

المركز الديمقراطي العربي
للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية
Democratic Arabic Center
for Strategic, Political & Economic Studies

مجلة الدراسات الإعلامية

دورية دولية محكمة

المركز الديمقراطي العربي

Journal of Media Studies

International scientific periodical journal



مجلة الدراسات الإعلامية



المجلد الخامس

العدد العشرون - أغسطس/ آب 2022م

ISSN (Online) 2512-3203

رقم التسجيل: VR.3373.6311.B



المركز الديمقراطي العربي
للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية
Democratic Arabic Center
for Strategic, Political & Economic Studies



مجلة علمية دورية دولية محكمة. تصدر من ألمانيا-برلين عن "المركز الديمقراطي العربي"
تعنى بنشر الدراسات والبحوث في ميدان علوم الإعلام والاتصال والصحافة بعدة لغات

ISSN (online) 2512- 3203

Journal of Media Studies

Is an International Scientific Periodical Journal Issued by the
Democratic

Arabic Center –Germany- Berlin

The journal is concerned with research studies and research papers
in the fields of Media Sciences

Registration number: VR.3373.6326.B

Nationales ISSN-Zentrum für Deutschland

ISSN (Online) 2512-3203

الناشر:

المركز العربي الديمقراطي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية
برلين-ألمانيا

Germany:

Berlin 10315 Gensinger- Str: 112 Tel: 0049-Code Germany

030- 54884375

030- 91499898

030- 86450098

mobiltelefon: 00491742783717

E-mail: media@democraticac.de

رئيس المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية

والاقتصادية - برلين - ألمانيا

أ.عمار شرعان

هيئة التحرير

رئيسة التحرير واللجنة العلمية

د. شيماء الهواري

مديرة التحرير

د. فاطمة الزهراء عبيدي

سكرتيرة التحرير

د. سليمة منادة بوشفرة

مساعد التحرير

د. نوال المجدوب

الهيئة الاستشارية العليا

د. هويدا سيد علي مصطفى

أ.د. محمد ضريف

د. سعيد الخمري

د. رشيد البكر

د. حسن الخطابي

د. محمد شادي

د.العربي بوعمامة

د. أسماء حسين ملكاوي

اللجنة العلمية	
الأساتذة المحكمون	
اسم المحكم	صفته
د. شيماء الهواري	دكتورة في القانون العام والسياسات العمومية متخصصة في الاعلام السياسي جامعة الحسن الثاني. المملكة المغربية
د. تركي امحمد	استاذ الشعريات، وتحليل الخطاب، المركز الجامعي احمد زبانة غليزان، الجزائر
د. العربي بومسحة	استاذ محاضر بمعهد الاداب واللغات، المركز الجامعي احمد بن يحيى الونشريسي، تيسمسيلت، الجزائر
د. سامية غشير	استاذة مساعدة بجامعة باجي مختار، عنالة_البلد، جمهورية الجزائر
د. فيروز المطاعي	استاذة محاضرة أ، كلية الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، جمهورية الجزائر
د. سهام بدبودي	دكتورة في علوم الاعلام والاتصال، جامعة باجي مختار عنابة، الجزائر
د. علي عبد الهادي الكرخي	استاذ علوم الاتصال والعلاقات، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، العراق
د. شهيرة بن عبد الله	مساعدة للتعليم العالي بمعهد الصحافة وعلوم الإخبار بمَنوبة.
أ. د. نداء مطشر صادق	كلية العلوم السياسية الجامعة المستنصرية. جمهورية العراق.
د. مصطفى المريط	أستاذ نظريات الإعلام والاتصال بجامعة محمد الأول بوجدة عضو مختبر الدراسات الأدبية واللسانية وعلوم الإعلام والتواصل جامعة سيدي محمد بن عبد الله بفاس-المملكة
د. مثنى محمد فيحان الغانمي	استاذ في دائرة العلاقات والاعلام بمركز وزارة التعليم العالي والبحث العلمي العراقية. العراق.

شروط وضوابط النشر على مجلة الدراسات الإعلامية الدولية المحكمة الصادرة عن

المركز الديمقراطي العربي المانيا _ برلين

تعتمد مجلة الدراسات الإعلامية في انتقاء محتويات أعدادها المواصفات الشكلية والموضوعية للمجلات الدولية المحكمة علمياً، وفقاً لما يأتي:

أولاً: إجراءات تقديم البحث ومواصفاته

- أن يكون البحث أصيلاً معداً خصيصاً للمجلة، وألا يكون قد نشر جزئياً أو كلياً أو نُشر ما يشبهه في أي وسيلة نشر إلكترونية أو ورقية.
- أن يرفق البحث بالسيرة العلمية للباحث باللغتين العربية والإنكليزية.
- يقوم الباحث بإرسال البحث المنسق على شكل ملف مايكروسوفت وورد، إلى البريد الإلكتروني : media@democraticac.de
- يجب أن يكون البحث مكتوباً بلغة سليمة، مع العناية بما يلحق به من خصوصيات الضبط والرسم والأشكال
- يتم تقييم البحث من ثلاثة محكمين.
- يتم إبلاغ الباحث بالقبول المبدئي للبحث أو الرفض
- يتم إرسال ملاحظات التحكيم إلى الباحث
- يقوم الباحث بإجراء التعديلات المطلوبة وإرسال البحث المعدل إلى البريد الإلكتروني المذكور أعلاه نفسه

ثانياً : كيفية إعداد البحث للنشر:

- أن تكون المادة المرسله للنشر أصيلة ولم ترسل للنشر في أي جهة أخرى ويقدم الباحث إقراراً بذلك
- أن يكون المقال في حدود 20 صفحة بما في ذلك قائمة المراجع والجداول والأشكال والصور
- أن يتبع المؤلف الأصول العلمية المتعارف عليها في إعداد وكتابة البحوث وخاصة المقدمة وعناصرها، والخاتمة، وبيانات مصادر المعلومات وتوثيق الاقتباس واحترام الأمانة العلمية في الإحالات والمراجع والمصادر (وجوباً)
- تتضمن الورقة الأولى العنوان الكامل للمقال باللغة العربية وترجمة لعنوان المقال باللغة الإنجليزية، كما تتضمن اسم الباحث ورتبته العلمية، والمؤسسة التابع لها، الهاتف، والفاكس والبريد الإلكتروني وملخصين، في حدود مائتي كلمة للملخصين مجتمعين، (حيث لا يزيد عدد أسطر الملخص الواحد عن 10 أسطر بخط 12 Simplified Arabic للملخص العربي و 12 Times New Roman للملخص باللغة الانجليزية)، أحدهما بلغة المقال والثاني باللغة الانجليزية على أن يكون أحد الملخصين باللغة العربية. (وجوباً)
- تكتب المادة العلمية العربية بخط نوع Simplified Arabic مقاسه 14 بمسافة 1.00 بين الأسطر، بالنسبة للعناوين تكون Gras ، أما عنوان المقال يكون مقاسه 16
- هوامش (LES MARGES) الصفحة أعلى 2.5 وأسفل 2.5 وأيمن 3 وأيسر 3 ، رأس الورقة 2، أسفل الورقة 2 حجم الورقة عادي(A4) (وجوباً)
- يجب أن يكون المقال خالياً من الأخطاء الإملائية والنحوية واللغوية والمطبعية (وجوباً)

- بالنسبة للدراسات الميدانية ينبغي احترام المنهجية المعروفة كاستعراض المشكلة، والإجراءات المنهجية للدراسة، وما يتعلق بالمنهج والعينة وأدوات الدراسة والأساليب الإحصائية وعرض النتائج ومناقشتها
- ترقيم الإحالات بطريقة أكاديمية في آخر كل صفحة من المقال وجوبا وليس ضمن الفقرات أو في آخر المقال، بالترتيب التالي: المؤلف: عنوان الكتاب أو المقال، عنوان المجلة أو الملتقى، الناشر، البلد، السنة، الطبعة والصفحة.
- الإحالات تكون بحجم خط 9 نوع الخط ARIAL للخط العربي وللخط الأجنبي، (وجوبا)
- ترقيم الصفحات بشكل متتابع (وجوبا)
- ذكر قائمة المراجع في نهاية البحث وترتيبها هجائيا، ومثال ذلك:
 - الكتاب: الاسم الكامل للمؤلف(السنة)، عنوان الكتاب، ط (الطبعة إن وجدت)، دار النشر، مكان النشر، البلد.
 - المقال: الاسم الكامل للمؤلف(السنة)، عنوان المقال، المجلة، م(المجلد)، ع(العدد)، مصدر المجلة (الجامعة أو المخبر مثلا)، مكان النشر، البلد.
 - الرسائل والأطروحات: الاسم الكامل لصاحب الرسالة(السنة)، عنوان الرسالة، نوع الرسالة وتخصصها، القسم، الكلية، الجامعة.
 - المؤتمرات والملتقيات: الاسم الكامل لصاحب الورقة العلمية(السنة)، عنوان الورقة، عنوان المؤتمر، منظم المؤتمر، البلد.
- إرفاق أدوات الدراسة في حالة الدراسات الميدانية
- المقالات المرسلّة لا تعاد إلى أصحابها سواء نشرت أو لم تنشر
- المقالات المنشورة في المجلة لا تعبر إلا على رأي أصحابها
- كل مقال لا تتوفر فيه الشروط لا يؤخذ بعين الاعتبار ولا ينشر مهما كانت قيمته العلمية.
- يحق لهيئة التحرير إجراء بعض التعديلات الشكلية على المادة المقدمة متى لزم الأمر دون المساس بالموضوع.
- يضع الباحث مقاله ضمن قالب المجلة قبل إرساله
- يقوم الباحث بإرسال البحث المنسق على شكل ملف مايكروسوفت وورد، إلى البريد الإلكتروني media@democraticac.de

تعريف بالمجلة

مجلة الدراسات الاعلامية، مجلة دولية محكمة، تصدر بشكل دوري، ولها هيئة علمية دولية فاعلة، تشمل مجموعة كبيرة لأفضل الأكاديميين من عدة دول، حيث تشرف على تحكيم الأبحاث الواردة إلى المجلة وتنقيحها وتقويمها. وتهتم المجلة بنشر البحوث العلمية في ميدان علوم الاعلام والاتصال، وقوانين الاعلام والاتصال والصحافة والنشر سواء الرقمي أو الورقي، إضافة إلى الاعلام الإلكتروني.

وتستند المجلة إلى ميثاق أخلاقي لقواعد النشر فيها، وإلى لائحة داخلية تنظم عمل التحكيم، كما تعتمد "مجلة الدراسات الاعلامية" في انتقاء محتويات أعدادها المواصفات الشكلية والموضوعية للمجلات الدولية المحكمة.

وتصدر المجلة عن "المركز الديمقراطي العربي للدراسات السياسية والاقتصادية مقره برلين-ألمانيا، تحت

رقم معياري: ISSN (Online) 2512-3203

ويعتبر المركز الديمقراطي العربي مؤسسة مستقلة تعمل في إطار البحث العلمي الأكاديمي والتحليلات السياسية والقانونية والإعلامية والاقتصادية حول الشؤون الدولية والإقليمية ذات الصلة بالواقع العربي بصفة خاصة والدولي بصفة عامة.

وتضع المجلة في قائمة أولوياتها العمل على تمكين الباحثين والإعلاميين والأقلام الحرة من طرح آراءهم بموضوعية ودون قيود، تحت شعار حرية التعبير والرأي ونشر المعلومات بمهنية علمية واحترافية، ويهدف تكريس مفهوم الديمقراطية التشاركية والشمولية.



فهرس العدد العشرون

البحوث المحكمة

رقم الصفحة	عنوان البحث بالإنجليزية	عنوان البحث بالعربية	اسم الباحث(ة)
10	Palestinian journalists use the "Story" feature on Facebook to get news and information	استخدام الصحفيين الفلسطينيين لخاصية ستوري عبر الفيس بوك للحصول على الأخبار والمعلومات	د. فوزية بنت حسين أ. محمد نافذ صبحي فروانة
33	The difficulties and bets of the local press in Algeria from the point of view of journalists An exploratory study on a sample of local journalists in the city of Relizane	صعوبات ورهانات الصحافة المحلية في الجزائر من وجهة نظر الصحفيين دراسة استطلاعية على عينة من الصحفيين المحليين بمدينة غليزان	د. ريم فتيحة قدوري
52	The impact of social media journalistic work and the role of the journalism profession	تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الصحفي وقواعد مهنة الصحافة	أ. لجين سليمان أ. محمد هرشو
66	Employing Multimedia in the Production of Television Competition Programs An applied study on the program "You, Think in Khartoum" on Sudania 24 Channel	توظيف الوسائط المتعددة في إنتاج برامج المسابقات التلفزيونية دراسة تطبيقية على برنامج فكر أنت في الخرطوم بقناة سودانية 24	د. أسامة حسب الرسول البشير أ. هديل آدم محمد محبوب
91	The effectiveness of practicing social responsibility on enhancing employees mental image	فاعلية ممارسة المسؤولية الاجتماعية في تعزيز الصورة الذهنية للعاملين دراسة حالة شركة سوداتل 2019-2020	د. شاهيناز الزاكي ابو مريم د. أكرم محمد الحاج
104	The repercussions of professional and administrative pressures on investigative journalism in Palestine	الضغوط المهنية والإدارية للصحفيين وانعكاسها على واقع الصحافة الاستقصائية في فلسطين	د. محمد نافذ فروانة د. حسن يوسف دوحان
129	The role of media departments in Palestinian universities in developing their investigative journalism skills " Palestine as case study"	دور أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية في تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية لدى طلبتها "دراسة ميدانية في فلسطين"	أ. سامي عطا الله أبو غوله أ. يوسف محمد الشيخ
157	Digital psychological warfare: Mechanisms and means ... The Russian-	الحرب النفسية الرقمية الآليات والوسائل الحرب الروسية - الأوكرانية	ا.م.د. علي عبدالهادي الكرخي

	Ukrainian war is a model	انموجا...	
165	The effectiveness of radio talk shows in promoting political awareness Applied study on the programme of a Sudanese radio) conference 2021)	برامج الإذاعة التفاعلية وأثرها على البناء السياسي لجمهور المستمعين (دراسة تطبيقية على عينة من البرامج بالإذاعة السودانية في الفترة ٢٠٢٠ م)	د. مضوي أبكر عبد الله آدم عثمان
محور بحوث محكمة باللغة الانجليزية			
186	Media Coverage of the For the of legislation on the protections of Jordanian women's rights on "Facebook" Pages A comparative analytical study between of the two pages of ' Jordan TV' 'channel and Royat' channel	التغطية الإعلامية للتشريعات المتعلقة بحماية حقوق المرأة الأردنية في صفحات "الفيسبوك" دراسة تحليلية مقارنة بين صفحتي قناة التلفزيون الأردني، وقناة رؤية"	Dr. Noha Sabri Mohammed Al-Qatawneh-
محور آراء وأفكار في الدراسات الاعلامية			
212	Media and Information Education - Culture of dealing with the media	التربية الإعلامية والمعلوماتية - ثقافة التعامل مع وسائل الإعلام	د. آدم أحمد آدم
217	Value determinism and the media of globalization	الحمية القيمية وإعلام العولمة	د. أحمد اسماعيلي
223	The role of social media applications in educating university youth about the dangers of electronic extortion	دور تطبيقات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الجامعي بمخاطر الابتزاز الإلكتروني	د. شيماء الهواري د. محمود محمد أحمد
231	Theoretical legacy of communication and the problems of virtual social networks : The importance of reviewing and proposing new approaches	الاتصال بين الموروث النظري والإشكاليات الحديثة للواقع الافتراضي: مدى الحاجة إلى المراجعة تعديلا وتجاوزا	د. رجاء عمّار:

استخدام الصحفيين الفلسطينيين لخاصية ستوري عبر الفيس بوك للحصول على الأخبار والمعلومات Palestinian journalists use the "Story" feature on Facebook to get news and information

أ. محمد نافذ صبحي فروانة
باحث دكتوراه إعلام رقمي في جامعة العلوم الإسلامية الماليزية
(USM)
د. فوزية بنت حسين
محاضر في كلية القيادة والإدارة في جامعة العلوم الإسلامية
الماليزية (USM)

ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اهتمام الصحفيين الفلسطينيين لاستخدام لخاصية ستوري عبر الفيس بوك في الحصول على الأخبار والمعلومات، واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان للحصول على البيانات والمعلومات والتي وُزعت على عينة بلغت بنسبة 10% من مجموع المجتمع الكلي والذي يبلغ (753) وعليه تكون العينة المختارة هي (76) صحفي وصحفية من قطاع غزة جنوب فلسطين المحتلة، ومن أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة أن الصحفيين الفلسطينيين يولون اهتمام كبير في متابعة لخاصية ستوري عبر الفيس بوك بهدف الحصول على الأخبار والمعلومات بنسبة 46.7%، وأن وكشفت نتائج الدراسة أن الصحفيين الفلسطينيين يتقنون بدرجة كبيرة في الاخبار التي يتم نشرها عبر لخاصية ستوري في الفيس بوك بنسبة 42.8%، وبينت نتائج الدراسة أن سهولة نشر الاشاعات من أبرز سلبيات استخدام لخاصية ستوري عبر الفيس بوك أثناء الحصول على المعلومات بنسبة 76.6%.

الكلمات المفتاحية:

الصحفيين الفلسطينيين-الاعلام الرقمي -مواقع التواصل الاجتماعي - ستوري-ستوري الفيس بوك

Abstract:

This study aimed to identify the extent to which Palestinian journalists are interested in using the Story feature through Facebook in obtaining news and information. The chosen ones are (76) male and female journalists from the Gaza Strip, south of occupied Palestine. One of the most important findings of the study is that Palestinian journalists pay great attention to following up on the Story feature on Facebook with the aim of obtaining news and information at a rate of 46.7%, and that the results of the study revealed that Palestinian journalists They highly trust the news that is published through the Story feature on Facebook with a percentage of 42.8%, and the results of the study showed that the ease of spreading rumors is one of the most prominent negatives of using the Story feature on Facebook while obtaining information by 76.6%.

key words:

Palestinian journalists - digital media - social media - story - facebook story

أولاً: مقدمة:

أدت التطورات الهائلة في وسائل الإعلام لسعي المؤسسات الإعلامية إلى الاستغلال الأمثل للتكنولوجيا من أجل المحافظة على جمهورها وابتكار طرق جديدة لتقديم الرسالة الإعلامية، خاصة أننا نعيش في عصر الإنترنت الذي يضح معلومات كبيرة في وقت وجيز، لهذا بدأت تلجأ المؤسسات الإعلامية إلى ابتكار أساليب جديدة تسهم في لفت انتباه المتلقي نحو رسالتها الإعلامية.

أكدت تقرير (ايبوك، 2021) أنه لا يزال موقع الفيس بوك يحتل المقدمة في مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر حضوراً بين الفلسطينيين، حيث وصلت نسبة المشتركين في الموقع إلى 95.16% من مستخدمي الإنترنت في الضفة الغربية وقطاع غزة والداخل الفلسطيني المحتل، وأن مواقع التواصل الاجتماعي حظيت بالنسبة الأعلى لمصادر الأخبار والمعلومات لدى المستطلعين بواقع 83.3%، وأن مشاهدة مقاطع الفيديو عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاء بنسبة 45.1%

وفي إطار المنافسة بين منصات مواقع التواصل الاجتماعي أضافت شركة ميتا "فيس بوك" خاصية "ستوري" الجديدة التي تشبه تطبيق سناب شات وتيك توك. ومن خلال هذه الخاصية، يمكن مشاركة قصص وأخبار تتضمن محتويات مزخرفة في إطار أفقي عبر قسم "News feed" أو آخر الأخبار، وتختفي هذه القصة خلال 24 ساعة من نشرها، كما هو الحال في قصص تطبيق "انستقرام"، كما يوجد قسم فرعي أيضاً في الخاصية الجديدة هو "Direct"، وهو يشبه جداً صفحة "News feed" الخاصة بتطبيق سناب شات.

ثانياً: مشكلة الدراسة:

تتبلور مشكلة الدراسة في التعرف على مدى استخدام الصحفيين الفلسطينيين لخاصية ستوري عبر الفيس بوك في الحصول على الأخبار والمعلومات، وذلك من خلال معرفة الموضوعات المستخدمة ومصدر المعلومات الذي يعتمد عليها الصحفيين.

خامساً: أهمية الدراسة:

1- أهمية خاصة لخاصية ستوري عبر الفيس بوك كونها أصبحت مصدر مهم للحصول على المعلومات، خصوصاً بعد زيادة الاعتماد عليها في ضوء التطورات التكنولوجية، وإمكانية الحصول على خدماته على مدار الساعة.

2- محاولة إجراء دراسات تواكب التطورات التي تحدث على وسائل الاتصال الرقمي وخصوصاً الإنترنت وتطبيقات الحاسوب التي فرضت نفسها على تلك الوسائل.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

1. التعرف على مدى اهتمام الصحفيين الفلسطينيين لخاصية ستوري عبر الفيس بوك في الحصول على الأخبار والمعلومات.
2. بيان أهم الموضوعات التي يهتم بها الصحفيين الفلسطينيين في لخاصية ستوري عبر الفيس بوك.
3. معرفة مصادر المعلومات والبيانات التي يعتمد عليها الصحفيين الفلسطينيين عند استخدام لخاصية ستوري عبر الفيس بوك.
4. معرفة الجوانب السلبية لخاصية ستوري عبر الفيس بوك أثناء الحصول على الأخبار والمعلومات من وجهة نظر الصحفيين الفلسطينيين.

رابعاً: تساؤلات الدراسة:

1. ما مدى اهتمام الصحفيين الفلسطينيين لخاصية ستوري عبر الفيس بوك في الحصول على الأخبار والمعلومات؟
2. ما أهم الموضوعات التي يهتم بها الصحفيين الفلسطينيين في لخاصية ستوري عبر الفيس بوك؟
3. ما مصادر المعلومات والبيانات التي يعتمد عليها الصحفيين الفلسطينيين عند استخدام لخاصية ستوري عبر الفيس بوك؟
4. ما الجوانب السلبية لخاصية ستوري عبر الفيس بوك أثناء الحصول على الأخبار والمعلومات من وجهة نظر الصحفيين الفلسطينيين؟

سادساً: حدود الدراسة:

- الحد الزمني: يمثل الحد الزمني للدراسة في الفترة الزمنية الممتدة بين 2022/04/01 وحتى 2022/05/01م
- الحد المكاني: حددت الباحثان الصحفيين الفلسطينيين العاملين في قطاع غزة.

مفاهيم الدراسة:

- **الصحفيين الفلسطينيين:** هم الممارسون للعمل الصحفي داخل فلسطين، في مختلف وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية ولديهم عضوية بنقابة الصحفيين الفلسطينيين أو مسجلين في سجلات مكتب الإعلام الحكومي في غزة.

- **خاصية الستوري:** ميزة تتيح لحسابات على الفيس بوك نشر الصور ومقاطع الفيديو والتي تختفي بعد 24 ساعة.
- **الفيس بوك:** هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي الشهيرة، ويستخدم في نشر الاخبار والمعلومات، وأصبح الفيس بوك أداة فعالة تعتمد عليها المؤسسات الإعلامية كمنصة لبث ونشر اخبارها عليها، خاص أن الفيس بوك يحظى باهتمام كبير جداً من قبل الجمهور، ومن خلال يكون رجع الصدى فوري مما يصنع نوع من التفاعلية بين المتلقي والوسيلة.

الإطار المعرفي:

مواقع التواصل الاجتماعي (النشأة والتعريف)

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضي، قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزاوج بين الثقافات، وسمي هذا النوع من التواصل بين الناس (شبكات التواصل الاجتماعي)، وتعددت هذه الشبكات واستأثرت بجمهور واسع من المتلقين، ولعبت الأحداث السياسية والطبيعية في العالم دوراً بارزاً في التعريف بهذه الشبكات، وبالمقابل كان الفضل أيضاً لهذه الشبكات في إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عن تلك الأحداث، الأمر الذي ساعد في شهرة وانتشار هذه الشبكات وأهمها "الفيس بوك، تويتر، واليوتيوب"¹. ووفر ظهور شبكات التواصل الاجتماعي فتحاً ثورياً، نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة، وأعطى مستخدميه فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي محدود؛ إذ أوجد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي قنوات للبث المباشر من جمهورها في تطور يغير من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة، ويوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلامية لينقلها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية، ويقدره تأثيرية وتفاعلية لم يتصورها خبراء الاتصال².

كما وتمثل شبكات التواصل الاجتماعي الأساس للتفاعلات ما بين المجتمعات الافتراضية، وهذه التجمعات تعتبر تجمعات اجتماعية تشكلت من أماكن مختلفة في العالم يتقاربون وكذلك يتواصلون فيما بينهم عبر الحواسيب وكذلك البريد الإلكتروني ويتبادلون فيما بينهم الكثير من المعارف وكذلك يكونون

¹ عبد الكافي، إسماعيل (2016) شبكات التواصل والانترنت والتأثير على الأمن القومي، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، ط1، ص26

² الديهي، محمد (2015) تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، ط1، ص

صداقات، وتتم هذه التفاعلات عن طريق آلية اتصالية من خلال الانترنت والذي أسهم بشكل أساسي بتحسين هذا التفاعل³.

وظهر مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي كمصطلح فلسفي اجتماعي منذ القرن الثامن عشر، ولكن الجديد هو تحويله من فرضية اجتماعية إلى وقاع تقني عبر الانترنت ووسائل الاتصال المتقدمة، مما نقل الفرضية إلى الفضاء الإلكتروني وشكلت ظاهرة جديدة على العالم⁴.

وبدأ ظهور شبكات التواصل الاجتماعي كان عام 1995، بموقع **Classmates.com** ، والذي أتاح التواصل بين زملاء الدراسة في أمريكا وكندا، وفي عام 1997م ظهر موقع **LiveJournal**، وفي عام 2003م بدأ ظهور موقع **Hi5**، الذي استخدمه عدد ضخم حول العالم ثم كانت النقطة في مواقع الشبكات الاجتماعية عام 2004م مع ظهور موقع الفيس بوك الذي تفوق على المواقع الأخرى في وقت قصير جداً نظراً لقابليته لمفهوم التواصل والمشاركة أكثر من قبل، بالإضافة لوجود إمكانيات أكثر متعلقة بالتطبيقات وأسلوب المشاركات وما إلى ذلك؛ فلم يعد الانترنت فقط مصدراً للمعلومات المجردة، بل أضحت ساحة للتفاعلات والتجاذبات بين القيم الموجودة في المجتمع والقيم الجديدة التي ظهرت نتيجة لظهور أشكال ومنافذ جديدة للتواصل بين الشباب، فضلاً عما يتيح من درجة الحرية غير المسبوقة الموجودة، حيث مر عام 2010م سريعاً ليزيد من حكم التشبيك خاصة في الفضاء العربي من خلال شبكات التواصل الاجتماعي لتخرج الثورات العربية من رحم هذه المواقع الإلكترونية، وذلك بعد أن استخدمها المواطنون العرب من تونس مروراً بمصر وليبيا وصولاً إلى سوريا واليمن من أجل التواصل والتفاعل مع واقعهم، والتعبير عن غضبهم من الأوضاع السياسية السيئة في بلادهم⁵.

وتتعدد تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي وتختلف من باحث لآخر، فتعرفها أبو يعقوب بأنها إحدى وسائل الإعلام الحديثة، وهي مجتمعات إلكترونية افتراضية تسمح للمشاركين فيها من كافة الأعمال والأجناس بإنشاء حساب خاص بهم، وتقدم لهم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بينهم في أي وقت يشاءون وفي أي مكان في العالم من خلال مجموعة من الطرق مثل المحادثة والبريد الإلكتروني والرسائل والفيديو وتبادل الملفات والمدونات والمحادثات الصوتية وغيرها⁶.

³ جفات، حميد (2019) دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح من وجهة نظر الصحفيين العراقيين، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، ص6

⁴ المقدادي، خالد (2013). ثورة الشبكات الاجتماعية. ط1. عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع، ص24.

⁵ سكيك هشام، مرجع سبق ذكره، ص63.

⁶ أبو يعقوب، شدان. (2016). أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، كلية الدراسات العليا، ص31.

ويعرفها حمودة أنها شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون، وفي أي مكان من العالم، واكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين البشر، والتي تتشكل من خلال الإنترنت، وتسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة، نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، تختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر⁷.

وفي الواقع توجد تعريفات كثيرة لشبكات التواصل الاجتماعي كلها أجمعت على أنها تحقق التواصل الاجتماعي وتسهل طرح الأفكار، ومناقشتها، ومشاركة المواد النصية والمصورة والمسموعة والمرئية على سبيل المثال.

مفهوم خاصية ستوري على الفيس بوك

أضاف موقع التواصل الاجتماعي الشهير "فيس بوك" خاصية "الستوري" الجديدة التي تشبه تطبيق إلى حد كبير تطبيق تيك توك وسناب شات. ومن خلال هذه الخاصية، يمكن مشاركة قصص وأخبار تتضمن محتويات مزخرفة في إطار أفقي عبر قسم "News feed" أو آخر الأخبار. وتختفي هذه القصة خلال 24 ساعة من نشرها، كما هو الحال في قصص تطبيق "أنستقرام"، كما يوجد قسم فرعي أيضا في الخاصية الجديدة هو "Direct". وقال أحد المتحدثين باسم "فيس بوك"، إنه تم اعتماد شكل القصص على نطاق واسع، وسيكون أحد الطرق التي يشارك بها المستخدمون تحديثاتهم على مدار اليوم بطريقة خفيفة الظل

ويمكن للأصدقاء الرد على هذه القصص، وسيتلقى المستخدمون رسائل بها في قسم "Direct"؛ حيث تدور المحادثات مع الأصدقاء حول الصور والفيديوهات الفردية. ولن يتم نشر القصص الجديدة عبر ملفك التعريفي أو ضمن آخر الأخبار، لكن ستظهر بدلا من ذلك في أعلى الصفحة الرئيسية لتطبيق "فيس بوك"، مثل ما يحدث في "أنستقرام". وفتت "ديلي ميل" إلى أن خاصية "الستوري" ظهرت بداية هذا العام كتجربة في أيرلندا، فيما يسمح تحديث "فيس بوك" الجديد بإجراء بعض التغييرات في الرموز عبر التطبيق. ويتعرض "فيس بوك" لاتهامات بتقليد سناب شات منذ إنطلاقه خاصية "الستوري" عبر "أنستقرام"، لكنه أضاف خاصية الرسائل المخفية في تطبيق "واتساب" و"ماسنجر". وكان "فيس بوك" قد عرض بالفعل في 2013، شراء "سناب شات" مقابل 3 مليارات

⁷ حمودة يونس. (2013). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الدول العربية، قسم الدراسات الإعلامية، ص53.

دولار، لكن رفض فريق "سناپ شات" العرض، مفضلاً أن يشق طريقه في عالم التواصل الاجتماعي. ويعتقد البعض أن "فيس بوك" يثأر لذلك بتقليد وسرقة خصائص "سناپ شات". وفي هذا الفصل سنتعرف على خاصية القصة عبر تطبيق فيسبوك والية انشائها واستخدامها⁽⁸⁾

حجم قصص فيسبوك.⁽⁹⁾

يتم ضبط حجم قصص فيسبوك بحيث تملأ شاشة هاتفك بالكامل، وتتطلب دقة لا تقل عن 1080 × 1080 بكسل، للصور ومقاطع الفيديو على حدٍ سواء. يتم دعم النسب من 1.91:1 إلى 9:16.

وضع النص والشعار مهم بنفس القدر. تأكد من ترك حوالي 14٪ أو 250 بكسل من المساحة في الجزء العلوي والسفلي من العناصر المرئية. لا أحد يريد أن يكتشف في وقت متأخر من اللعبة أن نسخته الجذابة مغطاة بعبارة تحت المستخدم على اتخاذ إجراء أو معلومات ملفه الشخصي.

طول قصص الفيس بوك.⁽¹⁰⁾

القصص على فيسبوك قصيرة وحلوة لسبب ما لأنها مصممة للحفاظ على تفاعل المشاهدين طوال التجربة.

يتم تشغيل مقطع فيديو قصة فيسبوك لمدة 20 ثانية والصورة لمدة خمس ثوان. عندما يتعلق الأمر بإعلانات الفيديو، سيشغل فيسبوك الستوري لمدة 15 ثانية أو أقل. إذا استمروا لفترة أطول، فسيتم تقسيمهم إلى بطاقات قصص منفصلة. سيعرض فيسبوك بطاقة واحدة أو اثنتين أو ثلاث بطاقات تلقائيًا. بعد ذلك، سيحتاج المشاهدون إلى النقر على "متابعة المشاهدة" لمتابعة تشغيل الإعلان.

تُعد فيسبوك الستوري أداة رائعة لإضفاء الطابع الإنساني على علامتك التجارية وإظهار عملائك وراء الستار عندما يتعلق الأمر بعملك.

⁽⁸⁾ حسين، سارة (16 مارس 2017): "Stories".. خاصية جديدة عبر فيس بوك تحاكي سناپ شات، العين الاخبارية، الامارات العربية المتحدة،

<https://al-ain.com>

⁽⁹⁾ موقع المفيد في التسويق : يناير 2022 : مقاسات الصور على فيسبوك على الرابط التالي

<https://www.e-marketips.com>

⁽¹⁰⁾ موقع المفيد في التسويق : يناير 2022 : مقاسات الصور على فيسبوك على الرابط التالي

<https://www.e-marketips.com>

عندما تدير صفحة أعمال على فيسبوك، لديك خياران لنشر القصص: إما بشكل طبيعي، تمامًا كما تفعل على حساب شخصي، أو من خلال الإعلانات المدفوعة؛ في كلتا الحالتين، سترغب في إظهار الشخصية الكامنة وراء عملك والمنتجات والخدمات التي تقدمها.

سابعاً: نوع الدراسة ومنهجها وأداتها:

1. نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية "التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة، أو موقف أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها"¹¹. وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام الصحفيين الفلسطينيين لخاصية ستوري عبر الفيس بوك في الحصول على الأخبار والمعلومات، وذلك من خلال معرفة الموضوعات المستخدمة ومصدر المعلومات الذي يعتمد عليها الصحفيين.

2. منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج الدراسات المسحية: ويُعرف بأنه أحد الأشكال الخاصة لجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، ويستهدف هذه المنهج تسجيل وتفسير لظاهرة في وضعها الراهن، بعد جمع البيانات اللازمة عنها وعن مصادرها¹²، من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمةة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها¹³.

وبعد هذا المنهج جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات، ووصاف عن الظاهرة موضوع الدراسة من البعد الحدي من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولفترة كافية للدراسة¹⁴.

وفي إطاره استخدم الباحث أسلوب مسح أساليب الممارسة الاعلامية ويستخدم هذا المنهج في مسح عينة من القائمين بالاتصال، ويقصد به دراسات الجوانب والاساليب الادارية والتنظيمية التي تتبعها أجهزة الاعلام وإدارته في مختلف المجالات الاعلامية، بهدف تطوير الواقع التطبيقي الفعلي، والتعرف على

¹¹ سمير حسين (2006م). بحوث الإعلام. مصر: عالم الكتاب للطباعة والنشر والتوزيع. ص131.

¹² عاطف العبد (1999م) المنهج العلمي في البحوث الإعلامية، مصر: دار الهاني للطباعة، ص167.

¹³ محمد عبد الحميد (1992) بحوث الصحافة، مصر: عالم الكتب، ص93.

¹⁴ سمير حسين، مرجع سبق ذكره ص147.

الطرق التي تتبعها الأجهزة في ممارسة نشاطاتها المختلفة باعتبار أن نجاح الجهود الاعلامية يبني على مدى الجوانب الإدارية والتنظيمية¹⁵.

3. أداة الدراسة:

أ- أداة صحيفة الاستقصاء: وهي أحد الأساليب التي تستخدم في جمع بيانات أولوية أو أساسية أو مباشرة من العينة المختارة أو من جميع مفردات مجتمع البحث عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة المعدة مسبقاً عبارة عن استمارة تحتوي على مجموعة من الأسئلة المرتبطة والمتسلسلة إلى أن يتم الإجابة عليها وتعبئتها من قبل المبحوثين لجمع المعلومات والبيانات حول الظاهرة أو مشكلة البحث. كما يعرف بأنه أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجري تعبئتها من قبل المستجيب¹⁶.

ثامناً: مجتمع الدراسة وعينتها:

4. مجتمع الدراسة:

يتكون من جميع الصحفيين في فلسطين والبالغ عددهم (1654) صحفياً، فبحسب إحصاءات نقابة الصحفيين فإن عدد الصحفيين في الضفة الغربية والقدس (901) صحفياً (اتصال شخصي، 2020). بينما اعتمد الباحثان في محافظات غزة قائمة جمعت فيها بين الصحفيين المسجلين في النقابة والصحفيين الممارسين المسجلين في المكتب الإعلامي الحكومي في غزة وكان العدد الإجمالي لهم (753) صحفياً وصحفية.

5. عينة الدراسة:

استناداً إلى المعايير الإحصائية العلمية المتبعة في اختيار العينات، فقد اختارت الباحثان العينة العشوائية البسيطة وتم اختيار العينة من الصحفيين في محافظات قطاع غزة بنسبة 10% من مجموع المجتمع الكلي والذي يبلغ (753) وعليه تكون العينة المختارة هي (76) صحفي وصحفية من قطاع غزة.

عاشراً: أداة الدراسة:

¹⁵ سمير حسين، مرجع سبق ذكره ص123.

¹⁶ منال المزهر (2012) نظريات الاتصال، مصر: دار الميسرة، ص203.

تم إعداد استبانة حول " استخدام الصحفيين الفلسطينيين لخاصية ستوري عبر الفيس بوك للحصول على الأخبار والمعلومات"

وتتكون من محورين رئيسيين هما:

المحور الأول: وهو عبارة عن السمات الشخصية والعامة عن المستجيبين تتضمن (الجنس، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، المسمى الوظيفي).

المحور الثاني: استخدام الصحفيين لخاصية ستوري عبر الفيس بوك للحصول على الاخبار والمعلومات وقد تم استخدام المقياس من 1-5 لقياس استجابات المبحوثين لفقرات الاستبانة، حيث أنه كلما اقتربت الدرجة من الرقم 5 دلّ ذلك على الموافقة الشديدة على ما ورد في الفقرة والعكس صحيح، والجدول (1) يوضح ذلك:

جدول (1): درجات المقياس المستخدم في الاستبانة

الاستجابة	منخفضة جداً	عالية جداً
الدرجة	1	5

لتفسير نتائج الدراسة والحكم على مستوى الاستجابة، اعتمد الباحثان على ترتيب المتوسطات الحسابية على مستوى المجالات للاستبانة، ومستوى الفقرات في كل مجال، وقد حدد الموافقة حسب المحك المعتمد للدراسة، كما هو موضح في الجدول (1):

جدول (2): يوضح المحك المعتمد في الدراسة

طول الخلية	الوزن النسبي المقابل له	درجة الموافقة
من 1 - 1.80	من 20% - 36%	قليلة جداً
أكبر من 1.80 - 2.60	أكبر من 36% - 52%	قليلة
أكبر من 2.60 - 3.40	أكبر من 52% - 68%	متوسطة
أكبر من 3.40 - 4.20	أكبر من 68% - 84%	كبيرة
أكبر من 4.20 - 5	أكبر من 84% - 100%	كبيرة جداً

خطوات بناء الاستبانة:

قام الباحثان بإعداد أداة الدراسة للتعرف على " استخدام الصحفيين لخاصية ستوري عبر الفيس بوك للحصول على المعلومات والأخبار"، وتم اتباع الخطوات التالية لبناء الاستبانة:

- 1- مراجعة أسئلة وأهداف ومتغيرات وفرضيات الدراسة.
- 2- الاطلاع على الأدب الإعلامي والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، والاستفادة منها في بناء الاستبانة، وتحديد مجالاتها، وصياغة فقراتها.

- 3- استشار عدداً من أساتذة الجامعات الفلسطينية والمشرفين في تحديد مجالات الاستبانة وصياغة فقراتها.
- 4- تم تحديد المحاور الرئيسة التي شملتها الاستبانة.
- 5- تم تحديد الفقرات التي تقع تحت كل مجال.
- 6- تم تصميم الاستبانة في صورتها الأولية، (ملحق رقم 1).
- 7- تم مراجعة وتنقيح الاستبانة من قبل المشرف.
- 8- تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين* من أعضاء هيئة التدريس في الجامعة العلوم الإسلامية الماليزية.
- 9- في ضوء آراء المحكمين تم تعديل بعض فقرات الاستبانة من حيث الحذف أو الإضافة والتعديل، لتستقر الاستبانة في صورتها النهائية. وصلاحياتها لتحليل النتائج والإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

تم تفريغ وتحليل الاستبانة من خلال برنامج التحليل الإحصائي Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).

وقد تم استخدام الأدوات الإحصائية التالية:

1. النسب المئوية والتكرارات (Frequencies & Percentages): لوصف عينة الدراسة.
2. المتوسط الحسابي والمتوسط الحسابي النسبي والانحراف المعياري.

المحور الأول: السمات الشخصية والعامة

- النوع الاجتماعي

جدول (3): يوضح التكرار والنسبة المئوية للنوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي	العدد	النسبة المئوية %
ذكر	64	83.1
أنثى	13	16.9
المجموع	77	100.0

تبين من جدول (3) أن ما نسبته 83.1% من عينة الدراسة هم من الذكور وما نسبته 16.9% هم من الإناث، وهذا ما أكدت دراسة المزروعي (2017) أن 76% من مستخدمي الخاصية هم من الذكور وأن

* د. أحمد عبد المالك أستاذ الإعلام المشارك في جامعة العلوم الإسلامية ماليزيا.

د. إيهاب عوايس أستاذ الإعلام المشارك في جامعة العلوم الإسلامية ماليزيا.

د. فوزية بنت حسين أستاذ الإعلام المشارك في جامعة العلوم الإسلامية ماليزيا.

نسبة 24% هم من الاناث، واتفقت مع دراسة (قراقع، 2019) على أن نسبة الذكور كانت أعلى نسبة إذ بلغت 88.6%، بينما نسبة الإناث 11.4%.

- الحالة الاجتماعية

جدول (4): يوضح التكرار والنسبة المئوية للحالة الاجتماعية

النسبة المئوية %	العدد	الحالة الاجتماعية
53.2	41	متزوج
46.8	36	أعزب
100.0	77	المجموع

تبين من جدول (4) أن ما نسبته 53.2% هم من المتزوجين، وما نسبته 46.8% هم من غير المتزوجين.

- المؤهل العلمي

جدول (5): يوضح التكرار والنسبة المئوية للمؤهل العلمي

النسبة المئوية %	العدد	المؤهل العلمي
75.3	58	بكالوريوس
18.2	14	دراسات عليا
6.5	5	دبلوم فأقل
100.0	77	المجموع

تبين من جدول (5) أن ما نسبته 75.3% هم حملة شهادة بكالوريوس وهم الأغلبية، وما نسبته 18.2% هم من حملة شهادة الدراسات العليا "ماجستير، دكتوراه"، وما نسبته 6.5% هم من حملة شهادة دبلوم فأقل منها.

يعزو الباحثان إلى أن درجة البكالوريوس جاءت أعلى نسبة وهذا يدل على أن استخدام خاصية ستوري عبر الفيس بوك قيد الدراسة بحاجة تعليم جامعي وخبرات متراكمة لدى الصحفيين، وهذا ما أكدته دراسة (المزروعي، 2017) أن النسبة الأعلى من المستخدمين هم من حملة شهادة البكالوريوس، وأيضا اتفقت مع دراسة (قراقع، 2019) أن حملة شهادة البكالوريوس جاءت المرتبة الأولى بنسبة 50.5%.

- المسمى الوظيفي

جدول (6): يوضح التكرار والنسبة المئوية للمسمى الوظيفي

النسبة المئوية %	العدد	المسمى الوظيفي
45.4	35	محرر صحفي.
18.2	14	مراسل ومندوب صحفي
14.3	11	سكرتير تحرير
7.8	6	مدير تحرير.
7.8	6	رئيس تحرير
6.5	5	أخرى
100.0	77	المجموع

تبين من جدول (6) أن ما نسبته 45.4% من عينة الدراسة هم من المحررين وهم الاغلبية، وما نسبته 18.2% هم من المراسلين والمندوبين، وما نسبته 14.3% هم من سكرتارية تحرير، وما نسبته 7.8% هم من المدراء ورؤساء التحرير أيضاً، وما نسبته 6.5% هم من مسميات أخرى علاقات ومصورين وغيرهم. يعزوا الباحثان الباحثة إلى أن المحرر الصحفي جاء في المرتبة الأولى لأن المحرر الصحفي أكثر تواجداً لاعتماد المؤسسة الإعلامية على المادة الفنية التي يتم تحريرها، وتليه المراسل وهذا لأهمية المراسل في المؤسسات الإعلامية والدور الذي يقوم به في إيصال الأخبار، وهذا ما أكدته دراسة (بلاني، 2018) أن المحررين الصحفيين بنسبة 70% أعلى نسبة من بين الوظائف.

تحليل فقرات الاستبانة:

المحور الثاني: استخدام الصحفيين لخاصية ستوري عبر الفيس بوك للحصول على الأخبار والمعلومات.

- مدى اهتمام الصحفيين الفلسطينيين في خاصية ستوري عبر الفيس بوك لحصول على الاخبار والمعلومات

جدول (7): يوضح التكرارات والنسب المئوية لمدى الاهتمام في خاصية ستوري عبر الفيس بوك لحصول على الاخبار

والمعلومات

المؤشرات	كبيرة جداً	كبيرة	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	درجة الاعتماد
مدى الاهتمام في خاصية ستوري عبر الفيس بوك لحصول على الاخبار والمعلومات	30	36	9	1	1	0.800	4.21	84.20	كبيرة جداً
%	39.0	46.7	11.7	1.3	1.3				

تبين من جدول (7) أن ما نسبته 39.0% من عينة الدراسة أن مدى اهتمامهم في خاصية ستوري عبر الفيس بوك للحصول على الأخبار والمعلومات كبير جداً، وما نسبته 46.7% مدى الاهتمام لديهم كبير، وما نسبته 11.7% مدى الاهتمام لديهم متوسط، وما نسبته 1.3% مدى الاهتمام لديهم ضعيف، وما نسبته 1.3% مدى الاهتمام لديهم ضعيف جداً، والمتوسط الحسابي لمدى اهتمامهم يساوي 4.21 أي بوزن نسبي 84.20% وانحراف معياري 0.800 مما يشير على أن الاهتمام على خاصية ستوري عبر الفيس بوك في الحصول على الاخبار والمعلومات كبير جداً، ويعود ذلك بسبب سهولة استخدام خاصية ستوري

عبر الفيس بوك، وإمكانية تصفحها بكل سهولة ويسر، إضافة الى أن خاصية ستوري عبر الفيس بوك يتميز بأنه الستوري يبقى فقط 24 ساعة لهذا نادراً ما تجد خبر أو معلومة قديمة.

- درجة الثقة في الأخبار التي يتم نشرها عبر خاصية ستوري عبر الفيس بوك.

جدول (8): يوضح التكرارات والنسب المئوية لدرجة الثقة في الأخبار التي يتم نشرها عبر خاصية البث المباشر عبر

الفيس بوك

درجة الاعتماد	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ضعيفة جداً	ضعيفة	متوسطة	كبيرة	كبيرة جداً	المؤشرات	
				0	5	35	33	4	ك	درجة الثقة في الأخبار التي يتم نشرها عبر خاصية ستوري عبر الفيس بوك
كبيرة	69.20	3.46	0.699	0	6.5	45.5	42.8	5.2	%	

تبين من جدول (8) أن ما نسبته 5.2% من عينة الدراسة درجة ثقتهم في الاخبار التي يتم نشرها عبر خاصية ستوري عبر الفيس بوك كبيرة جداً، وما نسبته 42.8% درجة ثقتهم كبيرة، وما نسبته 45.5% درجة ثقتهم متوسطة، وما نسبته 6.5% درجة ثقتهم ضعيفة، وتبين أن المتوسط الحسابي لدرجة الثقة يساوي 3.49 أي بوزن نسبي 69.20% وانحراف معياري 0.699 مما يشير على أن درجة الثقة في الأخبار التي يتم نشرها عبر خاصية ستوري عبر الفيس بوك كبيرة.

ويعزوا الباحثان إلى أن درجة الثقة في الأخبار التي يتم نشرها عبر خاصية ستوري عبر الفيس بوك جاءت بدرجة متوسطة لأن هناك مجموعات غير رسمية تنشر الاشاعات بجانب المجموعات الرسمية التي تنشر الأخبار الصادقة والموثوق بها فيصبح الصحفي غير واثق بدرجة كبيرة بل متوسطة نتيجة ما يتابعه من مجموعات غير رسمية.

- الأسباب التي تؤدي الى عدم اهتمام الصحفيين الفلسطينيين في خاصية ستوري عبر الفيس بوك من أجل الحصول على الأخبار والمعلومات.

