الجزائرية الثالثة النيل الإخبارية دبي الإخبارية، med1"، الشروق الإخبارية، قناة النهار، .

الرقم	العبارات	درجة الاستجابة			
		موافق بشدة	موافق	محايد	معارض بشدة
01	أعتقد أن القنوات الفضائية العربية الإخبارية تلتزم بالموضوعية والحياد في معالجتها للقصص الخيرية				
02	أعتقد أن القنوات الفضائية جديرة بالثقة في مصادرها				
03	تتسم القصص الخيرية التي تعالجها قناة الجزيرة بالجدية والمصدقية				
04	تعاني قناة العربية من عدم اتزان في معالجة القضايا الإخبارية				
05	يتميز صحيفيو قناة الجزيرة الإخبارية بالكفاءة والخبرة العالية				
06	تتسم المعالجة الإخبارية في القناة الثالثة الجزائرية بالواقعية.				

## الملاحق

					07	تعالج قناة النيل الإخبارية الاخبار وفقا لأجندات سياسية معدة مسبقا
					08	تعالج قناة med1 الإخبارية القصص الإخبارية بعمق وشمولية.
					09	أعتقد أن دبي الإخبارية تميل نحو معالجة القضايا الإقليمية على حساب القضايا العربية.
					10	اعتقد أن قناة العربية تميل لاستخدام الاثارة وممارسة الدعاية على حساب الإعلام.
					11	اعتقد أن مصادر قناة الجزيرة تتسم بالجهولية في نقلها للوقائع والأحداث
					12	أعتقد أن الجزائرية الثالثة تفتقد للمصداقية وبعيدة عن الآنية في معالجة الأحداث
					13	أعتقد أن قناة النيل الإخبارية يطغى على قصصها الإخبارية الاتجاه القطري على حساب الاتجاه القومي.
					14	اعتقد أن قناة med1 تمارس الدعاية اتجاه القضايا الإقليمية.
					15	اعتقد أن قناة دبي الإخبارية تتميز بالاحترافية والجدية
					16	اعتقد أن الإعلام الفضائي العربي يركز اهتماماته على الدعاية والتضليل.
					17	اعتقد أن الإعلام العربي يسير وفق أجندات السياسة الخارجية والداخلية للأنظمة العربية.
					18	اعتقد أن الطرح الإعلامي للقضايا الإخبارية المختلفة لقناة الجزيرة يظهر معالجة الإعلاميين الجزائريين للأحداث في مؤسساتهم الإعلامية .
					19	اعتقد أن قناة النهار الإخبارية تملك سبق

## الملاحق

					الصحفي في العديد من القضايا الجزائرية.	
					اعتقد قناة الشروق الإخبارية تتميز بالجدية في نقلها للأحداث	20
					تتصف قناة النهار في معالجتها للأحداث بالمحلية على الحساب الكلي الجزائري.	21
					اعتقد أن قناة النهار الإخبارية مصدر مهم جدا لإستقاء الأخبار	22
					اعتقد أن قناة الشروق الإخبارية تعتمد الاثارة في مقابل الدقة والموضوعية	23
					اعتقد أن قناة النهار تمارس الدعاية والتضليل على حساب المهنية والاحترافية الإعلامية.	24
					اعتقد أن برامج القنوات الإخبارية الجزائرية ماهي الا نسخة طبق الأصل لبرامج عربية ذائعة الصيت.	25
					اعتقد صحفي القنوات الإخبارية الجزائرية يفتقدون للتكوين والتدريب المستمر .	26
					اعتقد أن صحفيي القنوات الإخبارية الجزائرية لا يتمتعون بالخبرة المهنية الكافية.	27
					اعتقد ان نجاح بعض من القنوات الإخبارية الفضائية مرتبط بالاستفادة من تنوع الخبرات الإعلامية من مختلف الدول العربية	28
					اعتقد أن عدم قدرة الإعلام الإخباري الجزائري لمجاراة نظرائه في القنوات الفضائية العربية مرده الى عدم الاحتكاك المتواصل مع الإعلاميين العرب.	29
					اعتقد أن الازدواجية اللغوية المهجنة في الخطاب الإعلامي الجزائري في القنوات	30

## الملاحق

					الإخبارية أضعف من تجسيد وحدة الرؤى اتجاه القضايا الهامة.	
					اعتقد أن تضارب المصالح بين الدول العربية دفع بها للتأثير على القنوات الفضائية الإخبارية لدفعها إلى إعلان الحرب الإعلامية.	31
					اعتقد أن القنوات الجزائرية تفتقد للإمكانيات المادية والفنية الضرورية.	32
					أعتقد أن القنوات الإخبارية الجزائرية تتسم بالمحلية المطلقة على حساب الامتداد المغربي والعربي.	33
					اعتقد أن الاعلام الاخباري الفضائي أحدث طفرة نوعية في المشهد المجتمعي العربي	34
					اعتقد أن الإعلام العربي اقتحم الفضاء الدولي وأصبح مصدرا هاما للمعلومة	35
					اعتقد أن الإعلام أصبح يؤثر في المشهد السياسي الرسمي.	36