جدول (9): يوضح التكرار والنسبة المئوية للأسباب التي تؤدي الى عدم اهتمام الصحفيين الفلسطينيين في خاصية ستوري عبر الفيس بوك من أجل الحصول على الأخبار والمعلومات

الترتيب	النسبة المئوية %	العدد	الفترة الأسباب التي تؤدي الى عدم اهتمام الصحفيين الفلسطينيين في خاصية ستوري عبر الفيس بوك من أجل الحصول على الأخبار والمعلومات
1	72.7	56	عدم توفر الانترنت بشكل مستمر
2	53.2	41	عدم توفر الوقت
3	48.1	37	قلة الثقة بالأخبار التي تبث من خلال خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك
4	9.1	7	عدم وجود معرفة بكيفية استخدام خاصية ستوري عبر الفيس بوك
5	2.6	2	عدم امتلاك هاتف حديث
6	2.6	2	أخرى
		145	المجموع

* الإجابات من اختيار متعدد وقد تم احتساب النسبة من 77

تبين من جدول (9) أن ما نسبته 72.7% من عينة الدراسة يعتقدون بأن سبب عدم اهتمام الصحفيين الفلسطينيين في خاصية ستوري عبر الفيس بوك من أجل الحصول على الأخبار والمعلومات نتيجة عدم توفر الانترنت بشكل مستمر، وما نسبته 53.2% لعدم توفر الوقت، وما نسبته 48.1% لقلة الثقة بالأخبار التي تبث من خلال خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك، وما نسبته 9.1% لعدم وجود معرفة بكيفية استخدام خاصية ستوري عبر الفيس بوك، وما نسبته 2.6% لعدم امتلاك هاتف حديث وأخيراً ما نسبته 2.6% لأسباب أخرى منها عدم الانضمام إلى تلك المجموعات ووجود مصادر أخرى.

يعزو الباحثان إلى أن عدم توفر الإنترنت بشكل مستمر جاء في المرتبة الأولى، وهذا أمر منطقي لأن عدم وجود الانترنت يعد عائق بشكل أساسي لعدم القدرة على متابعة خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك.

- المصادر التي يستخدمها الصحفيون الفلسطينيون عند استخدام خاصية ستوري عبر الفيس بوك للحصول على الأخبار والمعلومات

جدول (10): يوضح التكرار والنسبة المئوية للمصادر التي يستخدمها الصحفيون الفلسطينيون عند استخدام خاصية

ستوري عبر الفيس بوك للحصول على الأخبار والمعلومات

الترتيب	النسبة المئوية %	العدد	المصادر التي يستخدمها الصحفيون الفلسطينيون عند استخدام خاصية ستوري عبر الفيس بوك للحصول على الأخبار والمعلومات
1	68.8	53	صفحات المؤسسات الحكومية الرسمية
2	68.8	53	صفحات التابعة لوكالات الأنباء
3	62.3	48	حساب الصحفيين

4	59.7	46	الصفحات التابعة للصحف
5	35.1	27	الصفحات الحزبية
6	14.3	11	صفحات خاصة
7	1.3	1	الصفحات المجهولة الهوية
		239	المجموع

* الإجابات من اختيار متعدد وقد تم احتساب النسبة من 77

تبين من جدول (10) أن ما نسبته 68.8% من عينة الدراسة مصادرهم للحصول على الاخبار والمعلومات صفحات المؤسسات الحكومية الرسمية، وما نسبته 68.8% من الصفحات التابعة لوكالات الانباء، وما نسبته 59.7% من الصفحات التابعة للصحف، وما نسبته 35.1% من الصفحات الحزبية، وما نسبته 14.3% من الصفحات الخاصة، وما نسبته 1.3% من الصفحات مجهولة الهوية.

يعزوا الباحثان إلى أن الصفحات المؤسسات الرسمية ومجموعات وكالات الأنباء جاءت في المرتبة الأولى وذلك لثقة الصحفيين بهذه المجموعات، تتفق هذه الدراسة مع دراسة (بلاني، 2018) حيث احتلت وكالات الانباء المرتبة الأولى بنسبة 95%.

- أهم الموضوعات التي يهتم بها الصحفيين استخدام خاصية ستوري عبر الفيس بوك للحصول على

الأخبار والمعلومات

جدول (11): يوضح التكرار والنسبة المئوية لأهم الموضوعات التي يهتم بها الصحفيين استخدام خاصية ستوري عبر

الفيس بوك للحصول على الأخبار والمعلومات

الترتيب	النسبة المئوية %	العدد	أهم الموضوعات التي يهتم بها الصحفيين استخدام خاصية ستوري عبر الفيس بوك للحصول على الأخبار المحلية والمعلومات
1	96.1	74	السياسية
2	55.8	43	الاجتماعية
3	41.6	32	الاقتصادية
4	31.2	24	الرياضية
		173	المجموع

* الإجابات من اختيار متعدد وقد تم احتساب النسبة من 322

تبين من جدول (11) أن ما نسبته 96.1% من عينة الدراسة موضوعات الاهتمام لديهم موضوعات سياسية، وما نسبته 55.8% موضوعات اجتماعية، وما نسبته 41.6% موضوعات اقتصادية، وما نسبته 31.2% موضوعات رياضية.

تقصر هذه النتائج أن الموضوعات التي يهتم بها الصحفيين بدرجة أولى هي السياسية، وهذا أمر منطقي بغية الحصول على المعلومات واستقاء الأخبار السياسية التي تهم الصحفيين بشكل كبير، بخلاف دراسة (بلاني، 2018) حيث جاءت الموضوعات السياسية في المرتبة الرابعة بنسبة 13.70%، ولكن اتفقت الدراسة مع دراسة (عمرو، 2019) حيث أن الموضوعات الاجتماعية جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 40.6% وفي دراستي المرتبة الثانية وهذا يدل على الاهتمام في الموضوعات الاجتماعية أيضاً.

- سلبيات استخدام خاصية ستوري عبر الفيس بوك أثناء الحصول على الأخبار والمعلومات

جدول (12): يوضح التكرار والنسبة المئوية لسلبيات استخدام خاصية ستوري عبر الفيس بوك أثناء الحصول على

الأخبار والمعلومات

الترتيب	النسبة المئوية %	العدد	سلبيات استخدام خاصية ستوري عبر الفيس بوك أثناء الحصول على الأخبار والمعلومات
1	76.6	59	سهولة نشر الإشاعات
2	75.3	58	سهولة إنشاء صفحات على الفيس بوك الأمر الذي جعل كل من هو متخصص وغير متخصص ينشئ مجموعات ويبث من خلالها الأخبار والمعلومات
3	74.0	57	سهولة الحصول على الأخبار دون توثيق مصدرها الأصلي
4	70.1	54	عدم وجود ضوابط تحكم عملية نشر الأخبار
5	59.7	46	كثرة الأخبار غير دقيقة بسبب الاعتماد على السبق الصحفي أكثر من الدقة
6	22.1	17	انتهاك الحقوق الفردية
		290	المجموع

* الإجابات من اختيار متعدد وقد تم احتساب النسبة من 77

تبين من جدول (13) أن ما نسبته 76.6% من عينة الدراسة يعتبرون من سلبيات استخدام خاصية ستوري عبر الفيس بوك أثناء الحصول على المعلومات سهولة نشر الإشاعات، وما نسبته 75.3% يعتبرون سهولة إنشاء صفحات عبر الفيس بوك الأمر الذي جعل كل من هو متخصص وغير متخصص ينشئ صفحات ويبث من خلالها الأخبار والمعلومات، وما نسبته 74.0% يعتبرون سهولة الحصول على الأخبار دون توثيق مصدرها الأصلي، وما نسبته 70.1% يعتبرون عدم وجود ضوابط تحكم عملية نشر الأخبار، وما نسبته 59.7% يعتبرون اشتغالها على الأخبار غير دقيقة بسبب الاعتماد على السبق الصحفي أكثر من الدقة، وما نسبته 22.1% يعتبرونها انتهاك الحقوق الفردية.

يعزو الباحثان على أن سهولة نشر الإشاعات جاءت في المرتبة الأولى، وهذا أمر منطقي لأن أغلب خاصية ستوري عبر الفيس بوك غير رسمية ويسهل نشر الإشاعات فيها دون ذكر مصدر ويحق لأي

شخص في خاصية ستوري عبر الفيس بوك نشر خبر غير صحيح فيها دون معاقبته فهذا أمر سهل على الصحفيين نشر العديد من الاشاعات.

وهذا ما أكدته دراسة (سلمان، 2017) أن من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي نشرًا للشائعات موقع الفيس بوك.

نتائج الدراسة:

- 1- أكدت الدراسة انه بنسبة 46.7% لديهم اهتمام كبير في متابعة خاصية ستوري عبر الفيس بوك للحصول على الأخبار والمعلومات، وما نسبته 39.0% مهتمين بشكل كبير جداً.
- 2- أظهرت الدراسة أن ما نسبته 42.8% درجة ثقتهم كبيرة في الاخبار التي يتم نشرها عبر خاصية ستوري عبر الفيس بوك، وما نسبته 45.5% درجة ثقتهم متوسطة.
- 3- أوضحت الدراسة أن ما نسبته 72.7% من عينة الدراسة يعتقدون بأن سبب عدم اهتمام الصحفيين الفلسطينيين في خاصية ستوري عبر الفيس بوك من أجل الحصول على الأخبار والمعلومات نتيجة عدم توفر الانترنت بشكل مستمر، وما نسبته 53.2% لعدم توفر الوقت، وما نسبته 48.1% لقلة الثقة بالأخبار التي تبث من خلال خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك، وما نسبته 9.1% لعدم وجود معرفة بكيفية استخدام خاصية ستوري، وما نسبته 2.6% لعدم امتلاك هاتف حديث وأخيراً ما نسبته 2.6% لأسباب أخرى منها عدم الاهتمام.
- 4- بينت الدراسة أن ما نسبته 68.8% من عينة الدراسة مصادرهم للحصول على الاخبار والمعلومات صفحات المؤسسات الحكومية الرسمية، وما نسبته 68.8% من الصفحات التابعة لوكالات الانباء، وما نسبته 59.7% من الصفحات التابعة للصحف، وما نسبته 35.1% من الصفحات الحزبية، وما نسبته 14.3% من الصفحات الخاصة، وما نسبته 1.3% من الصفحات مجهولة الهوية.
- 5- أكدت الدراسة أن ما نسبته 96.1% من عينة الدراسة موضوعات الاهتمام لديهم موضوعات سياسية، وما نسبته 55.8% موضوعات اجتماعية، وما نسبته 41.6% موضوعات اقتصادية، وما نسبته 31.2% موضوعات رياضية.
- 6- تبين أن ما نسبته 76.6% من عينة الدراسة يعتبرون أن من سليات استخدام خاصية ستوري عبر الفيس بوك أثناء الحصول على المعلومات سهولة نشر الاشاعات، وما نسبته 75.3% يعتبرون سهولة إنشاء خاصية ستوري عبر الفيس بوك الأمر الذي جعل كل من هو متخصص

وغير متخصص ينشئ مجموعات ويبث من خلالها الأخبار والمعلومات، وما نسبته 74.0% يعتبرون سهولة الحصول على الأخبار دون توثيق مصدرها الأصلي، وما نسبته 70.1% يعتبرون عدم وجود ضوابط تحكم عملية نشر الأخبار، وما نسبته 59.7% يعتبرون اشتغالها على الأخبار غير دقيقة بسبب الاعتماد على السبق الصحفي أكثر من الدقة ، وما نسبته 22.1% يعتبرونها انتهاك الحقوق الفردية.

توصيات الدراسة:

- 1- عمل دورات تدريبية للصحفيين الفلسطينيين لتدريبهم على كيفية استخدام خاصية ستوري عبر الفيس بوك بصورة صحيحة على الهواتف الذكية، بالإضافة إلى طرق التحقق من محتواها.
- 2- ضرورة اهتمام المؤسسات الحكومية والرسمية في نشر أخبارها عبر خاصية ستوري عبر الفيس بوك ب الأمر الذي يسهل عملية الحصول على الاخبار والمعلومات.
- 3- ضرورة التزام الصحفيين الفلسطينيين في الدقة والموضوعية أثناء نقل الأخبار، وعدم الاكتراث للسبق الصحفي على حساب مصداقية الأخبار.
- 4- ضرورة اهتمام المؤسسات الإعلامية بتطوير خاصية ستوري عبر الفيس بوك، والاستفادة من خوارزميات فيس بوك التي اتاحت نسبة الوصول بشكل أكبر من المنشور العادي.
- 5- الاطلاع على تجارب المؤسسات الإعلامية التي استخدمت خاصية ستوري عبر في بوك.
- 6- إنشاء قسم متخصص داخل المؤسسات الإعلامية الفلسطينية، بهدف تصميم وإنشاء محتوى متخصص في ستوري.
- 7- تدريب طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية وخريجي الإعلام على كيفية استثمار التقنيات التي اتحتها مواقع التواصل الاجتماعي بوجه عام، وتقنية ستوري بشكل خاص.
- 8- المساهمة في بلورة أفكار صحفية مبتكرة والتركيز على قضايا وموضوعات متجددة تساهم في زيادة فعالية خاصية ستوري عبر فيس بوك.
- 9- إجراء المزيد من الدراسات الإعلامية حول هذه الخاصية، نظراً لافتقار المكتبة الإعلامية بهذه النوعية من الأبحاث.

مراجع الدراسة:

1. الحمداني، موفق. (2006). اساسيات البحث العلمي. ط1. مؤسسة الورق للنشر والتوزيع. عمان. الأردن.
2. الجرجاوي، زياد. (2010). القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبان. ط1. مطبعة أبناء الجراح. غزة. فلسطين.
3. المزهرة، منال. (2011م). بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ. ط1. كنوز المعرفة. عمان. الأردن.
4. المزروعى، عبير. (2017)، " الاشباكات المتحققة من استخدام تطبيقات الاتصال الحديثة عبر الهواتف الذكية"، مجلة آداب الفراهيدي . العدد 32 كانون الثاني.
5. الأسطل، تحسين. نائب نقيب الصحفيين في نقابة الصحفيين، قابلته: همسه النفار (اتصال شخصي: 5 يناير 2020م).
6. بلاني، خديجة. (2018)، " اعتماد الصحفيين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات"، رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الدراسات العليا، جامعة العربي بن مهيدي. الجزائر..
7. حسين، سمير. (2006). بحوث الإعلام. ط1. عالم الكتاب للطباعة والنشر والتوزيع. القاهرة. مصر.
8. عبد الحميد، محمد. (1992). بحوث الصحافة. ط1. عالم الكتاب للطباعة والنشر والتوزيع. القاهرة. مصر.
9. زقوت، هشام. (2016) " استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية"، رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
10. محارمه، يوسف. سكرتير نقيب الصحفيين في الضفة الغربية، قابلته: همسه النفار (اتصال شخصي: 5 يناير 2020م).
11. عمرو، بشار. (2019)، " استخدامات الشباب الجامعي لتطبيق الواتس آب في الحصول على الأخبار المحلية والمعلومات والإشباكات المتحققة"، رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الدراسات العليا، جامعة الشرق الأوسط. عمان.
12. رزقة، أحمد. مدير دائرة التراخيص والمتابعة الإعلامية في المكتب الإعلامي الحكومي في غزة، قابلته: همسه النفار (اتصال شخصي: 5 يناير 2020م).
13. سلمان، أحمد. (2017)، " شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى"، رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الدراسات العليا، جامعة الشرق الأوسط. عمان.
14. قراقع، إلياس. (2019)، " تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القرارات الحكومية من وجهة نظر أعضاء مجلس النواب الثامن عشر"، رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الدراسات العليا، جامعة الشرق الأوسط. عمان.
15. عبد الكافي، إسماعيل (2016) شبكات التواصل والانترنت والتأثير على الأمن القومي، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، ط1.

16. الديهي، محمد (2015) تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، ط1.
17. جفات، حميد (2019) دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح من وجهة نظر الصحفيين العراقيين، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام.
18. المقدادي، خالد (2013). ثورة الشبكات الاجتماعية. ط1. عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع.

الملاحق:

الملحق رقم (1)

أولاً/ السمات العامة:

1. النوع:

☐ ذكر. ☐ انثى.

2. الحالة الاجتماعية:

☐ أعزب/ عذراء. ☐ متزوج/ة. ☐ مطلق/ة.

3. المؤهل العلمي:

☐ أقل من ثانوية عامة. ☐ دبلوم فأقل.
☐ بكالوريوس. ☐ دراسات عليا.

4. المسمى الوظيفي:

☐ محرر صحفي. ☐ مراسل ومندوب صحفي.
☐ سكرتير تحرير. ☐ مدير تحرير.
☐ رئيس تحرير. ☐ أخرى اذكرها:.....

ثانياً/ استخدام الصحفيين لخاصية ستوري عبر الفيس بوك للحصول على الاخبار والمعلومات:

1. ما مدي اهتمامك في خاصية ستوري عبر الفيس بوك لحصول على الاخبار والمعلومات.

☐ درجة كبيرة جداً. ☐ درجة كبيرة.
☐ درجة متوسطة. ☐ درجة ضعيفة.
☐ درجة ضعيفة جداً.

2. هل تثق في الأخبار التي يتم نشرها عبر خاصية ستوري عبر الفيس بوك؟

☐ درجة كبيرة جداً. ☐ درجة كبيرة.
☐ درجة متوسطة. ☐ درجة ضعيفة.
☐ درجة ضعيفة جداً.

3. ما الأسباب التي تؤدي الى عدم اهتمام الصحفيين الفلسطينيين في خاصية ستوري عبر الفيس بوك

من أجل الحصول على الأخبار والمعلومات؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة):

☐ عدم توفر الوقت.
☐ عدم وجود معرفة بكيفية استخدام خاصية ستوري عبر الفيس بوك.
☐ عدم امتلاك هاتف حديث.
☐ عدم وجود ثقة بالأخبار التي تبث من خلال خاصية ستوري عبر الفيس بوك.
☐ عدم توفر الانترنت بشكل مستمر.

.....أذكرها: ☐

4. ما المصادر التي يستخدمها الصحفيون الفلسطينيون عند استخدام خاصية ستوري عبر الفيس بوك للحصول على الأخبار والمعلومات (يمكنك اختيار أكثر من إجابة).

- | | |
|---|---|
| ☐ صفحات المؤسسات الحكومية الرسمية. | ☐ صفحات التابعة كالات الانباء. |
| ☐ حسابات الصحفيين. | ☐ الصفحات الحزبية. |
| ☐ صفحات خاصة. | ☐ الصفحات التابعة للصحف. |
| ☐ الصفحات المجهولة الهوية. | ☐ أخرى اذكرها: |

5. ما أهم الموضوعات التي يهتم بها الصحفيين استخدام خاصية ستوري للحصول على الأخبار المحلية والمعلومات (يمكنك اختيار أكثر من إجابة).

- | | | |
|------------------------------------|---|--------------------------------------|
| ☐ السياسية. | ☐ الاقتصادية. | ☐ الاجتماعية. |
| ☐ الرياضية. | ☐ أخرى اذكرها: | |

7. حدد سلبيات استخدام خاصية ستوري عبر الفيس بوك أثناء الحصول على الأخبار والمعلومات؟

- | |
|--|
| ☐ الأخبار غير دقيقة بسبب الاعتماد على السبق الصحفي أكثر من الدقة. |
| ☐ انتهاك الحقوق الفردية. |
| ☐ سهولة الحصول على الأخبار دون توثيق مصدرها الأصلي. |
| ☐ عدم وجود ضوابط تحكم عملية نشر الأخبار. |
| ☐ سهولة النشر عبر خاصية ستوري على الفيس بوك الأمر الذي جعل كل من هو متخصص وغير متخصص ينشئ مجموعات ويبث من خلالها الأخبار والمعلومات |
| ☐ سهولة نشر الاشاعات |
| ☐ أخرى اذكرها: |

صعوبات ورهانات الصحافة المحلية في الجزائر من وجهة نظر الصحفيين دراسة استطلاعية على عينة من الصحفيين المحليين بمدينة غليزان

**The difficulties and bets of the local press in Algeria from the point of
view of journalists
An exploratory study on a sample of local journalists in the city of
Relizane**

د. ريم فتيحة قدوري
أستاذة محاضرة (أ) في علوم الإعلام والاتصال، جامعة غليزان-
الجزائر

الملخص:

سعى هذا البحث إلى استكشاف ومعرفة صعوبات ورهانات الصحافة المحلية في الجزائر من وجهة نظر الصحفيين، حيث يُعتبر الصحفي العمود الفقري في العمل الإعلامي، وهو الخبير بكواليات العمل الميداني والمكتبي للصحافة المحلية في الجزائر. وتمحورت إشكالية دراستنا بطرح تساؤل جوهري حول: ما هي صعوبات ورهانات الصحافة المحلية في الجزائر من وجهة نظر الصحفيين المحليين؟ معتمدين على المنهج الوصفي، ومستخدمين أداة الاستمارة الالكترونية لجمع البيانات والمعطيات.

وجاءت نتائج دراستنا على النحو التالي: إن أهم الصعوبات التي تواجه الصحافة المحلية والإعلام المحلي في الجزائر لا يختلف عما يواجهه الإعلام الجزائري بصفة عامة، حيث شدد الصحفيين على صعوبة العمل الميداني في ظل عدم توفر الدعم المادي، وغياب الحماية القانونية، وصعوبة الوصول إلى المعلومات، وتهميش الصحافة المحلية على حساب الإعلام الوطني والدولي .

واعتبار الرهانات الاقتصادية والمهنية من أهم رهانات الصحافة والإعلام المحلي من وجهة نظر الصحفيين، وبدرجة متقاربة الرهانات الاجتماعية والأخلاقية، تليها الرهانات السياسية والتشريعية، إلى جانب رهان انعكاس الأحداث الوطنية والدولية على الوضع المحلي وتأثيرها على الاستقرار الداخلي .

كما يرى الصحفيين أن الصحافة المحلية تواجه خطر التطور التكنولوجي وصعوبة مواكبته، وذلك لأسباب مادية، وعدم توفر كفاءات بشرية، وغياب استراتيجيات واضحة من قبل المؤسسات الإعلامية لتوظيف التكنولوجيا في ممارسة الصحافة والإعلام المحلي .

الكلمات المفتاحية: الصحافة، المحلية، صعوبات الصحافة المحلية.

Abstract:

This paper attempts to uncover the difficulties and challenges faced by the local press in Algeria according to journalists themselves. As the journalist is the backbone of press and media work, and is a field level expert on the nature of the work of Algerian local press. The main concern of our study can be penned in the following question: What are the difficulties and challenges faced by local press in Algeria from the point of view of local journalists? A

question answered by relying on the descriptive approach, and using the online form tool for data collection.

Our results are as follows: The most prominent challenges faced by local press in Algeria are no different from that which is faced by Algerian media overall. Most journalists stressed the difficulty of field work in the absence of financial support, lack of legal protection, difficulty in accessing information, and the marginalization of local press in favor of national and international media outlets.

Economic and professional challenges are considered to be the most important to local press according to journalists. Social and moral issues come in a close second, followed by political and legislative challenges, as well as national and international events impacting internal stability.

Journalists also believe that local press is struggling to keep up with the rapid technological development due to several financial issues and a lack of human competencies, as well as the absence of any concrete strategy for the adaptation and use of such technologies in press work.

أولاً: الإطار المنهجي للدراسة:

1. إشكالية الدراسة

رغم التطور التكنولوجي الواسع، والانفتاح الإعلامي العابر للقارات والتي تنقل كم هائل من المعلومات والأخبار، إلا أن الإعلام المحلي أو الجوّاري لا يزال يستقطب أعداد كبيرة من الجماهير على المستوى المحلي أو الجهوي، وأحياناً على المستوى الوطني.

وقد عمل الإعلام المحلي بمختلف أنواعه (المكتوب، المسموع، المرئي) على مسايرة المجتمع ومشاغله وقضاياه، من خلال نشر مضمون مرتبط على وجه الخصوص بالقضايا المحلية، إلا أن قطاع الصحافة والإعلام المحلي أو الجهوي أصبح يواجه الكثير من التحديات المختلفة، هذه التحديات تنوعت بين التطور التكنولوجي، والاقتصادي للمؤسسات الإعلامية، والتطور المجتمعي وقضاياه المختلفة.

وهو ما دفعنا إلى استكشاف ومعرفة صعوبات ورهانات الصحافة المحلية في الجزائر من وجهة نظر الصحفيين، حيث يُعتبر الصحفي العمود الفقري في العمل الصحفي، وهو الخبير بكواليات العمل الميداني والمكتبي للصحافة المحلية في الجزائر.

وعليه نطرح إشكالية دراستنا: ما هي صعوبات ورهانات الصحافة المحلية في الجزائر من وجهة نظر الصحفيين المحليين؟

ويتفرع عن هذا السؤال التساؤلات التالية:

- ما هي أبرز الصعوبات والرهانات التي تواجه الصحافة المحلية من وجهة نظر الصحفيين؟
- ما هي الرهانات التكنولوجية للصحافة المحلية من وجهة نظر الصحفيين؟
- ما هي أبرز رهانات وصعوبات التنمية للصحافة المحلية من وجهة نظر الصحفيين؟

2. أهداف الدراسة: هدفت الدراسة إلى:

- التعريف بالصحافة المحلية وأهميتها في المجتمع.
- استكشاف وجهات نظر الصحفيين حول رهانات وتحديات الإعلام المحلي.
- معرفة وجهات نظر الصحفيين حول الدور التنموي للإعلام المحلي في المجتمع.

3. أهمية الدراسة:

تأتي أهمية هذه الدراسة من أهمية الإعلام المحلي في المجتمع، ونظرا للأهمية التي يكتسبها الإعلام المحلي وأبعاده التنموية والسياسية والثقافية والتوعوية... إلخ، فمن المهم محاولة استكشاف الصعوبات والرهانات التي تواجه الإعلام المحلي من وجهة نظر الصحفيين العاملين بقطاع الإعلام المحلي، حيث أنهم أهل الميدان، وأكثر دراية بكواليص وصعوبات التي تواجه الإعلام المحلي. حيث يوكل إليهم مهمة تطوير المجتمع، ومناقشة قضاياها، والعمل على تنميته.

4. حدود البحث:

الحدود المكانية للدراسة: يقصد بها المكان الذي يتم إجراء الدراسة بها، وتمثل ولاية غليزان المجال المكاني لدراستنا، حيث اعتمدنا على الصحفيين العاملين في نطاق ولاية غليزان.

الحدود الزمنية للدراسة: ويقصد بها الفترة الزمنية لإنجاز الدراسة، والتي امتدت من 1 مارس إلى 27 أبريل 2022، من فترة توزيع الاستبيان وتفرغ البيانات وتحليلها وصولا إلى النتائج المطلوبة. وتخللها إنجاز الدراسة الميدانية حيث تم توزيع الاستمارة الالكترونية بتاريخ 08 أبريل 2022، وإغلاقها بتاريخ 22 أبريل 2022.

5. منهج الدراسة وأدواتها:

تنتمي دراستنا إلى الدراسات الوصفية، التي تقوم على منهج المسح "الذي يحاول أن يُصور أو يُوثق الظروف أو الاتجاهات الحالية، وهذا يعني ما هو موجود في هذه اللحظة"¹. ويُعرف المنهج الوصفي بأنه: "كل استقصاء علمي ينصب على دراسة الظاهرة كما هي في الحاضر، بقصد تشخيصها، وكشف جوانبها، وتحديد العلاقات بين عناصرها"².

¹ روجر ويمر، جوزيف دومينيك، مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، ترجمة صالح أبو أصبع، فاروق منصور، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2011، ص328.

² أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، -2010 م، ص 287.

واعتمدت دراستنا على أداة الاستمارة أو الاستبيان، والتي عرفها موريس أنجريس بأنها "هي تقنية مباشرة تستخدم لطرح مجموعة من الأسئلة على مجموعة من الأفراد، بهدف إيجاد وتفسير علاقات تترجم رياضياً وتُقارن بالأرقام"³.

استخدمنا في دراستنا أداة الاستمارة الإلكترونية، حيث تم تصميم الاستمارة الإلكترونية وتوزيعها عبر برنامج (Google Forms)⁴. وجهت للإعلاميين والصحفيين العاملين بقطاع الإعلام المحلي أو الجهوي من أجل استنطاق وجهات نظرهم نحو الصعوبات والرهانات التي تواجه الصحافة المحلية في الجزائر.

وقد عرضنا الاستمارة قبل توزيعها على ثلاثة من أساتذة الإعلام والاتصال في جامعتي غليزان، ووهران¹ في الجزائر*، لإختبار مدى توافق أسئلة الإستمارة مع الهدف الذي أعدت من أجله، ومدى وضوح معانيها، والتأكد من صدق مضمونها من حيث شموليتها وقدرتها على استطلاع أبعاد موضوع القياس، وقد عدلت بعض الأسئلة وفق آراء المحكمين وبما يحقق الهدف المنشود من الدراسة.

وللتأكد من ثبات الأداة أجرينا اختباراً قبلياً عليها، وذلك من خلال عرضها على بعض الصحفيين المحليين والبالغ عددهم 7 صحفيين، للتأكد من وضوح الأسئلة، وأثبت الاختبار القبلي دقة الأداة وصلاحياتها للتطبيق والحصول على إجابات تتسم بالسلامة المنهجية.

6. مفاهيم الدراسة:

– المحلية: جاء مصطلح المحلي " local " من الكلمة اللاتينية " locus " التي تعني حرفياً المكان⁵، أما في اللغة الانجليزية فان المصطلح يشمل عناصر الجوار والقرية والمدينة والمقاطعة، لذلك فهو يشير إلى مكان صغير نسبياً أو مكان من نطاق يمتد من الكبير إلى الصغير⁶.

³ موريس أنجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية: تدريبات عملية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2004، ص 204.

⁴ هي تقنية مباشرة تستخدم لطرح مجموعة من الأسئلة على مجموعة من الأفراد، بهدف إيجاد وتفسير علاقات تترجم رياضياً وتُقارن بالأرقام عبد الرحمن الحريري، الاستبيان الإلكتروني، موقع الأكاديمية التعليمية لتعليم البحث العلمي، تاريخ النشر 2009/4/23، تم زيارته بتاريخ: 27/ مارس 2022، عبر الرابط التالي:

<https://educad.me/34/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%A8%D9%8A%D8%A7%D9%86%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9>

* تم تحكيم الإستمارة من قبل:

- تومي أم الخير، أستاذة التعليم العالي، علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران 1 أحمد بن بلة.
- حنادر عبد الله، أستاذ محاضر، علوم الإعلام والاتصال، جامعة غليزان.
- قاسيمي فاطمة الزهراء، أستاذة مساعدة، علوم الإعلام والاتصال، جامعة غليزان.

⁵ طارق السيد أحمد، الإعلام المحلي وقضايا المجتمع المحلي، دار المعرفة الجامعة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2004، ص 69.

⁶ نفس المرجع، ص 70.

– **الصحافة المحلية:** "تعني كل الوسائل الإعلامية التي تنطلق داخل حدود الدولة كلها، وبمعنى آخر إعلام الدولة الوطني في مقابل إعلام الدول الأخرى، ويستخدم بعض الباحثين مفهوم الإعلام المحلي ليشير إلى مركز الإعلام الداخلي".⁷

– **الصحفي:** هو الشخص الذي يزاول مهنة الصحافة إما منطوقة أو مكتوبة، وعمل الصحفي هو جمع ونشر المعلومات عن الأحداث الراهنة، والاتجاهات وقضايا الناس وعمل ريبورتاجات، كما أن مهنة الصحفي هي إعداد تقارير لإذاعتها أو نشرها في وسائل الإعلام المختلفة مثل الصحف والتلفزيون والإذاعة والمجلات.⁸

– **الصعوبات:** تأتي كلمة صعوبة من المصطلح اللاتيني صعب، يُشير المفهوم إلى المشكلة أو الفجوة أو القيد الذي ينشأ عندما يحاول الشخص تحقيق شيء ما، وبالتالي فإن الصعوبات هي مضايقات أو حواجز يجب التغلب عليها من أجل تحقيق هدف معين.⁹ ونقصد بالصعوبات هنا هي المشكلات التي تواجه الصحفيين في ممارسة الإعلام المحلي في المجتمع الجزائري.

ثانياً: الجانب النظري للدراسة: الصحافة المحلية: المفهوم والأهمية، والأهداف.

1. مفهوم الصحافة المحلية:

إن أي وسيلة إعلامية يمكن وصفها بأنها محلية بالرجوع إلى جانبين:

أولهما: يتعلق بالمدى أو النطاق الجغرافي الذي تخدمه، فوسيلة الإعلام المحلية تتميز بحدودية النطاق. **ثانيهما:** يتعلق بالوظيفة أو الدور الذي تقوم به، حيث تتميز الوسيلة المحلية بمحور تركيزه المحلي، فهي من المجتمع وإليه، وتقوم بخدمة الاهتمامات المحلية، وتعتبر عن خصوصيات المشكلات المحلية.¹⁰ نفهم مما سبق أن الصحافة المحلية هي: "الصحف التي تصدر في دائرة جغرافية محدودة، قد تكون وحدات إدارية أو محافظات أو منظمات شعبية، وتخاطب مصالح، واحتياجات، واهتمامات سكان هذه الدوائر الجغرافية".¹¹

كما يعرف الإعلام المحلي بأن: الإعلام الذي ينبثق في بيئة معينة ومحدودة ويوجه إلى جماعة بعينها، ترتبط مع بعضها البعض في هذه البيئة بحيث يصبح الإعلام مرتبطاً ارتباطاً وثيقاً بحاجة هؤلاء

⁷ مالك شعباني، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علم اجتماع التنمية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2005-2006، ص34-35.

⁸ <https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B5%D8%AD%D9%81%D9%8A>

⁹ <https://ar.emsayazilim.com/definici-n-de-dificultad>

¹⁰ مالك شعباني، مرجع سابق، ص36-37.

¹¹ فاروق أبو زيد، ليلي عبد المجيد، الصحافة المتخصصة، مركز جامعة القاهرة لتعليم المفتوح، القاهرة، 2009، ص265.

الناس، وامتصا بثقافة البيئة المحلية وظروفها الواقعية، وأنه يقوم على إعداد الرسائل التي تنقل إلى نوعية معينة من الجماهير المحدد إطارها جغرافيا عن طريق إحدى وسائل الإعلام بهدف تزويد الناس بالأخبار والمعلومات، من خلال عملية عرض فني يساعد أفراد المجتمع المحلي على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات.¹²

ومن المهم هنا الإشارة إلى: تداخل مفهوم المحلية مع الجهوية ومع الإقليمية بسبب اختلاف الاستخدامات لهذه المفردات الثلاث، والتداخل بين المحلي والجهوي جعل المصطلحين يحملان معنى واحدا: "الإعلام المحلي أو الجهوي فوق التوجه، والممارسة لا تتجاوز التعريف بما ينجز من مشاريع تنموية أو ببعض التظاهرات.¹³

إن الإعلام المحلي هو ذلك الإعلام الموجه إلى شريحة من المجتمع ضمن نطاق جغرافي محدود عبر وسائل الإعلام المختلفة المكتوبة منها والمسموعة والمرئية، ويعد الإعلام المحلي بصورة عامة مرآة عاكسة للمجتمع المحلي وما يواجهه من قضايا وأحداث ومشكلات، وهو أحيانا أداة ناجحة وشديدة التأثير في علاج هذه المشكلات وتنمية استعدادات الناس وقدراتهم لمواجهة قضاياهم الملحة، وفتح آفاق أوسع أمامهم للإسهام في تطوير المجتمع، أضف إلى ذلك أن الإعلام المحلي - الصحفي والإذاعي والمرئي - يستطيع أن يقدم للمجتمع المحلي خدمة إعلامية وثقافية متكاملة، والتي تعتبر بمثابة وسائط خاصة موجهة إلى جماعة مرتبطتين بها ويشعرون أنها ملك لهم، نابعة من ذاتهم وتخاطبهم بلغته.¹⁴

كما أن وسائل الإعلام المحلية هي وسائل معدة ليستخدمها المجتمع المحلي لأي غرض يقرره، ويقترب منها أعضاؤه للحصول على المعلومات والتسلية حينما يريدون، وهي وسائل إعلام تعني بأغراض المشاركين من المجتمع المحلي كالمخططين والمنتجين، وهي وسائل تعبير من المجتمع المحلي أكثر من كونها وسائل تعبير من أجله، فالاتصالات المحلية تصف تبادل وجهات النظر والأخبار، وليس مجرد نقل من مصدر واحد إلى آخر.¹⁵

2. أهمية الصحافة المحلية:

¹² سويقات لبنى، الإعلام المحلي وأبعاد التنمية في المجتمع، دراسة وصفية تحليلية للخطاب الإعلامي، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران، 2010، ص30.

¹³ عبد العالي رزاق وآخرون، دور الإذاعات المحلية والإقليمية في التوعية بقضايا ومشكلات المجتمع المحلي: الجزائر والسودان ومصر مثالا، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2012، ص9.

¹⁴ سويقات لبنى، مرجع سابق، ص21.

¹⁵ طارق سيد أحمد، مرجع سابق، ص69-70.

إن للصحافة المحلية أهمية كبيرة، تبدأ من فهم طبيعة المجتمع الذي تتوجه إليه برسائلها وفهم مشكلاته وآماله وطموحاته، والمجتمعات المحلية التي تخدمها هذه الصحافة قد تتطوي على مشكلات ذات خصوصية أو ذات طبيعة خاصة بها وهي مشكلات يمكن أن لا تتشابه مع المشكلات الوطنية، لذلك فإن تميز الصحافة المحلية يتمثل في قدرتها على فهم هذه المشكلات وإعطائها الأولوية ومحو الاهتمام بفعل قرب رسائلها من واقع الجمهور وسرعة رجع الصدى وسهولة تقييم مردود رسائلها واستجابة الجمهور لها، حيث يمكن أن تشكل عاملاً أساسياً في النهوض بهذه المجتمعات.¹⁶

يمكننا تلخيص أهمية الصحافة المحلية على النحو التالي:¹⁷

- ✓ تساهم الصحافة المحلية في أن تحتل مكاناً مرموقاً في مجال التنمية الاجتماعية، على اعتبار أنها قناة اتصال أساسية ما بين المسؤولين في الحي أو البلدة التي تصدر فيها.
- ✓ تساهم في تنمية المجالات الاقتصادية، وذلك من خلال المساهمة الفعالة في حل المشكلات الاقتصادية المحلية والمحيطية بالمجتمع، مثل مشاكل الزراعة والصناعة وغيرها.
- ✓ تساهم في تنمية المجالات المتعلقة بالتنمية الثقافية والتعليمية، مع أهمية التركيز على محو الأمية على اختلاف توسعها بالجامعات أو المراكز الثقافية.
- ✓ تساهم في نشر كافة المضامين السياسية، التي تساهم في تنمية الوعي السياسي بالنسبة للجمهور المتلقي مع أهمية المساهمة في مشاركتهم فيها.
- ✓ تعتبر صحافة تدريبية كونها تتيح فرصاً أمام الصحفيين الشباب، بالتدريب على الصحف المسائية الأسبوعية المحلية.
- ✓ تساهم في دعم الأنشطة المحلية الإعلامية، وذلك للنهوض بالمجتمع والارتقاء به.

3. أهداف الصحافة المحلية:

تؤدي وسائل الإعلام على مختلف أنواعها دوراً هاماً في المجتمع، فهي تعمل على خلق وحدة معنوية بين أفراد الشعب باعتبارها السبيل الأوضح إلى معرفة ما يدور فيه، والإحاطة بالقيم الاجتماعية السائدة بين جنباته، فتكون بذلك رابطاً يجمع بينهم، ومن ناحية أخرى فإن الإعلام بشتى أنواعه يكشف ما قد يحيط بالمجتمع من نقص ويعمل على دفع الجهات المسؤولة إلى الإصلاح وتكملة هذا النقص سواء من النواحي

¹⁶ فاطمة الزهراء تتيو، البعد المحلي في الصحافة الجزائرية، أطروحة دكتوراه، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010، ص100.

¹⁷ لبنى مهدي، الصحافة المحلية، نشر بتاريخ 2 مارس 2020، تم الاطلاع عليه بتاريخ 27 مارس 2022، عبر الرابط التالي:

<https://e3arabi.com/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85/%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AD%D9%84%D9%8A%D8%A9>

الاجتماعية أو الاقتصادية أو الثقافية...، ونفس هذه الأهداف يشترك فيها الإعلام المحلي أو الجهوي، فهو يسلط الضوء على ما يدور في دواليب الجماعات المحلية من خروقات ومن إنجازات على حد سواء، ومازال الإعلام المحلي الوطني في بدايته الأولى ولم تتحدد معالمه بعد مقارنة مع ما وصل إليه الإعلام المحلي في الدول الغربية كبريطانيا وفرنسا مثلاً.¹⁸

ينصب اهتمام الإعلام المحلي في كل بقاع العالم حول الاهتمام بالسكان المحلية وبشؤونها واحتياجاتها، لأنها الأقرب والأكثر تفهماً لمتطلباتها، كما أنه يندمج بشكل سلس داخل ساكنة المنطقة، ويكون الصحفي المحلي في الأغلب ابن المنطقة والأدري بمقوماتها، ويساعد الإعلام المحلي على التعريف بالمنطقة وبمؤهلاتها الاقتصادية والثقافية والسياحية، وهو العين الحارسة لمصالح الساكنة المحلية، وصوتها الرنان عندما تهدر حقوقها وتنسى مصالحها، وتصبح في البند المخصص للكماليات على لائحة المجالس المحلية، إن دور الإعلام المحلي سواء في الدول النامية أو الدول التي مازالت على طريق النمو لا يختلف إطلاقاً، فوظائف الإعلام المحلي لا تختلف ولا تتجزأ بحسب المصالح أو الظروف الراهنة أو أنها ترتبط بسياسية الدول.¹⁹

ثالثاً: الجانب الميداني للدراسة: رهانات الصحافة المحلية من وجهة نظر الصحفيين

أولاً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

• **مجتمع البحث وعينته:**

يتمثل مجتمع بحثنا في الصحفيين والمراسلين والإعلاميين بمدينة غليزان، والممارسين لمهنة الصحافة المحلية. وقد اعتمدنا على المسح بالعينة، وتحديدًا العينة القصدية التي تتدرج في إطار العينات غير الاحتمالية، والتي تختار بطريقة قصدية أو متعمدة وفق رؤية الباحث، والتي تعرف بأنها: "عينة يتم اختيارها بشكل مقصود من قبل الباحث نظراً لتوفر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم ولكون تلك الخصائص تمثل مجتمع الدراسة تمثيلاً كاملاً بما يخدم أهداف الدراسة"²⁰.

فقد عمدنا التوجه قصداً للصحفيين العاملين بمجال الصحافة والإعلام المحلي بمدينة غليزان، وقدرت مفردات العينة بـ: 18 مفردة من أصل 40 تم التواصل معهم عبر البريد الإلكتروني ومجموعة اتحاد

¹⁸ شيماء الهواري، المنظومة الإعلامية: أية حكمة، الإعلام المحلي نموذجاً، المركز الديمقراطي العربي للنشر، برلين، 2017، ص 157.

¹⁹ نفس المرجع، ص 157.

²⁰ محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط2، 1999، ص 96.

الصحفيين والإعلاميين الجزائريين مكتب غليزان عبر الفيسبوك*، ويمكن توضيح خصائص عينة الدراسة على النحو التالي:

الجدول (1): يوضح خصائص عينة الدراسة

المتغيرات	التكرار	النسبة
الجنس	ذكر	94.4%
	أنثى	5.6%
السن	30-20	16.7%
	40-30	50%
	50-40	22.2%
	50 فما فوق	11.1%
	ثانوي	5.6%
المستوى العلمي	جامعي	55.6%
	دراسات ما بعد التدرج	38.9%
	مراسل صحفي	72.2%
الرتبة المهنية	محرر صحفي	22.2%
	رئيس تحرير	5.6%

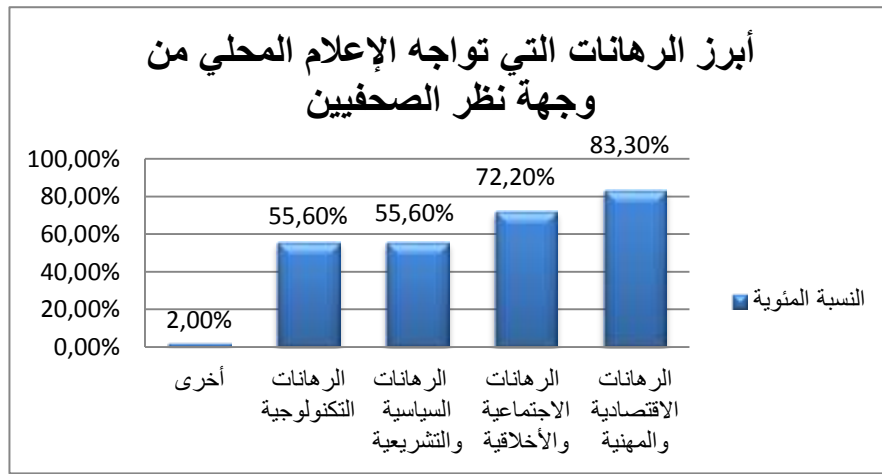
- **متغير الجنس:** بتحليل خصائص العينة نلاحظ ضعف وجود الإناث وتفوق نسبة الذكور، وقد تُرجع ذلك إلى أن العمل في مجال الصحافة المحلية والإعلام المحلي يُمنح أكثر إلى الذكور على اعتبار قدرتهم أنهم أكثر قدرة على التنقل والتحرك وتغطية الميدان.
- **متغير السن:** متوسط سن المبحوثين كان ضمن الفئة العمرية (30-40) بنسبة 50%، وهو مؤشر إيجابي لأن هذه الفئة هي الأكثر قدرة على إدراك ووعي الإعلام المحلي، وتحمل التعب وصعوبات العمل الميداني، وهو لا يعني عدم الاستعانة بالقدرات الشابة، والخبرات من أصحاب الأعمار الكبيرة.
- **المستوى العلمي:** لعل ما يميز عينة البحث المستوى العلمي الجامعي ودراسات ما بعد التدرج (ماستر-دكتوراه) بنسبة 55% و 39% على التوالي، وهو ما يعني توفر المستوى العلمي للوعي بأهمية القضايا والأحداث التي يتم تغطيتها على المستوى المحلي، كما أنها مؤشر إيجابي مقارنة مع بدايات الصحافة المحلية أو الإعلام المحلي في الجزائر.

* من المهم الإشارة إلى أننا تواصلنا مع ما يزيد عن 40 صحفي وإعلامي من الجنسين، إلا أن التفاعل مع الدراسة كان ضعيف، حيث لم نتلقى أي تبرير لعدم التفاعل، ولعلنا نرجع ذلك إلى غياب ثقافة المساهمة في إنتاج البحث العلمي، وعدم الوعي بأهمية هذا النوع من الدراسات التي قد تُساهم في طرح الرهانات والتحديات التي تواجه الإعلام المحلي في الجزائر، ورغم ذلك فإن عدد العينة بلغ 18 مفردة (صحفيين)، ونعتقد أنه كافي لإجراء هذه الدراسة الاستطلاعية.

- **الرتبة المهنية:** احتلت رتبة المراسل الصحفي نسبة 72.2%، وقد نرجع ذلك إلى طبيعة العمل في مجال الصحافة والإعلام المحلي، بالإضافة إلى خصوصية ولاية غليزان، باعتبارها مدينة داخلية لا تصدر الصحف ولا تمتلك بث لقنوات محلية، ولا تمتلك غير إذاعة غليزان الجهوية كمؤسسة إعلامية، لها مقر وتبث برامجها داخل تراب الولاية، إلى جانب أن المحررين ورئيس التحرير هم صحفيين وإعلامي إذاعة غليزان الجهوية.

ثانياً: أبرز الرهانات التي تواجه الصحافة المحلية من وجهة نظر الصحفيين

- **الصعوبات والرهانات التي تواجه الإعلام المحلي:**



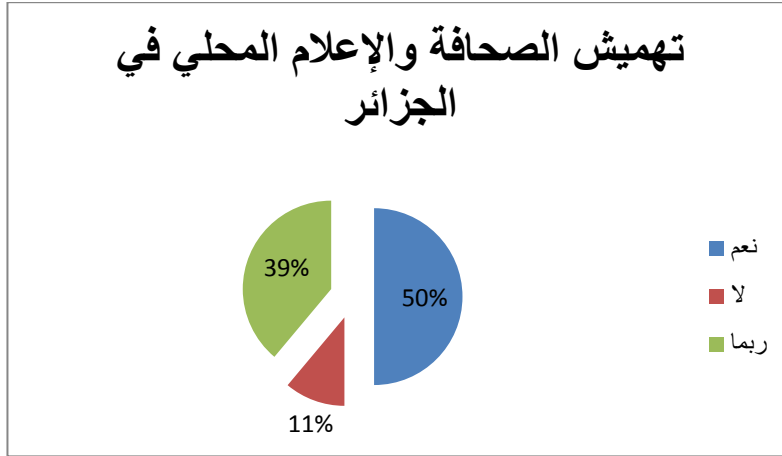
شكل(1) رهانات الصحافة المحلية من وجهة نظر الصحفيين

تُشير إجابات الصحفيين إلى أن الرهانات الاقتصادية والمهنية من أبرز الرهانات التي تواجه الإعلام المحلي، وذلك بعدد 15 من التكرارات، وبنسبة 83.3%، في حين أن الرهانات الاجتماعية والأخلاقية جاءت بنسبة 72.2% وبعدد 13 تكرار، والرهانات السياسية والتشريعية بنسبة 55.6% وبتكرار 10، وكانت الرهانات التكنولوجية بعدد 10 تكرار وبنسبة 55.6%.

وشكلت رهانات أخرى تمثلت في انعكاس الأحداث الوطنية والدولية على الوضع المحلي وتأثيرها على الاستقرار الداخلي، ورهان التكوين في مجال العمل الصحفي نسبة 2%.

نلاحظ أن إجابات أفراد العينة كانت متقاربة وبنسبة كبيرة حول أن مختلف الرهانات في مراتب متقاربة وتشكل تحديات تواجه عمل الصحافة المحلية أو الجهوية.

- **الصحافة المحلية أصبحت على هامش العمل الإعلامي في الجزائر**



شكل (2) الصحافة المحلية على هامش الإعلام الجزائري

تؤكد 50% من أفراد العينة أن الصحافة والإعلام المحلي على هامش العمل الإعلامي في الجزائر، وهو ما يعتقد آخرون بنسبة 39% من أفراد العينة، في حين نفى 11% من مفردات البحث أن تكون الصحافة المحلية على الهامش.

• وفي أسباب تهميش الصحافة المحلية من وجهة نظر الصحفيين يرجعون ذلك إلى:

النقص الرهيب في الكفاءة للصحفيين العاملين في الصحافة والإعلام المحلي، وعدم وجود قانون واضح يحمي حقوق وحرية المراسل الصحفي، الوضعية القانونية للمراسل سواء من الناحية الاقتصادية أو الاجتماعية التي تربطه بالمؤسسة باعتبار أن هذه الأخيرة يمكن أن تقوم بدونه وتستغني عنه في أي لحظة (المؤسسة تقوم بتغطية بعض الولايات فقط مع إهمال أخرى)، بالإضافة لإهمال المشرع في قانون الإعلام حقوق المراسل.

إلى جانب عدم انتماء الكثير من العاملين في الصحافة المحلية إلى حقل الإعلام حيث يشكل العمل الصحفي مهنة إضافية بالنسبة لهم، وهو سبب يضر ويسيء إلى عمل الصحافة المحلية. كما أن من أسباب تهميش الصحافة المحلية من وجهة نظر الصحفيين منح الأولوية والأهمية للصحافة الوطنية والعالمية على حساب الإعلام المحلي، ومستوى القائمين بمهمة العمل الصحفي المحلي (المراسلين).

• أهم الصعوبات والتحديات التي تواجه الصحفيين لأداء الصحافة وإعلام المحلي: تلخصها على النحو التالي:

- عدم حماية المؤسسة الإعلامية والقانون للصحفيين والمراسلين العاملين بالصحافة والإعلام المحلي.
- نقص الإمكانيات المادية، وشح أو انعدام الأجر في كثير من الأحيان مما يترك المراسل عرضة للتسول وانتظار الإكراميات.

- السرعة في نقل المعلومات الآنية في ظل انتشار مواقع التواصل الاجتماعي.
- صعوبة الوصول إلى مصادر الخبر، وشح المعلومات يشكل صعوبة تواجه الصحفيين.
- تدخل السياسة في المجال الإعلام المحلي، وهو ما يصعب عمل الصحفي.
- التقييد وعدم الحرية في التحرير (انعدام حرية التعبير).
- لغياب ثقافة الرد والتتوير الإعلامي أحيانا من المصادر الرسمية أو المواطنين.
- أهم الصعوبات هي الإيمان بنبل الرسالة الإعلامية والعمل على تجسيد مبدأ العمل الصحفي الجوارى المحلي.

ويعبر أحد مفردات العينة بالقول: (من خلال تجربتي، أعتبر أكبر تحدي هو عدم وجود عقد يربطني مع المؤسسة الإعلامية باعتبار أن عملي الصحفي يندرج في إطار التطوع، وهذا ما يجعل المؤسسة تستغني عني في أي لحظة (خاصة في حالة المطالبة بالأجر)، وأيضاً من بين أكبر التحديات التي أواجهها هو الإحجام الرهيب للمسؤولين المحليين في التعامل مع الصحفيين (رؤساء بلديات، دوائر، ومؤسسات عمومية محلية، ومدراء ولائيين وغيرهم) مما يجعل الحصول على المعلومة أو التصريح جد صعب، كذلك تحدي آخر يعتبر جد مهم من خلال انعدام خلية الاتصال عبر عديد المؤسسات (أخص بالذكر ولاية غليزان) بالإضافة لنقص الخبرة في التعامل مع الأسرة الإعلامية في عديد المؤسسات المحلية اكبر تحدي للإعلامي هو أن يصل إلى المعلومة ويكون سباق إليها). إلى جانب عدم وجود انفتاح على العمل الإعلامي، وشح مصادر المعلومة.

ثالثاً: الرهانات التكنولوجية للصحافة المحلية:

- الصحافة المحلية في مواجهة التطور التكنولوجي:



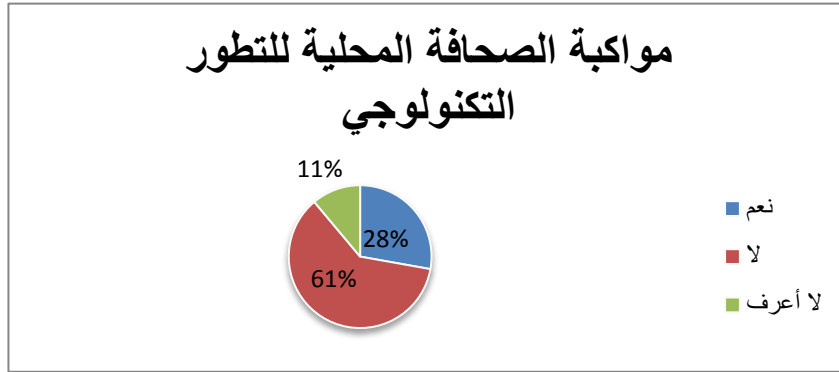
شكل(3) الصحافة المحلية ومواجهة التطور التكنولوجي من وجهة نظر الصحفيين

يعتقد 67% من أفراد عينة الدراسة أن الصحافة والإعلام المحلي يواجه خطر التطور التكنولوجي بعدد 12 تكرار، في حين لا يعتقد 28% من أفراد العينة أن الإعلام المحلي يواجه خطر التطور التكنولوجي بعدد 5 تكرارات، ولا يعرف 5% إن كانت الصحافة المحلية تواجه خطر التطور التكنولوجي بعدد تكرار واحد.

ونعلق على هذه النتيجة بالقول: أن التطور التكنولوجي يعتبر أحد أهم الرهانات الحالية التي تواجه الإعلام بصفة عامة، والإعلام المحلي بصفة خاصة،

وتشير نتائج إجابات المبحوثين إدراكهم للخطر التكنولوجي الذي يواجه الإعلام المحلي في الجزائر، وهو مؤشر إيجابي بالنسبة لنا، على اعتبار أهمية إدراك الصحفيين العاملين بقطاع الإعلام المحلي لأهمية وضرورة مواكبة هذا التطور الذي يشكل رهان حقيقي في ممارسة العمل الإعلامي.

- الصحافة المحلية في الجزائر ومواكبة التطور التكنولوجي:



شكل (4) الصحافة المحلية والتطور التكنولوجي من وجهة نظر الصحفيين

يعتقد 61% من المبحوثين أن الصحافة المحلية في الجزائر لا تواكب التطور التكنولوجي في العمل الإعلامي بعدد 11 تكرار، في حين يرى 28% من المبحوثين بأن الصحافة المحلية مواكبة للتطور التكنولوجي بعدد خمسة من التكرارات، و11% من المبحوثين لا يعلمون إن كانت الصحافة المحلية والإعلام المحلي مواكب للتطور التكنولوجي بعدد اثنين من التكرارات.

ونعلق بالقول: أن هذه النتيجة تأتي متناسقة مع الشكل والسؤال السابق حول الصحافة المحلية ومواجهة الخطر التكنولوجي، حيث تعكس أن الصحافة المحلية في الجزائر لا تواكب التطور التكنولوجي في الإعلام المحلي، ولم توظف التكنولوجيا بالشكل المناسب للعمل الإعلامي وما يتناسب مع الإعلام والصحافة المحلية.

- استخدام الصحفيين التكنولوجيا الحديثة في ممارسة الصحافة المحلية:



شكل (5) الصحفيين والتمكن من التكنولوجيا في الصحافة المحلية

يرى 67% من أفراد العينة أنهم متمكنون من استخدام التكنولوجيا في ممارسة الصحافة المحلية بعدد 12 تكرار، ويعتقد 22% من المبحوثين أنهم متمكنون من استخدام التكنولوجيا نوعا ما أي بدرجة أقل وبعدد

أربع تكرار، في حين أن 11% من المبحوثين يؤكدون عدم تمكنهم من استخدام التكنولوجيا في ممارسة الصحافة المحلية وبعدها اثنين من التكرارات.

وهو ما يؤكد ما سبق بأن: الصحافة المحلية والإعلام المحلي في الجزائر يواجه الخطر التكنولوجي، وغير مواكب للتطورات التكنولوجية نظراً لعدم تمكن الصحفيين الممارسين للصحافة المحلية من استخدام وتوظيف التكنولوجيا في ممارسة الصحافة والإعلام المحلي.

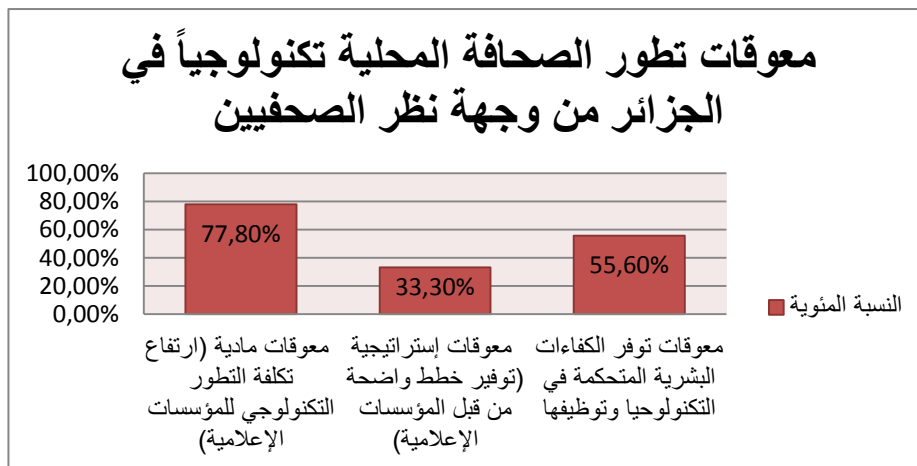
• وعن كيفية توظيف الصحفي للتكنولوجيا في ممارسة الصحافة والإعلام المحلي في الجزائر:

فإن جل الإجابات لم تتوافق مع صيغة السؤال حيث تحدث الكثير من المبحوثين عن أهمية التكنولوجيا في العمل الإعلامي وأهميته في التواصل وإرسال الخبر والعمل الإعلامي للمؤسسة الصحفية أو الإعلامية، إلى جانب ذكر دور التكنولوجيا في تحسين جودة الصوت للصحفي الإذاعي، وجودة الصورة التلفزيونية أو الرقمية وهو ما يعود بالإجابة على المتلقي.

وعبر البعض الآخر عن توظيف التكنولوجيا في ممارسة الصحافة والإعلام المحلي من خلال: توظيف وسائل التواصل الاجتماعي للحصول المادة الأولية للخبر، بالإضافة إلى الاعتماد الكلي على شبكة الجيل الرابع في إرسال المواضيع للمؤسسة الإعلامية التي ينتمي لها الصحفي بطريقة آنية ووقت حدوث الخبر. بالإضافة إلى استخدام التطبيقات الملائمة للمونتاج وغيرها.

ويقول أحد الصحفيين: إن توظيف التكنولوجيا يتمثل في الاستخدام المحترف لوسائل الاتصال الجديدة في خدمة وتطوير الصحافة المحلية، وتساعد التكنولوجيا في عملية معالجة الخبر والنقل الفوري للحدث المحلي.

• معوقات تطور الصحافة المحلية والإعلام المحلي في الجزائر



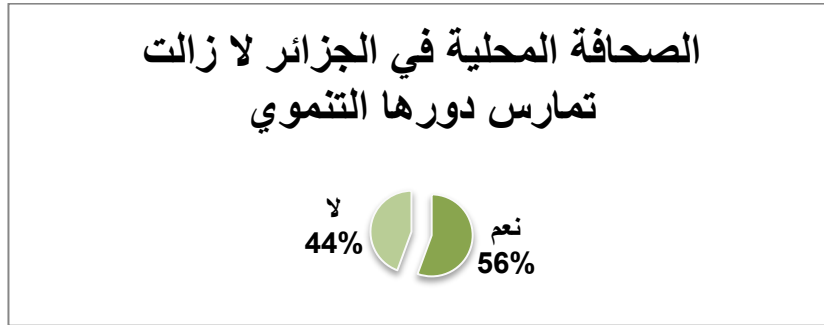
شكل (6) معوقات تطور الصحافة المحلية تكنولوجياً من وجهة نظر الصحفيين

تعتبر المعوقات المادية (ارتفاع تكلفة التطور التكنولوجي للمؤسسات الإعلامية) أهم المعوقات التي تواجه الصحافة المحلية تكنولوجيا من وجهة نظر الصحفيين بنسبة 77.8%، في حين يرى أفراد العينة بنسبة 55.6% أن معوقات توفر الكفاءة البشرية المتحكمة في التكنولوجيا وتوظيفها من معوقات تطور الصحافة المحلية تكنولوجياً، ويذهب 33.3% من أفراد العينة إلى أن المعوقات الإستراتيجية (غياب خطط واضحة من قبل المؤسسة) من معوقات تطور الصحافة المحلية والإعلام المحلي تكنولوجياً.

ونلاحظ من خلال هذه النتيجة: وعي وإدراك الصحفيين لارتفاع التكلفة المادية للتطور التكنولوجي للمؤسسات الإعلامية التي يواجه الكثير منها صعوبات مادية في تسييرها، خاصة مع ما تواجهه هذه المؤسسات من صعوبات الدعم والإشهار والبيع، وهو أمر واقعي في الميدان. كما أنه من خلال الإجابات نستشف عدم توفر الكفاءات البشرية المتحكمة في التكنولوجيا وغياب إستراتيجية وخطط واضحة لتطوير وعصرنة الإعلام المحلي يمثل رهان في ممارسة الصحفي للإعلام المحلي.

رابعاً: الرهانات التنموية للصحافة المحلية:

• الدور التنموي للصحافة والإعلام المحلي في الجزائر



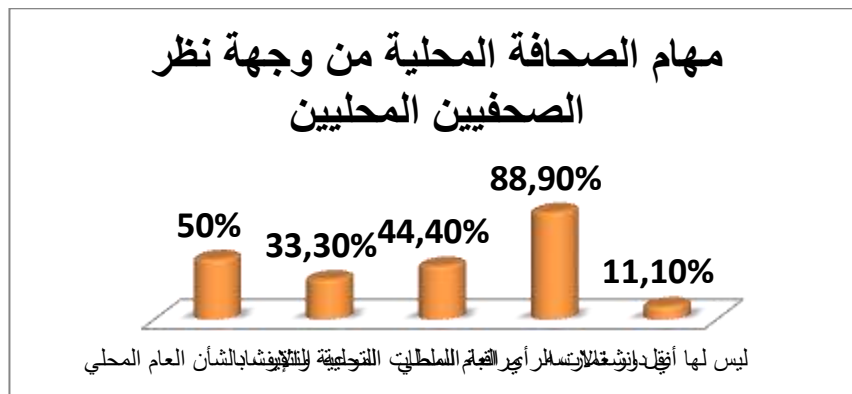
شكل (7) الدور التنموي للصحافة المحلية من وجهة نظر الصحفيين

تشير 56% من إجابات أفراد العينة من الصحفيين إلى أن الصحافة المحلية لا زالت تمارس دورها التنموي بعدد 10 من التكرارات، في حين يرى 44% من المبحوثين أن الصحافة المحلية لا تمارس دورها في تحقيق مشاريع التنمية وبعدد ثمانية من التكرارات.

ونلاحظ من خلال الإجابات السابقة: أن غالبية الصحفيين لا يزالون يؤمنون بالدور التنموي للصحافة ولإعلام المحلي، ما يعني أن الصحفيين مطلعون على أهمية توظيف الإعلام المحلي في تحقيق التنمية في الجزائر. في حين أن البعض الآخر من الصحفيين يرى عدم قيام الإعلام المحلي بدوره التنموي، ولعلنا نرجع ذلك إلى الصعوبات والرهانات التي تواجه الإعلام المحلي في الجزائر، وعدم تخصص الصحفيين بالإعلام التنموي رغم أن الإعلام المحلي يدخل ضمن الإعلام التنموي المتخصص.

وهنا نقول إن الإعلام بصفة عامة والإعلام المحلي بصفة خاصة يعتبر من أهم أدوات الأنظمة في دول العالم الثالث لتحقيق التنمية، ويؤكد الباحثين في مجال الإعلام على أهميته ودوره في تحقيق مشاريع التنمية في الدول العربية.

- المهام التي تمارسها الصحافة المحلية في الجزائر:

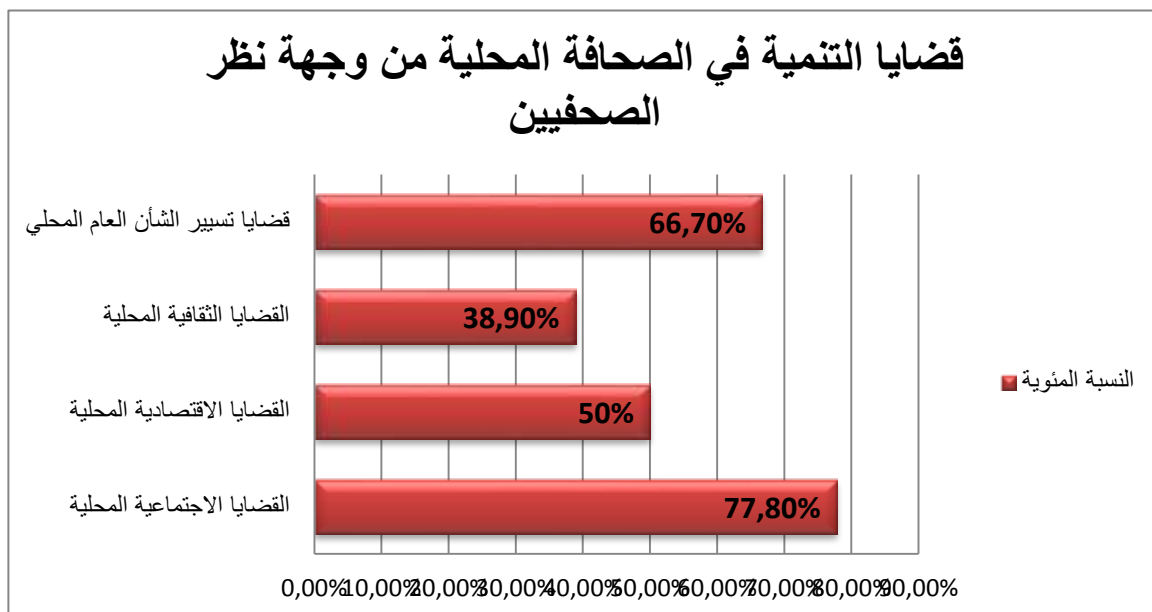


شكل (8) مهام الصحافة المحلية من وجهة نظر الصحفيين

تتمثل مهام الصحافة المحلية من وجهة نظر الصحفيين في نقل انشغالات الرأي العام المحلي بدرجة أولى وبنسبة 88.9% من أفراد العينة، وبدرجة ثانية مهمة التثقيف بالشأن العام المحلي بنسبة 50%، وتأتي بدرجة ثالثة مهمة الصحافة المحلية في مراقبة السلطات بنسبة 44.4%، ومهمة التوعية والإرشاد بنسبة 33.3%، في حين يرى 11.1% أن الصحافة المحلية ليس لها أي مهام أو دور تمارسه.

ونعلق على هذه النتيجة بالقول: أن إجابات الصحفيين المبحوثين تتوافق مع مهام الإعلام المحلي الذي يعمل على نقل انشغالات الرأي العام المحلي وقضاياها بالدرجة الأولى، ويطلع بمهمة التثقيف والتوعية، ومراقبة السلطات المحلية. كما نعتقد أن 11.1% التي نفت أي دور أو مهام للإعلام المحلي قد تكون لها نظرة سلبية عن واقع ممارسة الإعلام المحلي، أو أنها تواجه صعوبات في تحقيق أهداف الإعلام المحلي الذي تمارسه.

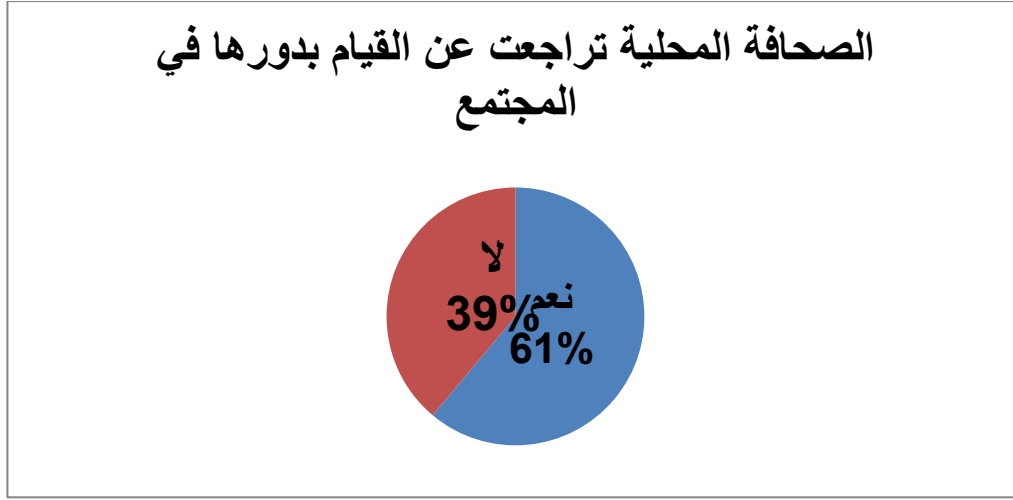
- القضايا التنموية في الصحافة والإعلام المحلي في الجزائر:



شكل (9) قضايا التنمية في الصحافة المحلية من وجهة نظر الصحفيين

إجابات الصحفيين من أفراد العينة متلائمة مع الأسئلة السابقة، حيث يرى 77.8% من الصحفيين أن القضايا الاجتماعية المحلية وقضايا تسيير الشأن العام تأتي في المقدمة وبنسبة 77.8% و 66.7% على التوالي، في حين تأتي القضايا الاقتصادية المحلية بنسبة 50%، والقضايا الثقافية المحلية بنسبة 38.9%.

• الصحافة المحلية وممارسة دورها في المجتمع الجزائري:



شكل (10) الصحافية المحلية وممارسة دورها في المجتمع من وجهة نظر الصحفيين

يرى 61% من الصحفيين المبحوثين أن الصحافة والإعلام المحلي تراجع عن أداء دوره ومهامه في المجتمع الجزائري ويعدد 11 من التكرارات، ويبرر الصحفيين ممن يؤيدون فكرة أن الصحافة المحلية تراجعت عن القيام بدورها في المجتمع الجزائري بالقول:

إن عدم استقرار وضعية الصحفي في مهنة قارة يجعله يعزف عن متابعة القضايا بجدية وتتوير الرأي العام، فلم يعد هناك اهتمام بالغ بأمهات القضايا المحلية، والمشكلة في رأي البعض لها صلة بالتكوين، إلى جانب توظيف أشخاص لا علاقة لهم بالعمل الإعلامي، وأن الصحافة المحلية مسيرة بسبب الإشهار، ويقول أحد الصحفيين: (نظرتي أننا غير موجودون في الميدان)، ويؤكد آخر على التضييق على الصحفيين في الحصول على المعلومة .

ويعتقد صحفيون آخرون أن الصحافة والإعلام المحلي يُشكل معضلة حقيقية، حيث ابتعد عن نقل العديد من القضايا التي تهم المواطن، وأصبح الإعلام المحلي ينقل التفاهات ليس إلا، إلى جانب الصعوبات والعراقيل التي تواجه الصحفيين في الميدان أثناء ممارسة عملهم في الصحافة المحلية، والمتابعة القضائية لكثير من الصحفيين بسبب النشر على مواقع التواصل الاجتماعي.

في حين يرى 39% من الصحفيين المبحوثين أن الصحافة المحلية لم تتراجع عن مهامها في المجتمع الجزائري ويعدد سبعة من التكرارات. ويبرر الصحفيين ممن يؤيدون فكرة أن الصحافة المحلية لازالت تقوم بدورها في المجتمع الجزائري بالقول :

أن الدور التنموي للصحافة المحلية لا يزال يحافظ على مكانته إلى اليوم خاصة فيما تعلق بنقل انشغالات مناطق الظل، ونقل صوت المواطن المغلوب على أمره وفضح تلاعب المسؤولين في كثير من الأحيان. ولأنها الوسيط بين المجتمع والسلطات المحلية في إيصال المعلومة وانشغالات المواطن. كما أن الصحافة المحلية لازالت تقوم بدورها التثقيفي التوجيهي التوعوي التنموي رغم ما تواجهه من صعوبات وعراقيل، وهي صامدة لم تتراجع ولا تزال ترافق المواطن.

الخاتمة:

نختتم دراستنا حول صعوبات ورهانات الصحافة والإعلام المحلي في الجزائر من وجهة نظر الصحفيين من خلال التعرّيج على أهم نتائج الدراسة والإجابة على تساؤلاتها، بالقول:

إن أهم الصعوبات التي تواجه الصحافة المحلية والإعلام المحلي في الجزائر لا تختلف عما يواجهه الإعلام الجزائري بصفة عامة، حيث شدد الصحفيين على صعوبة العمل الميداني في ظل عدم توفر الدعم المادي، وغياب الحماية القانونية، وصعوبة الوصول إلى المعلومات، وتهميش الصحافة المحلية على حساب الإعلام الوطني والدولي.

واعتبار الرهانات الاقتصادية والمهنية من أهم رهانات الصحافة والإعلام المحلي من وجهة نظر الصحفيين، وبدرجة متقاربة الرهانات الاجتماعية والأخلاقية، تليها الرهانات السياسية والتشريعية، إلى جانب رهان انعكاس الأحداث الوطنية والدولية على الوضع المحلي وتأثيرها على الاستقرار الداخلي. كما يرى الصحفيين أن الصحافة المحلية تواجه خطر التطور التكنولوجي وصعوبة مواكبته، وذلك لأسباب مادية، وعدم توفر كفاءات بشرية، وغياب استراتيجيات واضحة من قبل المؤسسات الإعلامية لتوظيف التكنولوجيا في ممارسة الصحافة والإعلام المحلي.

ورغم هذه الصعوبات والرهانات إلا أن غالبية الصحفيين يؤكدون على الدوري التنموي الذي تقوم به الصحافة المحلية، ودورها الهام في نقل انشغالات الرأي العام المحلي، وتوعية المجتمع، ومراقبة السلطات، إلى جانب تركيزها على القضايا الاجتماعية وتسيير الشأن العام المحلي، وقضايا الاقتصاد والثقافة.

قائمة المراجع:

الكتب:

- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
- روجر ويمر، جوزيف دومينك، مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، ترجمة صالح أبو أصبع، فاروق منصور، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2011.
- شيماء الهواري، المنظومة الإعلامية: أية حكمة، الإعلام المحلي نموذجا، المركز الديمقراطي العربي للنشر، برلين، 2017.

- طارق السيد أحمد، الإعلام المحلي وقضايا المجتمع المحلي، دار المعرفة الجامعة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2004.
- فاروق أبو زيد، ليلي عبد المجيد، الصحافة المتخصصة، مركز جامعة القاهرة لتعليم المفتوح، الطبعة الأولى، القاهرة، 2009.
- محمد عبيدات، محمد أبو نصار، عقلة مبيضين، منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الثانية، 1999.
- موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية: تدريبات عملية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2004.

الدراسات والرسائل العلمية:

- عبد العالي رزاق وآخرون، دور الإذاعات المحلية والإقليمية في التوعية بقضايا ومشكلات المجتمع المحلي: الجزائر والسودان ومصر مثالا، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2012.
- سويقات لبنى، الإعلام المحلي وأبعاد التنمية في المجتمع، دراسة وصفية تحليلية للخطاب الإعلامي، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران، 2010.
- فاطمة الزهراء تنيو، البعد المحلي في الصحافة الجزائرية، أطروحة دكتوراه، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010.
- مالك شعباني، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علم اجتماع التنمية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2005-2006.

المواقع الإلكترونية:

- ويكيبيديا: <https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B5%D8%AD%D9%81%D9%8A>
- عبد الرحمن الحريري، الاستبيان الإلكتروني، موقع الأكاديمية التعليمية لتعليم البحث العلمي، تاريخ النشر 2009/4/23، تم زيارته بتاريخ: 27/ مارس 2022، عبر الرابط التالي:
<https://educad.me/34/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%A8%D9%8A%D8%A7%D9%86%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9>
- لبنى مهدي، الصحافة المحلية، نشر بتاريخ 2 مارس 2020، تم الاطلاع عليه بتاريخ 27 مارس 2022، عبر الرابط التالي:
<https://e3arabi.com/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85/%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AD%D9%84%D9%8A%D8%A9>
- المفردات: <https://ar.emsayazilim.com/definici-n-de-dificultad>

المحكمين:

- تومي أم الخير، أستاذة التعليم العالي، علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران 1 أحمد بن بلة-الجزائر.
- حنادر عبد الله، أستاذ محاضر، علوم الإعلام والاتصال، جامعة غليزان-الجزائر.
- قاسيمي فاطمة الزهراء، أستاذة مساعدة، علوم الإعلام والاتصال، جامعة غليزان-الجزائر.

تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على العمل الصحفي وقواعد مهنة الصحافة

The impact of social media on journalistic work and the rules of the journalism profession

لجين سليمان
جامعة تشونشينغ

محمد هرشو

مؤسس ومالك موقع هاشتاغ / الإمارات العربية المتحدة -
سورية

ملخص

بات لوسائل التواصل الاجتماعي أثرا كبيرا على آلية تداول الأخبار والمواضيع الصحفية، فقد باتت السوشال ميديا محركا أساسيا لكتابة عدد من المواضيع الصحفية التي ربما لم تستقطب المؤسسات الإعلامية في السابق، ولكن اليوم وبعد ظهور ما يسمى بـ "صحافة الترنز" بات الصحفيون أكثر حذرا في التعامل مع الجماهير وأكثر ميلا لكتابة وتقديم محتوى صحفيا يغري تلك الجماهير.

في هذا البحث نتناول تأثير السوشال ميديا على عالم الصحافة عموما وكيفية انتقال الخبر ومساراته، بالإضافة إلى المظاهر المرافقة للعمل الصحفي بعد انتشار صحافة الترنز.

كلمات مفتاحية: صحافة الترنز، الخوارزميات، وسائل التواصل الاجتماعي، المحتوى الصحفي

Abstract

Social media has had a significant impact on the mechanism of circulating news and journalistic topics. The social media has become a main engine for writing a number of journalistic topics that may not have attracted media institutions in the past, but today, after the emergence of the so-called "trend journalism", journalists have become more cautious in dealing with audiences. More inclined to write and present journalistic content that tempts those audiences.

In this paper, the impact of social media on the world of journalism has been discussed. In addition, to how the news is transmitted and its paths. Moreover, the manifestations accompanying journalistic work after the spread of trend journalism also has been introduced.

1- المقدمة

عُرفت الصحافة في السابق على أنها سلطة رابعة، إلا أنه اليوم ومع انتشار وسائل التواصل الاجتماعي باتت بمثابة السلطة الخامسة وذلك بحسب "ويليام داتون" من معهد اكسفورد والذي هو المراقب السابق لوسائل الإعلام المستقبلية في بي بي سي، قال داتون "إننا نشهد ظهور أصوات وشبكات جديدة قوية يمكنها العمل بشكل مستقل عن وسائل الإعلام التقليدية. يمكن للأفراد ذوي الشبكات العالية (بمساعدة منصات جديدة مثل الشبكات الاجتماعية والمراسلة) التحرك عبر وتقويض وتجاوز حدود المؤسسات القائمة¹.

تستخدم الكثير من الوسائل الإعلامية اليوم مختلف منصات وسائل التواصل الاجتماعي بشكل متزايد، فقد باتت وسائل التواصل الاجتماعي جزءاً لا يتجزأ من العمل الصحفي. وبحسب كل من^{2,3} فإنه لوسائل التواصل الاجتماعي أثراً كبيراً على مهنة الصحافة. فالأساليب التقليدية التي كانت متبعة في الصحافة في جمع المعلومات وكتابة التقارير باتت مختلفة ما خلق تغيراً جوهرياً في مهنة الصحافة⁴ ولا تمثل هذه الظاهر تغيراً على الصعيد التكنولوجي فقط إنما تعد ظاهراً ثقافياً في الوقت ذاته إذ بات المستهلك النهائي يشارك في إنتاج الخبر ودورانه في مسارات متعددة.⁵

وهو ما يخلق تحدّ في الوسائل التقليدية حيث كانت السلطات تتحكم إلى حد ما في المحتوى خاصة أن السلطات التي تتحكم في السوشال ميديا مبعثرة وغير موحدة وهو ما يعني أن عصر السوشال ميديا بات يشكل تحدّ كبير من حيث التداعيات التي أثّرت بها تلك التقنيات على عالم الصحافة.

معظم الأبحاث السابقة قد اتفقت على أن عالم الصحافة قد تغيّر كثيراً بعد انفجار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي^{6,7,8}. وغالباً ما تحلل تلك التغيرات على أنها جزءاً من التغيرات التي تسبب بها جيل الويب 2 وهذه التغيرات قد سببت في إحداث تغيرات في ثقافة غرفة التحرير وما يرافقها من إشكاليات في المهنة

¹ M. Skowran, (2009), Journalism Schools introduce new degrees focused on future, Poynter Online.

² Deuze, Mark, Phoebe Elefante, and Brian Steward, (2010), Media work and the recession, Popular Communication, 8(3):226-231.

³ Sarrica, Mauro, et al, (2010), The early stages of the integration of the internet in EU newsrooms. European Journal of Communication, 25(4):413-422.

⁴ Bruno, Nicola, (2011), Tweet first, verify later? How real-time information is changing the coverage of worldwide crisis events, Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, united kingdom.

⁵ Lewis, Seth C, (2012), The tension between professional control and open participation: Journalism and its boundaries, Information, communication & society, 15(6):836-866.

⁶ Hermida, Alfred, (2011), Tweet the news: Social media streams and the practice of journalism, The Routledge companion to news and journalism:671-82.

⁷ Messner, Marcus, Maureen Linke, and Asriel Eford, (2012), Shoveling tweets: An analysis of the microblogging engagement of traditional news organizations. The Official Research Journal of the International Symposium on Online Journalism, Vol. 2, pp. 74-87.

⁸ Newman Nic, (2009), The rise of social media and its impact on mainstream journalism, Reuters Institute for the Study of Journalism, united kingdom.

خاصة من حيث قدرة الصحفي على إدراك التغيرات المهنية المرافقة⁹. ولكن الاختلاف الحالي بين الباحثين هوي في كيفية التغير المرافق للصحافة وكيف تؤثر التكنولوجيا على هذا العالم.¹⁰

ولا يمكن إنكار الأثر الكبير الذي يخلقه التفاعل بين الصحفي والجمهور بشكل مباشر، إذ بات الصحفي ينشر مادته على الفيسبوك مثلاً ويتابع التفاعل معها من خلال (اللايك، الشير، الكونت،...). فالتفاعلية هي كلمة مفتاحية تمكن من الحصول على رجع الصدى من المستخدم باتجاه الصحفي .

هذا بالإضافة تغير المفهوم التقليدي لحارس البوابة واستبداله بما يسمى "فاتح البوابة" الذي يستخدم الانترنت.¹¹ فضلا عن الخوف والقلق من أن يكون "الترند" قد زاد الضغوطات بسبب اضطرار الصحفي إلى استخدام أكثر من منصة لمواكبة الحدث وهذا الضغط بدوره سيؤدي إلى تقويض القدرات المهنية لدى الصحفي بسبب انشغاله بأمر آخر خارج الأطر المعروفة في مهنة الصحافة.¹²

كل ما سبق يشكّل مظاهر جديدة دخلت عالم الصحافة من باب تقنيات تكنولوجيا جديدة، ما أثر في المحتوى الصحفي بشكل أو بآخر من خلال التأثير على الصحفي نفسه الذي يُنتج المحتوى. ولذلك لا بدّ من التوسع في شرح هذه المظاهر للحصول على تفسيرات لما يحدث خلال تفاعل الصحفي مع السوشال ميديا والدور الذي تلعبه السوشال ميديا في قواعد مهنة الصحافة.

2- مشكلة الدراسة وتساولاتها

بعد انتشار وسائل التواصل الاجتماعي بمختلف منصاتها باتت تلك التقنيات تؤثر بشكل أو بآخر على مهنة الصحافة وقواعدها الأساسية ومعاييرها، ولذلك لا بدّ من طرح التساؤلات التالية:

- هل تشكّل منصات وسائل التواصل الاجتماعي عقداً جديداً بين الصحفي والجمهور؟
- هل تشكّل تلك الوسائل تهديداً لآلية العمل الصحفي؟
- كيف تؤثر الخوارزميات على آلية إيصال الرسائل الإعلامية؟

3- أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز أهم المظاهر التي طرأت على العمل الصحفي بعد انتشار عصر وسائل التواصل الاجتماعي، من أهم هذه المظاهر ما يلي: (1) العقد الجديد بين الصحفي والجمهور. (2). قدرة

⁹ Deuze, Mark, and Steve Paulussen, (2002), Research note: Online journalism in the low countries: Basic, occupational and professional characteristics of online journalists in Flanders and the Netherlands, European Journal of Communication, 17(2):237-245.

¹⁰ Lasorsa, Dominic L, Seth C Lewis, and Avery E Holton, (2012), Normalizing Twitter: Journalism practice in an emerging communication space. Journalism studies, 13(1):19-36.

¹¹ Boczkowski, Pablo J, (2005), Digitizing the news: Innovation in online newspapers: mit Press, massachusetts institute of technology, America.

¹² Mitchelstein, Eugenia, and Pablo J Boczkowski, (2009), Between tradition and change: A review of recent research on online news production. Journalism, 10(5):562-586.

وسائل التواصل الاجتماعي على الانتشار السريع. (3). حرية التعبير في عالم السوشال ميديا (4). منصات وسائل التواصل الاجتماعي إغراء للصحافة التقليدية. (5). تأثير الخوارزميات على وصول الرسالة الإعلامية.

4- وسائل التواصل الاجتماعي عقد جديد بين المستهلك وصانع المحتوى

بات الصحفي أو صانع المحتوى ينطلق من تطلعات الجمهور، ورغبتهم في معرفة موضوع معين ولذلك شكّلت وسائل التواصل الاجتماعي عقدا اجتماعيا جديدا بين الجمهور (مستهلك الخبر) والصحفي صانع الخبر. وقد يكون لهذا الأمر أثرا سلبيا إلى حد ما من حيث عدم وجود توجه واضح تريد الوسيلة الإعلامية نشره وفق خطوات معينة، بل بات الجمهور يساهم في تحديد المحتوى بنسبة كبيرة.

وقد يكون الأمر بمثابة عكس لاتجاه سير الرسالة الإعلامية فبدلا من أن تسير الرسالة من الوسيلة إلى الجمهور، بات يحدث انحرافا نسبيا إذ تنتقل الرسالة بدءا من تطلعات الجمهور إلى الوسيلة الإعلامية (صحيفة، راديو، إذاعة،...) ومن ثم تصيغ الوسيلة الحدث أو الخبر من نبض الشارع (الذي هو السوشال ميديا حاليا). خاصة وأنّ التفاعل الحالي الذي سمحت به التقنيات الجديدة يسمح بتكرار عملية رجوع الصدى مرات ومرات. وهنا لا يُنكر دور الإعلام الموجّه، فما سبق وتحديدًا في عكس اتجاه سير الرسالة الإعلامية لا يعني أن الجمهور قد يكون أكثر تأثيرا على الوسيلة فقط، بل قد يفيد في تحديد الأدوات الخطابية التي على الوسيلة اتباعها لإيصال رسالتها للجمهور بسلاسة.

ولا بدّ عند الحديث حول "الأدوات الخطابية" التي تتبعها الوسيلة الإعلامية من التطرّق إلى الاختلاف في أسلوب صياغة الخبر بعد انفجار عصر السوشال ميديا وذلك تبعا لسببين الأول هو اختلاف في طريقة إعداد المحتوى بحدّ ذاته، والثاني طبقا للتغير التقني في الوسائل الصحفية نفسها والتي باتت تتعامل مع أدوات جديدة والتي هي منصات وسائل التواصل الاجتماعي.

على سبيل المثال ومن حيث المحتوى الصحفي بات "العنوان" الجذاب من أهم النقاط التي يركز عليها الخبر، حتى باتت بعد الوسائل تقترب في سياستها التحريرية من "العناوين الصفراء" إذ تُكتب مواد تحت عناوين بين العناوين الحقيقية التي تجسّد الحدث والأخرى الصفراء، وذلك على الرغم من أنّ العالم الصحفي يركز في أساسه على الموضوعية أو بالاحرى أساسيات العمل المهني تقتضي الابتعاد قدر الإمكان عن العناوين الصفراء، ولكن التشويق في العنوان من الأساسيات التي تُفرض بقوة. وهنا وبالمقارنة مع ما سبق من العوامل التي كانت تعدّ أساسيات في العمل الصحفي فإنّ "الدقة" و"الموضوعية" كانت معايير جوهرية

من غير الممكن الابتعاد عنها إلا أنه اليوم من الممكن تفضيل "السرعة" على حساب "الدقة" وهو ما سنتحدث عنه لاحقاً في فقرات قادمة.

¹³ ناقش موضوع تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على دقة وجودة المحتوى الصحفي وتحديد الخبر، ففي المؤسسات الصحفية التقليدية حيث لم تكن منصات وسائل التواصل الاجتماعي شائعة كما هي اليوم، كانت الصحفي يضطر إلى القيام بتأخير نشر الخبر، أما اليوم ومن أجل وصول الخبر بشكل سريع ومن أجل مواكبة ما يحدث من تحركات في عالم السوشال ميديا فإن الصحفي بات مجبراً على تتبع "الترند" حول أمر معين، لأنه وفي الأوقات التي يظهر فيها ترند من نوع معين لحدث ما يكون المواطن بأمر الحاجة إلى الوصول إلى معلومات حول موضوع معين. وفي حال تأخر الوسيلة الإعلامية في نشر أخبارها حول ذلك الموضوع ومواضيع أخرى لاحقة قد تأتي تباعاً ستصبح الوسيلة مهمة تدريجياً وذلك بفعل الخوارزميات التي توجه المستهلك إلى حدث معين.

تقول دراسة في معهد الجزيرة للإعلام أن "مدير غرفة الأخبار الرقمية اليوم يجب أن يتوفر على حدس وأدوات معرفية تختلف عن التي كانت متوفرة في غرفة الأخبار التقليدية ليتمكن من العمل ضمن معادلة لا تبقى متأخرة عن اهتمامات الجمهور وتضمن له الدقة قدر الإمكان، فضرورة وصول المعلومات للجمهور لا تقل أهمية عن ضرورة دقتها، فمثلاً لو تأكد الصحفي بنسبة 90% من دقة الخبر، وكان ذلك الخبر لا ينطور على تأثير تحريري كبير حينها يمكن للصحفي المضي في نشر الخبر ثم المتابعة في تصحيحه لو طرأ أي جديد سعياً لتحقيق التوازن المطلوب بين الدقة والآن. ولذلك على غرف الأخبار الرقمية اليوم أن تصل لتوليفة معينة تضمن لها القدرة على التعاطي مع هذه المعادلة الصعبة بشكل يضمن حفاظ المؤسسة الصحفية على مكانتها". تلك معادلة جديدة تتعلق بالكثير من العمل ولذلك يتعين على المراسلين الآن تقديم قصص لمنصات متعددة -التلفزيون والراديو والمطبوعة وعلى الإنترنت. للصحفي المشهد الإعلامي اليوم، من الضروري أن تكون متعدد المهارات¹⁴.

ومن الأمثلة حول آلية استهلاك الأخبار في عصر التقنيات الجديدة ما حدث عند وفاة "مايكل جاكسون" في عام 2009، وصل عندها كلا من الفيسبوك وتويتر إلى الخبر قبل أي موقع إخباري رسمي وفي اللحظة التي أصدر فيها المركز الطبي بجامعة كاليفورنيا في لوس أنجلوس إعلان الوفاة رسمياً. أفادت مواقع

¹³ Messner, Marcus, Maureen Linke, and Asriel Eford, (2012), Shoveling tweets: An analysis of the microblogging engagement of traditional news organizations. The Official Research Journal of the International Symposium on Online Journalism, Vol. 2, pp. 74-87.

¹⁴ Alejandro Jennifer (2010), Journalism in the age of social media, Reuters Institute Fellowship, Paper 5(1-47):1, England.

الشبكات الاجتماعية ومحركات البحث والمواقع الإخبارية بأحجام حركة مرور كثيفة في الساعة التي اندلعت فيها القصة وحتى تعطلت بعض المواقع. أظهرت هذه القصة المنفردة كيف يتم استهلاك الأخبار ونشرها في وسائل التواصل الاجتماعي، وإلى أي مدى يمكن أن تصل ومدى السرعة. في مجال وسائل التواصل الاجتماعي.

يتم استخدام وفاة قصة مايكل جاكسون الآن من قبل الباحثين في وسائل الإعلام كمثال كتابي لكيفية اختراق وسائل التواصل الاجتماعي للفجوة بين وسائل الإعلام التقليدية والمستهلكين (الجمهور). فقد ثبت أن دور حارس البوابة لم يعد حكرًا على الصحفيين لأن الثقافة التشاركية لوسائل التواصل الاجتماعي حول إشراك الجمهور قد كسرت جدار الصحافة الذي يفصل القارئ عن الصحفي.

قد تكون كلمة "عقد اجتماعي جديد" بمثابة مصطلح جديد يصف العلاقة الحالية بين الجمهور والصحفي، إلا أن تسارع انتشار السوشال ميديا وتطور الأدوات التقنية تدفع باتجاه تبني هكذا مصطلحات بغية وضع مفاهيم جديدة قد يحتاجها الصحفي لإرساء معايير مناسبة لعصر الصحافة التقنية، معايير تليق بالعمل الصحفي بعيدا عن فوضى "الترند" و "الخورازميات".

5- محدودية وسائل الإعلام لمطبوعة بالمقارنة مع الإلكترونية

ساهم الانتشار الواسع الذي خلقته التقنيات الجديدة في وسائل التواصل الاجتماعي (انتشار منصات التواصل الاجتماعي) في إمكانية إيصال المحتوى إلى أي مكان في العالم، ففي الوقت الذي كان فيه توزيع الصحف محصورا بدائرة معينة وبمسارات محددة باتت قراءة "الواشنطن بوست" مثلا ممكنة من أي مكان من العالم.

بالإضافة إلى توسيع الانتشار لا يمكن إنكار الدور الذي لعبته وسائل التواصل الاجتماعي في ردم الفجوة بين وسائل الإعلام التقليدية كالصحف والإذاعة والتلفزيون والمستهلك (الجمهور). وفي الوقت الذي كان فيه الصحفي نفسه يعمل كحارس للبوابة بحيث يلجأ إلى التسلسل الإداري أي إلى رئيس التحرير ليقرر فيما إذا كان المحتوى مناسباً للوسيلة أم لا، أذابت تقنيات التواصل الاجتماعي هذا الجدار، خاصة أن المواطن أو الجمهور بات يشارك في صنع المحتوى عبر ما ينشر على الإنترنت من تغريدة أو بوست أو فيديو حتى ولو كان هذا النشر يتم بشكل غير احترافي من خلال المواطن الصحفي والذي مهما اقترب من الصحافة إلا أنه يفتقد القواعد المهنية اللازمة والضرورية.

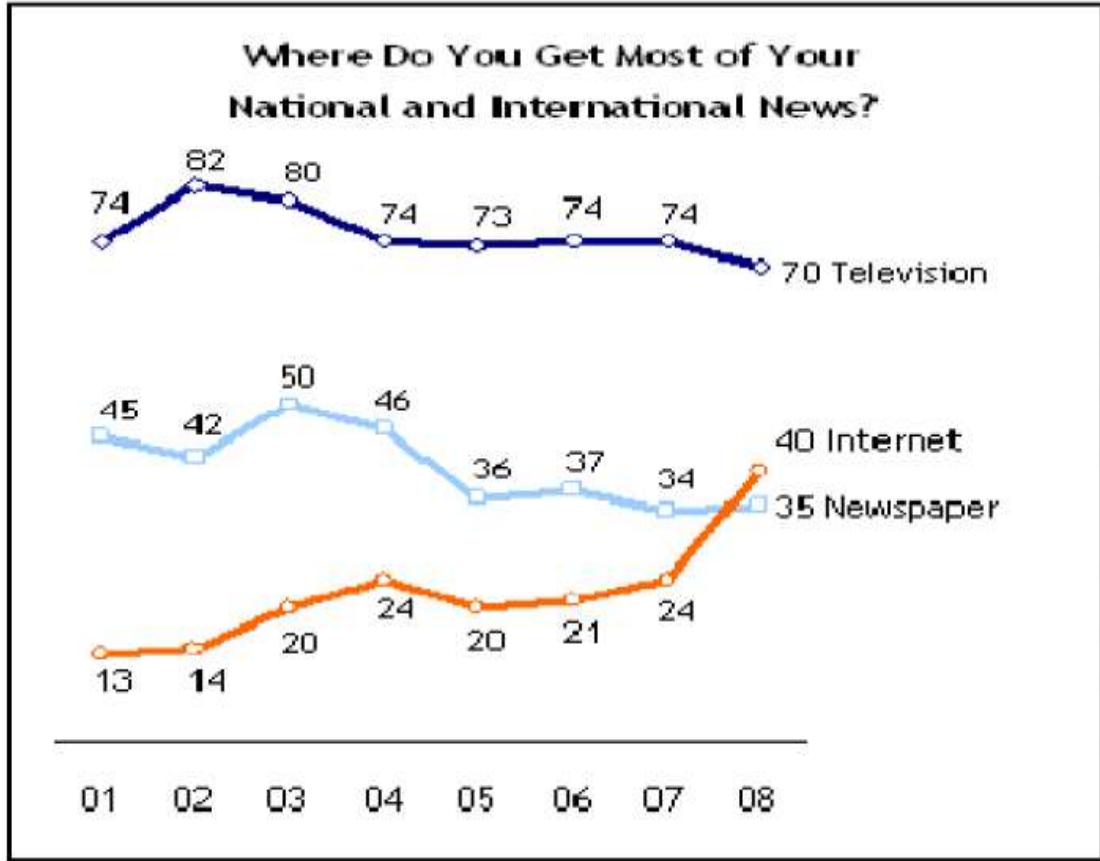
وقد يكون للمواطن الصحفي دورا مهما في الوقت ذاته من خلال المشاركة طرح مشكلات يعاني منها. فوفقاً للدكتور أليكس بيرنز، وهو محاضر كبير في كلية الصناعات الإبداعية بجامعة كوينزلاند للتكنولوجيا في

أستراليا، يعمل الصحفيون المواطنون في المقام الأول كمراقب وتصحيح للتيار السائد. "يعمل المشاركون كمراقبين، يراقبون ويحللون ما يمر عبر بوابات النشر الخاصة بصناعة الصحافة والمصادر الرسمية الأخرى، ويسلطون الضوء على الأخبار الشيقة وذات الصلة بصناعتهم.