# فهرس المحتويات

## فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
21	مقدمة
	الجانب المنهجي
25	1. مشكلة الدراسة :
26	2. التساؤلات
27	3. أهداف الدراسة
27	4. أهمية الدراسة
28	5. منهج الدراسة
28	6. أداة الدراسة
29	7. صدق وثبات أداة الدراسة
29	8. الأدوات الإحصائية المستخدمة في الدراسة
30	9. عينة الدراسة
30	10. مصطلحات الدراسة
31	11. الخلفيات النظرية للدراسة
34	12. الدراسات السابقة
	الفصل الأول: مدخل الى ماهية الاتجاهات
43	1.1. تعريف الاتجاهات.

## فهرس المحتويات

44	1.1.1 مكونات الإتجاهات .
46	2.1.1 خصائص الإتجاهات .
50	3.1.1 أنواع الاتجاهات .
53	4.1.1 وظائف الاتجاهات .
56	5.1.1 تكوين الاتجاهات .
57	6.1.1 العوامل المؤثرة في تكوين الاتجاهات .
61	7.1.1 النظريات المفسرة للاتجاهات .
66	8.1.1 طرق قياس الاتجاهات .
	الفصل الثاني: القنوات الفضائية الإخبارية العربية
76	1.2 نشأة القنوات الفضائية الإخبارية العربية
81	1.1.2 تطور القنوات الفضائيات الإخبارية العربية
87	2.1.2 تطور صناعة الأخبار العربية
93	1.2.3 مظاهر تطور المشهد الإخباري العربي.
97	4.1.2 الخدمة الإخبارية (مفهومها وخصائصها)
100	5.1.2 دور القنوات الإخبارية العربية في الساحة الإعلامية
106	2.2 إعداد الخدمة الإخبارية في الفضائيات الإخبارية العربية
107	1.2.2 - نشرة الأخبار

## فهرس المحتويات

	الفصل الثالث: مدخل مفاهيمي للقائم بالاتصال
114	1.3. مفاهيم عن القائم بالاتصال.
116	2.3. أهمية القائم بالاتصال ودوره في الرسالة الاتصالية.
121	3.3. دراسات القائم بالاتصال .
125	4.3. خصائص القائم بالاتصال في الصحافة.
127	5.3. الشروط الواجب توفرها في القائم بالاتصال .
128	6.3. العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال .
135	7.3. تحيز القائم بالاتصال.
138	8.3. القائم بالاتصال ونظرية حارس البوابة.
	الجانب التطبيقي
144	1.4 نتائج الإحصاء الوصفي للبيانات الشخصية والعادات والأنماط والدوافع والاشباعات المحققة.
144	1.1.4 نتائج البيانات السوسيو ديمغرافية
149	2.4 نتائج المحور الثاني المتعلق بعادات وأنماط مشاهدة الإعلاميين الجزائريين للقنوات الفضائية الإخبارية " الجزيرة، العربية، القناة الجزائرية الثالثة، النيل الإخبارية، دبي الإخبارية، med1"، الشروق الإخبارية، قناة النهار، ".
167	3.4 نتائج المحور الثالث المتعلق بدوافع والاشباعات المحققة خلال مرحلة مشاهدة الإعلاميين الجزائريين للقنوات الفضائية الإخبارية العربية " الجزيرة، العربية، القناة الجزائرية الثالثة، النيل الإخبارية، دبي الإخبارية، med1"، الشروق الإخبارية، قناة النهار، ".

## فهرس المحتويات

212	4.4 نتائج الإحصاء الاستدلالي المتعلق بإتجاهات الإعلاميين الجزائريين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية " الجزيرة، العربية، القناة الجزائرية الثالثة، النيل الإخبارية، دبي الإخبارية، med1"، الشروق الإخبارية، قناة النهار، "
212	1.4.4 الفروق في درجات درجات إتجاهات الإعلاميين نحو القنوات الفضائية الإخبارية العربية حسب متغيرات الدراسة".
212	1.1.4.4 حسب متغير الجنس
215	2.4.4. حسب متغير " السن " .
219	3.4.4. حسب متغير "المستوى العلمي" .
221	4.4.4. حسب متغير "المستوى العلمي" .
223	5.4.4 حسب متغير "الخبرة المهنية" .
225	6.4.4. حسب متغير "الخبرة المهنية" .
229	7.4.4. حسب متغير "المنصب" .
229	8.4.4. حسب متغير "المنصب" .
233	النتائج العامة للدراسة
243	خاتمة
247	قائمة المراجع