كما برز مصطلح آخر وهو "غرفة الصدى" والتي نشأت من خلال خوارزميات يصنعها الفيسبوك نفسه والتي سنتحدث عنها في فقرة لاحقة.

وفي إطار القدرة على إيصال المحتوى بشكل سريع ومتشعب لا بد من التطرق إلى مفهوم "الذباب الإلكتروني" إذ يتم استخدام فكرة (الانحياز التوكيدي) التي توجد لدى المستخدمين لجذب انتباههم نحو محتوى معين باستخدام ادوات ووسائل فعالة تؤمن وصولهم إلى جمهور أكبر، كما أنه لا بد من الإشارة إلى دور الخوارزميات والتي سنأتي على ذكرها لاحقا بالتفصيل في توجيه الجمهور إلى محتوى معين بحيث صارت تعتبر "مدير التحرير" وذلك كبديل عن مدير التحرير السابق في المؤسسة الإعلامية ولذلك فإن جذب الانتباه بما لا يتعارض مع المبادئ الصحفية هو من أكثر المواضيع إلحاحا اليوم والتي على الصحفي الانتباه لها. كما لا بد أيضا من الإشارة إلى أن المشكلة ليست في الخوارزميات بحد ذاتها أو بالأدوات التقنية بل بالكيفية التي تستخدم بها هذه الأدوات. وهنا يدخل العامل الأخلاقي في العمل الصحفي، خاصة عندما يكون للصحافة مهمة تثقيفية وتريد الارتقاء بمخاطبة الجمهور والارتقاء به أو التريد النزول إلى مستوى تفكير العامة ومن ثم الارتقاء بهم فالصحافة مهمة تثقيفية لا يمكن إغفالها، فهي أداة للنهوض بالشعوب ولكن وفي حال تسيير الخوارزميات بطريقة أتوماتيكية هل سيبقى للصحافة دورها الأخلاقي والخلق، أم ستتحول إلى أداة ميكانيكية مسيرة ببعض البرمجيات.

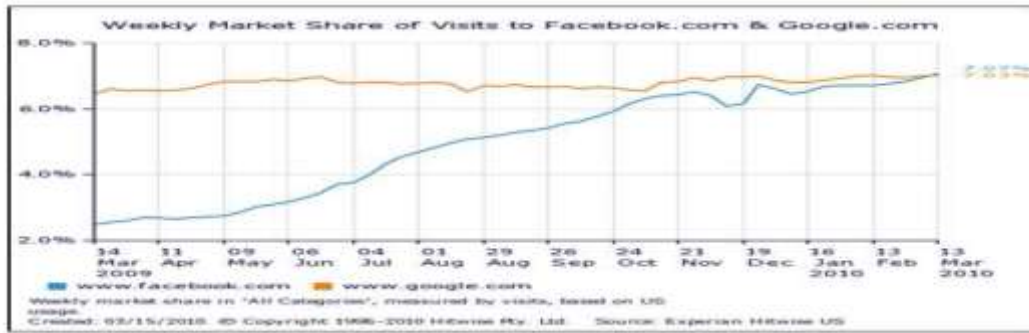
بحسب التقرير السنوي لـ "بي بي سي" الصادر عام 2008-2009 تراجعت أعمار متابعي التلفزيون بين عامي 16 إلى 34 عاما بنسبة 7% بين عامي 2003 و2008 من 82.6 إلى 75.4 بالمئة. وكذلك أوضحت البيانات أن نسبة المشاهدين من فئة المراهقين تراجعت من 39 دقيقة باليوم عام 2003 إلى 24 دقيقة في اليوم عام 2008 وهو ما يشكل تراجعا بنسبة 40 بالمئة خلال خمس سنوات.



الشكل (1): مصدر الحصول على الخبر خلال السنوات الواقعة (2001-2008)

المصدر: (Source: Pew Research Centre for the People & the Press)

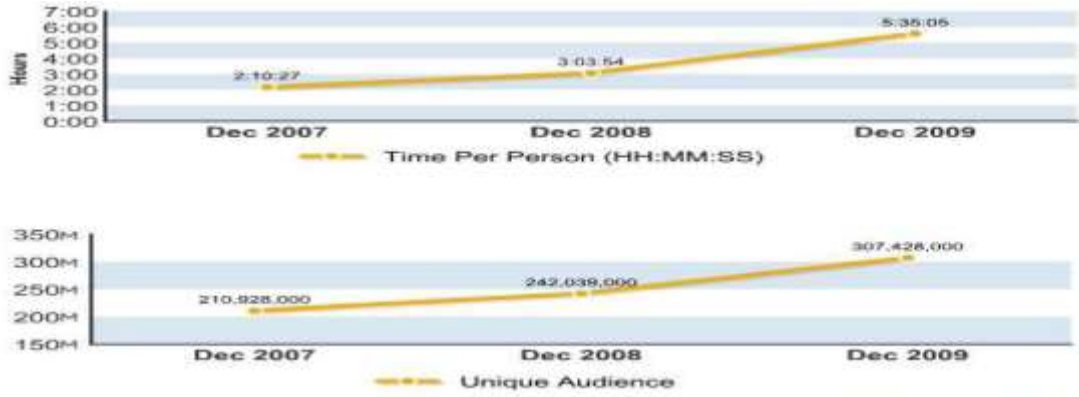
وبحسب الإحصائيات فإنه وفي آذار من عام 2010 أصبح "الفيسبوك" الموقع الأول في أمريكا متجاوزا غوغل.



الشكل (2): توزيع نسب المتابعات بين فيسبوك و غوغل

المصدر: (Hitwise US)

وفقاً لشركة Nielsen ، أمضى المستهلكون العالميون أكثر من خمس ساعات ونصف الساعة على مواقع التواصل الاجتماعي مثل Facebook و Twitter في ديسمبر 2009 ، بزيادة قدرها 82 بالمائة عن نفس الوقت من العام السابق عندما كان المستخدمون يقضون ما يزيد قليلاً عن ثلاث ساعات على الشبكات الاجتماعية المواقع. بالإضافة إلى ذلك، نما إجمالي عدد الزيارات إلى مواقع الشبكات الاجتماعية على مدار السنوات الثلاث الماضية.



الشكل (3): مشاهدات على منصات وسائل التواصل الاجتماعي

المصدر: Nelson company

6- حرية التعبير في عالم السوشال ميديا

قدّمت وسائل التواصل الاجتماعي الجديدة منصة حرة بإمكان بحيث بات بإمكان أي فرد كتابة ما يجول في خاطره من أفكار أو أن يعبر عن رأيه تجاه قضية من القضايا، الأمر الذي يطرح عدة تساؤلات هل تؤدي هذه الطريقة من التعبير إلى حالة من الفوضى خاصة في البلدان التي تعاني أصلاً من عدم إمكانية التعبير عن الرأي بصورة حرة حيث الصحافة السائدة المنشورة لا تعبر عن رأي المواطن؟ وبالتالي قد يحدث نوعاً من التشوّه في الرأي السائد المطروح نتيجة وجود حرية أقرب إلى حرية الغوغاء بدلاً من أن تكون حرية مسؤولة، خاصة وأن الأصول المهنية لأي عمل صحفي تقول بمبدأ "الحرية على قدر المسؤولية" إذا أنت حر بقدر ما أنت مسؤول، فكيف إذا توفّرت منصة تعبير عن الرأي توفّر حرية بلا أدنى مسؤولية.

فقد سجّلت وسائل التواصل الاجتماعي عبر التقنيات الحديثة علاقات غير خطية أي هو إنذار بعدم قابلية الرجوع إلى حالة التعبير ما قبل عصر وسائل التواصل الاجتماعي. وقد يظهر بشكل أو بآخر أن هذا التغير الذي أصاب وسائل الإعلام هو فرق حدث بين صحافة المواطن والصحافة التقليدية التي هي صحافة حكومة لا سيما في الدول ذات الأنظمة الأمنية. وهنا يفتح الباب على سؤال آخر هل الصراع الإعلامي الحالي هو صراع بين مواطن وحكومة، صراع بين إعلام حكومي لم يلبّ رغبات المواطن على مدى سنوات خاصة في البلدان النامية التي تمنع حرية التعبير وإعلام جديد هو ملك للمواطن. وفي هذه الحالة كم سيتمكن المواطن من التعبير عن رأيه في الإعلام الجديد في ظل وجود حكومات تمنع التعبير الحقيقي عن الرأي. أم أن المزج بين الإعلام الحكومي وإعلام المواطن سيعطي إعلاماً مشوهاً، نتيجة عدم إمكانية التعبير الحر وبالوقت ذاته عدم إمكانية الصمت في ظل الأزمات التي تتعرّض لها المجتمعات سواء كانت أزمات اقتصادية أم اجتماعية.

وعلى الرغم من رأي الكثير من الخبراء أن وسائل الإعلام باتت اليوم وسائل شخصية لا سيما بعد ظهور صحافة المواطن إذ بات بإمكان أي مواطن التعبير عن رأيه صراحة عبر استخدام تقنية أو أكثر من تقنيات التواصل الاجتماعي مثل (فيسبوك، يوتيوب،...) إلا أنه لا بدّ من النظر في تلك الكتابات أو الفيديوهات أو بالأحرى المحتوى الشخصي الذي بات قارداً على تشكيل رأي سُمّي "ترندا" تجاه حدثاً معين، فباتت تلك المنصات بمثابة محاكم تحاكم كل من يُخطئ محاكمة نسبية، وهنا يأتي سؤالاً آخر هل ستكون الصحافة بالمؤسسات الرسمية تابعة وخاضعة أو ملك لهذا "الترند" أو ستكون قادرة على الاستقلال تلقائياً بعيداً عن عالم الترند والسوشال ميديا؟ الترند الذي يعرف على أنه مصطلحاً يستخدم إلى الإشارة إلى أكثر المواضيع تداولاً بين المستخدمين على منصات التواصل الاجتماعي من خلال استخدام "هاشتاغ" أو "وسم" موضوع معين.

هذا بالإضافة إلى السؤال التالي ألا وهو: في حال ابتعاد الصحافة عن السوشال ميديا من حيث المحتوى المقدم هل ستتحول إلى صحافة منفصلة عن العالم وبعيدة عن الشارع بشكل تصبح فيه عاجزة عن استقطاب المواطن؟ ما يعيدنا إلى نقطة جوهرية من الأكثر تأثيراً على الآخر "صحافة المواطن أم الصحافة التقليدية؟". تقول دراسة أمريكية¹⁵ أن معظم الصحفيين اليوم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للبحث عن أفكار جديدة في قصصهم الصحفية ما يعني أن التأثير أصبح معكوساً بحيث أن الصحفي هو من يخضع للترند لا من يصنعه. وبالتالي فإن الترند صار بديلاً عما تريد المؤسسة الإعلامية تقديمه أو الحديث عنه.

ولكن إلى أي درجة تستطيع الوسائل الإعلامية اليوم صياغة خطاباً متوازناً تحت تأثير الضغط الجماهيري الكبير الذي تتعرض له. خاصة أن ثمة من يقول أن الأصالة مرتبطة بخلق محتوى صحفي مستقل عن الشروط الخارجية، وهل سيبقى ذاك المحتوى جذاباً إن صُنِعَ باستقلال عن اهتمامات الجماهير السائدة؟. وفي الوقت الذي تعتبر فيه وسائل التواصل الاجتماعي أداة فعالة للتعبير عما يدور في ذهن الجماهير، إلا أنها في الوقت نفسه تعدّ أداة ترهيب تخيف كل من يخالف الرأي لا سيما بعد ظهور الترند وانسحاق عدد لا بأس به من الصحفيين للترند بحيث يعبرون عن آرائهم وفقاً لآراء الأكثرية وهنا لا بدّ من استذكار نظرية دوامة الصمت التي تقول: إن الأفراد يخشون فكرة العزلة التي يمكن أن يدخلوها في حال عبروا عن آراء تتنافى مع الاعتقاد السائد. وهو بدوره ما يؤدي إلى انتشار الأخبار الزائفة ويُبعد الصحفيين عن المهنة المطلوبة والتي من الطبيعي أن تكون موجودة داخل مؤسساتهم الإعلامية.

¹⁵ Weaver, David H, (2016), Changes in US journalism: How do journalists think about social media?, Journalism Practice 10, no. 7 (2016): 844- 855.

7- السوشال ميديا إغراء للصحافة التقليدية

بعد انفجار تقنيات التواصل الاجتماعي الجديدة، كثير الأسئلة التي تدور فيما إذا كانت علاقة الصحفيين بالسوشال ميديا هي علاقة تطبيع وخضوع وانقياد، بحيث يكتب الصحفي ما يرغب الجمهور بسماعه. وهنا يأتي ربط آخر وهو أن وصول الصحفي إلى العالمية أصبح أمرا يتعلق بمدى شعبيته على وسائل التواصل الاجتماعي فلم يعد الصحفي يكتفي بكتابة مادة صحفية في إحدى الصحف أو على أحد المواقع الإلكترونية فحتى المواقع الإلكترونية باتت إلى حد ما معزولة إن لم تسوّق لنفسها على مختلف منصات وسائل التواصل الاجتماعي.

هذا فضلا عن القيود المفروضة على المحتوى في الصحافة التقليدية والنقيد بالسياسة التحريرية للصحيفة أو الوسيلة الإعلامية الأمر الذي دفع بالكثير من الكتاب والصحفيين إلى استخدام منصات وسائل التواصل الاجتماعي. فضلا عن القدرة على التفاعل المباشر مع الجمهور من خلال التعليق واللايك والشير مما يتيح للصحفي بمتابعة التفاعل الآني مع مادته الصحفية فبات بإمكان الصحفي استنباط ما يناسبه من معلومات كي يقدم محتوى أكثر قربا من الجمهور في المواد الصحفية التالية.

بالإضافة إلى القيود التقنية المفروضة على الصحافة التقليدية والتي تتبع من آلية استخدام الوسيلة بحد ذاتها، فمثلا في الصحافة المطبوعة وعلى الرغم من كلفتها العالية إلا أنها أقل وصولا من الصحافة الحديثة القائمة على القنوات التسويقية في السوشال ميديا. هذا القيد النابع من طبيعة الوسيلة ذاتها دفع الكثير من الصحفيين إلى التوجه إلى مواكبة التقنيات الحديثة في السوشال ميديا وتقديم محتوى على تلك المنصات.

ووفقا لمعهد الجزيرة للإعلام¹⁶ فقد كشفت دراسة شملت حسابات 500 صحفي محترف على موقع تويتر، أن سلوك الصحفيين في شبكات التواصل الاجتماعي لا يختلف كثيرا عن سلوك باقي المستخدمين حيث يغلب عليها التفاعل والتعليق من منطلق شخصي، وذلك على العكس من حالة الانضباط المهني داخل المؤسسة الإعلامية. وبالتالي يصبح الصحفي عرضة لتأثير هذه الحملات الممنهجة (حملات التردد).

8- تأثير الخوارزميات على إيصال الرسالة الإعلامية

لنبدأ بتعريف الخوارزمية والتي هي عبارة عن أمر يوجهه المهندسون إلى الحواسيب ومحركات البحث كي تختار للمتلقى المحتوى الذي يصل إلى شاشته. تم تطوير هذه البرمجيات لفهم سلوك المستخدم على الإنترنت لاختيار الخدمات الأقرب إلى تفضيلاته في مختلف المجالات الحياتية.

¹⁶ دليل أخلاقيات العمل الصحفي (2020)، معهد الجزيرة للإعلام، قطر.

تعمل الخوارزميات بناء على تحليل الاختيارات السابقة للمستخدم، ونوع المحتوى الذي توقف عنده واستهلكه أو نقر عليه خلال تصفحه المنصات الرقمية لتختار له المحتويات التي ستظهر أثناء تصفحه، وهو ما يعني أن الحاسب قد يتخذ القرار بشكل آلي حول رغبات المستهلك. وأما الهدف الأساسي لهذا النوع من البرمجيات الموجهة فهو جذب المستهلك وإبقائه على صفحات منصات التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها (يوتيوب، فيسبوك،...) لأطول فترة ممكنة. وبالتالي يُقدّم للمستهلك ما تعتقد البرمجيات أنه يفضلّه أو يريد الاطلاع عليه. وقد خلقت سلسلة الخوارزميات الموجهة هذه ما يُعرف بـ "غرفة الصدى" حيث يصبح فيها المستخدم في معزل عن الآراء الأخرى لأنه لم يعد يستمع إلى ما يريده من معلومات أو ما يرغب به من مواضيع تتناسب اهتماماته. ومن الأمثلة التي دفعت الباحثين إلى الاعتقاد بالآثر السلبي لغرف الصدى الموجهة عبر سلسلة من الخوارزميات هو ما حدث عندما فشلت توقعات الصحفيين بفوز "هيلاري كلينتون" في الانتخابات الأمريكية في عام 2016 فقد وجّهت الخوارزميات مؤيدي "كلينتون" ودفعتهم إلى رؤية الخوارزميات الخاصة بهم وبالتالي لم يتمكنوا من الاطلاع على خوارزميات المرشح الآخر "ترامب".

ووفقاً لمقالة منشورة في معهد الجزيرة للإعلام فهناك إشكالية مطروحة تتعلق بتحوّل التقنية إلى رئيس تحرير فعلي، بحيث أصبح بالإمكان التعرف مسبقاً على المحتويات التي ستنتجها المؤسسات الإعلامية من خلال معرفة رغبة الخوارزميات. وبهذا تصبح الخوارزميات بمثابة حارس البوابة الجديد يتجلى عبر اتجاهين: الأول: تحكمها بكم ونوعية المعلومات التي يجدها الصحفي خلال بحثه عن القصة التي يرغب بالعمل عليها. الثاني: تحكمها بحجم ونوعية الجمهور الذي يتلقّى قصة الصحفي.¹⁷

ومن سلبيات التحكم الآلي بالمحتوى الإخباري هو أنه مهما ارتفعت جودة المحتوى المنتج سواء كان مقال أو تحقيق صحفي أو ما شابه، من غير الممكن ضمان وصوله وتوجيهه إلا إذا وُجّه له من خلال الخوارزميات. وهو ما يعني أن الدور الأساسي الذي تلعبه الخوارزميات هو وصول المحتوى وتوجيهه. وبذلك يمكن القول أنّ "الخوارزمية سلبت مسؤولي التحرير في المؤسسات الإعلامية سلطتهم التحريرية ومنجتها لمجموعة صغيرة من المهندسين القائمين على برمجة المنصات الإلكترونية: إنهم حراس البوابة الجدد الذين يتمتعون بقوة غير محدودة في وادي السيلكون".¹⁸

¹⁷ Brake, David R, (2017), The invisible hand of the unaccountable algorithm: How Google, Facebook and other tech companies are changing journalism. In Digital Technology and Journalism, pp. 2546-. Palgrave Macmillan, Cham.

¹⁸ أنس بنضريف (2020)، من المحرر هو الملك إلى الخوارزمية هي الملكة، مجلة الصحافة، العدد 21، قطر.

9- الخاتمة

راجعت الورقة المظاهر المرافقة لعصر السوشال ميديا وتأثيره على آلية العمل الصحفي، إذ بات الصحفي يتأثر بعدد من المظاهر التي جلبتها تقنيات وسائل التواصل الاجتماعي، ويمكن تلخيص ما ورد سابقاً بالنقاط التالية:

- صحافة السوشال ميديا هي بمثابة عقد اجتماعي جديد على عدة مستويات، أولها على صعيد العلاقة بين المواطن والصحفي. ثانياً على صعيد العلاقة بين صحافة الحكومة والتي أصبحت تصنف على أنها صحافة تقليدية والمواطن نفسه الذي لم قلما يشاهد الإعلام الحكومي.
- الصحافة الإلكترونية بمنصات وسائل التواصل الاجتماعي الجديدة تشكل فرصة للصحفيين من أجل التعبير عن آرائهم بحرية بعيداً عن التسلسل الإداري المعقد في المؤسسات الإعلامية.
- للحوارزيمات أثر سلبي بشكل أو بآخر على عملية وآلية وصول الرسالة الإعلامية إلى الجمهور، فلهذه الحوارزيمات دور توجيهي لضمان وصول الرسالة ومن خلال طريقة عملها الآلية الميكانيكية قد تؤدي إلى وصول الرسالة بشكل غير سليم، ما يؤدي إلى تشكيل "غرفة الصدى" فينحصر الجمهور في حيز معزول بعيداً عن الآراء الأخرى.
- كتوصية للأبحاث المستقبلية لا بدّ من التطرّق إلى سلبيات الدور الآلي الذي من الممكن أن يطغى في حال الاعتماد على المزيد من الحوارزيمات التي تعتمد في معظمها على مبدأ الذكاء الصناعي، فمهما بلغ التطور التكنولوجي من مراحل متقدمة، من غير الممكن أن يتم الاستغناء عن الصحفي في صياغة المحتوى أو ضمان وصوله بطريقة سليمة إلى الجمهور المرغوب، ولذلك لا بدّ من إجراء المزيد من الأبحاث حول سلبيات مكنة العمل الصحفي وتأثيره السلبي على القواعد المهنية للصحافة.

10- المراجع

أولاً: المراجع العربية

1. أنس بنصريف (2020)، من المحرر هو الملك إلى الحوارزمية هي الملكة، مجلة الصحافة، العدد 21، قطر.
2. دليل أخلاقيات العمل الصحفي (2020)، معهد الجزيرة للإعلام، قطر.

ثانياً: المراجع الإنكليزية

1. Alejandro Jennifer (2010), Journalism in the age of social media, Reuters Institute Fellowship, Paper 5(1-47):1, England .
2. Jenkins, H.(2006), Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press. (hardbound), Social Science Computer Review 26(2):252-254.
3. Boczkowski, Pablo J, (2005), Digitizing the news: Innovation in online newspapers: mit Press, massachusetts institute of technology, America.

4. Brake, David R, (2017), The invisible hand of the unaccountable algorithm: How Google, Facebook and other tech companies are changing journalism. In *Digital Technology and Journalism*, pp. 2546-. Palgrave Macmillan, Cham.
5. Bruno, Nicola, (2011), Tweet first, verify later? How real-time information is changing the coverage of worldwide crisis events, Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, united knigdom.
6. Deuze, Mark, and Steve Paulussen, (2002), Research note: Online journalism in the low countries: Basic, occupational and professional characteristics of online journalists in Flanders and the Netherlands, *European Journal of Communication*, 17(2):237-245.
7. Deuze, Mark, Phoebe Elefante, and Brian Steward, (2010), Media work and the recession, *Popular Communication*, 8(3):226-231.
8. F. Samaniego, (2009), Tips for A Modern Newsroom, Thomson Reuters Foundation, United Kingdom.
9. Hermida, Alfred, (2011), Tweet the news: Social media streams and the practice of journalism, *The Routledge companion to news and journalism*:671-82.
10. Lasorsa, Dominic L, Seth C Lewis, and Avery E Holton, (2012), Normalizing Twitter: Journalism practice in an emerging communication space. *Journalism studies*, 13(1):19-36.
11. Lewis, Seth C, (2012), The tension between professional control and open participation: Journalism and its boundaries, *Information, communication & society*, 15(6):836-866.
12. M. Skowran, (2009), Journalism Schools introduce new degrees focused on future, Poynter Online.
13. Messner, Marcus, Maureen Linke, and Asriel Eford, (2012), Shoveling tweets: An analysis of the microblogging engagement of traditional news organizations. *The Official Research Journal of the International Symposium on Online Journalism*, Vol. 2, pp. 74-87.
14. Mitchelstein, Eugenia, and Pablo J Bockowski, (2009), Between tradition and change: A review of recent research on online news production. *Journalism*, 10(5):562-586.
15. Newman Nic, (2009), The rise of social media and its impact on mainstream journalism, Reuters Institute for the Study of Journalism, united kingdom.
16. Sarrica, Mauro, et al, (2010), The early stages of the integration of the internet in EU newsrooms. *European Journal of Communication*, 25(4):413-422.
17. Weaver, David H, (2016), Changes in US journalism: How do journalists think about social media?, *Journalism Practice* 10, no. 7 (2016): 844- 855.

**توظيف الوسائط المتعددة في إنتاج برامج
المسابقات التلفزيونية
دراسة تطبيقية على برنامج فكر أنت في الخرطوم بقناة
سودانية 24
جدلية الإثراء والتفكير.**

**Employing Multimedia in the Production of Television
Competition Programs
An applied study on the program "You, Think in Khartoum"
on Sudania 24 Channel**

د. أسامة حسب الرسول البشير
Dr. Osama Hassab Elrsoul Albashier
أستاذ مساعد بكلية علوم الاتصال - جامعة السودان للعلوم
والتكنولوجيا
أ. هديل آدم محمد محجوب
Lect. Hadeel Adam Mohamma Mahgoup
محاضر بكلية تنمية المجتمع - جامعة المشرق

الملخص:

بما أننا نعيش في عصر الرقمنة التكنولوجية المعاصرة التي أحدثت ثورة في مجال الإعلام وتقنيات الاتصال، وخاصة في الإعلام المرئي، نحاول من خلال هذا البحث تسليط الضوء على مفهوم الوسائط المتعددة، والتركيز على المقاربة بين التحول الرئيس في مجال إنتاج البرامج التلفزيونية على المستوى التكنولوجي وما يتعلق بتنوع أشكال البرامج عن طريق الاستفادة من الوسائط المتعددة في ظهور أنماط جديدة من البرامج التلفزيونية مما ينعكس إيجاباً على العمل التلفزيوني، وبالأخص في مجال إنتاج برامج المسابقات التلفزيونية الذي يعتمد على منهجية علمية تساهم في إنتاج برامج تلفزيونية بجودة عالية.

الكلمات المفتاحية:

الرقمنة التكنولوجية - الإعلام الجديد - الواقع الافتراضي - التزامنية

Abstract:

Since we live in the era of contemporary technological digitization, which has revolutionized the field of media and communication technologies, especially in visual media, we try through this research to shed light on the concept of multimedia, and focusing on the approach between the major shift in the field of television program production at the technological level, and the diversity of program forms by making use of multimedia in the emergence of new types of television programs, which will reflect positively on television work, especially in the field of television competition programs production, which relies on a scientific methodology that contributes to the production of high quality television programs.

Key words:

Technological Digitization - New Media - Virtual Reality – Synchronization

المقدمة:

تعد الوسائط المتعددة من أهم عناصر التكنولوجيا والإعلام الجديد وهي مصطلح واسع الانتشار يشير إلى استعمال ودمج عدة وسائط مختلفة لتقديم محتوى بطريقة تفاعلية لتحقيق أهداف محددة، وتمثل بوابة لتحويل الأفكار والموضوعات إلى رسائل إعلامية موجهة وقابلة للتأثير، سواء كانت مقروءة أو مسموعة أو مرئية أو مسموعة ومرئية، فالرسالة الإعلامية التي تشتمل على عناصر الوسائط المتعددة تجد حظها من التعرض والمشاهدة والتأثير. تستخدم الوسائط المتعددة في مختلف المجالات مثل الإعلانات والاتصالات والفن والرياضة والتعليم والترفيه والأعمال التجارية والطب والهندسة، وقد ساهم استخدامها في البرامج التلفزيونية على سيطرة التلفزيون كوسيلة جماهيرية، وإضافة التفاعلية عليه وزيادة جودة وضوح الصورة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي

إشكالية البحث: تكمن مشكلة البحث في محدودية استخدام وسائل الإعلام لتقنية الوسائط المتعددة والتزام غالبيتها بالطرق الكلاسيكية في إنتاج وعرض برامجها المختلفة، وإفقارها لبعض عناصر الجذب، وبالنظر إلى التلفزيون نجد العديد من الإشكالات الفنية المتعلقة بجودة الصورة والصوت والمتمثلة في عدم استخدام بعض تقنيات الوسائط المتعددة مثل الخرائط والصور المتحركة والواقع الافتراضي، وتتمثل مشكلة البحث في السؤال الرئيس التالي: إلى أي مدى تم توظيف الوسائط المتعددة في إنتاج برامج المسابقات التلفزيونية.

تساؤلات البحث:

1. ما المقصود بالوسائط المتعددة في مجال الإنتاج التلفزيوني؟
 2. كيف يتم توظيف الوسائط المتعددة في إنتاج البرامج التلفزيونية؟
 3. ما الدور الذي تقوم به الوسائط المتعددة في تطوير إنتاج برنامج فكر أنت في الخرطوم؟
 4. إلى أي مدى وظفت تقنيات الوسائط المتعددة في برنامج فكر أنت في الخرطوم؟
- أهمية البحث:** أصبحت الوسائط المتعددة حقيقة معاشة وواقع ملموس نتيجة لتكنولوجيا الكمبيوتر وتطورها وإقترانها مع التلفزيون، إن الاندماج والتكامل بين تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والإعلام أحدث تحولات مهمة في الإنتاج الإعلامي، وتعد الوسائط المتعددة من التقنيات الأساسية في الإنتاج التلفزيوني لميزاتها التي تضيفها على البرامج التلفزيونية.

أهداف البحث:

1. التعرف على الوسائط المتعددة كجزء من إنتاج البرامج التلفزيونية.
2. تسليط الضوء على كيفية توظيف الوسائط المتعددة في إنتاج البرامج التلفزيونية.

3. الوقوف على فاعلية وإمكانيات الوسائط المتعددة في إنتاج برنامج فكر أنت في الخرطوم.

4. إستقراء ومعرفة المشاكل والمعوقات التي تواجه عملية إنتاج برنامج فكر أنت في الخرطوم.

المنهج المستخدم: استخدم البحث المنهج الوصفي التحليلي، الذي يهدف لدراسة واقع الأحداث والظواهر بغرض تفسيرها وتحليلها، أو تحليل لظاهرة محددة خلال فترة زمنية معلومة بهدف الحصول على نتائج يمكن تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة⁽¹⁾.

المجتمع والعينة المختارة: يشتمل مجتمع البحث على عينة من المختصين في الوسائط المتعددة والعاملين في مجال الإعلام السوداني.

أما عينة البحث الحالية: فقد تم إختيار العينة العمدية أو القصدية بوصفها تتكون من مفردات تمثل المجتمع الأصلي تمثيلاً جيداً مما يوفر كثير من الوقت والجهد، وفي هذا الشكل من العينات يختار الباحث العينة إختياراً حراً على أساس أنها تحقق أغراض البحث الذي يقوم به، ويقدر حاجته للمعلومات تحقيقاً لمتطلبات البحث⁽²⁾. وتتمثل عينة البحث في الخبراء والمختصين في الوسائط المتعددة والإعلام في السودان.

أدوات البحث: يعتمد البحث على مجموعة من الأدوات، ترتبط هذه الأدوات بموضوع البحث والمنهج المستخدم، للحصول على البيانات، ويمكن استخدام عدد من الأدوات في البحث لتجنب عيوب إحداها ولدراسة الظاهرة من كافة الجوانب، فتم الإعتماد على أداة الملاحظة، والإستبانة، والمقابلة في هذا البحث، ويتوقف نجاح الباحث إلى حد كبير على استخدام أدوات البحث، فعليه الإحاطة جيداً بالأدوات والطرق التي يستخدمها للوصول إلى نتائج بأقل وقت وجهد وتكاليف.

حدود البحث: حدد هذا البحث عدد من المحددات البشرية والزمانية والمكانية والموضوعية

➤ **الحدود البشرية:** أقتصر البحث على الخبراء والمختصين في مجال الوسائط المتعددة والإعلاميين.

➤ **الحدود الزمانية:** يغطي البحث الفترة الزمانية من 2016م إلى 2018م.

ويمكن تبرير إختيار هذه الفترة بالآتي:

1/ تمثل إمتداد للدراسات التي أجريت في الفترة حتى 2016م.

2/ وقوع هذه الفترة في ظل تنافس شديد بين القنوات الفضائية السودانية من حيث إنتاج البرامج.

3/ شهدت ظهور برامج تعتمد على عناصر الوسائط المتعددة في إنتاجها.

¹ بن مرسل، أحمد (2007م)، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع، الجزائر، ص 285-286

² عبيدات، ذوقان، وآخرون (2016م)، البحث العلمي مفهومه، أسسه، أساليبه، دار الفكر ناشرون وموزعون، الأردن. ص120

➤ **الحدود المكانية:** السودان - الخرطوم - قناة سودانية 24.

➤ **الحدود الموضوعية:** انحصر البحث في توظيف الوسائط المتعددة في إنتاج برامج المسابقات التلفزيونية،

بالتطبيق على برنامج فكر أنت في الخرطوم، بقناة سودانية 24.

المصطلحات والمفاهيم:

توظيف: لغة: توظيف (مفرد) مصدر وَظَفَ توظيف المال: (الاقتصاد) تنمير المال وتنميته، توظيف المال في المشاريع الاقتصادية⁽³⁾.

إصطلاحاً: يعني الأداة التي تقوم بها وسيلة من وسائل الإعلام بالنسبة للجمهور في مجال معين (التعليم، الأخبار، الإرشاد، التوجيه)⁽⁴⁾.

إجرائياً: هو عملية تشغيل أو تفعيل الأداء لتحقيق أهداف معينة.

الوسائط المتعددة: إصطلاحاً: هي مزيج من المواد الإعلامية التي هي الصوت والصورة والنص ولقطات الفيديو⁽⁵⁾.

إجرائياً: عملية جمع أو دمج الصوت والصورة والنص والفيديو والرسوم المتحركة والمؤثرات الصوتية والبصرية والواقع الافتراضي المستخدمة في إنتاج البرامج التلفزيونية.

إنتاج: لغة: مصدر أنتج صنع⁽⁶⁾.

إصطلاحاً: هو عملية تنظيم العمل في البرنامج وتنسيق العمل بين العناصر الفنية والحصول على التصريحات ومراقبة عمليات التحضير وتحقيق مطالب المخرج سواء في داخل الاستوديو أو خارجه وتسهيل كل المعوقات والصعوبات في حدود الميزانية المقدرة⁽⁷⁾.

إجرائياً: عملية صناعة أو إدراج الشكل النهائي.

المسابقات: لغة: مصدر سابق فالسبق هو التقدم في كل شئ⁽⁸⁾.

إصطلاحاً: تنافس المتسابقون على الجوائز ثم ينتقي أفضلهم.

إجرائياً: التنافس والمغامرة للوصول إلى الهدف أو الفوز بالجائزة.

التلفزيون: لغة: جهاز نقل الأصوات والصور بواسطة الأمواج الكهربائية⁽⁹⁾.

³ عمر، أحمد مختار (2008م)، معجم العربية الكلاسيكية والمعاصرة، بيروت، لبنان، ط1، مكتبة لبنان، ص 246

⁴ شلبي، كرم (1989م)، معجم المصطلحات الإعلامية، القاهرة، ط2، ص 522

⁵ بصيص، محمد حسين، وآخرون، (2004م)، الوسائط المتعددة وتصميم التطبيقات، ط1، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ص 10

⁶ عمر، أحمد مختار (2008م)، معجم العربية الكلاسيكية والمعاصرة، مرجع سابق، ص 203

⁷ شلبي، كرم (1987م)، معجم المصطلحات الإعلامية، دار الشروق، بيروت، ط1 ص 471

⁸ ابن منظور، محمد بن جلال الدين (2000م)، لسان العرب، المجلد الثاني، دار صادر للطباعة والنشر، لبنان، ص 508

إصطلاحاً: عرفه بعض العلماء بأنه (نقل وإعادة إخراج مشاهد ومناظر للناس أو أشياء، وذلك بواسطة إبتكار يحول أشعة ضوئية منظورة ليتم إخراج المشهد الأصلي في أماكن بعيدة⁽¹⁰⁾).

إجرائياً: هو الوسيط الإعلامي الذي يعرض البرنامج التلفزيوني عبر البث الأرضي أو القناة الفضائية أو الألياف الضوئية عن طريق الإستفادة من عناصر و محتوى الوسائط المتعددة.

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى بعنوان: فاعلية الوسائط المتعددة في إنتاج برامج التلفزيون دراسة تطبيقية على التصميم الإيضاحي بتلفزيون السودان⁽¹¹⁾

هدفت الدراسة إلى معرفة مهام الجرافيك باستخدام الوسائط المتعددة ودورة في إنتاج البرامج، وفهم كل الطرق والآليات لتنفيذ واختيار ما يناسب القنوات السودانية من ناحية إبداعية ولإظهار بصمة التميز العالمي وامتلاك مهارة وضع الخطط الإستراتيجية إدارياً وفنياً وتقنياً. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وأسفرت الدراسة عن مجموعة من النتائج أهمها: إن البرامج الأكثر استخدام للجرافيك هي البرامج التربوية والإخبارية والسياسية في تلفزيون السودان، وإن فاعلية الفكرة والسيناريو هي جوهر التصميم شكلاً ومضموناً وتنفيذاً.

العلاقة والمقارنة بين الدراستين: ركزت الدراسة على فاعلية الوسائط المتعددة في إنتاج برامج التلفزيون من ناحية الجرافيك وإنعكاس ذلك على الناحية العملية والوقوف على إيجابيات وسلبيات التطبيق، بينما ركزت الدراسة الحالية على توظيف الوسائط المتعددة في إنتاج برامج المسابقات التلفزيونية، إتفقت الدراستان في استخدام المنهج الوصفي التحليلي.

موقف الدراسة الحالية والإضافة المرجوة: استفادت الدراسة الحالية من الدراسة السابقة في تكوين الخلفية النظرية وفكرة البحث وجوانبها المختلفة، وفي صياغة بعض محاور الإستبيان وإستخلاص النتائج.

الدراسة الثانية: فاعلية الصوت والصورة في المنتج التلفزيوني⁽¹²⁾

⁹إبن منظور، محمد بن جلال الدين (2000م)، لسان العرب، المرجع نفسه، ص، 9
¹⁰محمدين، عثمان عوض الكريم محمدين (2005م)، تخطيط البرامج التلفزيونية، ط1، الخرطوم، فهرسة المكتبة الوطنية، ص20
¹¹الشيخ، أم هاني أبوصباح، (2007م)، فاعلية الوسائط المتعددة في إنتاج برامج التلفزيون، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، دراسة دكتوراه، غير منشورة.

¹²الجيلاني، الأرقم، (2012م)، فاعلية الصوت والصورة في المنتج التلفزيوني، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، دراسة دكتوراه، غير منشورة

هدفت الدراسة إلى الوقف على تطور مدخلات ومخرجات صناعة الصوت والصورة في الفنون السمعية البصرية، الوقوف على فعالية المسموع والمرئي على المستوى الجمالي والدلالي في المنتج التلفزيوني، استخدمت الدراسة منهج تحليل المضمون، أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن هنالك تطوراً في الجانب النظري والتطبيقي لمستويات صناعة الصوت والصورة في الفنون السمعية والبصرية بالسينما، والتلفزيون، والوسائط المتعددة والفيديو.

العلاقة والمقارنة بين الدراستين: إهتمت الدراسة بفاعلية الصورة والصوت خاصة في عملية صناعتهما أما الدراسة الحالية تناولت توظيف الوسائط المتعددة في إنتاج برامج المسابقات التلفزيونية، وإتفقتنا جزئياً في المستوي الجمالي والدلالي للمنتج التلفزيوني وفي كيفية توظيف الصورة والصوت، بينما اختلفنا في المنهج المستخدم.

موقف الدراسة الحالية والإضافة المرجوة: إستفادت الدراسة الحالية من الدراسة السابقة في كيفية صناعة الصورة والصوت عن طريق استخدام عناصر الوسائط المتعددة، ومن ثم تحاول الدراسة إستكمال ما لم يتم التطرق إليه في الدراسة السابقة.

النظرية الموجهة للبحث: نظرية إثراء وسائل الإعلام:

يشار إليها أحياناً بنظرية ثراء المعلومات ، قام بوضعها كل من ريتشارد دافت Richard.Daft وروبرت لينجيل Robert H. Lengel عام 1984م ، لوصف وتقييم وسائل الاتصال داخل المنظمات ، إعتمدت على نظرية (معالجة المعلومات وكيفية تبادل المعلومات داخل المنظمات) ، تهدف نظرية ثراء وسائل الإعلام إلى التغلب على تحديات الاتصال التي تواجه المنظمات مثل الرسائل غير الواضحة أو الرسائل ذات التفسيرات المتناقضة ، والتي تشمل دراسة وصف ثراء وسائل الإعلام والقدرة على الاختيار المناسب لوسائل الإعلام كمهارة تطبيقية ، أختبر علماء الاتصال وآخرون النظرية من أجل تطويرها وفي الأونة الأخيرة تكيفت نظرية ثراء وسائل الإعلام لتشمل عناصر الوسائط المتعددة (13) .

13 إبراهيم، إسماعيل، وآخرون (2021)، توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في إنتاج البرامج الإخبارية التلفزيونية، ورقة بحثية منشورة، مجلة علوم الاتصال، جامعة أم درمان الإسلامية، المجلد الثاني، العدد السابع. ص 251

الفصل الثاني: الوسائط المتعددة وإنتاج البرامج التلفزيونية:

مفهوم الوسائط المتعددة: تعريف الوسائط المتعددة **Multimedia** يعد مفهوم الوسائط المتعددة من المفاهيم الشائعة في مجال تكنولوجيا التعليم ، حيث كان يقصد بها قديماً استخدام أكثر من مصدر تعليمي داخل قاعات الدراسة ، أما المفهوم الحديث للوسائط المتعددة فهو يرتبط بجهاز الكمبيوتر، وقد يطلق عليه "الوسائل المتعددة" ، الوسائط المتعددة **Multimedia** هي "مجموعة من تطبيقات الحاسوب التي يمكنها تخزين المعلومات بأشكال متنوعة وجمالية ، ومتقنة بشكل احترافي ، تتضمن النصوص والصور ، والرسوم المتحركة ، والأصوات والفيديو، ثم عرضها بطريقة تفاعلية وفقاً لمسارات المستخدم"⁽¹⁴⁾. عرفها "بارون" (Barron) على أنها مجموعة من الوسائط التي تشتمل على الصورة الثابتة والصورة المتحركة والصوت وتعمل جميعها تحت تحكم الحاسب الآلي⁽¹⁵⁾.

ويتضح من ذلك أن الوسائط المتعددة هي عبارة عن دمج بين الحاسوب والوسائل التعليمية لإنتاج بيئة تشعبية تفاعلية تحتوي على برمجيات الصوت والصورة والفيديو والنصوص وترتبط بشكل تشعبي من خلال الرسومات المستخدمة في البرامج⁽¹⁶⁾.

أدوات الوسائط المتعددة: تعرف بأنها مجموعة الأدوات التي تستخدمها الوسائط المتعددة في عملها علماً بأن هذه الأدوات تحتاج إلى برامج لتشغيلها والتحكم بها، ويمكن وضعها في ثلاث أنواع مختلفة على النحو التالي⁽¹⁷⁾: الأدوات السمعية: مثل: كرت الصوت، السماعات، المايكروفون. الأدوات المرئية: مثل: الفيديو، الشاشة، بطاقات الشاشات، المساحات الضوئية، الأفلام الضوئية. أدوات الاتصالات: مثل: البريد الإلكتروني، التلفون، أجهزة الفاكس.

تكنولوجيا الوسائط المتعددة: للوسائط المتعددة عدة خصائص تميزها دون غيرها من المجالات العلمية والعملية الأخرى وتشتق هذه الخصائص من مجموعة من الأسس المرتبطة بنظريات التعليم والتعلم والهندسة والاتصال وهي:

1-التفاعلية Interactivity: توفر هذه البيئة الاتصالية ما يسمى بثنائية الإتجاه على الأقل حيث تمكن المستخدم من إختيار المعدل الذي يناسبه من التعلم أو المشاهد ويمكن أن يختار العديد من الخيارات أو

14 سليم، حنان أحمد (2015م)، فنون الفيديو الرقمي، ط1، الرياض، مكتبة الشقري. ص23

15 موسى، حسين حسن (2008م) ، استخدم الوسائط المتعددة في البحث العلمي ، دار الكتاب الحديثة ، القاهرة .، ص47

16 البدوي، شريف سليمان (2021م) ، دور المواقع الإلكترونية في تحقيق أهداف المؤسسة ، ورقة بحثية منشورة، مجلة علوم الاتصال ، جامعة أم

درمان الإسلامية ، المجلد الثاني ، العدد السابع .، ص 175

17 محمد، مصطفى عبدالرحمن (2019م)، توظيف الوسائط المتعددة في تطوير الإنتاج الإذاعي ، ورقة بحثية منشورة ، مجلة العلوم الإنسانية ،

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، العدد 20،3. ص 192

البدائل الأخرى ومن الأمثلة على الوسائط المتعددة التفاعلية، الفيديو التفاعلي، أنماط التعليم التفاعلية، نظم النصوص الفائقة والوسائط المتعددة الفائقة (18).

2-التنوع **Diversity**: توفر تكنولوجيا الوسائط المتعددة بيئة متنوعة يجد كل مستخدم ومتعلم مايناسبه وترتكز على إثارة القدرات الذهنية والمعرفية لدى المتلقي من خلال مايسمعه ويشاهده.

3-الكونية **Globalism**: أصبح من السهل معرفة كلما يحيط بنا من أخبار ووقائع وأصبح العالم قرية صغيرة بمساعدة تكنولوجيا الوسائط المتعددة التي جعلت الإنفتاح على العالم وثقافته وتداول المعارف من خلال المواقع الإلكترونية والتلفزيون وغيرها من وسائل الاتصال الخاصة بالعملية التعليمية أمراً متاحاً (19).

4-الفردية **Individuality**: توجد الفردية في المواقف التعليمية التي تقوم على مبدأ الخطو الذاتي **Self Pacing** ويتم تزويد المتعلمين بالتوجيه والقدرة على التعلم الذاتي الفردي لتحقيق الهدف المنشود (20).

5- التكاملية **Integration** : كلما كان هناك تكامل في عناصر الوسائط المتعددة الصوتية والصورية والرسومية والنصية تكاملاً وظيفياً فإن تحقيق الهدف المنشود سهلاً (21). تتحقق التكاملية عندما يراعي المصممون تصميم عناصر الوسائط المتعددة وكأنها تتكامل في إطار واحد وتتكامل في إتساقها ومحتواها وترتيبها وحركتها لتحقيق الهدف المنشود في نظام واحد متكامل (22).

6- المرونة **Flexibility**: المرونة من الخصائص المميزة والمهمة في برامج تكنولوجيا الوسائط المتعددة وإمكانية التحكم في عناصر الوسائط المتعددة سواء في عملية الإنتاج أو العرض .

7-التزامنية **Synchronization**: تعني عرض عناصر الوسائط المتعددة وفق أدوارها ومتطلباتها المتداخلة مع بعضها البعض بشكل متكامل وفي الموضع والوقت المناسب خاصة في الرسوم المتحركة والفيديو مع النصوص والصور. (23)

8-الإلكترونية **Electronic**: هي الخاصية الأساسية لبناء مشروع وتطبيق وعرض تكنولوجيا الوسائط المتعددة لأنها تنتج وتصمم وتعرض على الأجهزة الرقمية الإلكترونية وأن العصر الحالي هو العصر

18 شعلان، محمد ابراهيم (2017م)، تصميم وإنتاج الوسائط المتعددة باستخدام Flash MX، ط1، دار الكتاب الحديث، ص39

19 حسن، عباس ناجي (2016م)، الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني، ط1، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، ص134

20 تكنولوجيا الوسائط المتعددة، 2018

21 حسن، عباس ناجي (2016م)، الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني، مرجع سابق، ص134

22 شعلان، محمد ابراهيم (2017م)، تصميم وإنتاج الوسائط المتعددة باستخدام Flash MX، مرجع سابق، ص40

23 حسن، عباس ناجي (2016م)، الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني، مرجع سابق، ص135

الرقمي ويوجد تحول كبير في الأدوات في مختلف المجالات حتى أن السبورة أصبحت سبورة تعليمية ذكية (24).

9 -التبادلية **Interchangability**: تتيح الوسائط المتعددة للطلاب إختيار المسار الذي يناسبهم ويرغبون في مشاهدته وذلك لكي نعطي الطلاب الحق في التحكم في المعلومات التي تظهر على الشاشة بل وزمن ظهورها (25) .

10-سرعة الأداء **Fast Performance**: تعد برامج الوسائط المتعددة من أقوى وأسرع البرامج في إستدعاء المعلومات وتحليلها.

عناصر الوسائط المتعددة:

1 - الصوت (Sound): الصوت من العناصر المهمة في الوسائط المتعددة، فالصوت والموسيقى يؤثران بشدة في العملية التفاعلية، فالصوت يشد من الإنتباه ويسهل الحفظ ويعزز الصورة، والصوت يمكن أن يكون صوتاً تماثلياً (Analog)، أو صوتاً رقمياً (Digital). الصوت التماثلي هو مثل الذي نسمعه من الراديو أو شريط الكاسيت وهو ناتج عن موجات متصلة ، أما الصوت الرقمي وهو الذي يستعمل في الوسائط المتعددة فهو ينتج عن أخذ عينات من الصوت التماثلي وتسجيلها في جهاز رقمي مثل ذاكرة الحاسب عن طريق تمرير الموجة التماثلية من خلال شريحة خاصة تسمى "ADC" (Analog to Digital Converter) التي تأخذ عينات من الصوت التماثلي وتسجلها على حسب عدد العينات المطلوبة في الثانية وكلما زادت عدد العينات التي تؤخذ زادت جودة الصوت المنتج وعند إعادة التشغيل يمرر الصوت الرقمي من خلال "DAC" (Digital to Analog Converter) (26)

2 - النصوص (Text): النص هو مجموعة من البيانات مكونة من حروف ورموز يتم كتابتها ثم تخزينها وذلك بشكل يستطع الحاسوب قراءته مثل (Text File) وتسمى (ASCIIText) وتخزن باسم ثنائي (TXT) أو(ASC) وعند تخزين هذه البيانات في الحاسوب يتم تشفيرها وتحويلها إلى صيغة (0.1) تخزين في(BITS) وهنا يجدر الإنتباه لنوع الخط وحجمه ولونه وأن يتم عرضه بالطريقة المناسبة، والتي تتناسب مع المستخدم، وتدخل النصوص بواسطة لوحة المفاتيح أو عن طريق الماسح الضوئي من خلال برمجية (OCR)، أو إدخالها كصورة (Image). هناك أربعة أنواع من النصوص وهي كما يلي: (27). النص

24 تكنولوجيا الوسائط المتعددة، 2018

25 شعلان، محمد ابراهيم (2017م)، تصميم وإنتاج الوسائط المتعددة باستخدام، مرجع سابق، ص، 41

26 شفيق، حسين (2008م)، التصميم الجرافيكي في الوسائط المتعددة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ص 89

27 بصبوص، محمد حسين، وآخرون، (2004م)، الوسائط المتعددة وتصميم التطبيقات، مرجع سابق، ص 18

المطبوع مثل الكلمات في الفقرات (Printed Text). النص السمعي (Scanned Text). النص الإلكتروني (Electronic Text). النص الفائق (Hyper Text) ويعتبر من أهم العناصر الفعالة في تطبيقات الوسائط المتعددة

3 - الرسوم الخطية (Graphics): وهي تعبيرات تتكون بالخطوط والأشكال تظهر في صورة رسوم بيانية خطية أو دائرية، أو بالأعمدة أو بالصور، وقد تكون خرائط مسارية تتبعية، أو رسوماً توضيحية، أو لوحات زمنية أو شجرية، أو رسوم كاريكاتورية، وقد تكون رسوماً منتجة بالحاسوب، ويمكن إدخالها إلى الحاسوب بواسطة الوحدات الملحقة وتخزن بحيث يمكن تعديلها وإسترجاعها.

هناك بعض الأسس التي يجب أن تأخذ في الإعتبار عند إختيار الرسوم منها:⁽²⁸⁾. الغرض: يجب أن تعبر الصورة بوضوح عن الغرض المستخدمة من أجله. الجودة: يجب أن تكون الصورة على درجة عالية من الجودة. التكلفة: ترتبط التكلفة بمدى الجودة والغرض من الإستخدام.

4 - الصور (Image): وتشتمل الخرائط والصور الفوتوغرافية والرسومات والخرائط وغيرها والتي قد تكون ملونة أو تكون أبيض وأسود، وقد تستخدم برامج رسوم مناسبة مثل التي يستخدمها الرسامون لعمل ذلك أو عن طريق الصور التي تضيفها من ملحقات أخرى مثل الماسح الضوئي مثلاً.

أننا نستخدم مصطلح جرافيكس (Graphics) للإشارة إلى تقنيات برامج ومكونات الحاسوب المادية التي يتم استخدامها في إنشاء وتعديل وعرض الصور الرقمية⁽²⁹⁾.

5 - الرسوم المتحركة (Animation): جعل الصور تتحرك أمر بسيط حيث يحدث ذلك بالتغيير في المواقع أو أشكال الصور المتتالية بسرعة كافية لذلك نشاهد هذه التغييرات في الصورة بسرعة وكأنها حركة أو صورة متحركة وفي صناعة الصور المتحركة هناك معيار لمعدل التغير في الصور في أجهزة التلفزيون (NTSC) تكون (30) صورة للثانية أما في أجهزة التلفزيون (PAL) تكون (24) صورة لكل ثانية ، والتغيير السريع في الصور يجعلنا نعتقد أنها حركة ، يجب أن تكون الصور متشابهة مع بعض الاختلافات المتزايدة من صورة لأخرى وعند عرضها بالسرعة الكافية على التوالي تحدث الحركة.

6 - الفيديو (Video): وهو مجموعة من اللقطات الفيلمية المتحركة تسجل بطريقة تماثلية (Analog) أو طريقة رقمية (Digital) وتعرض بنفس الطريقة التي سجلت بها، وتتعدد مصادر لقطات الفيديو لتشمل

كاميرات الفيديو، وعروض التلفزيون، وأسطوانات الفيديو، عن طريق مشغلاتها، وهذه اللقطات يمكن تقديمها أو تأخيرها أو إيقافها أو إرجاعها، هناك معايير محددة لتوظيف الفيديو هي: (30)

تجنب التصوير من منظور غير مألوف حتى لا يصعب فهم المشهد. جعل حركات الكاميرا طبيعية ومنطقية مع إستبعاد العناصر الصغيرة من المشهد. عند استخدام نافذة صغيرة نسبياً، فإنه يفضل استخدام لقطات مقربة قدر الإمكان بحيث تستبعد من الكادر العناصر غير المفيدة، مع تجنب اللقطات العامة التي لا تحمل تفاصيل محددة.

7-الواقع الافتراضي: هو مصطلح يستخدم للتعبير عن استخدام التكنولوجيا الرقمية في محاكاة الواقع من أجل تحقيق أهداف معينة، يرى البعض أن مصطلح الواقع الافتراضي يطلق للتعبير عن استخدام التكنولوجيا الرقمية لمحاكاة الواقع، ومن أشهر وسائل الواقع الافتراضي شاشات العرض بمختلف أنواعها، وهناك ميزة توفرها تلك الشاشات للمشاهد وتعتمد على حقيقة علمية هي أنها تملأ مجال الرؤية البصرية للمشاهد (31).

8-المحتوى الرقمي: بعد حدوث الثورة الرقمية والتطور التقني كان لابد من مواكبة هذه التطورات التقنية في إنتاج البرامج التلفزيونية، فقامت بعض القنوات التلفزيونية بإضافة إدارة جديدة لهيكليتها تسمى إدارة المحتوى الرقمي وذلك لمواكبة التطور التقني وثورة تكنولوجيا المعلومات والإعلام الجديد وإنشاء منصات لها على مواقع التواصل الاجتماعي وصفحات الإنترنت فيتم عبرها الترويج للبرامج ومواعيد عرضها وتستطيع القناة معرفة مدى تفاعل المشاهدين ويتم تحديد شخص مسؤول عن إدارة المحتوى الرقمي يسمى:

1-إختصاصي المحتوى Content Specialist: وهو المسؤول عن الحقائق والمعلومات والبيانات المقدمة في المشروع وصحتها، وهو خبير ومصدر للمعلومات التكنولوجية والمسؤول عن المحتوى العلمي (32).

2-المتحكم في الموقع الإلكتروني Controlled on Site: وهو المسؤول عن تحويل ورفع مشروع الوسائط المتعددة إلى صفحات الويب ونشره على المواقع الإلكترونية خاصة مواقع التواصل الاجتماعي وموقع البرنامج (33).

³⁰ الشوري، عمرو إبراهيم (2017م)، الوسائط المتعددة، دار التعليم الجامعي للطباعة والنشر والتوزيع. ص86.

³¹ الشوري، الوسائط المتعددة، مرجع سابق، ص143

³² حسن، عباس ناجي (2016م)، الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني، ط1، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، ص148

³³ حسن، الوسائط المتعددة في الاعلام الالكتروني، المرجع نفسه، ص148

معوقات استخدام الوسائط المتعددة في إنتاج البرامج التلفزيونية:

تتعدد معوقات استخدام الوسائط المتعددة في إنتاج البرامج التلفزيونية ويمكن حصر بعض المعوقات فيما يلي: (34).

1- معوقات مادية: تشمل الصعوبة في توفير الإمكانيات المالية لتحويل الأفكار الى برامج منتجة أو عدم توفر جهات لتمويل الأفكار.

2- معوقات إجرائية: وقد تكون هذه المعوقات إحدى مراحل إنتاج الوسائط المتعددة في إختيار الفكرة أو الزمان والمكان المراد التنفيذ عليه أو خلل في فريق العمل.

3- معوقات زمنية: تتعلق هذه المعوقات بزمان تنفيذ البرنامج وتجهيز المعدات اللازمة وقد يستغرق زمناً أطول وقد يؤدي الى فقدان جزء من البرنامج أو عدم إكمال الفكرة بالشكل المطلوب.

4- معوقات بشرية: يقصد بها الأشخاص الذين يقومون على أمر الوسائط المتعددة من مصممين وفنيين ومنتجين ومخرجين إلى المستخدم نفسه فلا بد من وجود وعي إدراكي لكل شخص بالكيفية التي يتعامل بها مع الوسائط المتعددة.

5- معوقات عملية: وتتمثل في متطلبات الأجهزة من صيانة دورية وتوفير جهة مختصة يعتمد عليها لتأكد من سلامة الأجهزة وجودتها بما تتطلبه تقنيات الوسائط المتعددة.

الفصل الثالث: قناة سودانية 24

تم الإعلان عن بث قناة سودانية 24 في يوم السبت 20 أغسطس 2016م، وكان مقرها في الرياض بولاية الخرطوم، وهي قناة ذات ملكية خاصة، شعارها (بلد في شاشة) تسعى لتعزيز القدرات الإقتصادية والتعريف بالفرص والإمكانات الإقتصادية لجمهورية السودان، كما تسعى إلى ترسيخ قيم المواطنة وتقوية النسيج الإجتماعي (صفحة قناة سودانية 24 على الفيس بوك).

رؤية القناة: السعي إلى نجاح إعلامي بتحقيق نسبة مشاهدة عالية مع التأثير الإيجابي والتفاعلي مع برامج القناة والنجاح الإقتصادي والمساهمة في تطوير الإقتصاد السوداني وإستقطاب الإستثمارات الأجنبية، والتبشير بالفرص الكبيرة والإمكانات الواسعة للسودان، في جميع المجالات، عبر توزيع منصف على القطاعات البرمجية (35)

³⁴ المدونة الإلكترونية، 2012

³⁵ صفحة قناة سودانية 24 على الفيس بوك (2019م) <https://www.facebook.com/sudania24TV>

نظام البث: تستخدم القناة نظام **HD (High Definition)** في نقل بياناتها، أي أن الصورة عالية الجودة والوضوح والدقة فهي تقنية تحمل تدفق بيانات يصل إلى 2400 كيلوبايت في الثانية مما جعل القناة لا تظهر إلا إذا استخدم جهاز رسيفر رقمي يدعم خاصية HD يرتبط بجهاز تلفزيون يدعم الخاصية.

برامج القناة: تشمل القناة برامج متنوعة اقتصادية وسياسية ورياضية ومنوعات وأخبار وبرامج خاصة، تتألف برمجتها من البرامج التالية: (36)

1. برنامج صباحات سودانية: هو برنامج يومي مباشر في قالب منوعات يتم عرضه الساعة الثامنة صباحاً وحتى الساعة التاسعة والنصف صباحاً يشمل عدد من الفقرات مثل أحوال الطقس وأخبار الصحف وأخبار خاصة وأخبار التكنولوجيا، يتناوب في تقديمه عدد من المذيعين.

2. برنامج مانشيتات سودانية: برنامج يومي عدا الجمعة مباشر يعرض ما جاء في الصحف اليومية وهو يقوم بتحليلها مع محلل سياسي أو مختص وكذلك يعرض فيه أهم أعمدة الرأي والكاريكاتير والأخبار العالمية يتناوب على تقديمه عدد من المذيعين، وهو برنامج تستخدم فيه شاشة تفاعلية للتنقل بين الأخبار والأعمدة.

3. برنامج نكهة خاصة: هو برنامج يومي مباشر عدا الجمعة يقدمه شيف مع خبير تغذية يتناوب في تقديمه عدد من المذيعين.

4. برنامج الحدث الإقتصادي: هي نشرة أخبار إقتصادية يومية على الهواء يتم عرض أخبار الاقتصاد المحلية والعالمية بوجود محلل رئيسي وضيف.

5. برنامج حال الرياضة: برنامج مباشر يعرض ثلاث مرات في الأسبوع يستعرض أهم أخبار الرياضة المحلية والعالمية ويشمل عدد من الفقرات والتقارير والضيوف المختصين للتعليق على الملف الرئيسي.

6. برامج خاصة: حيث تقوم القناة بإعداد برمجة خاصة في مناسبات الأعياد والأيام العالمية مثل اليوم العالمي للأعاقة وكذلك موسم رمضان والعيد ومن أبرز البرامج في موسم رمضان برامج المسابقات، مثل برنامج فكر أنت في الخرطوم وهو موضوع البحث.

برنامج فكر أنت في الخرطوم: هو برنامج مسابقات تلفزيونية الأول من نوعه في السودان يتم عرضه على قناة سودانية 24 في موسم رمضان بدأت النسخة الأولى منه في رمضان سنة 2016م، أنت فكرة البرنامج من المذيع الطيب عبد الماجد ووضعت له القناة الرؤية الإخراجية واختيار الديكور وكل التفاصيل الفنية،

³⁶ سليمان، توحيد (2019م)، منتج برامج بقناة سودانية 24 ورئيس فريق إنتاج برنامج فكر أنت في الخرطوم، توضيح فكرة البرنامج. مقابلة

شخصية، يوم 1/3.

يتألف البرنامج من فريق إنتاج يضم أكثر من 4 معدين و4 مصورين ومخرج مساعد وفني صوت وإضاءة وغيرهم من الأطر المساعدة ، تقوم فكرة البرنامج على رحلة طيران إفتراضية تبدأ في الخرطوم بمبلغ ألف جنيه وتنتهي في فكتوريا بمبلغ 50 ألف جنيه ، على أن تمر بالمراحل التالية: (37) المرحلة الأولى قبل الإقلاع بقيمة ألف جنيه، المرحلة الثانية الخرطوم إلى أديس أبابا بقيمة 4.000 ألف جنيه، المرحلة الثالثة من أديس أبابا إلى تونس بقيمة 6.000 ألف جنيه، المرحلة الرابعة من تونس إلى الدار البيضاء بقيمة 10.000 ألف جنيه، المرحلة الخامسة من الدار البيضاء إلى داكار بقيمة 18.000 ألف جنيه، المرحلة السادسة (محطة أبوجا) بقيمة 22.000 ألف جنيه، المرحلة السابعة داكار إلى جوهانسبيرج بقيمة 28.000 ألف جنيه، المرحلة الثامنة محطة هراري بقيمة 35.000 ألف جنيه، المرحلة التاسعة جوهانسبيرج إلى دار السلام بقيمة 40.000 ألف جنيه، المرحلة العاشرة فكتوريا بقيمة 50.000 ألف جنيه.

الأسئلة: يحتوي البرنامج على عدد من التصنيفات أسئلة تتعلق بالثقافة الإسلامية والتاريخ والفنون والرياضة وأعلام ومعال، أما الأسئلة السودانية تشكل نسبة 80% من البرنامج وتتنوع الأسئلة في شكلها بين أربع خيارات وخيارين وكذلك أسئلة صورة وأسئلة صوت، وبذلك تم تخصيص فريق عمل ضخم لإعداد الأسئلة وتجهيزها وفق نظام إلكتروني محدد وترميز محدد يعطى لكل سؤال وكل ذلك بإشراف مهندسين من داخل القناة ولم يتم الإستعانة بأي جهة خارجية رغم أن مثل هذه البرامج تكون مسجلة لكن كان التحدي في خروج برنامج فكر أنت في الخرطوم على الهواء.

المتسابقون في برنامج فكر أنت في الخرطوم: تبدأ التجهيزات لبرنامج فكر أنت في الخرطوم قبل ثلاثة شهور على الأقل وفي هذه الفترة يتم إعداد الأسئلة وكذلك إختيار المتسابقين وذلك عبر حملة إعلانية على مواقع التواصل الإجتماعي وعلى الشاشة وفتح باب المشاركة عبر مجيب الرد الآلي الذي يجاب فيه المتصل على عدد من الأسئلة فإذا تجاوز المتصل عدد من الأسئلة بإجابات صحيحة يتم إختياره مباشرة وعن طريق منشور على صفحة الفيس بوك ، يتم الاتصال بكل المتسابقين للحضور إلى مبنى القناة لمقابلة لجنة إختيار المتسابقين ويتم تحديد المتسابقين للمشاركة في المسابقة.

³⁷ سليمان، توحيد (2019م)، منتج برامج بقناة سودانية 24 ورئيس فريق إنتاج برنامج فكر أنت في الخرطوم، توضيح فكرة البرنامج. مقابلة شخصية، يوم 1/3.

تقنيات الوسائط المتعددة المستخدمة في إنتاج برنامج فكر أنت في الخرطوم:⁽³⁸⁾

- 1- يستخدم البرنامج تقنية **TVR** مجيب الرد الآلي، الإستجابة الصوتية التفاعلية (**Interactive Voice Response IVR**) وهي نظام الإستجابة الصوتية التفاعلية هو نظام يسمح للمتصلين بالتفاعل مع أنظمة الاتصالات عن طريق الهاتف، حيث يتم استخدام الرد الآلي ويقوم بتمكين المستخدم من الحصول على البيانات من قاعدة البيانات أو إدخال البيانات فيها، ويعمل هذا النظام عن طريق وجود نص مسجل يرد على المتصل بطريقة آلية، ويتم التفاعل عن طريق الضغط على أزرار الهاتف.
- 2- يستخدم البرنامج شاشة لمس أمام المتسابق لإختيار الإجابة الصحيحة (الشاشة التفاعلية).
- 3- يوجد تطبيق أندرويد خاص بالبرنامج يمكن تحميله من قوقل بلاي ويتم فيه عرض سؤال للجمهور داخل وخارج السودان للاشتراك في كل حلقة من برنامج فكر أنت في الخرطوم يتم عرض سؤال للجمهور ويتم إختيار الفائز في اليوم التالي على الهواء في الأستديو ويكسب الفائز جائزة قيمتها ثلاث ألف جنيه، التطبيق ومنذ إنطلاقه في الموسم الثاني وصل إلى 50.000 نسخة محملة على الهواتف المحمولة ويصل عدد المتفاعلين مع السؤال الواحد إلى 13.308 ويتم إختيار الفائز عشوائياً.
- 4- يستخدم البرنامج كاميرات HD.
- 5- يستخدم البرنامج شاشة **video wall** هي تقنية بصرية جديدة والفكرة الأساسية لهذه التقنية تأتي من باب البرامج التي تتطلب شرحاً وتفصيلاً ومزاوجة بين المعلومة والصورة وتأكيد وترسيخ لهما، مدعمة بصورة الفيديو والجرافيك والمؤثرات البصرية التي تعتمد على التحريك والتكوينات دخولاً وخروجاً وإقتراباً وإبتعاداً.⁽³⁹⁾ ويعتبر استخدام هذه التقنية في البرنامج مواكبة لمستحدثات التقنية الرقمية وإضافة عنصر الجذب والإثارة وإظهار التصميم الجرافيكي بشكل جذاب ومريح للنظر.
- 6- جهاز **BUZZ** لإختيار الإجابة الصحيحة ويوجد جهاز **BUZZ** أمام كل متسابق فعندما يطرح مقدم البرنامج سؤال السرعة يضغط عليه المتسابقين وهو يعتمد على اللمس ومربوط بسماعات تصدر صوت حين الضغط عليه وكذلك فيه إنارة يتغير لونها للأحمر في نفس الوقت.
- 7- المؤثرات البصرية.

³⁸ سليمان، توحيد، 2019م، منتج برامج بقناة سودانية 24 ورئيس فريق إنتاج برنامج فكر أنت في الخرطوم، توضيح فكرة البرنامج. مقابلة شخصية،

يوم 1/7.

³⁹ <http://ar.wikipedia.org>

8- المؤثرات الصوتية يعتمد البرنامج على استخدام المؤثرات الصوتية من موسيقى خاصة بالبرنامج والتي تعطي جو التنافس والإثارة وكذلك مؤثر صوتي في حالة إجابة المتسابق كانت صحيحة وآخر في حالة كانت إجابته خطأ، وهي مؤثرات تم تصميمها خصيصاً لبرامج المسابقات من هذا النوع.

الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للبحث

أدوات جمع البيانات: تم تصميم إستمارة الخبراء وتوزيعها على عينة البحث واحتوت على مجموعة من العبارات، وكل عبارة تحتوي على عدد من الأسئلة التي تغطي جوانب البحث بالشكل الذي يحقق الأهداف المرجوة من البحث.

خطوات إعداد الإستمارة: تم استخدام مقياس (ليكرت) الخماسي لإختيار الإجابات المناسبة وهي (ممتاز، جيد جداً، جيد، وسط، ضعيف) وقد تمت مراعاة التالي في بناء الإستمارة: أن تكون الصياغة واضحة والكلمات مقروءة واللغة سهلة وسليمة ويوجد تسلسل منطقي للأسئلة وعدم ازدواجية الأهداف في العبارة الواحدة.

تحكيم الإستمارة: عرضت الإستمارة بصورتها الأولية على عدد من أعضاء هيئة التدريس وبعض الخبراء والمختصين في مجال الوسائط المتعددة لتحكيمها.

إختبار الصدق والثبات للإستمارة: يقصد بالصدق قدرة الأداء على تطبيق الأهداف التي صممت من أجلها، اعتمد البحث على مدى صدق الإستمارة (الصدق الظاهري)، والمقصود بالصدق الظاهري هو مدى إرتباط فقرات الإستمارة بالأهداف التي صممت من أجلها والذي يشير إلى الشكل العام للإستمارة ومدى وضوح اللغة ومناسبتها للعينة ووضوح التعليمات وصحة ترتيب الخطوات الأساسية، وقد تم التحقق من الصدق الظاهري للإستمارة بعرض فقراتها على المحكمين كما أوضحنا، وذلك بغرض الإدلاء بأرائهم حول الإستمارة وتأكيد صلاحيتها للتوزيع.

التحليل الإحصائي وإثبات النتائج: لتحليل البيانات الخاصة بإستمارة الخبراء تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) وإستعراض كل عبارة في جدول يوضح عدد التكرارات والنسبة المئوية لكل إجابة، ثم بعد ذلك تم التعليق على نتيجة لكل عبارة، لمعرفة إتجاه آراء عينة البحث بخصوص كل العبارات.

عرض بيانات المبحوثين المتعلقة ببرنامج "فكر أنت في الخرطوم":

جدول رقم (1) يوضح عبارة توظيف الصوت مع شعار البرنامج

الوحدات	ممتاز	جيد جداً	جيد	وسط	ضعيف	المجموع
التكرار	6	12	8	1	0	27
النسبة المئوية	22.2	44.5	29.6	3.7	0.0	%100

يتبين من الجدول رقم (1) أن نسبة 22.2% من العينة يرون تم توظيف الصوت مع شعار البرنامج بطريقة ممتازة، بينما يرى 44.5% توظيفه بطريقة جيدة جداً، وبلغت نسبة 29.6% للذين يرون توظيفه بطريقة جيدة، بينما بلغت نسبة 3.7% للذين يرون توظيفه بطريقة وسط، هذا يشير إلى توظيف الصوت في شعار البرنامج بتناسق وإنسجام.

جدول رقم (2) يوضح عبارة توظيف المؤثرات الصوتية في البرنامج

الوحدات	ممتاز	جيد جداً	جيد	وسط	ضعيف	المجموع
التكرار	7	6	11	1	2	27
النسبة المئوية	25.9	22.2	40.7	3.7	7.5	%100

يتبين من الجدول رقم (2) أن نسبة 25.9% من العينة يرون تم توظيف المؤثرات الصوتية في البرنامج بطريقة ممتازة، ويرى 22.2% توظيفها بطريقة جيدة جداً، بينما يرى 40.7% توظيفها بطريقة جيدة، ويرى 3.7% توظيفها بطريقة وسط، فيما يرى 7.5% توظيفها بطريقة ضعيفة، يوضح ذلك استخدام المؤثرات الصوتية بإحترافية وفعالية في البرنامج.

جدول رقم (3) يوضح عبارة الموسيقى المستخدمة في البرنامج مناسبة

الوحدات	ممتاز	جيد جداً	جيد	وسط	ضعيف	المجموع
التكرار	7	5	14	1	0	27
النسبة المئوية	25.9	18.5	51.9	3.7	0.0	%100

يتبين من الجدول رقم (3) أن نسبة 25.9% من أفراد العينة يرون أن الموسيقى المستخدمة في البرنامج مناسبة وممتازة، ويرى 18.5% أن الموسيقى المستخدمة جيدة جداً، بينما يرى 51.9% أن الموسيقى المستخدمة جيدة، فيما يرى 3.7% أن الموسيقى المستخدمة في البرنامج تم استخدامها بطريقة وسط، يدل ذلك على أن إختيار الموسيقى المستخدمة في البرنامج تم بطريقة علمية ومنهجية.

جدول رقم (4) يوضح عبارة جودة ووضوح الصورة

الوحدات	ممتاز	جيد جداً	جيد	وسط	ضعيف	المجموع
التكرار	11	11	5	0	0	27
النسبة المئوية	40.7	40.7	18.6	0.0	0.0	%100

يتبين من الجدول رقم (4) أن نسبة 40.7% من أفراد العينة يرون أن هنالك جودة ووضوح للصورة بطريقة ممتازة، ويرى 40.7% أن هنالك جودة ووضوح للصورة بطريقة جيدة جداً، بينما يرى 18.6% أن هنالك جودة ووضوح للصورة بطريقة جيدة، يشير ذلك إلى أن البرنامج يستخدم تقنيات حديثة في التصوير، أدت إلى جودة ووضوح الصورة.

جدول رقم (5) يوضح عبارة مناسبة الإضاءة مع التكوين العام للصورة

الوحدات	ممتاز	جيد جداً	جيد	وسط	ضعيف	المجموع
التكرار	8	9	7	3	0	27
النسبة المئوية	29.7	33.3	25.9	11.1	0.0	%100

يتبين من الجدول رقم (5) أن نسبة 29.7% من أفراد العينة يرون مناسبة الإضاءة مع التكوين العام للصورة بطريقة ممتازة، ويرى 33.3% مناسبة الإضاءة مع التكوين العام للصورة بطريقة جيدة جداً، بينما يرى 25.9% مناسبة الإضاءة مع التكوين العام للصورة بطريقة جيدة، فيما يرى 11.1% مناسبة الإضاءة مع التكوين العام للصورة، هذا يشير إلى استخدام الإضاءة في البرنامج بطريقة احترافية وفعالة للتكوين العام للصورة.

جدول رقم (6) يوضح عبارة استخدام الشاشة التفاعلية في البرنامج

الوحدات	ممتاز	جيد جداً	جيد	وسط	ضعيف	المجموع
التكرار	6	11	8	0	2	27
النسبة المئوية	22.2	40.7	29.6	0.0	7.5	%100

يتبين من الجدول رقم (6) أن نسبة 22.2% من أفراد العينة يرون إن استخدام الشاشة التفاعلية في البرنامج تم بطريقة ممتازة، بينما يرى 40.7% إن استخدام الشاشة التفاعلية تم بطريقة جيدة جداً، فيما يرى 29.6% إن استخدام الشاشة التفاعلية تم بطريقة جيدة، ويرى 7.5% إن استخدام الشاشة التفاعلية تم بطريقة ضعيفة، هذا يدل على أن البرنامج استفاد من استخدام تقنيات الوسائط المتعددة الحديثة في جميع مراحل الإنتاج.

جدول رقم (7) يوضح عبارة توظيف تقنية الـ Vido Wall في البرنامج

الوحدات	ممتاز	جيد جداً	جيد	وسط	ضعيف	المجموع
التكرار	7	6	11	2	1	27
النسبة المئوية	25.9	22.2	40.7	7.5	3.7	%100

يتبين من الجدول رقم (7) أن نسبة 25.9% من أفراد العينة يرون توظيف تقنية الـ Video Wall في البرنامج بطريقة ممتازة، بينما يرى 22.2% توظيفها بطريقة جيدة جداً، فيما يرى 40.7% توظيفها بطريقة جيدة، ويرى 7.5% توظيفها بطريقة مناسبة، كما يرى 3.7% توظيفها بطريقة ضعيفة، يوضح ذلك استخدام البرنامج لتقنية الفيديو وول في العمليات الإنتاجية والتي بدورها أدت إلى زيادة التعرض والمشاهدة للبرنامج من قبل الجمهور المشاهد .

جدول رقم (8) يوضح عبارة استخدام تقنية تصويت الجمهور الداخلي

الوحدات	ممتاز	جيد جداً	جيد	وسط	ضعيف	المجموع
---------	-------	----------	-----	-----	------	---------

التكرار	11	8	7	1	0	27
النسبة المئوية	40.7	29.7	25.9	3.7	0.0	%100

يتبين من الجدول رقم (8) أن نسبة 40.7% من العينة يرون استخدام تقنية تصويت الجمهور الداخلي بطريقة ممتازة، بينما يرى 29.7% إستخدامها بطريقة جيدة جداً، فيما يرى 25.9% استخدامها بطريقة جيدة، ويرى 3.7% استخدامها بطريقة وسط، هذا يدل على أن البرنامج يستخدم التقنيات الحديثة لمواكبة التطور.

جدول رقم (9) يوضح عبارة إعداد البرنامج

الوحدات	ممتاز	جيد جداً	جيد	وسط	ضعيف	المجموع
التكرار	11	9	5	2	0	27
النسبة المئوية	40.7	33.4	18.5	7.5	0.0	%100

يتبين من الجدول رقم (9) أن نسبة 40.7% من أفراد العينة يرون أن إعداد البرنامج ممتاز، بينما يرى 33.3% أن الإعداد جيد جداً، فيما يرى 18.5% أن الإعداد جيد، ويرون 7.5% أن الإعداد تم بطريقة وسط، هذا يشير إلى أن البرنامج يتم إعداده بطريقة فنية وبمهنية عالية.

جدول رقم (10) يوضح عبارة توقيت عرض البرنامج

الوحدات	ممتاز	جيد جداً	جيد	وسط	ضعيف	المجموع
التكرار	6	7	10	4	0	27
النسبة المئوية	22.2	25.9	37.1	14.8	0.0	%100

يتبين من الجدول رقم (10) أن نسبة 22.2% من أفراد العينة يرون أن توقيت عرض البرنامج ممتاز، بينما يرى 25.9% أن توقيت البرنامج جيد جداً، فيما يرى 37.1% أن التوقيت جيد، ويرى 14.8% أن توقيت العرض مناسب، يعني هذا أن توقيت عرض البرنامج يحقق قيمة المشاهد المتوقعة.

جدول رقم (11) يوضح عبارة طريقة إعداد الأسئلة المطروحة

الوحدات	ممتاز	جيد جداً	جيد	وسط	ضعيف	المجموع
التكرار	11	10	3	3	0	27
النسبة المئوية	40.7	37.1	11.1	11.1	0.0	%100

يتبين من الجدول رقم (11) أن نسبة 40.7% من العينة يرون أن طريقة إعداد الأسئلة المطروحة ممتازة، بينما يرى 37.1% أن الطريقة جيدة جداً، فيما يرى 11.1% أن الطريقة جيدة، كذلك يرى 11.1% أن الطريقة وسط، هذا يشير إلى أن طريقة إعداد الاسئلة المطروحة بالبرنامج تلائم كل فئات الجمهور المستهدف.

جدول رقم (12) يوضح عبارة المظهر العام للبرنامج

الوحدات	ممتاز	جيد جداً	جيد	وسط	ضعيف	المجموع
---------	-------	----------	-----	-----	------	---------

التكرار	12	9	6	0	27
النسبة المئوية	44.5	33.3	22.2	0.0	%100

يتبين من الجدول رقم (12) أن نسبة 44.5% من العينة يرون أن المظهر العام للبرنامج ممتاز، بينما يرى 33.3% أن المظهر جيد جداً، فيما يرى 22.2% أن المظهر جيد، ويتضح من ذلك أن المظهر العام للبرنامج مقبول ومواكب للمستجدات في العمل التلفزيوني.

جدول رقم (13) يوضح عبارة تفاعل مقدم البرنامج مع المتسابقين والجمهور

الوحدات	ممتاز	جيد جداً	جيد	وسط	ضعيف	المجموع
التكرار	14	7	4	2	0	27
النسبة المئوية	51.9	25.9	14.8	7.4	0.0	%100

يتبين من الجدول رقم (13) أن نسبة 51.9% من أفراد العينة يرون أن تفاعل مقدم البرنامج مع المتسابقين والجمهور ممتاز، بينما يرى 25.9% أن تفاعل مقدم البرنامج جيد جداً، فيما يرى 14.8% أن تفاعل مقدم البرنامج جيد، ويرى 7.4% أن تفاعل مقدم البرنامج وسط، يتضح من ذلك أن حضور وتفاعل مقدم البرنامج مع المتسابقين والجمهور يعطي جاذبية للبرنامج.

جدول رقم (14) يوضح عبارة المستوى الثقافي لمقدم البرنامج

الوحدات	ممتاز	جيد جداً	جيد	وسط	ضعيف	المجموع
التكرار	17	4	4	2	0	27
النسبة المئوية	63	14.8	14.8	7.4	0.0	%100

يتبين من الجدول رقم (14) أن نسبة 63% من أفراد العينة يرون أن المستوى الثقافي لمقدم البرنامج ممتاز، بينما يرى 14.8% أن المستوى الثقافي جيد جداً، فيما يرى كذلك 14.8% أن المستوى الثقافي جيد، ويرى 7.4% أن المستوى وسط، هذا يشير إلى أن مقدم البرنامج يمتاز بقدر عالي من الثقافة تمكنه من تقديم البرنامج بطريقة إبداعية مشوقة.

جدول رقم (15) يوضح عبارة ساهم البرنامج في رفع المستوى الثقافي للجمهور المتابع

الوحدات	ممتاز	جيد جداً	جيد	وسط	ضعيف	المجموع
التكرار	9	8	8	2	0	27
النسبة المئوية	33.3	29.6	29.6	7.5	0.0	%100

يتبين من الجدول رقم (15) أن نسبة 33.3% من أفراد العينة يرون أن البرنامج ساهم في رفع المستوى الثقافي للجمهور المتابع بدرجة ممتازة، بينما يرى 29.6% أن البرنامج ساهم في رفع المستوى الثقافي بدرجة جيدة جداً، فيما يرى كذلك 29.6% أن البرنامج ساهم في رفع المستوى الثقافي بدرجة جيدة، ويرى 7.5% أن البرنامج ساهم في رفع المستوى الثقافي بدرجة متوسطة، يمكن القول إن البرنامج ساهم في رفع المستوى الثقافي للجمهور المتابع عن طريق المعلومات التي تقدم لهم خلال البرنامج.

جدول رقم (16) يوضح عبارة تصنيفات الأسئلة كافية (إسلاميات، رياضة، فنون، تاريخ)

الوحدات	ممتاز	جيد جداً	جيد	وسط	ضعيف	المجموع
التكرار	7	5	7	6	2	27
النسبة المئوية	25.9	18.5	25.9	22.2	7.5	%100

يتبين من الجدول رقم (16) أن نسبة 25.9% من أفراد العينة يرون أن الأسئلة كافية ويتم تصنيفها (إسلاميات، رياضة، فنون، تاريخ) بشكل ممتاز، بينما يرى 18.5% أن الأسئلة كافية بشكل جيد جداً، فيما يرى 25.9% أن الأسئلة كافية بشكل جيد، ويرى 22.2% أن الأسئلة كافية بشكل متوسط، كما يرى 7.5% أن الأسئلة كافية بشكل ضعيف، مما سبق نستنتج أن أسئلة البرنامج متنوعة وشاملة لكل المعارف والمناشط التي تهتم المتسابقين.

جدول رقم (17) يوضح عبارة استخدام البرنامج للوسائط المتعددة في شرح مراحل المسابقة

الوحدات	ممتاز	جيد جداً	جيد	وسط	ضعيف	المجموع
التكرار	8	5	11	3	0	27
النسبة المئوية	29.6	18.6	40.7	11.1	0.0	%100

يتبين من الجدول رقم (17) أن نسبة 29.6% من أفراد العينة يرون أن البرنامج يستخدم الوسائط المتعددة لشرح مراحل المسابقة بطريقة ممتازة، بينما يرى 18.6% أن البرنامج يستخدم الوسائط المتعددة بطريقة جيدة جداً، فيما يرى 40.7% أن البرنامج يستخدم الوسائط المتعددة بطريقة جيدة، ويرى 11.1% أن البرنامج يستخدم الوسائط المتعددة بطريقة مناسبة، يشير ذلك إلى أن البرنامج وظف الوسائط المتعددة في شرح مراحل المسابقة بطريقة مبتكرة وحديثة.

جدول رقم (18) يوضح عبارة طريقة إختيار المتسابقين للمشاركة في البرنامج

الوحدات	ممتاز	جيد جداً	جيد	وسط	ضعيف	المجموع
التكرار	4	5	11	6	1	27
النسبة المئوية	14.8	18.6	40.7	22.2	3.7	%100

يتبين من الجدول رقم (18) أن نسبة 14.8% من أفراد العينة يرون أن إختيار المتسابقين للمشاركة في البرنامج يتم بطريقة ممتازة، بينما يرى 18.6% أن إختيار المتسابقين يتم بطريقة جيدة جداً، فيما يرى 40.7% أن إختيار المتسابقين يتم بطريقة جيدة، ويرى 22.2% أن إختيار المتسابقين يتم بطريقة مناسبة، كما يرى 3.7% أن إختيار المتسابقين يتم بطريقة غير مقبولة، ويتضح من ذلك أن عملية إختيار المتسابقين تتم بطريقة عادلة وشفافة مما تعطي البرنامج المصداقية.

جدول رقم (19) يوضح عبارة إرتباط البرنامج بموسم رمضان

الوحدات	ممتاز	جيد جداً	جيد	وسط	ضعيف	المجموع
التكرار	10	11	5	0	1	27
النسبة المئوية	37.1	40.7	18.5	0.0	3.7	%100

يتبين من الجدول رقم (19) أن نسبة 37.1% من أفراد العينة يرون أن إرتباط البرنامج بموسم رمضان ممتاز، بينما يرى 40.7% أن إرتباط البرنامج بموسم رمضان جيد جداً، فيما يرى 18.5% أن إرتباط البرنامج بموسم رمضان جيد، ويرى 3.7% أن إرتباط البرنامج بموسم رمضان إرتباط غير موفق، هذا يشير إلى أن توقيت بث البرنامج في موسم رمضان مناسب وملائم نسبة للمشاهدة العاليه للجمهور للقنوات في موسم رمضان.

جدول رقم (20) يوضح عبارة تناسق الديكور والإضاءة مع هوية البرنامج

الوحدات	ممتاز	جيد جداً	جيد	وسط	ضعيف	المجموع
التكرار	11	10	6	0	0	27
النسبة المئوية	40.7	37.1	22.2	0.0	0.0	%100

يتبين من الجدول رقم (20) أن نسبة 40.7% من أفراد العينة يرون تناسق الديكور والإضاءة مع هوية البرنامج بدرجة ممتازة، بينما يرى 37.1% وجود تناسق بدرجة جيدة جداً، فيما يرى 22.2% وجود تناسق بدرجة جيدة، هذا يدل أن للبرنامج جاذبية لتناسق الديكور والإضاءة المستخدمة مع هوية البرنامج.

جدول رقم (21) يوضح عبارة تصميم شعار البرنامج

الوحدات	ممتاز	جيد جداً	جيد	وسط	ضعيف	المجموع
التكرار	6	11	6	4	0	27
النسبة المئوية	22.2	40.7	22.2	14.9	0.0	%100

يتبين من الجدول رقم (21) أن نسبة 22.2% من أفراد العينة يرون أن تصميم شعار البرنامج ممتاز، بينما يرى 40.7% أن تصميم الشعار جيد جداً، فيما يرى 22.2% أن تصميم الشعار جيد، ويرى 14.9% أن تصميم الشعار وسط، هذا يدل على أن تصميم شعار البرنامج إتسم بالواقعية والحدثة وعبر عن قيمة البرنامج.

جدول رقم (22) يوضح عبارة توظيف الجرافيك في الدخول والخروج ومراحل البرنامج

الوحدات	ممتاز	جيد جداً	جيد	وسط	ضعيف	المجموع
التكرار	10	8	7	2	0	27
النسبة المئوية	37.1	29.6	25.9	7.4	0.0	%100

يتبين من الجدول رقم (22) أن نسبة 37.1% من أفراد العينة يرون توظيف الجرافيك في البرنامج من خلال الدخول والخروج ومراحل إنتاج البرنامج بطريقة ممتازة، بينما يرى 29.6% توظيف الجرافيك بطريقة جيدة جداً، فيما يرى 25.9% توظيف الجرافيك بطريقة جيدة، ويرى 7.4% توظيف الجرافيك بطريقة متوسطة، هذا يؤكد أن توظيف الجرافيك في البرنامج من خلال عمليات الدخول والخروج ومراحل إنتاج البرنامج نفذت بمهنية عالية أعطت البرنامج مساحة أكبر من المشاهدة.

جدول رقم (23) يوضح عبارة إختيار زوايا الكاميرا

الوحدات	ممتاز	جيد جداً	جيد	وسط	ضعيف	المجموع
التكرار	11	10	5	1	0	27
النسبة المئوية	40.7	37.1	18.5	3.7	0.0	%100

يتبين من الجدول رقم (23) أن نسبة 40.7% من أفراد العينة يرون أن إختيار زوايا الكاميرا في البرنامج ممتاز، بينما يرى 37.1% أن الإختيار جيد جداً، فيما يرى 18.5% أن الإختيار جيد، ويرى 3.7% أن الإختيار وسط، هذا يشير إلى إحترافية وتميز المصورين بالبرنامج من خلال إختيارهم أجود اللقطات.

جدول رقم (24) يوضح عبارة إستخدام المؤثرات البصرية في البرنامج

الوحدات	ممتاز	جيد جداً	جيد	وسط	ضعيف	المجموع
التكرار	7	11	5	4	0	27
النسبة المئوية	25.9	40.7	18.5	14.9	0.0	%100

يتبين من الجدول رقم (24) أن نسبة 25.9% من أفراد العينة يرون أن استخدام المؤثرات البصرية في البرنامج ممتاز، بينما يرى 40.7% أن استخدامها جيد جداً، فيما يرى 18.5% أن استخدامها جيد، ويرى 14.9% أن استخدامها متوسط، يتضح من ذلك أن البرنامج يستخدم المؤثرات البصرية بشكل إبداعي يميزه عن بقية برامج القناة.

النتائج: توصل البحث الى عدة نتائج واستنتاجات أهمها:

1. تناسق وإنسجام الصوت مع شعار البرنامج.
2. تصميم شعار البرنامج يوحي للمتسابقين والجمهور المتابع بتفرد وتميز البرنامج.
3. شمولية الأسئلة من خلال الإعداد الجيد.
4. المؤثرات الصوتية والأسلوب الصوتي الجيد لمقدم البرنامج أعطى صورة جمالية.
5. إنتهاج البرنامج للعلمية والمنهجية في إختيار الموسيقى المصاحبة ل فقراته.
6. جودة ووضوح الصورة المستخدمة في البرنامج نسبة للإستفادة من تقنيات الوسائط المتعددة الحديثة.

7. توظيف تقنية ال Video Wall زادت من تفاعل الجمهور مع البرنامج.
8. عدالة ومصادقية البرنامج التي تتضح في طريقة إختيار المتسابقين.
9. وجود تناسق بين الديكور والإضاءة مع هوية البرنامج.
10. المؤثرات البصرية المستخدمة في البرنامج جذبت إنتباه الجمهور المتابع وزادت من مشاهدته له.

التوصيات:

1. يجب على فريق عمل البرنامج تصميم شعار صوتي يعبر عن هوية البرنامج.
2. الإلتزام بالمعايير العلمية والمهنية لمواكبة التطور التقني والتكنولوجي في مجال إنتاج برامج المسابقات التلفزيونية.
3. الإهتمام بعنصر الجرافيكس، واستخدامه بإحترافية ومهارة عالية.
4. التوظيف الجيد للصورة واستخدام التقنيات الحديثة للمؤثرات البصرية لإضفاء الجذب والتشويق.
5. التركيز على استخدام تقنيات الوسائط المتعددة في جميع مراحل إنتاج البرنامج.
6. استخدام الكاميرات ذات التقنيات الحديثة، لجودة وضوح الصورة ونقاءها.

المصادر والمراجع:

أولاً: المعاجم

1. ابن منظور، محمد بن جلال الدين (2000م)، لسان العرب، المجلد الثاني، دار صادر للطباعة والنشر، لبنان.
2. شلبي، كرم (1987م)، معجم المصطلحات الإعلامية، دار الشروق، بيروت، ط1.
3. شلبي، كرم (1989م)، معجم المصطلحات الإعلامية، القاهرة، ط2.
4. عمر، أحمد مختار (2008م)، معجم العربية الكلاسيكية والمعاصرة، بيروت، لبنان، ط1، مكتبة لبنان.

ثانياً: البحوث العلمية:

5. الجيلاني، الأرقم، (2012م)، فاعلية الصوت والصورة في المنتج التلفزيوني، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، دراسة دكتوراه، غير منشورة.
6. الشيخ، أم هاني أبوصباح، (2007م)، فاعلية الوسائط المتعددة في إنتاج برامج التلفزيون، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، دراسة دكتوراه، غير منشورة.

ثالثاً: المراجع العربية:

7. بصيوص، محمد حسين، وآخرون، (2004م)، الوسائط المتعددة وتصميم التطبيقات، ط1، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
8. بن مرسل، أحمد (2007م)، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع، الجزائر.

9. حسن، عباس ناجي (2016م)، الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني، ط1، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع.
 10. سليم، حنان أحمد (2015م)، فنون الفيديو الرقمي، ط1، الرياض، مكتبة الشقري.
 11. شعلان، محمد إبراهيم (2017م)، تصميم وإنتاج الوسائط المتعددة باستخدام Flash MX، ط1، دار الكتاب الحديث.
 12. شفيق، حسين (2008م)، التصميم الجرافيكي في الوسائط المتعددة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.
 13. الشوري، عمرو إبراهيم (2017م)، الوسائط المتعددة، دار التعليم الجامعي للطباعة والنشر والتوزيع.
 14. عبيدات، ذوقان، وآخرون (2016م)، البحث العلمي مفهومه، أسسه، أساليبه، دار الفكر ناشرون وموزعون، الأردن.
 15. محمد، عثمان عوض الكريم محمد (2005م)، تخطيط البرامج التلفزيونية، ط1، الخرطوم، فهرسة المكتبة الوطنية.
 16. موسى، حسين حسن (2008م)، استخدم الوسائط المتعددة في البحث العلمي، دار الكتاب الحديث، القاهرة.
- رابعاً: المجالات:**
17. إبراهيم، إسماء عمر، وآخرون (2021م)، توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في إنتاج البرامج الإخبارية التلفزيونية، ورقة بحثية منشورة، مجلة علوم الاتصال، جامعة أم درمان الإسلامية، المجلد الثاني، العدد السابع.
 18. البدوي، شريف سليمان (2021م)، دور المواقع الإلكترونية في تحقيق أهداف المؤسسة، ورقة بحثية منشورة، مجلة علوم الاتصال، جامعة أم درمان الإسلامية، المجلد الثاني، العدد السابع.
 19. محمد، مصطفى عبد الرحمن (2019م)، توظيف الوسائط المتعددة في تطوير الإنتاج الإذاعي، ورقة بحثية منشورة، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، العدد 20، 3.
- خامساً: مواقع ومدونات على الانترنت:**
20. صفحة قناة سودانية 24 على الفيس بوك (2019م) <https://www.facebook.com/sudania24TV>
 21. المدونة الإلكترونية، 2012م.
 22. موقع تكنولوجيا الوسائط المتعددة، 2018م
 23. موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة، <http://ar.wikipedia.org>
- سادساً: المقالات:**
24. سليمان، توحيد (2019م)، منتج برامج بقناة سودانية 24 ورئيس فريق إنتاج برنامج فكر أنت في الخرطوم، توضيح فكرة البرنامج.

فاعلية ممارسة المسؤولية الاجتماعية في تعزيز الصورة الذهنية للعاملين دراسة حالة شركة سوداتل 2019-2020 The effectiveness of practicing social responsibility on enhancing employees mental image.

د. شاهيناز الزاكي ابو مريم
استاذ مساعد وعميد كلية الاعلام، جامعة قاردين ستي
د. أكرم محمد الحاج
استاذ مشارك التسويق وإدارة الاعمال نائب مدير جامعة
قاردين ستي

المستخلص:

أصبح لزاما على المنظمات أن تضاعف جهودها وتسعى إلى بناء علاقات استراتيجية أكثر عمقا مع المحيط الذي تؤثر فيه وتتأثر به لكي تتمكن من مواجهة التحديات. أصبح مفهوم المسؤولية الاجتماعية يكتسب اهتماما لدى المنظمات مما جعل هذا المفهوم يخرج من كونه ممارسات طوعية اختيارية إلى ممارسات حتمية تمثل مصدرا لتحقيق بقاء المنظمة وتضمن استمراريتها. سعت الدراسة الى التعرف على فاعلية ممارسة الشركة للمسؤولية الاجتماعية في تعزيز الصورة الذهنية للعاملين وقد اجرت الباحثة دراسة ميدانية على شركة سوداتل باعتبارها من أبرز الممارسين للمسؤولية الاجتماعية استخدمت الباحثة المنهج الوصفي في احدى صوره (دراسة الحالة) . قامت الباحثة بتوزيع اداة استبيان على (45) على العاملين في رئاسة سوداتل الواقعة في الخرطوم شارع سنكات استردت منها (35). وقد خلصت النتائج الى ان شركة سوداتل تمارس أنشطة المسؤولية الاجتماعية المختلفة وان هذه الممارسة عززت الصورة الذهنية لدى العاملين كما خلقت لديهم وعيا بالمسؤولية الاجتماعية

Abstract

It has become imperative for organizations to enhance their efforts and build strategic more deeper relationships in the environment where they affect and be affected so to face the challenges. Social responsibility concept is beginning to gain concern of organizations which made the concept change from a volunteering practice to an inevitable practice, representing a source of a of sustainability and granting the continuity of organization. The study tries to acknowledge the (effectiveness of organization practicing social responsibility on enhancing employee mental image).The study was conducted at sudatel company located in Khartoum –sinkat street. Descriptive method was used in the form of case study. Questionnaire was distributed to(45) for employees,(35)were retrieved. retrieved .The Results showed that sudatel company practice social responsibility activities in different fields, this practice had enhanced employees' mental image about their organization besides creating their awareness about social responsibility

الكلمات المفتاحية:

المسؤولية الاجتماعية، الصورة الذهنية، سوداتل، المجتمع، الاهداف التنموية، الاتفاق العالمي.

المقدمة:

أصبحت ممارسة المسؤولية الاجتماعية نشاطاً مصاحباً لكل الأنشطة الاقتصادية التي تمارسها المنظمات في كل من الدول الغنية والفقيرة ومن أهم الواجبات الواقعة على عاتق هذه المنظمات وان اختلفت في المجالات. وهي التزامها مستمر في تطوير وتحسين المستوى التعليمي والثقافي والاقتصادي والضمان الاجتماعي لأفراد المجتمع من خلال توفير الخدمات المتنوعة ما يتعلق بالنواحي الصحية والبيئية ومراعاة حقوق الإنسان وخاصة حقوق العاملين، وتطوير المجتمع المحلي والمشاركة في إيجاد حلول للمشكلات الاجتماعية والبيئية. مما لا شك فيه يتطلع المجتمع بشرائحه المختلفة الى مستقبل أفضل في مجالات الحياة من حيث التعليم والصحة والغذاء والأرتقاء بمستوى حياة الفرد. ومن الواقع ان التطلع وحده الا يكفي حيث انه في اغلب الاحيان نعجز مقدرات البلاد عن إستيفاء تحقيق كافة وتغطيته. و من جانب اخر نجد ان المنظمات و المؤسسات الاقتصادية بالاضافة الى اشباع حاجات المستهلك نجد نفسها مسؤولة عن الاطلاع بدور يسند دور الحكومات في النهوض باعباء لا تستطيع الدولة وحدها الايفاء بها بالاضافة الى تعذية احساس المؤسسة بعمق و فائدتها للمجتمع ولألا تركز فقط على تعظيم الأرباح من هذا المنطلق بدأت المنظمات تتنافس في ممارسة أنشطة من شأنها المساهمة في دفع عجلة التقدم بالاضافة الى ابراز دورها الاجتماعي مما يكسبها الاحترام و التقدير و الذي بالمقابل يصب في مجالات تدعم الجانب المادي للمنظمة ، ايضاً الصورة التي تتشكل لدي جمهور العاملين تؤدي دوراً كبيراً في تحديد درجة الثقة و الولاء للمؤسسة.

مشكلة البحث:

تعد المسؤولية الاجتماعية عملية طوعية تهدف المنظمات من خلالها لمجاراة التطورات الكبيرة في البيئة الاقتصادية والمساهمة في تطوير المجتمع وتنميته والقيام بدور اجتماعي يعزز من صورتها الذهنية ويساهم في خلق سمعة طيبة لها كما يساعد على ضمان ولاء العاملين وجعلها الاختيار الأفضل لاجل الكفاءات. من هنا جاء الاهتمام بموضوع الدراسة للوقوف على اهم الادوار التي تلعبها ممارسة المسؤولية الاجتماعية في تشكيل الصورة للعاملين عن منظماتهم وبناء على ما سبق تسعى هذه الورقة البحثية إلى الإجابة على:

تساؤلات البحث:

- ماهية المسؤولية الاجتماعية

- ما مفهوم الصورة الذهنية

أهداف البحث: هدفت الدراسة الى:

-تعريف المسؤولية الاجتماعية

-القاء الضوء على اشكال ممارسة المسؤولية الاجتماعية

-التعرف على مدى اهتمام العاملين بالمسؤولية الاجتماعية.

-التعرف علاقة المسؤولية الاجتماعية ببناء الصورة الذهنية الجيدة

-بيان اهمية المسؤولية الاجتماعية للمنظمات

-الكشف عن العلاقة بين ممارسة الاجتماعية والصورة الذهنية المكونة لدى العالمين

أهمية البحث:

تتبع أهمية هذه الدراسة من كونها تتطرق الي قضية اصبحت شغلاً شاعراً للمنظمات الاقتصادية والمجتمع على حد سواء. فقد اصبحت المسؤولية الاجتماعية ركناً اصيلاً من اركان النهوض بالمجتمعات وإعانة الحكومات بالمساندة الاقتصادية والاجتماعية. فأن المسؤولية الاجتماعية اصبحت تحظى باهتمام المؤسسات وتتخذ منها اداة مهمة للوصول الي تحقيق غاياتها في وصول الي اصحاب المصالح الذي تهتم المنظمة بالحصول على اهتمامها وتقديرهم واستمرار التعامل معهم كما ان يستمد البحث اهميته في الجانب النظري

منهج البحث:

استخدم فريق البحث المنهج الوصفي الذي يهتم بتحليل وتفسير خصائص ظاهرة معينة كمياً وكيفياً في سياق مجتمع معين وهو ما يعطي معلومات دقيقة وخصائصها والعوامل المؤثرة فيها. اداة جمع البيانات: اعتمد فريق البحث في جمع بياناتها على صحيفة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات المطلوبة للاجابة على تساؤلات الدراسة. وقد تم تصميم هذه الأداة بالاستناد الى أهداف الدراسة ومجالاتها وحدودها كما تم توزيع الاسئلة على عدة محاور ثم عرض نتائج الدراسة وفقاً لها. وقد تم عرض هذه الاسئلة على عدد من المحكمين من اساتذة الاعلام وبنا على ملاحظاتهم تم تعديل الاستبانة

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: أجري كل من Siphwe P. Mandina وChristine V. Maravire

عن فعالية المسؤولية الاجتماعية في تحسين الصورة الذهنية للشركة¹

زيمبابوي (UM) Unki mine اجريت الدراسة على شركة

بالتكرار على المسؤولية الخيرية وقد اجريت الدراسة على عينة حجمها (208)

تكونت العينة من مديريين في الشركة، موظفين، المجتمع المحلي وموظفين من المجلس الريفي لمنطقة

¹ Siphwe P. Mandina- Christine V. Maravire Effectiveness of Corporate Social Responsibility in Enhancing -Company Image - Midlands State University, Victoria S. Masere Journal of Applied Business and Economics vol. 16(3) 2014 153 تاريخ الاسترجاع 2019/11/10- تاريخ الاسترجاع

الاهداف: تهدف الدراسة الى: التحقق من فعالية المسؤولية الاجتماعية في تعزيز صورة الذهنية

1- كشفت الدراسة عن النتائج الاتية:

ترى نسبة 85% من المبحوثين ان المسؤولية الاجتماعية تحسن صورة الشركة

-تحسن أنشطة المسؤولية الخيرية العلاقة بين الشركة والمجتمع المحلي

-نسبت النتائج العلاقة الطيبة بين المجتمع المحلي والشركة الى المسؤولية الخيرية

-اظهرت الدراسة ان العلاقات بين المجتمع ينتج عنها تصريح اجتماعي او قبول لممارسة نشاط الشركة

-اظهرت النتائج ان الشركة تولي اهمية لتحقيق التوافق بين توقعات اصحاب المصالح وأنشطة المسؤولية

الخيرية

تعريف المسؤولية الاجتماعية:

تعرف المسؤولية الاجتماعية بأنها تعهد والتزام رجال الأعمال في مواصلة السياسات لصنع القرارات ومعالجة الحالات المرغوبة ولتحقيق الأهداف والقيم لعموم المجتمع.2 يرى البعض ان المسؤولية الاجتماعية بمثابة تذكير للشركات بمسؤولياتها وواجباتها إزاء مجتمعها الذي تنتسب إليه، بينما يرى البعض الآخر أن مقتضى هذه المسؤولية لا يتجاوز مجرد مبادرات اختيارية تقوم بها الشركات صاحبة الشأن بإرادتها المنفردة تجاه المجتمع. ويرى آخرون أنها صورة من صور الملاءمة الاجتماعية الواجبة على الشركات.

وقد عرف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة المسؤولية الاجتماعية على أنها الالتزام المستمر من قبل شركات الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية وتحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل. المسؤولية الاجتماعية للشركات هي منهجية عمل تتبناها الشركات في ممارسة الأعمال التجارية حيث تقوم هذه الشركات3 بدمج الممارسات الأخلاقية في جميع عملياتها الإدارية والتجارية. يعرف البنك الدولي المسؤولية الاجتماعية بأنها التزام أصحاب النشاطات الاقتصادية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع المجتمع المحلي لتحسين مستوى المعيشة بأسلوب يخدم الاقتصاد و التنمية في ان واحد كما أن الدور التنموي الذي يقوم به القطاع الخاص يجب أن يكون بمبادرة داخلية و قوة دفع ذاتية من داخل صناع القرار في المؤسسة. وتعرف جمعية الإداريين

² رقية عيران - المسؤولية الاجتماعية للشركات بين الواجب الوطني الاجتماعي والمبادرات الطوعية سوق فلسطين للأوراق المالية- تاريخ الاسترجاع 2019/12/23

³ www.TamkeenConsult.com/Tag.php/lang=AR-2013. المسؤولية الاجتماعية لراس المال في مصر- بعض التجارب

الدولية- المركز المصري للدراسات الاقتصادية - سبتمبر 2008 - القاهرة. الاسترجاع 2018//12/1

الأمريكيين المسؤولية الاجتماعية بأنها استجابة إدارة الشركات إلى التغير في توقعات المستهلكين والاهتمام العام بالمجتمع والاستمرار بإنجاز المساهمات الفريدة للأنشطة التجارية الهادفة إلى خلق الثروة الاقتصادية. وعرفها (Holmes) هي التزام على منشأة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه و ذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية ومكافحة التلوث وخلق فرص عمل.

مفهوم المسؤولية الاجتماعية: لم يكن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في النصف الأول من القرن العشرين معروفا بشكل واضح حيث كانت المؤسسات تحاول جاهدة تعظيم أرباحها وبشتى الوسائل⁴ ومع النقد المستمر الحاصل لمفهوم تعظيم الأرباح ظهرت بوادر تبني المؤسسات دورا أكبر تجاه البيئة والمجتمع اللتان تعمل فيهما. مع بداية النصف الثاني من القرن العشرين ركز العديد من الباحثين على ضرورة ابتعاد منظمات الأعمال عن الاهتمام بالأرباح كهدف وحيد إذ تحاول تعظيمه في شتى الظروف والأحوال وبعدم طرح الباحث المعروف في إدارة الأعمال (بيتر دركر) المسؤولية الاجتماعية كأحد المجالات التسعة التي يفترض بمنظمات الأعمال أن تتبنى أهدافا إجتماعية .

مفهوم التنمية المستدامة Corporate Sustainable Development

البعد الاجتماعي: لابد للمؤسسة أن تسهم في تحقيق رفاهية المجتمع الذي تعمل فيه، وتحسين شؤون العاملين فيها ورعايتهم بما ينعكس إيجاباً على زيادة إنتاجهم وتنمية قدراتهم الفنية ،وتوفير الأمن المهني والوظيفي والرعاية الصحية والمجتمعية لهم .

-البعد البيئي: لابد للمؤسسة أن تراعي الآثار البيئية المترتبة على عملياتها ومنتجاتها، والقضاء على الانبعاثات السامة والنفائات وتحقيق أقصى قدر من الكفاءة والإنتاجية المتاحة وتقليل الممارسات التي قد تؤثر على تمتع البلاد والأجيال القادمة بهذه الموارد.

التطور التاريخي للمسؤولية الاجتماعية:

تمتد جذور المسؤولية الاجتماعية بالتأكيد قبل الحرب العالمية الثانية المسؤولية الاجتماعية بدأت المسؤولية الاجتماعية بالمشروعات الصناعية ثم امتدت لتشمل كل المؤسسات والمنظمات .

- نهال المغرل وياسمين فؤاد، المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في مصر: بعض التجارب الدولية، المركز المصري للدراسات الاقتصادية، ورقة عمل رقم 138، مصر، سبتمبر 2008

وقد تطورت منذ مطلع القرن العشرين فلسفات اقتصادية تزامنت مع الانفصال المتزايد بين الملكية والإدارة في الشركات 5 الحديثة. وقد لاقت فكرة المسؤولية الاجتماعية انتشاراً واسعاً في الستينيات من القرن الماضي ثم زاد بها الاهتمام بها بعد ذلك حتى ان بعد المنشآت أصبحت تعتبر المسؤولية الاجتماعية نشاطاً أساسياً وليس مجرد برامج إضافية. أدت العديد من التحديات التي تنامي مفهوم المسؤولية الاجتماعية منها:

-العولمة: وتعد من أهم القوى الدافعة لتبني المنظمات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، حيث أضحت العديد من الشركات متعددة الجنسية (Multinational Companies (MNCs ترفع شعار المسؤولية الاجتماعية وأصبحت تركز في حملاتها الترويجية على أنها تهتم بحقوق الإنسان، وأنها تلتزم بتوفير ظروف عمل آمنة للعاملين، وبأنها لا تسمح بتشغيل الأطفال كما أنها تهتم بقضايا البيئة والحفاظ على الموارد الطبيعية. -تزايد الضغوط الحكومية والشعبية: من خلال التشريعات التي تنادي بضرورة حماية المستهلك والعاملين والبيئة.

-الكوارث والفوضى الأخلاقية: حيث تعرضت الكثير من المنظمات العالمية لقضايا أخلاقية، مما جعلها تتكبد أموالاً طائلة كتعويضات للضحايا أو خسائر نتيجة المنتجات المعيبة.

المسؤولية الاجتماعية في السودان:

6 النفير، الفرع أبو مروّه جميعها قيم ومفاهيم سودانية تعني -حديثاً- المسؤولية الاجتماعية، وفي المال حق معلوم للسائل وللزكاة أولوية فهي تطهير للمال وبهذه الثوابت يمكن أن يكون هنالك مؤشر سوداني نحو المسؤولية الاجتماعية، ولا بد من الالتفات لمكونات وخصائص المجتمع السوداني ومعرفة ضوابطه والتحول الديموغرافي الذي طرأ عليه مثل الحروب والكوارث الطبيعية والنزوح واللجوء التي أحدثت تغييراً في المجتمع السوداني وكذلك في موارده المختلفة إن مفهوم المسؤولية الاجتماعية هو مفهوم حديث لقيمة ومعنى قديم راسخ في المجتمع السوداني (النفير، الفرع، أبو مروّه) وجميعها مفاهيم سودانية تعني المسؤولية الاجتماعية.

⁵ حسين عبد المطلب الأسرج، ماجستير الاقتصاد، دبلوم معهد التخطيط القومي، باحث اقتصادي أول ومدير إدارة بوزارة الصناعة والتجارة الخارجية المصرية. تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدول العربية - E.mail: h.alasrag@gmail.com تاريخ الاسترجاع 2019/7/4

فاطمة عمر الطاهر - صحفية وكاتبة سودانية- المسؤولية الاجتماعية مفهوم حديث لقيم سودانية راسخة - ⁶

تاريخ الاسترجاع 2019/12/7 شبكة الشروق

7 جهود السودان لترسيخ مفاهيم المسؤولية المجتمعية: أولاً السودان اهتماماً بالغاً بالمسؤولية الاجتماعية خلال عقد مؤتمرات وورش عمل منها ملتقى الخرطوم الإقليمي للمسؤولية الاجتماعية والذي أتى في إطار ترسيخ مفاهيم المسؤولية الاجتماعية والذي رعته مجموعة سوداثل ذهبيا والذي عقد بالخرطوم بفندق السلام روتانا بالخرطوم.

الإتفاق العالم Global Compat⁸ يعتبر الإتفاق العالمي من أهم المرتكزات في هذا الجانب، وتأتي أهميته من أنه صادر من اعلي مؤسسة أممية في العالم وهي منظمة الأمم المتحدة (اقترح الأمين العام للأمم المتحدة السيد (كوفي عنان) لأول مرة الإتفاق العالمي في خطابه أمام المنتدى الاقتصادي العالمي الذي عقد في 1 كانون الثاني 1999 م، وتم إطلاق المرحلة الأولى التنفيذية للإتفاق العالمي في مقر الأمم المتحدة في نيويورك 26 تموز 2000 م وطالب الأمين العام للأمم المتحدة قادة الأعمال بالإنضمام للمبادرة الدولية (الإتفاق العالمي) التي تجمع الشركات بهيئات الأمم المتحدة ومنظمات العمل والمجتمع المدني لدعم المبادئ العشرة في مجالات حقوق الإنسان والعمل والبيئة) 9 .

الأهداف الإنمائية للألفية الجديدة: وأيضاً من المرتكزات الأساسية للمسؤولية الاجتماعية والتي مثلت إطاراً عاماً للأهداف والبرامج العامة والمشروعات يمكن أن تعمل عليها الشركات الأهداف الإنمائية للألفية الجديدة والتي جاءت من ثمرات مؤتمر الأمم المتحدة فيما عرف بقمة الألفية والذي التزمت فيه (189) دولة عضواً في الأمم المتحدة (بالعمل من أجل خلق عالم يكون فيه التخلص من الفقر وتحقيق التنمية المستدامة على قمة الأولويات.

أبعاد المسؤولية الاجتماعية: أشار كل (Pride & Ferrell) الى أربعة أبعاد للمسؤولية الاجتماعية تمثلت في: المسؤولية الإنسانية: أي أن تكون المنظمة صالحة وتعمل علناً لإسهامها في تنمية وتطوير المجتمع وتحسين نوعية الحياة. -المسؤولية الأخلاقية: بمعنى أن تكون المنظمة مبنية على أسس أخلاقية، وأن تلتزم بالأعمال الصحيحة، وأن تمتنع عن إيذاء الآخرين. -المسؤولية القانونية: أي التزام المنظمة بإطاعة القوانين، واكتساب ثقة الآخرين من خلال التزامها بتنفيذ الأعمال الشرعية وعدم القيام بالأعمال المخلة بالقانون.

⁷ د.أزهري الطيب الفكي أحمد - ورقة: الشراكة والمسؤولية المجتمعية للمؤسسات المالية الماهية والمجالااتوالتطورالتأريخمديرعامسوقالخرطوملأوراقالمالية- 2018م-

قطر -الاسترجاع 2019/10/10

⁸ عصام بابكر كوكو البشير- دور برامج المسؤولية الاجتماعية في تعزيز الصورة الذهنية لشركات الاتصالات-رسالة غير منشورة- 2015- ص 54-

-المسؤولية الاقتصادية: بأن تكون المنظمة نافعة ومجدية اقتصاديا بأن تكون المنظمة نافعة ومجدية اقتصاديا وأن تحاول جاهدة توفير الأمان للآخرين.

أهمية تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال: المسؤولية الاجتماعية أهمية كبيرة بالنسبة للمنظمة والمجتمع والدولة على حد سواء أهمها:

تتجسد أهمية المسؤولية الاجتماعية من خلال المردود المتحقق للجهات من المجتمع والاعمال على علاقة وثيقة متداخلة ومستقلة تحتاج مؤسسات الاعمال الى دعم اجتماعي كي ينمو ويزهر وبالمثل يحتاج المتجمع الى الخدمة وترقية الرفاهية الاجتماعية ولا يصح لمؤسسات الاعمال ان تعمل من اجل زيادة وتوسيع الارباح ولكن من اجل تحقيق الاكتفاء لحاجات المستهلكين الاعمال ورفاهية المجتمع ولن تحصل مؤسسات الاعمال على تأييد الحكومة والمجتمع المحلي والمستهلكين الا في حالة ان تكون المؤسسات واعية بواجباتها ومسئولياتها تجاه المجموعات المختلفة من مستهلكين.

اهمية المسؤولية الاجتماعية:

بالنسبة للدولة : سيؤدي التزام المنظمات بالدور الاجتماعي والبيئي إلى تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهمات والخدمات الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية المجتمع وانتقالها إلى الحاجات الاجتماعية وتحقيق جانب من ذاتية الفرد والمجموعة.

بالنسبة لمؤسسات الاعمال: تؤدي الى دعم اجتماعي كي تنمو ويزهر وبالمثل يحتاج المتجمع الى الخدمة وترقية الرفاهية الاجتماعية10 بمجمعاتها بمعنى أن الوفاء بالمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال يحقق لها العديد من الفوائد الاجتماعي فيما يلي:

-تعزيز المبيعات وولاء العملاء: تثمين النقاء البيئي دفع المستهلكين إلى الاهتمام الخاص بتأثير هذه العمليات والمنتجات على البيئة.

- زيادة الإنتاجية والجودة: إن الجهود التي تبذلها المنظمات في سبيل الاضطلاع بالمسؤولية الاجتماعية من خلال القوة العاملة والعمليات تؤدي في إلى زيادة الإنتاجية وتخفيض معدل وقوع الأخطاء وتعزيز الفعالية والكفاءة عن طريق تحسين ظروف العمل وزيادة مشاركة الموظفين في صنع القرار.

- زيادة القدرة على جذب الموظفين والاحتفاظ بهم

- زيادة التكافل الاجتماعي بين شرائح المجتمع وإيجاد شعور بالانتماء من قبل الأفراد والفئات المختلفة

مبادئ المسؤولية الاجتماعية¹¹: تركز المسؤولية الاجتماعية على مبادئ وقواعد أخلاقية منها:

¹⁰ ماجد إسماعيل-طارق مبيض بإشراف الدكتور : فداء ناصر . حلقة بحث بعنوان المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة- تاريخ الاسترجاع 2019/11/25

-مسؤولية المؤسسة كجزء فاعل في تنمية المجتمع-الشفافية في الأعمال التي تقوم بها المؤسسة.
التزام المؤسسة بالمبادئ الأخلاقية أمام مجتمعاتها وأمام العاملين فيها-احترام طلبات ورغبات أصحاب المصلحة من المساهمين-احترام حقوق الإنسان-احترام العلاقات الدولية والسلوكيات المتعارف عليها دولياً.

مفهوم الصورة الذهنية :

بدأ استخدام مصطلح الصورة الذهنية image عندما أصبح لمهنة العلاقات العامة تأثير كبير و ذلك مع بداية النصف الثاني من القرن العشرين و قد كان لكتاب (تطوير صورة المنشأة) للكاتب الأمريكي لي بريستول Lee Bristol في عام 1960 اثر كبير في نشر لمفهوم صورة المنشأة بين رجال الأعمال و ما لبث أن تزايد استخدام هذا المصطلح في المجالات التجارية و السياسية و الإعلامية و المهنية , و يعني شكل أو صفة الشيء كما فهمها الإنسان و تدبرها و استقرت في ذهنه أو عقله .

تعريف الصورة الذهنية:

يعرف كينيث بولدنج الصورة الذهنية على أنها صورة ذهنية مبنية على خبرات الإنسان السابقة منذ لحظة الميلاد. 12

أهمية الصورة الذهنية:

تتمثل أهمية الصورة الذهنية في انها تعتبر من أعلى موجودات المؤسسة رغم أنها انطباع في الذهن تعتبر الصورة الذهنية من العناصر المهمة في رأس مال الفكري الذي يساهم في جذب العملاء الاحتفاظ بهم زيادة الدخل، نمو المؤسسة وتحريك الرأي العام والمجتمعات المحلية وخلق ميزة تنافسية للمؤسسة أنواع الصورة الذهنية: الصورة الذهنية الذاتية: هي إحساس المنظمة بنفسها

الصورة الحالية: وهي التي يرى بها الآخرون المؤسسة

مكونات أو أبعاد الصورة الذهنية:

- البعد أو المكون المعرفي Cognitive component: ويقصد بهذا البعد المعلومات التي يدرك من خلالها الفرد موضوعاً أو قضية أو شخصاً ما وتعتبر هذه المعلومات هي الأساس الذي تبنى عليه الصورة الذهنية التي يكونها الفرد عن الآخرين وعن الموضوعات والقضايا المختلفة،

- البعد أو المكون الوجداني Affective component: يقصد بالبعد الوجداني الميل بالإيجاب أو السلب تجاه موضوع أو قضية أو شخص أو شعب أو دولة ما في إطار مجموعة الصور الذهنية التي يكونها

المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية في فلسطين مركز التخطيط الفلسطيني - غزة- رائد محمد حلس¹¹

تاريخ الاسترجاع 2019/9/23

¹² علي عوجة . العلاقات العامة و الصورة الذهنية . (عالم الكتب : الطبعة الأولى: القاهرة : 1983

الأفراد، ويتشكل الجانب الوجداني مع الجانب المعرفي ومع مرور الوقت تتلاشى المعلومات والمعارف التي كونها الأفراد وتبقى الجوانب الوجدانية التي تمثل اتجاهات الأفراد نحو الأشخاص والقضايا والموضوعات المختلفة

- البعد أو المكون السلوكي Behavioral component: يعكس سلوك الفرد طبيعة الصورة الذهنية المشكلة لديه في مختلف شئون الحياة، حيث ترجع أهمية الصورة الذهنية في أحد أبعادها إلى أنها تمكن من التنبؤ بسلوك الأفراد، فسلوكيات الأفراد يفترض منطقياً أنها تعكس اتجاهاتهم. أهمية الصورة الذهنية

فوائد الصورة الايجابية للمنظمة: لها فوائد متعددة هي:

- مساعدة المنظمة في اجتذاب أفضل العناصر للعمل بها.
- تدعم علاقة المنظمة مع جماهيرها الداخلية والخارجية.
- اقناع السلطات والجماهير بأهمية الدور الاجتماعي للمنظمة في خدمة المجتمع.
- تنمي استعداد الجماهير الذين قبل إصدار الحكم على المنظمة في اوقات
- المساعدة في اقناع الهيئات المالية باستثمار اموالها في المنظمة.
- الصورة الجيدة تبني الثقة، الولاء والعلاقات الجيدة مع العملاء¹³
- تعكس الصورة الذهنية للمنظمة نتائج تفاعلات الجماهير مع المنظمة لذا فتجاهلها يعرض المنظمة للخطر ومن المهم القياس المتواصل للمدركات المتحققة من الصورة الذهنية واستثمار النتائج الايجابية المتحققة عنها.

العناصر المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية:

- صورة العلامة التجارية: وتتمثل في رجة النجاح المتوقع من الاتصال في تكوين صورة: ايجابية عن المؤسسة بتأثير الثقة بعلامتها التجارية.
- صورة منتجات المؤسسة:** فمنتجات أية مؤسسة أو خدماتها ومدى جودتها وتميزها، ومدى قدرتها على مسايرة التغير في اتجاهات العملاء ومسايرة التطور العلمي في إنتاجها وتقديمها تؤثر على تقييم الجماهير لأعمال المؤسسة وتساهم في تكوين صورة طيبة لها لدى أولئك الجماهير.

¹³مرجع سابق Siphwe P. Mandina-Christine V. Maravire

صورة إدارة المؤسسة (فلسفة المؤسسة): إن إدارة المؤسسة هي الرمز الذي تعرف به لدى الجماهير من خلال قيامها بالاتصالات الناجحة في إدارة علاقاتها مع الجهات المختلفة الجماهير الخارجية وهي الإطار الذي يحدد كل اتصالات المؤسسة ورسائلها الموجهة إلى الجماهير ويرسم صورتها الذهنية.

أداء موظفي المؤسسة: تتمثل في قدرة موظفي المنظمة على تمثيلها بشكل مشرف لدى الجماهير من خلال التعامل الطيب معهم وكفاءة وسرعة أداء المهام المنوطة بهم مما يعطي انطباعاً إيجابياً نحوها. **برامج المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة:** وهي تجسد الأعمال الفعلية للمؤسسة وسياساتها الرسمية تجاه المجتمع ككل وجماهير المؤسسة في كل ما يصدر عنها من قرارات

العلاقة بين الصورة الذهنية وممارسة المسؤولية الاجتماعية: تعد ممارسة المنظمة للمسؤولية الاجتماعية عاملاً مؤثراً في عواطف الجماهير نحو المؤسسة وكسب ثقتهم وتأييدهم سواء ما يخص الجماهير الداخلية أو الخارجية أو البرامج المجتمعية والبيئة المختلفة هي جزء من مكونات الصورة الذهنية لأنها تجسد السلوك الأخلاقي للمؤسسة تجاه المجتمع والجماهير الداخلية والخارجية

شركة سوداتل النشأة والتطور

تعتبر مجموعة سوداتل للاتصالات من الشركات السودانية المهمة في العالم العربي الاقتصادي والتي جاءت نتيجة سياسة الخصخصة في مارس 1993 حيث تم تحويل المؤسسة العامة للمواصلات السلوكية واللاسلكية إلى شركة مساهمة عامة باسم الشركة السودانية.

خدمات سوداتل: تقدم سوداتل باقة من خدمات الاتصالات المتنوعة ذات قدرة على المنافسة وتعنى سوداتل بتوفير خدمات الهاتف المحمول والثابت ونقل الحركة وخدمات البيع بالجملة. عملت سوداتل على التوسع في استثماراتها خارجياً حيث قصدت الفضاء الأفريقي مجالات الهاتف المحمول والهاتف الثابت والإنترنت المسؤولية الاجتماعية في سوداتل:

تعتبر سوداتل رائدة في مجال ممارسة المسؤولية الاجتماعية في السودان حيث بدأت في العام 1998 حينها تسمى المساهمة المجتمعية عبر مشروعات التنمية المستدامة كما تم تنفيذ برامج داخلية صبت في مصلحة أصحاب المصلحة وإن لم تكن تحت مسمى المسؤولية الاجتماعية ولكنها تحمل قيمها ومضامينها ثم برنامج يسمى التزامنا اهتمت سوداتل بالعاملين وأسرهم وأنشأت لهم صناديق خاصة لزيادة دخولهم وشجعت على بث ثقافة الإيدار والعمل الطوعي وسط العاملين عبر تكوين رويط الأسر الممتدة التي نفذ من خلالها العاملون برامج صبت في مصلحة المجتمع

الشراكات المجتمعية: نجحت سودائل في تأهيل منظمات وطنية لتشاركها هم تنفيذ المشروعات والأشراف على البرامج بشكل يخدم المجتمع والشركة في المجالات التالية:

مشروعات التعليم: عملت سودائل في محور التعليم وفق رؤية واضحة (الإنسان هو الرأسمال الحقيقي للتنمية والاستثمار فيه يفتح آفاقا واسعة للنمو والتطور لذا جاء إهتمام سودائل بالتعليم مشروع كفالة الأيتام: نجحت سودائل في تأهيل منظمات وطنية لتشاركها تنفيذ المشروعات والأشراف على البرامج في مجال كفالة الأيتام عن طريق (26) منظمة وطنية تعمل في مجال رعاية الأيتام مشروعات الصحة: اهتمت سودائل بالمساهمة الفاعلة في ترقية البيئة الصحية عمل صحي مقدر حيث تم تنفيذ مشروعات نوعية بالعاصمة والولايات.

رعايات ومناشط: سعت سودائل مناشط عديدة في إطار مساعيها لترسيخ قيم المسؤولية الاجتماعية محور المقاولين والوكلاء والموردين للأجهزة: تعتبر سودائل المقاولين والوكلاء والموردين للأجهزة وفي في الذين تتعامل معهم شركاء اصلاء.وقد تعاملت سودائل مجال بناء شبكاتها وتسويق خدماتها وعملياتها . محور منظمات المجتمع المدني: لا يمكن لأي شركة ان تهمل منظمات المجتمع المدني بداخلها بإعتبارها ركائز اساسية من ركائزها في النهضة.

مناقشة النتائج

- بينت النتائج غالبية المبحوثين بنسبة (88.6%) يوافقون بدرجات متفاوتة وافقوا بان ممارسة الشركة للمسؤولية الاجتماعية -تساهم في تعزيز القيم الاخلاقية والتكافل الاجتماعي -تبين من تحليل نتائج الدراسة ان بنسبة (91.4%) يوافقون على ان مساهمة الشركة في دعم البنية التحتية وإقامة المشاريع المحلية ذات الطابع التنموي جعلها متميزة من حيث الدعم الاجتماعي والاقتصادي والصحي والتعليمي وهذا يعتبر ميزة تعزز -يتبين وبنسبة (91.5%) وافقوا على ان بناء الشركات ساعد مع منظمات المجتمع المدني على تنفيذ عدد كبير من المشاريع ذات العائد الاجتماعي. يتبين النتائج ان نسبة (53.3%) لا يوافقون على ان الشركة تمارس برنامج المسؤولية الاجتماعية لدعم الجهود الترويجية فقط -يتبين من النتائج ان نسبة (60.0%) يرون مساهمة الشركة في اقامة المشاريع ذات الطابع التنموي يعدمن اجل كسب مساندة السلطات وهذا يعد مؤشرا سلبيا

-كانت نسبة المحايدين بالنسبة الى ان الشركة تلتزم في اختيار العاملين بالكفاءة والجدارة وليس لاعتبارات شخصية وواسطة محسوبية نسبة (42.9%) بينما وافقت نسبة (34.3%) فقط على ذلك

-يتبين ان نسبة (60%) من المبحوثين يوافقون على ان الشركة تلتزم بتوفير فرص مناسبة للتدريب والترقي دون ظلم لاحد

-تبين ان نسبة (82.8%) يوافقون وبدرجات متفاوتة على ان الشركة تلتزم بتوفير بيئة عمل مناسبة .

- اوضحت النتائج ان نسبة (79.9%) وافقوا على ان الشركة تلتزم بتوفير الرعاية الاجتماعية والصحية المناسبة للعاملين

-تبين ان نسبة (62.8%) يوافقون وبدرجات متفاوتة على ان ممارسة الشركة للمسؤولية الاجتماعية جذبتا فضلا لعناصر للعمل

تبين النتائج ان نسبة (54.2%) يوافقون وبدرجات على ان متفاوتة على ان الشركة لا تتبع النزاهة في ترقية العاملين

-يتبين من النتائج وبنسبة (75%) يوافقون على ان الشركة تعتبر العاملين شركاء قيمين يجبا احترام مقترحاتهم تبين نتائج الدراسة ان نسبة (57.1%) يوافقون الشركة تهتم باقامة علاقات طيبة مع عملاءها من اجل زيادة المبيعات يتبين النتائج وبنسبة (62.8%) التزام الشركة بتنفيذ الاتفاقيات التي تبرمها مع عملائها وبالوقت المناسب يولد الثقة.

التوصيات:

-التركيز على ترقية الوعي لدى العاملين بان ممارسة المسؤولية الاجتماعية عملية اساسية لترقية المجتمع.
- حث المنظمات ومؤسسات الأعمال على مزيد من البرامج الاجتماعية لخدمات المجتمعات والأيفاء بالتزامات المسؤولية الاجتماعية.

المراجع:

- المسؤولية الاجتماعية لمؤسساتا لقطاع الخاص مؤتمر العمل العربي.-الدورة الخامسة والاربعون .القاهرة. الاسترجاع 2018/12/1
- احمد السيد طه كرى.ادارة الصورة الذهنية للمنظمات فى اطار واقع المسؤولية الاجتماعية .جامعة بنها. 2011 تاريخ الاسترجاع 2019/10/26
- أم كلثوم جماعي- أ. سمير بن عبدالعزيز- الركائز الأساسية لنجاح المسؤولية الاجتماعية فى المنظمات الأعمال- تاريخ الاسترجاع 2018/12/1
- د.أزهر الطيب الفكي أحمد- ورقة :الشراكة والمسؤولية لمجتمعية للمؤسسات المالية الماهية والمجالات والتطور التاريخي-2018-الاسترجاع 2019/10/10
- خلف لافال حلبا الحماد. الصورة الذهنية لرجال الأعمال بالرداءات لأعمال الأدنى. الاردن. تاريخ الاسترجاع 2019/12/23

- رقية عيران -المسؤولية الاجتماعية للشركات بين الواجب الوطني الاجتماعي والمبادرات الطوعية سوق فلسطين للأوراق المالية تاريخ الاسترجاع 2020/7/6
- رائد محمد حلس- المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية في فلسطين – غزة- تاريخ الاسترجاع 2/9/23

الضغوط المهنية والإدارية للصحفيين وانعكاسها على واقع الصحافة الاستقصائية في فلسطين The repercussions of professional and administrative pressures on investigative journalism in Palestine

د. محمد نافذ فروانة
محاضر في جامعة الإسراء- غزة
د. حسن يوسف دوحان
محاضر في الجامعات الفلسطينية

الملخص:

هدفت الدراسة الى التعرف على أنواع وأشكال وطبيعة الضغوط المهنية والإدارية المؤثرة على أداء الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين، وتوصيف مدى انعكاسها وتأثيرها على أداءهم عند إعداد التحقيقات الاستقصائية، في إطار نظرية حارس البوابة في العمل الصحفي، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدم الباحث في دراسته أداة صحيفة الاستقصاء الخاصة بالصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين، وبلغت عينة البحث 63 استبانة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين يتعرضون للضغوط المهنية والإدارية بشكل مرتفع عند إعداد التحقيقات الاستقصائية، خاصة لدى الصحفيات، وجاءت انعكاسات الضغوط على الأداء المهني بدرجة متوسطة، وتعرض الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين بدرجة مرتفعة للعديد من الانتهاكات والتي تؤثر على ادائهم أثناء اعداد التحقيقات الاستقصائية، من بينها الملاحقة القضائية والأمنية وغيرها، وأن الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين يعانون عن عدم توفير المؤسسات الاعلامية التي يعملون بها الادوات اللازمة لعملهم الاستقصائي أثناء اعداد التحقيقات الاستقصائية، ورفض عدد من المؤسسات الاعلامية الفلسطينية نشر نتائج التحقيقات الاستقصائية التي أعدها صحفيون يعملون بها او صحفيون يعملون بشكل حر.

الكلمات المفتاحية: الصحفيين الاستقصائيين، الصحافة الاستقصائية، الصحافة الاستقصائية في فلسطين، الضغوط المهنية والإدارية على الصحفيين.

Abstract

The study aimed to identify the types, forms and nature of professional and administrative pressures affecting the performance of Palestinian investigative journalists, and to describe the extent of its reflection and impact on their performance when preparing investigative investigations, within the framework of the gatekeeper theory in journalistic work. The investigation newspaper for Palestinian investigative journalists, and the research sample amounted to 63 questionnaires, and the study reached several results, the most important of which is that Palestinian investigative journalists are subjected to high professional and administrative pressures when preparing investigative investigations, especially among female journalists. Palestinians have a high degree of many violations that affect their performance during the preparation of investigative investigations, including judicial and security prosecutions, among others, and that Palestinian investigative journalists suffer from the failure of the media institutions in which they work to provide the necessary tools for their investigative work during the preparation of investigative investigations, and the refusal of a number of Palestinian media institutions Publishing the results of investigative investigations prepared by journalists working for them or journalists working as freelancers.

مقدمة:

تعتبر التحقيقات الاستقصائية من أكثر الاعمال الصحفية قوة وتأثيراً في الرأي العام، ويتصف الصحفيون العاملون في هذا المجال بمميزات لا تتوفر لدى نظرائهم من الصحفيين، خاصة أن ممارسي هذا العمل يبذلون جهد كبير من أجل البحث والتحري عن المعلومات والحقائق المتعلقة بقضايا التي تهم الشأن العام، ويأتي دور الصحفي الاستقصائي في كشف المستور وتقديمه للرأي العام مدعوماً بالأدلة والوثائق التي تثبت صحة فرضيته، من أجل الوصول الى الهدف المطلوب وكشف الحقائق.

وبرغم أهمية التحقيقات الاستقصائية في تحقيق الديمقراطية والمساعدة في كشف الفساد، إلا أن هناك بعض المؤسسات الاعلامية تمارس ضغوط ادارية ومهنية على الصحفيين الاستقصائيين، خاصة عندما يتعلق الأمر بوجود مصالح مشتركة مع أحد الأطراف، مما يعيق عمل الصحفي تنفيذ التحقيق بكل حرية.

وفي فلسطين تم انجاز ما يقرب من 200 تحقيق استقصائي خلال العشرة سنوات الماضية، هذه التحقيقات تناولت قضايا شائكة ومهمة وركزت جميعها على الوضع التعليمي والصحي والاجتماعي والامني والزراعي وكشفت انماط من الفساد الاداري والمالي والتنظيمي وغياب الرقابة والمسائلة، وساهمت في تحسين اداء تلك المؤسسات.

وأدى ظهور مؤسسات مثل شبكة اعلاميون من صحافة استقصائية عربية "أريج"، والائتلاف من أجل النزاهة والمسائلة أمان، والتي قامت بدورها بتدريب عدد من الصحفيين والإعلاميين الى تنامي هذا النوع من الفنون الصحفية، وافتتاح أقسام خاصة بالصحافة الاستقصائية داخل المؤسسات الصحفية الفلسطينية. ويعاني الصحفيون الاستقصائيون في فلسطين من صعوبة الحصول على المعلومات، وعدم وجود بيئة حاضنة لإنتاج التحقيقات الاستقصائية، إضافة الى عدم وجود ميزانية تغطي نفقات انجاز التحقيق الاستقصائي.

الدراسات السابقة

وأظهرت عدد من الدراسات السابقة حول الضغوط الادارية والمهنية وجود الضغوط (الشورجي 2018) التي تواجه المراسلين بنسبة متوسطة (59.11%)، خاصة الضغوط الخارجية، يليها الضغوط الشخصية والاجتماعية، فيما كشفت دراسة (حمودي 2018) أن الاعلاميين العاملين في قناة العراقية نيوز يتأثر أدائهم بتغيرات البيئة السياسية المستمرة في العراق بنسبة (36%)، أما دراسة (شلط 2018) أظهرت أن المردود المادي للقائم بالاتصال من أهم الضغوط المهنية بنسبة (75.40%).

وفي مجال الصحافة الاستقصائية: أظهرت دراسة (فروانة 2018) حرص الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين للمحافظة على سرية مصادر المعلومات الخاصة بنسبة (87.60%)، بينما برروا لجوءهم الى التسجيل والتصوير السري لصعوبات الحصول على المعلومات بنسبة (74.40%)، وايدوا بدرجة كبيرة قيام الصحفي الاستقصائي بالتكرار للوصول الى المعلومات بنسبة (72.80%).

وبينت دراسة (حسن 2017) أن النسبة الكبرى من الصحفيين الذين تلقوا تدريباً على الصحافة الاستقصائية قد تدربوا في مؤسسات محلية بنسبة (64.9%)، في حين (21.3%) تدربوا لدى مؤسسات عربية، وأظهرت دراسة (Gearing 2016) أن استخدام التكنولوجيات في الصحافة الاستقصائية يعمل على توسيع نطاق عملها خارج الحدود المحلية.

مشكلة الدراسة: من خلال عمل الباحثين في مجال التحقيقات الاستقصائية بجريدة الحياة الجديدة، تعرض الباحثان لمجموعة من الضغوط المهنية والإدارية، فيما لاحظا وجود تلك الضغوط بشكل أو بآخر في عدد من المؤسسات الاعلامية الفلسطينية.

وبناء على ما سبق تتحدد مشكلة الدراسة في التعرف على مدى تأثير الضغوط المهنية والإدارية على أداء الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين وانعكاسها على واقع الصحافة الاستقصائية، والتعرف على مصادر تلك الضغوط، ومدى انعكاسها على الأداء المهني للتحقيقات الاستقصائية، وأهم المعوقات التي يواجهونها، وسبل علاجها.

أهمية الدراسة: تكتسب الدراسة أهمية خاصة لارتباطها بإشكالية " الضغوط المهنية والإدارية المؤثرة على أداء الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين وانعكاسها على واقع الصحافة الاستقصائية "، وتتضح أهمية الدراسة من خلال: إمكانية تطوير الأداء المهني للصحفيين الفلسطينيين عند اعداد التحقيقات الاستقصائية، والإسهام في تحديد سبل مواجهة الضغوط المهنية والإدارية.

أهداف الدراسة: تهدف الدراسة الى التعرف على أنواع وأشكال وطبيعة الضغوط المهنية والإدارية المؤثرة على أداء الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين، وتوصيف مدى انعكاسها وتأثيرها على أداء الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين عند إعداد التحقيقات الاستقصائية وتفسير ملامحها، في إطار نظرية حارس البوابة في العمل الصحفي.

تساؤلات الدراسة: تتطرق الدراسة من تساؤل رئيسي هو: ما هي الضغوط المهنية والإدارية المؤثرة على أداء الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين؟، ويتفرع منه عدد من التساؤلات الفرعية على النحو التالي:

1. ما هي أنواع وأشكال الضغوطات المهنية والإدارية التي تؤثر على الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين اثناء اعداد التحقيقات الاستقصائية؟
2. ما مستوى الضغوطات المهنية والإدارية التي تؤثر على الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين وانعكاسها على ادائهم عند إعداد التحقيقات الاستقصائية؟
3. ما هي الممارسات المؤثرة على أداء الصحفيين الاستقصائيين اثناء اعداد التحقيقات الاستقصائية؟
4. ما مدى توفير المؤسسات الاعلامية الفلسطينية للأدوات اللازمة للعمل للصحفيين الاستقصائيين اثناء اعداد التحقيقات الاستقصائية؟
5. هل توجد علاقة ارتباطية بين الضغوط المهنية والإدارية التي يتعرض لها الصحفيين الاستقصائيين وبين مدى انعكاسها على اعداد التحقيقات الاستقصائية؟
6. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha 0.05$) بين تأثير الضغوط المهنية والإدارية على الصحفيين اثناء اعداد التحقيقات الاستقصائية تبعاً لإختلاف العوامل الديمغرافية (العمر، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، مكان الإقامة، المسمى الوظيفي، النوع، الاهتمام بالتحقيقات الاستقصائية)؟
7. ما هي مقترحات الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين للعمل على تجنب الضغوطات المهنية والإدارية اثناء إعداد التحقيقات الاستقصائية؟

نظريات الدراسة:

القائم بالاتصال (حارس البوابة):

اعتمدت الدراسة على نظرية القائم بالاتصال (حارس البوابة) الذي يعتبر داخل المؤسسة الاعلامية أحد العناصر الفاعلة في نظام العمل، "ويلتزم بمجموعة السياسات التي يرسمها أصحاب الملكية أو القائمون عليها، وتتفق مع أهدافهم من إنشاء هذه المؤسسات¹. وحدد "مكاوي" عدد من العوامل التي تؤثر على حارس البوابة الاعلامية وهي معايير المجتمع وقيمه وتقاليد، معايير ذاتية، معايير مهنية، معايير الجمهور². وتستفيد هذه الدراسة من نظرية القائم بالاتصال من خلال التعرف على سمات وخصائص القائم بالاتصال والعوامل المؤثرة عليه، وكيف يتم معالجتها.

¹ عبد الحميد محمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3 عالم الكتب، القاهرة، 2010، ص177

² مكاوي حسن، نظريات الإعلام، ط1 الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009، ص78-84

نوع ومنهج الدراسة وأدوات الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتعتمد الدراسة على منهج الدراسات المسحية.

- أداة صحيفة الاستقصاء: قام الباحث بتصميم استبانة تتعلق بالضغوط المهنية والإدارية المؤثرة على أداء الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين، وتكون المقياس من (46) فقرة تغطي أربعة أبعاد، وهي: الضغوط المهنية، والممارسات المؤثرة على الصحفيين أثناء إعداد التحقيق الاستقصائي، والضغوط الإدارية، والأدوات اللازمة للصحفيين، كما قام الباحث بتصميم مقياس آخر يتعلق بمدى انعكاس الضغوط على الأداء المهني لدى الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين.

- أداة المقابلة: واستخدم الباحثان أداة المقابلة لغرض النتائج، وهي التي تستهدف الوصول إلى تقديرات كمية أو رقمية أو وصفية للظواهر المختلفة المرتبطة بالدراسة.³

مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من الصحفيين الممارسين والمهتمين بالصحافة الاستقصائية في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية، يبلغ عدد الصحفيين الاستقصائيين حسب إحصائية (فروانة، 2018)، 39,38 ما يقارب (125) صحفي وصحفية، موزعين (55) مسجلين في شبكة الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين، (45) عملوا في تحقيقات مدعومة من الائتلاف من أجل النزاهة والمساءلة "أمان"، إضافة إلى أن هناك ما يقارب (25) صحفي استقصائي يعملون لجهات عربية ودولية.

عينة الدراسة: تتكون عينة الدراسة من (63) صحفياً وصحفية من الذين قاموا بإعداد تحقيقات استقصائية، وتم استخدام العينة القصدية.

الصعوبات التي واجهت الباحث:

انقطاع التيار الكهربائي المستمر في قطاع غزة الأمر الذي أربك الباحثان.

عدم الرد على إرسال استمارة الاستقصاء إلا من خلال التواصل الشخصي.

إجراءات الصدق والثبات:

صدق المحتوى: تمت مراجعة صحيفة الاستقصاء مراجعة دقيقة للتأكد من تضمينها الإجابة على تساؤلات الدراسة وأهدافها.

الصدق الظاهري للمحتوى: وفي هذه الخطوة قام الباحث بعرض استبانة الاستقصاء على مجموعة من المختصين والمحكمين ♦، وتم إجراء التعديلات اللازمة التي أشاروا بها.

³ عبد الحميد محمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 93

اختبار الثبات: ومن أجل تحقيق ثبات استمارة الاستقصاء قام أحد المختصين بالبحث العلمي بعمل اختبار قبلي للاستمارة على عينة قوامها 5% (5) مبحوثين من عينة الدراسة.

أداة الدراسة: قام الباحث بتصميم استبانة تتعلق بالضغوط المهنية والإدارية المؤثرة على أداء الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين، وتكون المقياس من (46) فقرة تغطي أربعة أبعاد، وهي:

الضغوط المهنية: يتكون من 19 فقرة، الممارسات المؤثرة على الصحفيين أثناء إعداد التحقيق الاستقصائي: يتكون من 11 فقرة، الضغوط الإدارية: يتكون من 9 فقرات، الأدوات اللازمة للصحفيين أثناء إعداد التحقيق الاستقصائي: يتكون من 7 فقرات. كما قام الباحث بتصميم مقياس آخر يتعلق بمدى انعكاس الضغوط على الأداء المهني لدى الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين، حيث يتكون من 14 فقرة. فقد تم استخدام مقياس ليكرت الثلاثي للإجابة على بنود المقياس، حيث أن المقياس حصل على درجات مرتفعة من الصدق والثبات، فقد تراوحت معاملات الصدق لمقياس الضغوط المهنية والإدارية (0.71 - 0.88)، وكذلك بلغت معاملات الارتباط لمقياس انعكاس الضغوط على الأداء المهني (0.28 - 0.74) وهذا يدل على أن المقياس يتمتع بمعامل صدق عالي. وتم التحقق من معاملات الثبات بطريقة ألفا كرونباخ، فقد بلغ معامل ألفا كرونباخ لمقياس الضغوط المهنية والإدارية يساوي 0.94، كما بلغ معامل ألفا كرونباخ لمقياس انعكاسات الضغوط على الأداء المهني يساوي 0.74، وهذا دليل كافٍ على أن المقياس يتمتع بمعامل ثبات عالي ومرتفع.

الاساليب الاحصائية:

قام الباحث باستخدام البرنامج الاحصائي Statistical Package for the Social Sciences (SPSS v25.0)، للإجابة على تساؤلات الدراسة، حيث تم استخدام الاحصاءات الوصفية منها المتوسط والانحراف المعياري والتكرارات والنسبة المئوية والوزن النسبي، وتم استخدام معامل ألفا كرونباخ ومعامل ارتباط بيرسون للتحقق من معاملات الصدق والثبات، كما تم استخدام الاختبارات الاحصائية منها (اختبار t لعينتين مستقلتين، واختبار تحليل التباين الاحادي) للكشف عن الفروق بين متغيرات الدراسة.

نتائج الدراسة وتفسيرها

* الأستاذة والمختصون المحكمون لاستمارة الاستقصاء: د. بشرى الحمداني استاذ مساعد في كلية الاعلام، الجامعة العراقية -

بغداد، أ. د. سعد سلمان المشهواني استاذ الصحافة في قسم الاعلام بكلية الآداب، جامعة تكريت - العراق، د. هبة عبد المعز أستاذ

مساعد - جامعة جنوب الوادي - قنا - مصر

٥ خليل مقداد ، مدير شركة ساستك للدراسات والاحصاء ، ماجستير احصاء .

يعرض هذا الجزء الإجراءات والخطوات المنهجية التي تمت في مجال الدراسة الميدانية، لقياس الضغوط المهنية والإدارية المؤثرة على أداء الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين وانعكاسها على واقع الصحافة الاستقصائية.

حيث بلغت عينة الدراسة الكلية 64 استبانة وزعت على الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين في قطاع غزة والضفة الغربية، وتم توزيعها في الفترة من 25-3-2022 وحتى 25-4-2022 إلكترونياً، وتم استثناء استبانة واحدة لعدم مطابقة المواصفات، لتكون الاستمارات الصحيحة القابلة للقياس 63 استمارة. حيث شكل الذكور ما نسبته 51.7%، بينما شكل الإناث ما نسبته 48.3%، والغالبية العظمى متزوجين بنسبة 78.6%، والغالبية العظمى بنسبة 69.4% أعمارهم تتراوح ما بين 25-35 سنة، كذلك الغالبية 75.8% حاصلين على شهادة البكالوريوس بينما 24.2% حاصلين على الدراسات العليا، وتبين أن 30.2% من أفراد العينة يعملون كصحفيين، و 38.1% يعملون كمحررين صحفيين، و 7.9% يعملون كسكرتير تحرير، كذلك 7.9% يعملون كمدير تحرير و 6.3% رئيس تحرير، بينما 9.5% مسميات أخرى، وبالنسبة لسنوات الخبرة فقد تبين أن 26.2% من أفراد العينة لديهم خبرة أقل من 5 سنوات، و 29.5% لديهم خبرة أقل من 10 سنوات، و 21.3% لديهم خبرة أقل من 15 سنة، بينما 13.1% أقل من 20 سنة، و 9.8% لديهم خبرة أكثر من 20 سنة، وقد شكل قطاع غزة ما نسبته 52.6% من الصحفيين في العينة، بينما شكل صحفي الضفة ما نسبته 47.4%، وكان نسبة الصحفيين ما بين الاهتمام المتوسط للاهتمام الشديد، وقد انتج 35.6% من الصحفيين في العينة تحقيق استحقاق واحد، و 18.6% تحقيقان، بينما 23.7% ثلاث تحقيقات، و 22.0% أكثر من ثلاث تحقيقات.

الضغوط المهنية والإدارية وانعكاسها على الأداء المهني للصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين:
للتعرف على مستوى الضغوط المهنية والإدارية وانعكاسها على أداء الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين عند إعداد التحقيقات الاستقصائية، قام الباحث بحساب المتوسطات والانحرافات المعيارية والوزن النسبي، ويتضح ذلك من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (1) يوضح مستوى الضغوط المهنية والإدارية وانعكاسها على الأداء المهني للصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	الاجمالي	N	البعد
4	71.4	8.4	40.7	57	19	ضغوط مهنية
2	82.9	5.7	27.3	33	11	الممارسات
3	79.0	4.5	21.3	27	9	ضغوط إدارية
1	85.7	3.7	18.0	21	7	الأدوات
–	77.8	18.2	107.4	138	46	المجموع
–	60.6	5.6	23.6	39	13	انعكاسات الضغوط على الأداء المهني

يتم حساب الوزن النسبي بقسمة المتوسط الحسابي على الدرجة الكلية (عدد الفقرات * أعلى درجة تصحيح) * 100

تبين من خلال النتائج الموضحة في الجدول السابق أن المتوسط الحسابي لتقدير الضغوط المهنية والإدارية بلغ (107.4) درجة، وانحراف معياري (18.2) درجة، وبلغ الوزن النسبي (77.8%) وهي بدرجة كبيرة، وهذا يشير إلى أن الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين يتعرضون بشكل مرتفع للضغوط المهنية والإدارية لدى إعدادهم التحقيقات الاستقصائية. وبما أن المقياس له أربعة أبعاد، فقد ظهر بأن عدم توافر الأدوات احتل المرتبة الأولى وبوزن نسبي (85.7%)، يليه الممارسات بوزن نسبي (82.9%)، وفي المرتبة الثالثة الضغوط الإدارية بوزن نسبي (79.0%)، وبالمرتبة الأخيرة الضغوط المهنية بوزن نسبي 71.4%. وتظهر انعكاسات الضغوط على الأداء المهني من خلال المتوسط الحسابي الذي بلغ (23.6) درجة، وانحراف معياري (5.6) درجة، وبوزن نسبي (60.6%)، وهذا يشير إلى أن انعكاس الضغوط على الأداء المهني لدى الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين متوسط عند إعداد التحقيقات الاستقصائية. وتتفق النتائج مع نتائج دراسة (الشورجي 2018) من حيث وجود الضغوط ومستواها، حيث أظهرت أن درجة الضغوط التي تواجه المراسلين جاءت متوسطة بنسبة (59.11%). ويبرر رئيس شبكة الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين منتصر حمدان تلك الانعكاسات لغياب البيئة الاعلامية الحاضنة للصحفيين الاستقصائيين، وعدم ايمان بعض رؤساء التحرير بضرورة الاستقصاء، وقلة خبرة الصحفيين وغياب الدعم القانوني (حمدان 2022).

الضغوطات المهنية التي تؤثر على الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين:

تبين من خلال النتائج الموضحة في الملحق (3): أن الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين

يواجهون ضغوطات مهنية بدرجة مرتفعة وبوزن نسبي (71.4%) اثناء اعداد التحقيقات الاستقصائية.

واحتلت الفقرة القائلة بأن "أحرص على إبعاد رأيي الشخصي أثناء إعداد التحقيق الاستقصائي" المرتبة الأولى من حيث الأهمية بنسبة (74.6%) وهذا يدل على أن التزام الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين المهنية في عملهم، رغم شكواهم من عدم تعاون الجهات الرسمية والأهلية في توفير الوثائق والمستندات اللازمة للتحقيق الاستقصائي بنسبة 86.6%، وعدم وجود قانون الحق في الحصول على المعلومات 86.2%، وعدم تعاون المسؤولين الشهود بإجراء المقابلات 85.7%، وجاءت الفقرة القائلة "تضليل المصادر للصحفي أثناء إعداد التحقيق الاستقصائي" بنسبة 83.6%.

وفيما يتعلق بالعلاقة مع المؤسسة الاعلامية يوافق الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين على أن المؤسسة الاعلامية تنشر الأخبار التي تتفق مع السياسة التحريرية بنسبة 87.3%، ولذلك يعمل الصحفيين الاستقصائيين للتأقلم مع السياسة التحريرية للمؤسسة أثناء إعداد التحقيق الاستقصائي بنسبة 83.1%، ويشكو الصحفيين الاستقصائيين من أن السياسة التحريرية للمؤسسة لا تسمح بالنقد المباشر للنظام السياسي أثناء إعداد التحقيق الاستقصائي بنسبة 74.3%، بينما يشير ما نسبته 59.8% بالموافقة على الفقرة "تجبرني السياسة التحريرية على اختيار مصادر معينة أثناء إعداد التحقيق الاستقصائي".

وفيما يتعلق بأشكال الضغوط المتعلقة بملكية الصحيفة وافق ما نسبته 72.5% من الصحفيين الاستقصائيين على الفقرة التي تقول يؤثر مكان وجود المؤسسة التي أعمل بها على مضمون التحقيق الاستقصائي، بينما وافق ما نسبته 66.1% على الفقرة "أثرت ملكية المؤسسة على أدائي المهني أثناء إعداد التحقيق الاستقصائي" بما يؤكد وجود تأثير على أداء الصحفيين الاستقصائيين لمكان وملكية المؤسسة الاعلامية وذلك يعود لحالة الانقسام الفلسطينية.

وفيما يتعلق بالتدريب تبين ان عدم الحصول على دورات تدريبية متخصصة في مجال العمل الاستقصائي بنسبة 66.1% احدى الضغوط التي يتعرض لها الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين، وهو ما أكدته نتائج دراسة (حسن 2017) أن نسبة (64.9%) من الصحفيين تلقوا تدريباً في مؤسسات محلية، في حين تدرب (21.3%) لدى مؤسسات عربية.

في حين تراجعت نسبة التأييد للفقرات المتعلقة التالية المتعلقة بالأساليب التحريرية وهي "طلب الاعتماد على أساليب التقليل من الأهمية والالتهام والسخرية والتهكم في التحقيق الاستقصائي لخدمة أطراف سياسية 61.4%، وعدم اعطاء أطراف التحقيق نفس المساحة للرد 60.3%، وطلب الاعتماد على الإثارة والتهويل والتضخيم لأجزاء من الوقائع والأحداث بما يخدم السياسة التحريرية للمؤسسة 58.2%، واستخدام

أساليب التخويف لجذب الجمهور 58.2%، و" استخدام أساليب الاستخفاف والتشكيك بما يخدم مصالح شخصية وحزبية" 52.4%، بما يؤكد وجود مهنية تحريرية الى حد متوسط.

الممارسات المؤثرة على الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين:

جدول رقم (2) يوضح الوزن النسبي والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للممارسات المؤثرة على الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين

م	الممارسات المؤثرة على الصحفيين	غير موافق %	محايد %	موافق %	المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
1	المنع من السفر ومصادرة المعدات والاحتجاز.	8.2%	23.0%	68.9%	2.5	0.8	84.1	4
2	الملاحقة القضائية.	7.9%	23.8%	68.3%	2.6	0.6	86.8	2
3	انتهاك الملكية الفردية (نسخ - لصق)	17.7%	19.4%	62.9%	2.4	0.8	80.4	9
4	الملاحقات الأمنية والعائلية.	9.7%	21.0%	69.4%	2.6	0.7	85.2	3
5	الخوف من العقوبات المالية والإدارية والتنظيمية في المؤسسات.	7.9%	31.7%	60.3%	2.5	0.6	84.1	5
6	الانقسام الفلسطيني وتداعياته.	4.8%	15.9%	79.4%	2.7	0.5	91.5	1
7	تمارس السلطة الحاكمة سياسة التخوين والتخويف	14.3%	20.6%	65.1%	2.5	0.7	83.6	6
8	تتعامل السلطة الحاكمة مع وسائل الاعلام بفرض رقابة قاسية عليها.	14.3%	25.4%	60.3%	2.5	0.7	82.0	7
9	ممارسة سياسة ممنهجة في اعتقال وقمع الصحفيين الاستقصائيين.	17.5%	25.4%	57.1%	2.4	0.8	79.9	10
10	منع تصوير ونشر التحقيق الاستقصائي المخالف لمصالحهم.	17.5%	23.8%	58.7%	2.4	0.8	80.4	8
11	اعتقال وضرب زملائي جعلني أتراجع	28.6%	22.2%	49.2%	2.2	0.9	73.5	11
-	الممارسات المؤثرة على الصحفيين				2.5	0.7	82.9	-

تبين من خلال النتائج الموضحة في الجدول السابق ما يلي:

أن الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين يتعرضون بدرجة مرتفعة للعديد من الممارسات والتي تؤثر على ادائهم أثناء اعداد التحقيقات الاستقصائية.

واحتلت الفقرة رقم (6) القائلة بأن " الانقسام الفلسطيني وتداعياته" المرتبة الأولى من حيث الأهمية، بوزن نسبي (91.5%)، وبموافقة (79.4%) من الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (حمودي 2018) التي أظهرت أن قناة العراقية نيوز تتأثر بتغيرات البيئة السياسية المستمرة في العراق بشكل عام مما يؤثر على أداء الاعلاميين العاملين بها، وقد جاءت بنسبة (36%).

يتلوها الملاحقة القضائية بنسبة 86.8%، ثم الملاحقات الأمنية والعائلية والفصائلية 85.2%، ويعزوها مدير الائتلاف من اجل النزاهة والشفافية امان وائل بعلوشة الى ضعف توفر الاستشارة القانونية للصحفيين مما يعرضهم في بعض الاحيان للمساءلة القانونية (بعلوشة 2022)، تلاها في المرتبة الرابعة المنع من السفر ومصادرة المعدات والاحتجاز بنسبة 84.1%، ثم الخوف من العقوبات المالية والإدارية والتنظيمية في المؤسسات بنسبة 84.1%، وجاءت في المرتبة السادسة الفقرة (7) "تمارس السلطة الحاكمة سياسة التخوين والتخويف" 83.6%، تلتها الفقرة (8) "تتعامل السلطة الحاكمة مع وسائل الاعلام بفرض رقابة قاسية عليها" 82.0%، ثم جاءت ممارسة سياسة ممنهجة في اعتقال وقمع الصحفيين الاستقصائيين في المرتبة الثامنة بنسبة 80.4%، وفي المرتبة التاسعة جاءت انتهاك الملكية الفردية (نسخ - لصق) بنسبة 80.4%، ثم منع تصوير ونشر التحقيق الاستقصائي المخالف لمصالحهم بنسبة 79.9%، في حين جاءت الفقرة رقم (11) القائلة بأن "تعرض زملائي للاعتقال والضرب من طرف معين، جعلني أترجع عن إعداد التحقيقات الاستقصائية" في المرتبة الأخيرة، وذلك بوزن نسبي (73.5%).

وهذا ما يؤكده تقرير المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الاعلامية (مدى) والذي رصد ووثق خلال العام 2021 ما مجموعه 562 اعتداء ضد الحريات الاعلامية في فلسطين ارتكب الاحتلال الاسرائيلي 368 اعتداء منها في حين ارتكبت جهات فلسطينية ما مجموعه 129 اعتداء (<http://www.madacenter.org>)، وكذلك تقارير نقابة الصحفيين الفلسطينيين (<http://www.pjs.ps>) ، ومركز الدوحة لحرية الاعلام (<http://gc4mf.org>)، والذين اكدوا وجود تلك الممارسات سواء في الضفة الغربية أو قطاع غزة (حماس).

الضغوط الإدارية المؤثرة على الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين:

جدول رقم (3) يوضح النسب والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية للضغوط الإدارية المؤثرة على الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين

#	الضغوط الإدارية	غير موافق %	محايد %	موافق %	المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
1	إلزامي بالتقيد بساعات الدوام.	20.6%	30.2%	49.2%	2.3	0.8	76.2	7
2	عدم منحي الاذونات لمغادرة العمل.	31.7%	38.1%	30.2%	2.0	0.8	66.1	9
3	طلب تكاليف كثيرة رغم عملي بالتحقيق وتكلفي بمتابعة الأخبار الميدانية.	16.1%	33.9%	50.0%	2.3	0.8	76.7	6
4	تفضيل إدارة الصحيفة مصلحتها على نشر الحقيقة وكشف الفاسدين.	12.7%	39.7%	47.6%	2.3	0.7	78.3	5
5	اهدار الوقت في الاجراءات الروتينية لعمل التحقيق منها الموافقات الداخلية.	7.9%	30.2%	61.9%	2.5	0.6	84.7	3
6	عدم التفاهم مع رئيسي في العمل وتقديره لأهمية التحقيق الاستقصائي.	17.7%	38.7%	43.5%	2.2	0.8	74.1	8
7	عدم دفع اجرة العمل الاضافي.	7.9%	27.0%	65.1%	2.6	0.6	85.7	2
8	عدم وجود حوافز.	11.3%	25.8%	62.9%	2.5	0.8	82.5	4
9	عدم توفير راتب مناسب لعملي.	11.1%	19.0%	69.8%	2.6	0.7	86.2	1
	الضغوط الإدارية				2.4	0.7	79.0	

تبين من خلال الجدول السابق ما يلي:

أن المتوسط الحسابي للموافقة على الدرجة الكلية للبعد الثالث (الضغوط الإدارية)، بلغ (2.4) درجة، وبانحراف معياري بلغ (0.7)، درجة، وبوزن نسبي (79.0%)، وهذا يدل على أن الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين يواجهون ضغوط إدارية بدرجة مرتفعة اثناء اعداد التحقيقات الاستقصائية. واحتلت الفقرة رقم (9) القائلة بأن "عدم توفير راتب مناسب لعملي" المرتبة الأولى من حيث الأهمية، وذلك بوزن نسبي (86.2%)، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة سابقة (شلت 2018) والتي أظهرت أن أهم الضغوط المهني هي الضغوط الناتجة عن المردود المادي للقائم بالاتصال بنسبة (75.40%).

تلاها من حيث الأهمية عدم دفع اجرة العمل الاضافي بنسبة 85.7%، وجاءت الفقرة (5) في المرتبة الثالثة وهي "اهدار الوقت في الاجراءات الروتينية لعمل التحقيق منها الموافقات الداخلية" بنسبة 84.7%، ثم تلاها عدم وجود حوافز بنسبة 82.5%، ثم الفقرة (4) تفصيل إدارة الصحيفة مصلحتها على نشر الحقيقة وكشف الفاسدين بنسبة 78.3%، تلاها طلب تكاليف كثيرة رغم عملي بالتحقيق وتكلفي بمتابعة الأخبار الميدانية بنسبة 76.7%، ويشير الصحفيين الاستقصائيين الى إلزامهم بالتقيد بساعات الدوام بنسبة 76.2%، فيما يعانون من عدم التفاهم مع رؤسائهم في العمل وعدم تقديرهم لأهمية التحقيق الاستقصائي بنسبة 74.1%، وجاءت الفقرة رقم (2) القائلة بأن "عدم منحي الاذونات لمغادرة العمل بنسبة 66.1%".

ويعزو الخبير في مجال التحقيقات الاستقصائية وليد بطراوي تلك النتائج الى "افتقار الصحافة الفلسطينية للإمكانيات المادية، ولان المؤسسات الإعلامية تفضل تغطية الاحداث وما اكثرها، وتفضل ان لا ينشغل الصحفي عنها بالعمل الاستقصائي، ولان التحقيقات تجلب وجع الراس للمؤسسة" (بطراوي 2022).

الأدوات اللازمة للصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين اثناء اعداد التحقيقات الاستقصائية:

جدول رقم (4) يوضح النسب والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية مدى توافر الأدوات اللازمة للصحفيين الاستقصائيين اثناء اعداد التحقيقات الاستقصائية

م	الأدوات اللازمة	غير موافق %	محايد %	موافق %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
1	عدم توفير كاميرا تصوير .	15.9%	20.6%	63.5%	2.5	0.8	82.5	6
2	عدم توفير أداة تسجيل بتقنية عالية.	14.3%	15.9%	69.8%	2.6	0.7	85.2	5
3	عدم توفير مصور متفرغ للعمل الى جوار في التحقيق الاستقصائي.	11.1%	12.7%	76.2%	2.7	0.7	88.4	2
4	عدم توفير وسائل نقل مريحة لعملائنا.	14.3%	12.7%	73.0%	2.6	0.7	86.2	3
5	عدم توفير بدل سفريات للخارج او اتصالات خارجية إن تطلب الامر.	4.8%	12.9%	82.3%	2.7	0.6	91.0	1
6	عدم توفير بدل ضيافة للصحفي لاستضافة المصادر.	9.5%	23.8%	66.7%	2.6	0.7	85.7	4
7	عدم توفير مكان مناسب لاستضافة المصادر داخل مقر العمل.	14.3%	28.6%	57.1%	2.4	0.7	81.0	7

عدم توافر الأدوات اللازمة	2.6	0.7	85.7	-
---------------------------	-----	-----	------	---

تبين من خلال الجدول السابق: أن المتوسط الحسابي للموافقة على الدرجة الكلية للبعد الرابع (عدم توافر الأدوات اللازمة)، بلغ (2.6) درجة، وبانحراف معياري بلغ (0.7)، درجة، وبوزن نسبي (85.7%) بدرجة كبيرة، وهذا يدل على أن الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين يعانون من عدم توافر الأدوات اللازمة بدرجة مرتفعة أثناء اعداد التحقيقات الاستقصائية.

وكشف الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين عن عدم توفير المؤسسات الاعلامية التي يعملون بها "بدل سفريات للخارج او اتصالات خارجية إن تطلب الامر" واحتلت المرتبة الأولى من حيث الأهمية، وذلك بوزن نسبي (91.0%)، تلاها عدم توفير مصور منفرد للعمل الى جوار في التحقيق الاستقصائي بنسبة 88.4%، وفي المرتبة الثالثة جاءت عدم توفير وسائل نقل مريحة لعملائنا بنسبة 86.2%، تلاها عدم توفير بدل ضيافة للصحفي لاستضافة المصادر بنسبة 85.7%، بينما احتلت عدم توفير أداة تسجيل بتقنية عالية المرتبة الخامسة بنسبة 85.2%، تلاها عدم توفير كاميرا تصوير بنسبة 82.5%.

وأيد الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين بنسبة 81% أن عدم توفير مكان مناسب لاستضافة المصادر داخل مقر العمل من الضغوط الإدارية المؤثرة عليهم أثناء إعداد التحقيق الاستقصائي. وتلك النتائج تتفق مع نتائج دراسة سابقة (شلط 2018) التي بينت معاناة القائم بالاتصال من نقص الاحتياجات اللازمة للعمل في المؤسسات الصحفية بنسبة (63%).

وتدل تلك الموافقة على أن توفر التمويل للتحقيقات الاستقصائية يؤدي تجاوب بعض المؤسسات الاعلامية الفلسطينية في نشر نتائج تلك التحقيقات، كما حدث مع "مؤسسة أمان التي مولت 85 تحقيقاً" (بلوشة، 2022).

انعكاسات الضغوط المهنية والإدارية:

جدول رقم (5) النسب والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لانعكاسات الضغوط المهنية والإدارية

م	البيان	غير موافق %	محايد %	موافق %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	ترتيب
1	لا أهتم بإعداد التحقيقات الاستقصائية.	63.5%	14.3%	22.2%	1.6	0.8	52.9	8
2	رفض المؤسسة نشر التحقيق رغم اكتمال جوانبه المهنية	30.2%	34.9%	34.9%	1.4	1.2	46.6	12
3	أفكر في الاستقالة من العمل.	52.4%	25.4%	22.2%	1.7	0.8	56.6	7

4	أفكر في الانتقال إلى عمل آخر.	35.5%	33.9%	30.6%	1.9	0.8	64.0	6
5	أعمل في مجال لا يناسب تخصصي.	61.9%	22.2%	15.9%	1.5	0.8	51.3	9
6	أشعر برقابة من قبل رئيس التحرير.	30.6%	24.2%	45.2%	2.1	0.9	70.4	4
7	أشعر برقابة داخلية على ما أقوم بنشره.	21.3%	29.5%	49.2%	2.2	0.9	73.5	2
8	أشعر بصعوبة في المهام الموكلة لي.	31.7%	38.1%	30.2%	2.0	0.8	66.1	5
9	أشعر بأن العائد المادي أثناء إعداد التحقيق الاستقصائي غير كافٍ.	12.7%	9.5%	77.8%	2.7	0.7	88.4	1
10	لا أحد يقدر عملي أثناء إعداد التحقيق الاستقصائي.	27.0%	27.0%	46.0%	2.2	0.8	73.0	3
11	لا اعتقد انني سأختار عملي هذا لو أتيت لي فرصة الاختيار مرة أخرى.	66.7%	12.7%	20.6%	1.5	0.8	51.3	10
12	لا أفخر بالانتماء إلى المؤسسة الصحفية التي أعمل بها.	54.8%	35.5%	9.7%	1.5	0.7	50.8	11
13	لا تتنابني حالة من الإصرار على مواصلة عملي.	73.0%	27.0%	0.0%	1.3	0.4	42.3	13
انعكاس الضغوط على الأداء المهني					1.8	0.8	60.6	-

تبين من خلال الجدول السابق: أن المتوسط الحسابي للموافقة على الدرجة الكلية للمقياس الثاني (انعكاس الضغوط على الأداء المهني)، بلغ (1.8) درجة، وبانحراف معياري بلغ (0.8)، درجة، وبوزن نسبي (60.6%)، وهذا يدل على وجود انعكاس للضغوط المهنية والإدارية على الأداء بدرجة متوسطة لدى الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين بما يؤكد ان لديهم الإرادة والعزيمة لمواصلة مسيرتهم في إعداد التحقيقات الاستقصائية.

وتظهر النتائج أن الفقرة رقم (9) القائلة بأن "أشعر بأن العائد المادي أثناء إعداد التحقيق الاستقصائي غير كافٍ" احتلت المرتبة الأولى من حيث الأهمية، وذلك بوزن نسبي (88.4%)، تلتها من حيث الأهمية النسبية الفقرة القائلة "أشعر برقابة داخلية على ما أقوم بنشره" بنسبة 73.5%، في حين يشعر

الصحفيين الاستقصائيين بعدم وجود تقدير لعملهم من خلال موافقتهم بنسبة 73.0%، بينما يشعرون بالرقابة من قبل رؤسائهم بنسبة 70.4%.

وتنتاب الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين مشاعر مختلفة نتيجة للضغوط المهنية والإدارية من بينها: عدم قدرتهم على العمل بنسبة 66.1%، تليها التفكير في الانتقال إلى عمل آخر بنسبة 64.0%، ثم التفكير في الاستقالة من العمل بنسبة 56.6%، أو عدم الاهتمام بإعداد التحقيقات الاستقصائية بنسبة 52.9%، بينما انتابت حالة الإصرار على العمل عدد كبير من الصحفيين الاستقصائيين بنسبة 51.3%.

يعبر عدد من الصحفيين الاستقصائيين عن افتخارهم بالانتماء إلى المؤسسة الصحفية التي يعملون بها بنسبة 50.8% وهذا يعكس حالة الانتماء الحزبي في فلسطين نظراً لارتباط المؤسسات الإعلامية الفلسطينية بالفصائل والحكومات.

وتظهر النتائج رفض عدد من المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نشر نتائج التحقيقات الاستقصائية التي أعدها صحفيون يعملون بها أو صحفيون يعملون بشكل حر من خلال الإجابة على الفقرة (2) القائلة "رفض المؤسسة نشر التحقيق رغم اكتمال جوانبه المهنية" بنسبة 46.6%،

وهو ما يؤكده الصحفي الاستقصائي محمد أبو شحمة (أبو شحمة 2022) الذي تعرض لعدم نشر تحقيق له في جريدته الرسالة كان يتحدث عن التهرب الضريبي، وقام بنشره في مدونته الخاصة.

ويشير مسؤول التدريب في شبكة الصحفيين الفلسطينيين الاستقصائيين فادي الحسني (الحسني 2022) أن هناك العديد من المؤسسات ترفض إمكانية رفض التحقيقات لأسباب خاصة، وتكون الأسباب تخضع بشكل عام للأيدولوجية الخاصة بالمؤسسة الإعلامية، وللنظام السياسي التي تخضع له المؤسسة.

ورفض الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين الفقرة رقم (13) القائلة بأن "لا تتنابني حالة من الإصرار على مواصلة عملي لإنجاز تحقيقات استقصائية" بوزن نسبي (42.3%)، وهذا يؤكده 73.0% من الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين بأنهم يوافقون على أنه تتنابني حالة من الإصرار على مواصلة عملهم لإنجاز تحقيقات استقصائية، وتتفق النتائج مع ما توصلت له دراسة سابقة (حسن 2017) بأن غالبية أفراد العينة لديها اتجاه إيجابي نحو ممارسة الصحافة الاستقصائية بنسبة (92.5%).

وبينت الدراسة عدم وجود علاقة إذ "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha < 0.05$) بين الضغوط المهنية والإدارية وانعكاسها على التحضير للتحقيقات الاستقصائية بين الصحفيين الفلسطينيين".

ولمعرفة ذلك، استخدم الباحث (معامل ارتباط بيرسون) لدراسة العلاقة بين درجات الضغوط المهنية والإدارية وانعكاسها على إعداد التحقيق بين الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين، كما هو مبين في الجدول التالي:

يوضح الجدول رقم (6) معامل ارتباط الفرد بين درجتي الضغوط المهنية والإدارية وانعكاسهما على إعداد التحقيق.

الانعكاس		
البعد	R	p-value
الضغوط المهنية	0.51	0.001**
الممارسات	0.41	0.001**
الضغوط الإدارية	0.60	0.001**
المجموع	0.29	0.020*
الضغوط المهنية والإدارية	0.57	0.001**

** P-value<0.01

* P-value<0.05

// P-value>0.05

من الجدول السابق يتضح ما يلي:

توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية (قيمة $p < 0.01$) بين الضغوط المهنية والإدارية (الضغوط المهنية، الممارسات، الضغوط الإدارية، الأدوات) وانعكاسها على إعداد التحقيق بين الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين. وهذا يشير إلى أن كل زيادة في الضغوط المهنية والإدارية ستؤدي إلى نفس الزيادة في انعكاسها على التحضير للتحقيق بين الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين، والعكس صحيح.

المتغيرات الاجتماعية والديموغرافية:

لكن فيما يتعلق بالمتغيرات الاجتماعية والديموغرافية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) في درجات "الضغوط المهنية والإدارية" و "التفكير في إعداد التحقيقات الاستقصائية" تعزى لمتغيرات اجتماعية وديموغرافية (جنس، تعليم، المستوى، المسمى الوظيفي، سنوات الخبرة، مكان الإقامة، الفائدة، رقم التحقيق، مكان العمل).

لمعرفة ذلك، استخدم الباحث عينتين مستقلتين T-Test لمعرفة الفروق بين درجات الضغوط المهنية والإدارية و "التفكير في تحضير التحقيق" بين الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين: أظهر الجدول السابق أن:

القياس الكلي "الضغوط المهنية والإدارية" توجد فروق ذات دلالة إحصائية (قيمة $P < 0.05$) بين متوسطي (الضغوط المهنية والإدارية، الضغوط المهنية) بين الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين تعزى إلى الجنس

(ذكور، إناث)، والاختلافات تجاه الصحفيات مما يعني أن الصحفيات يواجهن ضغوطاً مهنية وإدارية وضغوطاً مهنية أكثر من الصحفيين الذكور.

القياس الكامل "انعكاس التحضير للتحقيق": توجد فروق ذات دلالة إحصائية (قيمة $P < 0.05$) بين وسائل التفكير في التحضير للتحقيق بين الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين بسبب سنوات الخبرة (أقل من 5 سنوات، أقل من 10 سنوات، أقل من 15 سنة، أقل من 20 سنة، أكثر من 20 سنة). تم استخدام اختبار LSD (Least Square Differences) لمعرفة الفروق بين فئات سنوات الخبرة، وأظهر الاختبار أن الصحفيين ذوي الخبرة أقل من 10 سنوات رأيهم حول التفكير في التحضير للتحقيق هو أكثر من الصحفيين ذوي الخبرة ما بين 10 - 20 سنة، وهذا فرق كبير، ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات الأخرى. وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (حسن 2017) بعنوان "اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو ممارسة الصحافة الاستقصائية"، التي توصلت إلى أن الفئات العمرية الشابة لديها توجهاً أقوى في ممارسة الصحافة الاستقصائية بنسبة (66.6%)

2. القياس الكلي "الضغوط المهنية والإدارية" توجد فروق ذات دلالة إحصائية ($P\text{-value} < 0.05$) بين الوسيلة الضغوط المهنية والإدارية بين الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين بسبب الاهتمام بالتحقيق (مهتم جداً، مهتم، معتدل المهتم). تم استخدام اختبار Least Square Differences لمعرفة الفروق بين فئات الاهتمام بالتحقيق، وأظهر الاختبار أن الصحفيين المهتمين بالتحقيق يواجهون ضغوطاً مهنية وإدارية أكثر من الصحفيين المهتمين جداً بالتحقيق، وهذا الاختلاف مهم، ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات الأخرى.

القياس الكامل "ضغوط مهنية وإدارية" توجد فروق ذات دلالة إحصائية (قيمة $P < 0.05$) بين الوسيلة الضغوط المهنية والإدارية بين الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين تعزى إلى رقم التحقيق (تحقيق واحد، تحقيقان، ثلاثة تحقيق، أكثر). تم استخدام اختبار LSD (Least Square Differences) لمعرفة الفروق بين فئات رقم التحقيق، وأظهر الاختبار أن الصحفيين الذين أجروا تحقيقاً واحداً وثلاثة تحقيقات يواجهون ضغوطاً مهنية وإدارية أكثر من الصحفيين الذين حققوا أكثر من ثلاثة. التحقيقات، وهذا الاختلاف كبير، ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات الأخرى. ويعزو الخبير في مجال الصحافة الاستقصائية وليد بطراوي ذلك "لأن بعض المؤسسات الإعلامية التي تؤمن بالعمل الاستقصائي وقد خاضته ووجدت أن تخوفاتها في كثير من الأحيان لم تكن صائبة، ولإيمانها بالمسؤولية الاجتماعية والمكاشفة والمساءلة، ولأن الصحفيين الذين يجرون هذه التحقيقات على قدر من المهنية (بطراوي 2019).

بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات البعد الآخر تعزى إلى المتغيرات الاجتماعية والديموغرافية.

مناقشة النتائج:

بعد استعراض الباحث أهم النتائج التي توصل إليها بالبحث وتفسيرها ومقارنتها بالدراسات الأخرى حول نفس الموضوع، يناقش هنا بعض النتائج المهمة التي أظهرتها الدراسة الميدانية على النحو التالي:

تظهر الدراسة أن الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين يتعرضون بشكل مرتفع للضغوط المهنية والإدارية عند إعداد التحقيقات الاستقصائية، خاصة لدى الصحف، فيما جاءت انعكاسات الضغوط على الأداء المهني بدرجة متوسطة، أي أن الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين يقاومون الضغوط ويواجهونها ويستمررون في عملهم في أعداد التحقيقات الاستقصائية.

تكشف الدراسة تعرض الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين بدرجة مرتفعة للعديد من الممارسات والتي تؤثر على ادائهم أثناء إعداد التحقيقات الاستقصائية، من بينها الملاحقة القضائية، والأمنية، والعائلية، والفصائلية، والعقوبات المالية والإدارية والتنظيمية، والتخوين والتخويف، والاعتقال، وانتهاك الملكية الفردية (نسخ - لصق) وغيرها.

وهذه الممارسات قدرت خلال عام 2018 بأكثر من 500 انتهاك تعرض له الصحفيين الفلسطينيين بشكل عام سواء من قبل سلطات الاحتلال الاسرائيلي أو من قوى الامن الفلسطينية التابعة لطرفي الانقسام (فتح، حماس) في الضفة الغربية او قطاع غزة.

أظهرت النتائج أن الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين يواجهون ضغوط إدارية بدرجة مرتفعة أثناء إعداد التحقيقات الاستقصائية، من حيث عدم توفير راتب مناسب لهم، وعدم دفع اجرة العمل الإضافي، و"إهدار الوقت في الاجراءات الروتينية لعمل التحقيق منها الموافقات الداخلية"، وعدم وجود حوافز وغيرها. بما يعكس عدم وجود بيئة اعلامية حاضنة للصحفيين الاستقصائيين.

وكشفت النتائج أن الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين يعانون عن عدم توفير المؤسسات الاعلامية التي يعملون بها الادوات اللازمة لعملهم الاستقصائي أثناء إعداد التحقيقات الاستقصائية سواء "بدل سفريات للخارج او اتصالات خارجية، او مصور متفرغ، وعدم توفير وسائل نقل، وعدم توفير أداة تسجيل وكاميرا تصوير، وغيرها.

وتظهر النتائج رفض عدد من المؤسسات الاعلامية الفلسطينية نشر نتائج التحقيقات الاستقصائية التي أعدها صحفيون يعملون بها او صحفيون يعملون بشكل حر.

التوصيات:

1. في ضوء ما إنتهت إليه الدراسة الميدانية من نتائج، وبناء على إطلاع الباحثان ومتابعتهما وملاحظتهما لمشكلة الدراسة، ومقترحات المبحوثين، وبغرض وضع بعض الحلول المناسبة لمعالجة جوانب الخلل، توصل الباحث إلى التوصيات التالية:
2. العمل لإقرار مدونة سلوك لحماية الصحفيين الاستقصائيين من قبل نقابة الصحفيين والمؤسسات الاعلامية تضمن توفير الحماية القانونية والمهنية لهم أثناء إعداد التحقيق الاستقصائي.
3. حث المؤسسات الاعلامية الفلسطينية لتوفير ادوات العمل اللازمة للصحفي الاستقصائي ومنحه التفرغ لإعداد التحقيق، ومنحه الحوافز اللازمة لذلك، وتوفير استقرار وظيفي ومالي للصحفيين أثناء إعداد التحقيق الاستقصائي.
4. تزويد الصحفيين الاستقصائيين بأدوات تكنولوجيا الاتصال أثناء إعداد التحقيق الاستقصائي.
5. عقد دورات تدريبية مختصة للصحفيين الاستقصائيين توضح كيفية التغلب على الضغوط المهنية والإدارية أثناء إعداد التحقيق الاستقصائي.
6. أبعاد التوجهات الأيديولوجية للمؤسسات الاعلامية الفلسطينية عن عمل الصحفيين الاستقصائيين أثناء إعداد التحقيق الاستقصائي لضمان الوصول لنتائج مهنية.
7. العمل على حماية الملكية الفكرية للصحفيين سواء للأعمال الصحفية أو التلفزيونية أو الإذاعية.
8. وضع نقابة الصحفيين لوائح تنفيذية تلزم المواقع والوسائل الاعلامية بالحد الأدنى للأجور من خلال التعاون مع وزارة العمل لوقف عملية استغلال الصحفيين وتشغيلهم برواتب دون الحد الأدنى للأجور، ووقف معاملات تلك المؤسسات لدى كافة المؤسسات النقابية والرامية.

المراجع:

- الشوربجي، سفيان. (2018). العوامل المؤثرة على الأداء المهني للمراسلين العاملين في الصحف العربية والأجنبية في فلسطين (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.
- الصفدي، حمودي. (2018). الضغوط المؤثرة في الأداء الإعلامي لقناة العراقية نيوز قبل الانتخابات التشريعية لعام 2018 (مجلة الباحث الإعلامي).
- شلط، أيوب. (2018). الضغوط المهنية والإدارية في المؤسسات الصحفية الفلسطينية وانعكاسها على الأداء المهني (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.
- حجاب، محمد منير، (2010)، نظريات الاتصال، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1.
- العبد، عاطف، (1999)، المنهج العلمي في البحوث الاعلامية، ط1.

عبد الحميد، محمد، 2000، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة: عالم الكتب، ط1.

عبد الحميد، محمد، (2010)، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة: عالم الكتب، ط3.

مكاوي، حسن 2009، نظريات الإعلام، القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع.

فروانة، محمد (2018) اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو أخلاقيات الصحافة الاستقصائية. الجامعة الإسلامية، غزة.

ابو حسن، صالح الدين عدلي (2017)، اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو ممارسة الصحافة الاستقصائية، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد السابع عشر، ص 11-60.

11. Gearing, A.(2016). Global investigative Journalism in The Network society. (unpublished stundy doctor thesis). brisbane: queensland university of technology.

المواقع الالكترونية:

<http://gc4mf.org/index.php>

<http://www.pjs.ps/>

<http://www.madacenter.org>

المقابلات:

بعلوشة، وائل، مدير مكتب الائتلاف من اجل النزاهة والشفافية "أمان" بغزة، مقابلة الكترونية بتاريخ 29-4-2022.

بطراوي، وليد، الخبير في مجال التحقيقات الاستقصائية واخلاقيات المهنة، مقابلة الكترونية بتاريخ 29-4-2022.

حمدان، منتصر، رئيس شبكة الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين ومدير دائرة التحقيقات الاستقصائية - جريدة الحياة الجديدة، مقابلة الكترونية بتاريخ 30-4-2022.

الحسني، فادي، مسؤول التدريب في شبكة الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين، مقابلة الكترونية بتاريخ 30-4-2022.

أبو شحمة، محمد، صحفي استقصائي فلسطيني، مقابلة الكترونية بتاريخ 30-4-2022.

الملاحق:

ملحق (1): يوضح توزيع أفراد العينة بالنسبة للخصائص الديموغرافية والسكانية

variable	Categorize	N	%
gender	Male	31	51.7%
	Female	29	48.3%
	Total	60	100.0%
Maritalstatus	Single	2	7.1%
	Married	22	78.6%
	Divorced	4	14.3%
	Total	28	100.0%
Age	18-25 years	6	16.7%
	25-35 years	25	69.4%
	35-45 years	5	13.9%
	Total	36	100.0%
academic qualification	Bachelor	47	75.8%
	postgraduate studies	15	24.2%
	Total	62	100.0%
Jobtitle	A reporter and a press officer	19	30.2%
	News editor	24	38.1%
	Secretary edit	5	7.9%
	Editing Manager	5	7.9%
	Editor in Chief	4	6.3%
	Other	6	9.5%
	Total	63	100.0%
Years of experience	less than 5 years	16	26.2%
	less than 10 years	18	29.5%
	less than 15 years	13	21.3%
	less than 20 years	8	13.1%
	more than 20 years	6	9.8%
	Total	61	100.0%
Live	Gaza strip	30	52.6%
	West bank	27	47.4%
	Total	57	100.0%
Interest	Very interested	28	45.2%
	Interested	24	38.7%
	Moderate interested	10	16.1%
	Weak interested	0	0.0%
	Not interested	0	0.0%
	Total	62	100.0%
Investigation	One investigation	21	35.6%
	Two investigation	11	18.6%
	Three investigation	14	23.7%
	More	13	22.0%
	Total	59	100.0%

Organization	PNN	1	3.6%
	أطلس سبورت	1	3.6%
	الرسالة	2	7.1%
	الفرنسية	1	3.6%
	القلعة ميديا	1	3.6%
	النجاح	1	3.6%
	دنيا الوطن	1	3.6%
	شبكة أجيال الإذاعية وجهات أخرى	1	3.6%
	صحفي حر	10	35.7%
	صحيفة الحياة الجديدة	5	17.9%
	صحيفة الرأي الحكومية	1	3.6%
	علوم الامارات	1	3.6%
	وطن	1	3.6%
	وكالة شمس نيوز	1	3.6%
	Total	28	100.0%

ملحق (2) يوضح المقترحات التي من شأنها التغلب على مصادر الضغوط المهنية والإدارية على إعداد التحقيقات الاستقصائية من وجهة نظر الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين

Suggestion	Yes	
	n	%
توفير ادوات عمل الصحفي الاستقصائي ومنحه التفرغ لاعداد التحقيق والحوافز اللازمة لذلك.	55	%87.3
التريث وتتبع الحقيقة بنفس طويل.	40	%5.63
توفير بيئة عمل آمنة وحماية الصحفيين أثناء إعداد التحقيقات الاستقصائية.	50	%4.79
تزويد الصحفيين بأدوات تكنولوجيا الاتصال أثناء إعداد التحقيق الاستقصائي.	54	%85.7
عقد دورات تدريبية مختصة للصحفيين توضح كيفية التغلب على الضغوط المهنية والإدارية عند الصحفيين أثناء إعداد التحقيق الاستقصائي.	49	%77.8
تقديم حوافز كافية للصحفيين أثناء إعداد التحقيق الاستقصائي.	51	%81
توفير استقرار وظيفي ومالي للصحفيين أثناء إعداد التحقيق الاستقصائي.	45	%71.4
أبعاد التوجه الأيديولوجي للمؤسسة عن عمل الصحفيين أثناء إعداد التحقيق الاستقصائي.	48	%76.2
إقرار مدونة سلوك لحماية الصحفيين الاستقصائيين.	47	%74.6

ملحق (3) يوضح النسب والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لماهية الضغوطات المهنية التي تؤثر على الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين أثناء إعداد التحقيقات الاستقصائية

Order	relative weight%	Std. D	Mean	Agree%	Neutral%	Disagree%	Sentence	#
8	74.6	0.7	2.2	36.5%	50.8%	12.7%	لا تسمح السياسة التحريرية بالنقد للنظام السياسي أثناء إعداد التحقيق الاستقصائي.	1
2	87.3	0.6	2.6	66.7%	28.6%	4.8%	تنشر المؤسسة الأخبار التي تتفق مع السياسة التحريرية لصحفية.	2
7	83.1	0.6	2.5	54.0%	41.3%	4.8%	أتأقلم مع السياسة التحريرية للمؤسسة أثناء إعداد التحقيق الاستقصائي.	3
15	59.8	0.8	1.8	23.8%	31.7%	44.4%	تجبرني السياسة التحريرية على اختيار مصادر معينة.	4
1	88.4	0.7	2.7	74.6%	15.9%	9.5%	أحرص على إبعاد رأيي الشخصي أثناء إعداد التحقيق الاستقصائي.	5
9	72.5	0.8	2.2	43.5%	33.9%	22.6%	يؤثر مكان وجود المؤسسة التي أعمل بها على مضمون التحقيق الاستقصائي.	6
11	66.1	0.8	2.0	32.3%	37.1%	30.6%	أثرت ملكية المؤسسة على أدائي المهني أثناء إعداد التحقيق الاستقصائي.	7
12	66.1	0.9	2.0	34.9%	28.6%	36.5%	عدم الحصول على دورات تدريبية متخصصة في مجال العمل الاستقصائي.	8
16	58.2	0.8	1.7	20.6%	33.3%	46.0%	طلب الاعتماد على الإثارة والتهويل والتضخيم لأجزاء من الوقائع والأحداث بما يخدم السياسة التحريرية للمؤسسة.	9
13	61.4	0.8	1.8	25.4%	33.3%	41.3%	طلب الاعتماد على أساليب التقليل من الأهمية والاتهام والسخرية والتهكم في التحقيق الاستقصائي لخدمة أطراف سياسية.	10
17	58.2	0.8	1.7	23.8%	27.0%	49.2%	استخدام أساليب التخويف لجذب الجمهور.	11
19	54.0	0.8	1.6	17.5%	28.6%	52.4%	استخدام أساليب الاستخفاف والتشكيك بما يخدم مصالح شخصية وحزبية.	12
14	60.3	0.8	1.8	27.0%	27.0%	46.0%	عدم اعطاء أطراف التحقيق نفس المساحة للرد.	13
18	57.7	0.8	1.7	20.6%	31.7%	47.6%	عدم الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع والزلاء.	14
10	67.2	0.9	2.0	39.7%	22.2%	38.1%	عدم المعرفة بالمعايير الأخلاقية لمهنة الصحافة وغياب أدوات التنظيم الذاتي الخاصة بالتحقيقات الاستقصائية.	15

16	عدم وجود قانون الحق في الحصول على المعلومات.	6.7%	15.0%	78.3%	2.6	0.8	86.2	4
17	عدم تعاون الجهات الرسمية والأهلية في توفير الوثائق والمستندات اللازمة.	6.6%	18.0%	75.4%	2.6	0.8	86.8	3
18	عدم تعاون المسؤولين الشهود بإجراء المقابلات.	8.1%	22.6%	69.4%	2.6	0.7	85.7	5
19	تضليل المصادر للصحفي أثناء إعداد التحقيق الاستقصائي.	12.7%	23.8%	63.5%	2.5	0.7	83.6	6
البعد الأول "الضغط المهني"					2.1	0.8	71.4	-

ملحق رقم (4) يوضح مفاهيم ومصطلحات الدراسة

العوامل المؤثرة: هي مجموعة من الأسس والقواعد المهنية داخل بيئة العمل، وخارجها تؤثر بشكل مباشر على الأداء المهني للصحفيين، وتتصل بآليات العمل اليومية مثل العوامل التي تتعلق بالسمات الذاتية للصحفيين كالنوع، والسن، والسكن، والخبرة، والاتجاهات، والجماعات المرجعية، والعوامل الإدارية والتنظيمية التي تتعلق ببيئة العمل (كاللوائح الإدارية، وفرص التدريب، والترقي، والمكافآت)، وتأثير علاقة العمل، وكذلك العوامل المهنية (سياسة التحرير، الرسالة الإعلامية، ملكية الوسيلة، وسياسة الدولة) واستخدام الصحفيين للتكنولوجيا أثناء إعدادهم التحقيقات الاستقصائية والتقنيات والأدوية التي يعملون بها (الشورجي 2018).

الأداء المهني: وهو العملية التي يقوم بها الأفراد داخل المهنة، والتي تتضمن تحديد هيكل معرفي يحدد مجال الخبرة المهنية، وزيادة الهوية الجماعية، وصياغة رموز ثلاث السلوك المهني وتطور الالتزام بقواعد المهنة داخل المؤسسة (وافي 20، 73). الصحفيين الاستقصائيين الفلسطينيين: هم الممارسون للعمل الاستقصائي داخل فلسطين، وفي مختلف وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية ولديهم تحقيقات استقصائية منشورة.

الصحافة الاستقصائية: ويعرف رئيس المركز الدولي للصحفيين "ديفيد نابل" الصحافة الاستقصائية بأنها "مجرد سلوك منهجي ومؤسسي صرف، يعتمد على البحث والتدقيق والاستقصاء حرصاً على الموضوعية والدقة وللتأكد من صحة الخبر وما قد يخفيه انطلاقاً من مبدأ الشفافية ومحاربة الفساد، وتعد الصحافة الاستقصائية وسيلة لمساءلة المسؤولين ومحاسبتهم على أعمالهم خدمة للمصلحة العامة" (الحماني 20)،

دور أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية في تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية لدى طلبتها

"دراسة ميدانية في فلسطين"

**The role of media departments in Palestinian universities in
developing their investigative journalism skills
" Palestine as case study"**

الباحثان

سامي عطا الله أبو غوله

يوسف محمد الشيخ

الملخص:

يهدف البحث إلى التعرف على موضوعات تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية في أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية من وجهة نظر طلبة الاعلام، ومعرفة الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تحققت لديهم، كما يهدف إلى التعرف على التحديات التي تقف عائقاً أمام تنمية هذه المهارة وكيفية تطويرها من وجه نظر الطلبة أنفسهم. تندرج الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، والمنهج المستخدم منهج المسح الميداني، وهو من أنسب المناهج العلمية للدراسات الوصفية بصفة عامة، يساعد في الحصول على معلومات وبيانات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر قيد البحث، وأداة الدراسة كانت الاستبانة. توصلت نتائج الدراسة إلى أن أهم التأثيرات المعرفية الخاصة بالطلبة كانت "أنها تساهم في رفع مستوى معرفتي بالصحافة الاستقصائية"، أما التأثيرات الوجدانية "أنها رسخت لدي قيم الصدق والحيادية"، أما التأثيرات السلوكية "أنني أصبحت أُمَيِّز بين المصادر الموثوقة وغير الموثوقة"، ومن أهم المقترحات لتطوير مهارات الطلبة عمل دورات تدريبية داخل الجامعات. **وخرجت الدراسة بعدة توصيات أبرزها:** أن يكون هناك تخصص منفرد للصحافة الاستقصائية في كليات الاعلام في الجامعات الفلسطينية، وتوصي الدراسة الطلبة الاستفادة من خبرة الصحفيين الاستقصائيين من خلال الاحتكاك بهم، واكتساب المعرفة من خبراتهم وتجاربهم العملية.

الكلمات المفتاحية: الصحافة الاستقصائية.

Abstract:

This study aimed at Identify the topics of developing the skill of investigative journalism in the media departments of Palestinian universities from the point of view of media students, and to know the cognitive, emotional and behavioral effects that have been achieved for them The type of research used is: descriptive studies, and the method used is the survey method, one of the most appropriate scientific approaches to descriptive studies in general. It helps in obtaining information, data, and descriptions about the phenomenon or group of phenomena under study, and the study tool was the questionnaire. **The most important results of the study:** The most important cognitive effects were that they contribute to raising the level of my knowledge of investigative journalism. As for the emotional effects, they established the values of honesty and impartiality in me. As for the behavioral effects, they distinguished between reliable and unreliable sources, and one of the most important proposals was to conduct training courses within universities. **The recommendations of the study:** There should be a single specialization for investigative journalism in the media faculties in Palestinian universities. The study recommended the students to benefit from the experience of investigative journalists

through contact with them, and to gain knowledge from their experience and practical experiences.

Keywords: investigative journalism.

1- مقدمة:

في ظل التغيرات العالمية المتسارعة والتطور التكنولوجي والمنافسة العالمية في الأسواق، والتجدد المستمر في المهارات التي يحتاجها سوق العمل، والتي تتطلب من الجامعات مواكبة هذه المهارات المتجددة كونها تعمل ضمن أنظمة واضحة وثابتة، وتحتاج لوقت ليس بالقليل لعملية التغيير، مما يتطلب الأمر ضرورة العمل الجاد نحو تطوير مهارات الطلبة حتى تتماشى مع سوق العمل، وتقليل الفجوة ما بين احتياجات السوق من مهارات مختلفة ومتجددة والمهارات التي يكتسبها الطلبة من الجامعات، حتى يمكن التقليل من نسبة البطالة التي تنفشي بين الخريجين الجامعيين، وأصبحت بدورها تؤثر سلباً على المجتمع بكافة قطاعاته، سواء أكانت اقتصادية أم اجتماعية أم سياسية وغيرها، كما إن التغيير وتطوير مهارات الطلبة التي يحتاجها سوق العمل لا يأتي من فراغ، فتوجد عوامل كثيرة تؤثر في تنمية مهارات الطلبة، التي هي موضوع دراستنا.

ولا يخفى على أحد الدور الكبير الذي تمارسه وسائل الاعلام المختلفة في التأثير على الجمهور، وإثارة المواضيع ذات الأهمية للمجتمعات على امتداد تواجدها، حيث عززت تلك الوسائل العمل الاستقصائي عبر الحصول على المعلومات والوصول إلى جمهور واسع، والذي ينطلق من الدور الكبير الذي يجب أن تساهم في تعزيزه كليات الاعلام بالجامعات الفلسطينية، كخطوة أولية لمن يريد الانخراط في مجال التحقيقات الاستقصائية، من خلال تدريب الطلبة على ممارسة تلك المهارة، يأتي ذلك في ظل تغييب بعض وسائل الاعلام لأحد أهم فنون الصحافة، بالإضافة إلى أن بعض الجامعات لا تطرح مساقات متخصصة في الصحافة الاستقصائية.

وفي هذا البحث سيتم التركيز على كيفية تطوير مهارات الصحافة الاستقصائية لدى طلبة كليات الاعلام في الجامعات الفلسطينية من وجه نظر الطلبة أنفسهم.

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

أولاً: الدراسات السابقة:

قام الباحثان بالاطلاع على العديد من الدراسات المرتبطة بموضوع الدراسة بشكل مباشر أو غير مباشر، وكانت على النحو الآتي:

أ- الدراسات العربية:

1-دراسة أبو حسن(2017): "اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو ممارسة الصحافة الاستقصائية" دراسة ميدانية¹.

بينت الدراسة أن عدد الصحفيين الذين تلقوا تدريبات مجال الصحافة الاستقصائية وصل إلى 555 حتى نهاية ابريل 2015، وذكرت أن نسبة من نفذوا تحقيقات مجال الصحافة الاستقصائية من الصحفيين الذين تلقوا تدريبات لم يتجاوز (10.5%) وأن نسبة من أنجزوا أكثر من تحقيقين استقصائيين لم تتجاوز (13.5%)، وكشفت الدراسة أن من أهم المعوقات، الخوف من الملاحقة الأمنية أو من ذوي النفوذ، وخوف المصادر في المؤسسات العامة من الحديث، كما بينت الدراسة أن هناك معوقات إدارية كانت سبب التقارير المنجزة بالمجال الاستقصائي، وعدم توفر الإمكانيات المادية لكثير من الصحفيين.

2- دراسة سنونو(2016): واقع الصحافة الاستقصائية في المواقع الالكترونية الفلسطينية" دراسة تحليلية وميدانية مقارنة².

كشفت الدراسة تباين اهتمام المواقع الالكترونية بالتحقيقات الصحفية، فجاء موقع (وطن) بواقع 35 تحقيقاً، وفي المرتبة الثانية موقع (وفا) بواقع 8 تحقيقات، ثم (معاً وصفا) بواقع 5 تحقيقات لكل منهما، ومن ثم (سما) بواقع 4 تحقيقات، وأوضحت الدراسة أن من أهم أسباب قلة التحقيقات والتقارير المنجزة من خلال المواقع الالكترونية يعود إلى صعوبة الحصول على المعلومات، وطالبت الدراسة ضرورة تبني بيئة حاضنة لإنتاج تحقيقات استقصائية من خلال تبني وسائل الاعلام لسياسات تشجيعية.

3- دراسة الشرافي(2015): واقع الصحافة الاستقصائية في الصحف الفلسطينية "دراسة تحليلية ميدانية مقارنة"³.

¹ صلاح الدين ابو حسن، اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو ممارسة الصحافة الاستقصائية "دراسة ميدانية"، المجلة العربية للإعلام والاتصال، 2017.

² نبيل احمد سعيد سنونو، واقع الصحافة الاستقصائية في المواقع الالكترونية الفلسطينية، رسالة ماجستير، الجامعة الاسلامية، غزة-فلسطين، 2016.

³ محمد صابر الشرافي، واقع الصحافة الاستقصائية في الصحف الفلسطينية "دراسة تحليلية ميدانية مقارنة"، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2015.

هدفت الدراسة إلى رصد واقع ممارسة الصحافة الاستقصائية في الصحف الفلسطينية من خلال معرفة القضايا التي تناولتها، والمصادر الأولية للتحقيقات الاستقصائية، واستخدامها للأسلوب الاستقصائي، ومعرفة الأساليب المتبعة، من خلال اختيار 30 تحقيقاً استقصائياً من صحف الدراسة، وأظهرت الدراسة أن غالبية صحف الدراسة استخدمت الأسلوب الاستقصائي في تحقيقاتها الاستقصائية، كما بينت أن صحيفة الحياة الجديدة، أولت اهتماماً أكثر من صحيفتي الرسالة وفلسطين من ناحية عدد مساحة الصفحات التي أفردتها للتحقيقات الاستقصائية، سواء في أعدادها أو في ملحقاتها، وذكرت الدراسة أن من أهم الدوافع التي حثت الصحفيين لممارسة التحقيقات الاستقصائية ناتجة من ضرورتها المجتمعية من منطلق مكافحة الفساد وكشف أوجه القصور في العمل الإداري.

4-دراسة ابو زهري(2018): اعتماد الصحفيين الاستقصائيين العرب على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات⁴.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الصحفيين الاستقصائيين العرب على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام الاستبانة لجمع البيانات، وشملت الدراسة جميع الصحفيين الاستقصائيين العرب العاملين في مؤسسات صحفية عربية تمثل 12 دولة عربية وعددهم 200 صحفي، وأظهرت نتائج الدراسة بأن هناك علاقة بين اعتماد الصحفي الاستقصائي العربي على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحفية، والتأثيرات العرفية والوجدانية والسلوكية، إضافة إلى وجود علاقة بين اعتماد الصحفي الاستقصائي العربي على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات والمصادر نفسها، وبينت الدراسة أن موقع "تويتر" حل في المركز الأول من بين مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الصحفيون الاستقصائيون العرب كمصدر للمعلومات.

5-دراسة ابو زايدة(2018): دور التحقيقات الاستقصائية في ترتيب أولويات الاعلاميين نحو القضايا البارزة "دراسة مسحية"⁵.

هدفت الدراسة إلى معرفة دور الشبكات الاستقصائية في ترتيب أولويات الاعلاميين نحو القضايا البارزة، عبر التحقيقات الاستقصائية لشبكتي (أريج ونيريج) المنشورة على موقعهما عبر الانترنت، ومعرفة

⁴ اسلام عبد الله ابو زهري، اعتماد الصحفيين الاستقصائيين العرب على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، الأردن، 2018.

⁵ رياض ابو زايدة، دور التحقيقات الاستقصائية في ترتيب أولويات الاعلاميين نحو القضايا البارزة "دراسة مسحية"، رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، الأردن، 2018.

أبرز الموضوعات التي يتم التركيز عليها من خلال نظرية ترتيب الأولويات، ومعرفة تأثير المتغيرات الديمغرافية، وتوصلت الدراسة إلى أن التحقيقات الاستقصائية حول القضايا الاجتماعية والاقتصادية حلت في المرتبة الأولى لشبكة أريج تلتها القضايا الصحية، بينما احتلت القضايا الإنسانية المرتبة الأولى في شبكة نيريج تلتها القضايا الاجتماعية، كما بينت الدراسة أن مستقبل شبكات التحقيقات الاستقصائية جيد وبنسبة (39.5%)، ومتوسط بنسبة (42.2%)، وضعيف بنسبة (18.2%).

ب- الدراسات الأجنبية:

1- Vaclav's Henrico. (2016) Investigative Journalism in Central And Eastern Europe, Autonomy, Business Models, and Democratic Roles.⁶

هدفت الدراسة إلى التعرف على الأساليب المستخدمة في التحقيقات الاستقصائية في تغطية الأزمة المالية التي حدثت في أوروبا، وتقييم التغطية الإعلامية في دول الاتحاد الأوروبي، من خلال إجراء مقارنة لاستخدام الصحافة الاستقصائية في تسع بلدان أوروبية. وبينت الدراسة أن الكثير من وسائل الاعلام الأوروبية اعتمدت على الانترنت باعتباره مصدراً مهماً للمعلومات خاصة في التحقيقات الاستقصائية، وكشفت الدراسة أن الكثير من وسائل الاعلام الأوروبية كانت تغطيتها ضعيفة لازمة المالية وكشف المفسدين، بينما كانت وسائل إعلام أخرى تقدم مضامين استقصائية أكثر جودة خاصة في البلدان الأكثر استقراراً.

2- Kleinstebre, H.J(2011).Nonprofit Investigative Journalism In Europe: Motives, Organization and Practices⁷.

هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع إنشاء مراكز الصحافة الاستقصائية غير الربحية في أوروبا، ومنها المركز الروماني، والمركز البلغاري، ومكتب الصحافة الاستقصائية في بريطانيا من خلال إجراء مقابلة شبة مقننة مع مؤسسيها وهم 9 أفراد، والمقارنة بين هذه المراكز ومثيلاتها في أمريكا اللاتينية. وبينت نتائج الدراسة أن هناك تشابهاً بين المراكز الأوروبية المهتمة بالصحافة الاستقصائية، واختلافاً مع نظيراتها من المراكز الأمريكية من حيث التأسيس، ونطاق العمل، ونماذج الأعمال، وأظهرت الدراسة أن الدوافع الرئيسية وراء إنشاء مراكز للصحافة الاستقصائية في الدول الانجلو-أمريكية كان بسبب الحاجة إلى إنشاء منظمة تنتج صحافة استقصائية دون قيود استقصائية تتمثل بالوقت، والميزانية والإعلان، بينما في الدول ما بعد الشيوعية فكان الهدف من وراء إنشاء مراكز صحافة استقصائية هو عدم وجود سوق إعلام نقي.

⁶ Vaclav. cHenrico, Investigative journalism in Central and Eastern Europe, autonomy, business models, and Democratic roles, master Thesis.

⁷ Kleinstebre, H.J. (2011), Nonprofit Investigative Journalism in Europe: motives, Organization and practices (doctoral desertion, university of Hamburg).

ثانياً: مشكلة الدراسة:

تكمن مشكلة الدراسة في السؤال الآتي: ما دور أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية في تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية لدى طلبتها؟

ثالثاً: أهمية الدراسة:

تبرز أهمية الدراسة في كونها تطرح موضوعاً غاية في الأهمية؛ وهو تقييم دور أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية في تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية لدى طلبتها، وبذلك تتركز أهمية هذه الدراسة في الآتي:

1. معرفة الوضع الراهن لدور أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية في رفد الطلاب بالمهارات المطلوبة لممارسة أشكال الصحافة المتعددة، ولا سيما في مجال الصحافة الاستقصائية.
2. تسلط الضوء على أهمية الصحافة الاستقصائية كأحد فنون الصحافة في ظل الحاجة الكبيرة لهذا الفن، وقلة الصحفيين الذين يعملون فيه.
3. وضع تصوّرات مستقبلية لتطوير أقسام الاعلام التي تدرس الصحافة الاستقصائية حتى تزيد من مهارة الطلبة في هذا المجال، بحيث تركز مخرجاتهم العملية على ممارسة الصحافة الاستقصائية.

رابعاً: أهداف الدراسة:

1. التعرف إلى موضوعات تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية في أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية من وجهة نظر طلبة الاعلام.
2. التعرف إلى الآثار المعرفية التي تحققت لطلبة الاعلام نتيجة اعتمادهم على أقسام الاعلام في تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية.
3. التعرف إلى الآثار الوجدانية التي تحققت لطلبة الاعلام نتيجة اعتمادهم على أقسام الاعلام في تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية.
4. التعرف إلى الآثار السلوكية التي تحققت لطلبة الاعلام نتيجة اعتمادهم على أقسام الاعلام في تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية.
5. التعرف إلى التحديات التي تقف عائقاً أمام تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية في أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية من وجهة نظر طلبة الاعلام.

6. بيان الفروق -الدالة إحصائية- لدور أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية في تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية لدى طلبتها، تعزى إلى متغيراتهم الديمغرافية: النوع الاجتماعي، المستوى الدراسي، مكان السكن، الجامعة التي تدرس بها.

خامساً: أسئلة الدراسة:

1. ما موضوعات تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية في أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية من وجهة نظر طلبة الاعلام؟
2. ما التأثيرات المعرفية لتنمية مهارة الصحافة الاستقصائية في أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية من وجهة نظر طلبة الاعلام؟
3. ما التأثيرات الوجدانية لتنمية مهارة الصحافة الاستقصائية في أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية من وجهة نظر طلبة الاعلام؟
4. ما التأثيرات السلوكية لتنمية مهارة الصحافة الاستقصائية في أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية من وجهة نظر طلبة الاعلام؟
5. ما التحديات التي تقف عائقاً أمام تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية في أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية من وجهة نظر طلبة الاعلام؟

سادساً: فروض الدراسة:

1. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين تعزى لمتغيرات الدراسة: النوع الاجتماعي، المستوى الدراسي، مكان السكن، الجامعة التي تدرس بها.
2. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مهارة طلاب اقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية بفن الصحافة الاستقصائية والاقبال على العمل فيها.

سابعاً: نوع الدراسة ومنهجها وأداتها:

1. نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، "حيث يرتبط مفهوم البحث الوصفي بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها، وتفسيرها بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة، إما لتصحيح هذا الواقع، أو تحديثه، أو استكماله، أو تطويره، وتمثل هذه الاستنتاجات فهماً للحاضر، ويستهدف توجيه المستقبل⁸. كما أنها تستهدف وصف الأحداث، والأشخاص، والمعتقدات،

⁸ حجاب، محمد منير، أساليب البحوث الاعلامية والاجتماعية، ط2، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص: 55.

والاتجاهات والقيم، والأهداف، والتفضيل والاهتمام، وكذلك أنماط السلوك المختلفة⁹، وذلك استجابة لأغراض تهدف إلى التعرف على دور أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية في تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية لدى طلبتها.

2. منهج الدراسات المسحية (منهج المسح): يُعدّ منهج المسح من أنسب المناهج العلمية للدراسات الوصفية بصفة عامة، يساعد في الحصول على معلومات وبيانات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر قيد البحث، كما أنه أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في تحليل المواد الاعلامية بهدف التوصل إلى الاستدلالات واستنتاجات صحيحة ومطابقة في حالة إعادة البحث أو التحليل¹⁰. وهو أكثر المناهج الملائمة لأغراض الدراسة.

3. أداة الدراسة: تم إعداد استبانة حول " دور أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية في تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية لدى طلبتها "، وتتكون من قسمين رئيسيين هما:

القسم الأول: وهو عبارة عن بيانات شخصية عن المستجيبين تتضمن (النوع الاجتماعي، المستوى الدراسي، مكان السكن).

القسم الثاني: ويتعلق مجالات الدراسة، ويتكون من 32 فقرة، موزعين على عدة مجالات وهي:

المجال الأول: موضوعات تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية، ويتكون من (6) فقرات.

المجال الثاني: التأثيرات المعرفية، ويتكون من (6) فقرات.

المجال الثالث: التأثيرات الوجدانية، ويتكون من (7) فقرات.

المجال الرابع: التأثيرات السلوكية، ويتكون من (7) فقرات.

المجال الخامس: التحديات التي تقف عائق أمام تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية، ويتكون من (6) فقرات.

المجال السادس: مقترحات لتطوير مهارة الصحافة الاستقصائية، ويتكون من (6) فقرات.

وقد تم استخدام المقياس من 1-5 لقياس استجابات المبحوثين لفقرات الاستبانة، حيث أنه كلما اقتربت الدرجة من الرقم 5 دلّ ذلك على الموافقة الشديدة على ما ورد في الفقرة والعكس صحيح، والجدول (1) يوضح ذلك:

جدول (1): درجات المقياس المستخدم في الاستبانة

الاستجابة	ضعيفة جداً	كبيرة جداً
-----------	------------	------------

⁹ عبد الحميد، حسين، بحوث الصحافة، ط2 - القاهرة: عالم الكتب، 1997، ص: 148.

¹⁰ حسين، سمير، بحوث الاعلام، د. ط، القاهرة: عالم الكتب، 2006، ص: 98.

الدرجة	1	2	3	4	5
--------	---	---	---	---	---

خطوات بناء الاستبانة:

قام الباحثان بإعداد أداة الدراسة للتعرف على " دور أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية في تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية لدى طلبتها"، واتبع الباحثان الخطوات التالية لبناء الاستبانة: -

- 1-مراجعة أسئلة وأهداف ومتغيرات وفرضيات الدراسة.
 - 2- الاطلاع على الأدب الإداري والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، والاستفادة منها في بناء الاستبانة، وتحديد مجالاتها، وصياغة فقراتها.
 - 3- استشارة الباحثان عدداً من أساتذة الجامعات الفلسطينية والمشرفين في تحديد مجالات الاستبانة وصياغة فقراتها.
 - 4- تم تحديد المجالات الرئيسة التي شملتها الاستبانة.
 - 5- تم تحديد الفقرات التي تقع تحت كل مجال.
 - 6- تم تصميم الاستبانة في صورتها الأولية.
 - 7- تم مراجعة وتنقيح الاستبانة من قبل المشرف.
 - 8- تم عرض الاستبانة على (10) من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس في الجامعة الفلسطينية كما هو مبين في (ملحق رقم 1).
 - 9- في ضوء آراء المحكمين تم تعديل بعض فقرات الاستبانة من حيث الحذف أو الإضافة والتعديل، لتستقر الاستبانة في صورتها النهائية، (ملحق رقم 2).
- ثامناً: صدق المقياس وثبات الاستبانة:

صدق الاستبانة يعني: "أن تقيس الاستبانة ما وضعت لقياسه"¹¹، كما يقصد بصدق الاستبانة: "شمول الاستقصاء لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية أخرى، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها"⁽¹⁾، وقد تم التأكد من صدق الاستبانة بطريقتين:

1. الصدق من وجهة نظر المحكمين "الصدق الظاهري":

يقصد بصدق المحكمين: "أن يختار الباحثان عدداً من المحكمين المتخصصين في مجال الظاهرة أو المشكلة موضوع الدراسة"¹²، حيث تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين تألفت من (10) من المتخصصين في مجال الاقتصاد، وأسماء المحكمين بالملحق رقم (1)، وقد استجاب الباحثان لآراء

¹¹ عبيدات، محمد وآخرون، منهجية البحث العلمي، ط2، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 1999، ص:203.

¹² الجرجاوي، زياد، القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبانة، ط2، غزة: مطبعة إبناء الجراح، 2010، ص: 135.

المحكمين، وقام بإجراء ما يلزم من حذف وإضافة وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة، حتى خرجت الاستبانة في صورتها النهائية -انظر الملحق رقم (2).

2. الاتساق الداخلي Internal Validity

يقصد بصدق الاتساق الداخلي مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبانة مع المجال الذي تنتمي إليه هذه الفقرة، وقد قام الباحثان بحساب الاتساق الداخلي للاستبانة وذلك من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجالات الاستبانة والدرجة الكلية للمجال نفسه.

أولاً: الضغوط الاقتصادية

يوضح جدول (2) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

جدول (2): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال والدرجة الكلية للمجال

م	الفقرة	معامل بيرسون للارتباط	القيمة الاحتمالية (.Sig)
موضوعات تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية			
1.	أطرح أسئلة عامة تشجع على الإدلاء بمعلومات	0.613	0.000
2.	أضع خطة واضحة المعالم للخطوات التي سوف أقوم بها	0.526	0.003
3.	أستطيع أن احدد المواضيع التي تصلح لتحقيق استقصائي	0.813	0.000
4.	أرتب بناء التحقيق بدقة وموضوعية عالية	0.834	0.000
5.	لا أبالغ في وصف المشكلة المراد تناولها	0.599	0.001
6.	لا أستخدم الأسلوب المباشر في طرح الأسئلة	0.486	0.007
التأثيرات المعرفية			
1.	تساهم في رفع مستوى معرفتي بالصحافة الاستقصائية	0.686	0.000
2.	تعرفني مخاطر عدم الموضوعية في معالجة القضايا المطروحة	0.920	0.000
3.	بيّنت لي الخطوات الصحيحة لإنتاج مادة الصحافة الاستقصائية	0.885	0.000
4.	تشكل دافعاً مهماً لممارسة مهارة الصحافة الاستقصائية	0.913	0.000
5.	أصبحت أكثر معرفة في معالجة موضوعات الصحافة الاستقصائية	0.890	0.000
6.	أصبحت أكثر معرفة بالسياسة التحريرية لموضوعات الصحافة الاستقصائية	0.868	0.000
التأثيرات الوجدانية			

م	الفقرة	معامل بيرسون للارتباط	القيمة الاحتمالية (.Sig)
1.	رسخت لدي قيم الصدق والحيادية	0.747	0.000
2.	تعزز لدي المثابرة للوصول إلى الحقائق	0.831	0.000
3.	ساهمت في إحساسي بأهمية معالجة القضايا بأمانة.	0.810	0.000
4.	أوجدت لدي القدرة على تكوين الآراء في مختلف المواضيع	0.639	0.000
5.	عززت لدي حافز الصبر للوصول إلى النتائج المطلوبة	0.720	0.000
6.	ساهمت في فهم متغيرات الواقع بشكل منطقي	0.698	0.000
7.	نمت شعوري بالحرص على تناول المواضيع التي تعالجها الصحافة الاستقصائية بشكل متزن	0.668	0.000
التأثيرات السلوكية			
1.	أصبحت أُمَيِّز بين المصادر الموثوقة وغير الموثوقة	0.467	0.011
2.	دفعني إلى الإعلان عن موقفي تجاه بعض قضايا الصحافة الاستقصائية	0.757	0.000
3.	أستخدم المصطلحات المتخصصة التي تناسب موضوعات الصحافة الاستقصائية	0.831	0.000
4.	زادت من متابعتي لمواضيع الصحافة الاستقصائية	0.811	0.000
5.	أثرت تخصص الاعلام على كتابتي الاستقصائية	0.748	0.000
6.	دفعني إلى البحث والتقصي عن الحقائق في مواضيع الصحافة الاستقصائية	0.675	0.000
7.	جعلتني أشارك في مؤتمرات وندوات تتعلق بقضايا الصحافة الاستقصائية	0.715	0.000
التحديات التي تقف عائق أمام تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية			
1.	غياب الوعي عند الرأي العام للإفصاح عن المعلومات التي بحوزتهم	0.805	0.000
2.	صعوبة الحصول على المعلومات في المواضيع، وبالأذات المرتبطة بالعمل الرسمي والمسؤولين والسياسيين والحزبيين	0.729	0.000
3.	المخاطر التي قد تلحق بي في حال كشفت عن بعض المصادر	0.752	0.000
4.	عدم توفر الإمكانات المتاحة للتقصي عن الحقيقة	0.804	0.000
5.	أسلوب تعامل وسائل الاعلام مع الصحفيين العاملين في مجال الصحافة الاستقصائية	0.793	0.000
6.	مدى مصداقية المصادر في توثيق المعلومة المطلوبة	0.778	0.000

* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

3. الصدق البنائي Structure Validity

يعتبر الصدق البنائي أحد مقاييس صدق الأداة الذي يقيس مدى تحقق الأهداف التي تريد الأداة الوصول إليها، ويبين مدى ارتباط كل مجال من مجالات الاستبانة بالدرجة الكلية لفقرات الاستبانة. يبين جدول (3) أن جميع معاملات الارتباط في جميع مجالات الاستبانة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ وبذلك تعتبر جميع مجالات الاستبانة صادقة لما وضعت لقياسه.

جدول (3): معامل الارتباط بين درجة كل مجال من مجالات الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة

المجال	معامل بيرسون للارتباط	القيمة الاحتمالية (Sig.)
موضوعات تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية	0.640	0.000
التأثيرات المعرفية	0.868	0.000
التأثيرات الوجدانية	0.896	0.000
التأثيرات السلوكية	0.798	0.000
التحديات التي تقف عائق أمام تنمية الصحافة الاستقصائية	0.722	0.000

* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

ب. ثبات الاستبانة Reliability:

يقصد بثبات الاستبانة هو أن تعطي الاستبانة نفس النتائج إذا أعيد تطبيقها عدة مرات متتالية، ويقصد به أيضاً إلى أي درجة يعطي المقياس قراءات متقاربة عند كل مرة يستخدم فيها، أو ما هي درجة اتساقه، وانسجامه، واستمراره عند تكرار استخدامه في أوقات مختلفة.

وقد تحقق الباحثان من ثبات استبانة الدراسة من خلال معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha Coefficient ، ومعامل التجزئة النصفية بحساب معامل الارتباط بين الفقرات الفردية والزوجية وتصحيحه باستخدام معامل سبيرمان براون المصحح وكانت النتائج كما هي مبينة في جدول (4).

جدول (4): معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة

المجال	معامل ألفا كرونباخ	معامل الارتباط	معامل التصحيح
موضوعات تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية	0.722	0.449	0.619
التأثيرات المعرفية	0.932	0.844	0.915
التأثيرات الوجدانية	0.854	0.665	0.799
التأثيرات السلوكية	0.834	0.723	0.839
التحديات التي تقف عائق أمام تنمية الصحافة الاستقصائية	0.863	0.775	0.874
الدرجة الكلية للاستبانة	0.940	0.695	0.820

واضح من النتائج الموضحة في جدول (4) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ مرتفعة لكل مجال حيث تتراوح بين (0.722، 0.932)، بينما بلغت لجميع فقرات الاستبانة (0.940)، وهذا يعني أن الثبات مرتفع، كما أن معامل الارتباط المصحح ومرتفع ودال إحصائياً.

وبذلك تكون الاستبانة في صورتها النهائية كما هي في الملحق (2) قابلة للتوزيع. ويكون الباحثان قد تأكدا من صدق وثبات استبانة الدراسة مما يجعله على ثقة تامة بصحة الاستبانة وصلاحياتها لتحليل النتائج والإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها.

تاسعاً: الأساليب الإحصائية المستخدمة:

تم تفرغ وتحليل الاستبانة من خلال برنامج التحليل الإحصائي Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).

وقد تم استخدام الأدوات الإحصائية التالية:

3. النسب المئوية والتكرارات (Frequencies & Percentages): لوصف عينة الدراسة.
4. المتوسط الحسابي والمتوسط الحسابي النسبي والانحراف المعياري.
5. اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة.
6. معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لقياس درجة الارتباط: يقوم هذا الاختبار على دراسة العلاقة بين متغيرين. وقد استخدم الباحثان لحساب الاتساق الداخلي والصدق البنائي للاستبانة وكذلك لدراسة العلاقة بين المجالات.
7. اختبار العينتين المستقلتين (Independent Samples t test) لمعرفة ما إذا كان هناك فروقات ذات دلالة إحصائية بين مجموعتين فقط.
8. اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way Analysis of Variance - ANOVA) لمعرفة ما إذا كان هناك فروقات ذات دلالة إحصائية بين ثلاث مجموعات أو أكثر من البيانات.

2- عاشرًا: مجتمع الدراسة وعينتها:

- 3- مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية والمقيدين في العام الدراسي 2021/2020، في جميع محافظات الوطن.
- 4- عينة الدراسة: بلغت عينة الدراسة 80 مفردة من مختلف الطلبة الاعلام في الجامعات الفلسطينية في شطري الوطن.

5- الحادي عشر: مصطلحات الدراسة:

التحقيقات الاستقصائية: نوع من أنواع التحقيقات الصحفية التي يقصد بها التحقيق والاستقصاء والتأكد من المعلومات التي يتم جمعها قبل نشرها والتي تتناول قضية أو قضايا لا يرغب الآخرون في الاطلاع عليها أو إظهارها إلى الواجهة الاعلامية أو المجتمعية، كما تشمل الصحافة الاستقصائية كشف أمور خفية للجمهور، أمور إما أخفاها عمدا شخصا ذو منصب في السلطة أو اختفت صدفة خلف ركام فوضوي من الحقائق والظروف التي أصبح من الصعب فهمها¹³.

¹³ عمر الحيايني، الصحافة الاستقصائية ومهمة البحث عن الحقيقة، جريدة الجمهور اليمنية، العدد (14541)، 2009، ص: 256.

التعريف الإجرائي: شكل من أشكال الأعمال الصحفية تتميز بالعمق والبحث والتحري عن الحقائق والمعلومات بالغة الأهمية والتي من شأنها خلق رأيا عامًا جماهيريًا.

الفصل الثاني: الإطار النظري (الصحافة الاستقصائية) النشأة والتطور:

تمثل الصحافة الاستقصائية فلسفة خاصة في حقل الاعلام، رغم أن نقل الحقائق وتوعية الجماهير بما يخصها من قضايا وأخطار وثقافة وترفيه هي الوظائف الأساسية للصحافة بمختلف أشكالها. غير أن الصحافة الاستقصائية جاءت لتمتاز عن غيرها من الأعمال الصحفية بفلسفة جديدة في العمل الاعلامي تقوم "على تمجيد الحق العام، وعلى محاسبة وفضح (في أحيان كثيرة) من يعبثون بالمال أو القرار أو السطوة في مجال ما باعتبارها تكشف حقائق كانت مستورة أو مخفية أو مشوهة"¹⁴، فالهدف الأساس للصحافة الاستقصائية الاحترافية ليس البحث عن النجومية أو الثأر أو الابتزاز، وإنما كشف المستور وتوثيق المشكلة على أمل لفت الانتباه إلى الجهات المتسببة (بقصد أو دون قصد) وتحقيق العدالة والشفافية والمساءلة، وهي بعض من أعمدة السلطة الرابعة¹⁵.

تبلور مصطلح الصحافة الاستقصائية في الساحة الفلسطينية كمفهوم وممارسة، بعد حراك أكاديمي في بعض الجامعات الفلسطينية، ومهني في بعض المؤسسات الصحفية، بشكل ملحوظ خاصة في السنوات الأخيرة الماضية، بعد ظهور مؤسسات مشجعة وداعمة مثل شبكة أريج عام ٢٠٠٨، حيث قامت الأخيرة بتدريب عدد من الصحفيين والاعلاميين على مثل هذا النوع من الفنون الصحفية، وبدأ مصطلح الصحافة الاستقصائية يشيع في الصحافة الفلسطينية، خلال السنوات السبع الأخيرة، مع ظهور مؤسسات إعلامية وجهات داعمة وراعية لجهود العمل الصحفي الاستقصائي، بعد أن بدأ هذا المفهوم يشيع في المنطقة العربية مع حلول السنوات الأولى للقرن الحالي، في ظل المحاولات لتوسيع هامش الحريات والديمقراطية¹⁶. وتلخص أهم خصائص الصحافة الاستقصائية بالنقاط الآتية¹⁷:

1. إنها البحث عن الحقائق المخفية واستخراج دلالتها وتقديمها للجمهور.
2. إنها بحث أصيل لا يعتمد على جهد الآخرين أو أفكارهم بل يعتمد على جهد الصحفي الاستقصائي الذي يصمم كل مراحل البحث الاستقصائي ويحدد أهدافه.
3. إنها عملية تحري وبحث تقوم على مجموعة من القواعد العلمية والمهنية.

¹⁴ الحسن، عيسى محمود، الصحافة الاستقصائية: مهنة المتاعب والأخطار، عمان، دار زهران، 2012، ص: 53.

¹⁵ هنتر، مارك (إشراف) دليل أريج للصحافة العربية الاستقصائية. ترجمة غازي مسعود، اليونيسكو - باريس، 2010، ص: 11.

¹⁶ الشرافي، محمد صابر، واقع الصحافة الاستقصائية في فلسطين، مرجع سابق، ص: 93.

¹⁷ أبو الحمام، عزام، المنهج العلمي في الصحافة الاستقصائية، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014، ص: 15.

4. تهدف إلى تفعيل دور الصحافة في الرقابة على المؤسسات العامة لحمايتها من الفساد والانحراف عن الهدف والوظيفة.

5. تهدف إلى تجسيد حق الجمهور في شفافية المعرفة.

6. إن بعض أنواع الصحافة الاستقصائية يهدف إلى تشخيص بعض المشكلات أو الأزمات والإسهام في اقتراح الحلول المناسبة.

7. إن بعض التحقيقات الاستقصائية تقوم على بعض الفنون والمواهب والقدرات، استخدام الحيل والخدع والتخفي.

أنواع الصحافة الاستقصائية:

تجلت عدة مفاهيم لإبراز الصحافة الاستقصائية جنباً إلى جنب مع المواد الإخبارية والفكرية (الرأي)، وعليه تضمنت صحافة التقصي وفق ذلك الأنواع التالية¹⁸:

1. التحقيق الصحفي (التقليدي البسيط): ويقصد به التحري أو البحث أو الاستقصاء في واقعة أو حادثة أو قضية أو مشكلة تهم الجمهور أو بعضها منه، ومعرفة الأسباب والدوافع الخاصة بها، والاستماع إلى جميع الآراء في هذه الواقعة أو الحادثة أو القضية محور التحقيق، والاستعانة بالمصادر المختلفة المتصلة بالموضوع.

2. الحديث الصحفي: هو الشكل الصحفي الذي يتجه فيه المحرر إلى بعض الأشخاص للحصول على أفكارهم وآرائهم، أو عرض معلومات يملكون تفاصيلها، أو إلقاء الضوء على شخصياتهم، وهو يحقق الإخبار والحصول على آراء بعض أهل الخبرة، والتسليّة والإمتاع.

3. المقابلة الاعلامية: وتتضمن جمع المعلومات والآراء من شخصية عبر حوار معها حول جانب محدد من الموضوع يفرض المقابلة، مثل مقابلة فنان على هامش معرضه، أو مسؤول على جانب حدثه، وتدور جميع أسئلته حول هذا الجانب، ويمكن نشره بشكل مستقل، أو ضمن نوع آخر كالتحقيق.

4. اللقاء الصحفي: وهو جزء من الحوار الصحفي الذي لا يحضر لصاحبه أو لأسئلته، بل يحضر في موقع الحدث ما يفرض الأسئلة، وغالباً ما يوظف ضمن نوع صحفي آخر كالتحقيق أو التقرير الإخباري.

5. استطلاعات الرأي (التحقيق الكمي): وهو التقصي القائم على جمع البيانات عبر الاستبيانات والمقابلة المقننة، وتحويل النتائج إلى أرقام ونسب تعبر عن استطلاع رأي عينة بموضوع معين.

¹⁸ المصري، عربي، التحرير الاستقصائي، من منشورات الجامعة الافتراضية السورية، 2018، ص: 8.

6. البروفایل: وهو ما يدعى بتقصي وتحقیق الشخصية إذ يدور حول تقديم المعلومات والآراء والحقائق والوقائع حول شخصية محددة بهدف إبرازها أو تسليط الضوء عليها أو كشف معالمها.

7. الدراسة الاعلامية: وهي أقرب إلى البحث العلمي الذي يعتمد المنهج التاريخي حول قضية، فيحللها ويجمع الحقائق حولها ويتحرى تجاهها بأسلوب منهجي وعلمي يجريه مختص بالقضية.

الفصل الثالث: الدراسة التحليلية ومناقشة النتائج

أولاً: الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق البيانات الشخصية:

فيما يلي عرض لخصائص عينة الدراسة وفق البيانات الشخصية:

1. النوع الاجتماعي

جدول (5): يوضح التكرار والنسبة المئوية للنوع الاجتماعي

النسبة المئوية %	العدد	النوع الاجتماعي
35.0	28	ذكر
65.0	52	أنثى
100.0	80	المجموع

تبين من جدول (5) أن ما نسبته 35.0% من عينة الدراسة هم من الذكور وما نسبته 65.0% هم من الإناث.

2. المستوى الدراسي

جدول (6): يوضح التكرار والنسبة المئوية المستوى الدراسي

النسبة المئوية %	العدد	المستوى الدراسي
8.8	7	سنة أولى
21.2	17	سنة ثانية
31.2	25	سنة ثالثة
38.8	31	سنة رابعة
100.0	80	المجموع

تبين من جدول (6) أن ما نسبته 8.8% هم من طلبة سنة أولى، وما نسبته 21.2% هم من طلبة سنة ثانية، وما نسبته 31.2% هم من طلبة سنة ثالثة، وما نسبته 38.8% هم من طلبة سنة رابعة.

3. مكان السكن

جدول (7): يوضح التكرار والنسبة المئوية لمكان السكن

النسبة المئوية %	العدد	مكان السكن
37.5	30	المحافظات الشمالية
62.5	50	المحافظات الجنوبية
100.0	80	المجموع

تبين من جدول (7) أن ما نسبته 37.5% من عينة الدراسة هم من المحافظات الشمالية، وما نسبته 62.5% هم من المحافظات الجنوبية.

4. الجامعة

جدول (8): يوضح التكرار والنسبة المئوية للجامعة

الجامعة	العدد	النسبة المئوية %
الاقصى	6	7.4
الاسلامية	10	12.3
فلسطين الاهلية	10	12.3
القدس المفتوحة غزة/ رام الله	21	25.9
الخليل	17	21.0
النجاح	13	16.0
فلسطين التقنية خضوري	4	4.9
المجموع	80	100.0

تبين من جدول (8) أن ما نسبته 7.4% من عينة الدراسة هم من طلبة جامعة الاقصى، وما نسبته 12.3% هم من طلبة الجامعة الاسلامية، وما نسبته 12.3% هم من طلبة جامعة فلسطين الاهلية، وما نسبته 25.9% هم من طلبة جامعة القدس المفتوحة، وما نسبته 21.0% هم من طلبة جامعة الخليل، وما نسبته 16.0% هم من طلبة جامعة النجاح، وما نسبته 4.9% هم من طلبة جامعة فلسطين التقنية خضوري.

ثانياً: المحك المعتمد في الدراسة:

لتفسير نتائج الدراسة والحكم على مستوى الاستجابة، اعتمد الباحث على ترتيب المتوسطات الحسابية على مستوى المجالات للاستبانة، ومستوى الفقرات في كل مجال، وقد حدد الباحث درجة الموافقة حسب المحك المعتمد للدراسة، كما هو موضح في الجدول (9):

جدول (9): يوضح المحك المعتمد في الدراسة

المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	درجة الموافقة
أقل من 1.8	أقل من 36%	منخفضة جداً
أكبر من 1.8 إلى أقل 2.6	أكبر من 36% - 52%	منخفضة
أكبر من 2.6 إلى أقل 3.4	أكبر من 52% - 68%	متوسطة
أكبر من 3.4 إلى أقل 4.2	أكبر من 68% - 84%	كبيرة
أكبر من 4.2 - 5	أكبر من 84% - 100%	كبيرة جداً

ثالثاً: تحليل فقرات الاستبانة ومجالاتها:

1. تحليل فقرات مجال تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية في أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية

تم استخدام حساب الأوساط الحسابية والأوزان النسبية لجميع فقرات المجال والنتائج في جدول (10).

جدول (10): يوضح المتوسط الحسابي والوزن النسبي والترتيب لفقرات المجال "موضوعات تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية في أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية من وجهة نظر طلبة الاعلام".

الترتيب	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	الفقرة
1	0.735	82.40	4.12	أطرح أسئلة عامة تشجع على الإدلاء بمعلومات
2	0.739	82.00	4.10	أضع خطة واضحة المعالم للخطوات التي سوف أقوم بها
3	0.753	79.20	3.96	أستطيع أن احدد المواضيع التي تصلح لتحقيق استقصائي
4	0.797	77.00	3.85	أرتب بناء التحقيق بدقة وموضوعية عالية
5	0.812	73.40	3.67	لا أبالغ في وصف المشكلة المراد تناولها
6	0.970	73.00	3.65	لا أستخدم الأسلوب المباشر في طرح الأسئلة
	0.493	77.80	3.89	الدرجة الكلية حول موضوعات تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية

تبين النتائج من خلال الجدول أن أعلى فقرة في موضوعات مهارة تنمية الصحافة الاستقصائية كانت: الفقرة القائلة " أطرح أسئلة عامة تشجع على الإدلاء بمعلومات." فقد احتلت المرتبة الأولى بوزن النسبي (82.40%)؛ ويعزو الباحثان ذلك إلى أنها كنمط صحفي مستحدث قائمة على كشف الغموض والفساد، وكسب ثقة المتحدث للحصول على قدر كبير من المعلومات المطلوبة، وكسر الجمود أثناء الحوار. وتبين النتائج من خلال الجدول أن أدنى فقرة في موضوعات مهارة تنمية الصحافة الاستقصائية كانت: الفقرة القائلة " لا أستخدم الأسلوب المباشر في طرح الأسئلة." فقد احتلت المرتبة الأخيرة بوزن النسبي (73.00%).

ويعزو الباحثان ذلك إلى: لأن الصحافة الاستقصائية فن مستحدث في فلسطين، لذلك يجب أن يكون هناك فقرات تمهيدية لاستمالة المتحدث، وهذا الفن يحتاج إلى أسلوب مختلف من أجل الحصول على المعلومات، بعيداً عن طرح الأسئلة المباشرة التي قد تخلق التوتر لدى المتحدث، وهو فن قائم على التحري والتعمق، بعيداً عن الحديث المباشر.

وبشكل عام فقد تبين أن المتوسط الحسابي لموضوعات تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية قد بلغ 3.89 وبانحراف معياري 0.493 ووزن نسبي قدره 77.80% مما يشير على أن تقدير أفراد العينة لموضوعات تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية جاءت بدرجة كبيرة. ويعزو الباحثان ذلك إلى: أن الصحفيين لديهم

الشغف في تعلم الصحافة الاستقصائية كفن جديد، وهذا يحتاج إلى تنمية ورفع مهارة الصحفيين الممارسين لهذا الفن، والسعي بشكلٍ جلي لتغطية المواضيع المتنوعة من خلال الصحافة الاستقصائية.

2. تحليل فقرات التأثيرات المعرفية.

تم استخدام حساب الأوساط الحسابية والأوزان النسبية لجميع فقرات المجال والنتائج في جدول (11).

جدول (11): يوضح المتوسط الحسابي والوزن النسبي والترتيب لفقرات المجال "التأثيرات المعرفية لتنمية مهارة الصحافة الاستقصائية في أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الطلبة.

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
1	82.20	0.715	4.11	تساهم في رفع مستوى معرفتي بالصحافة الاستقصائية
2	81.00	0.866	4.05	تعرفني مخاطر عدم الموضوعية في معالجة القضايا المطروحة
3	78.60	0.832	3.93	بيّنت لي الخطوات الصحيحة لإنتاج مادة الصحافة الاستقصائية
4	77.60	0.927	3.88	تشكل دافعاً مهماً لممارسة مهارة الصحافة الاستقصائية
5	76.60	0.877	3.83	أصبحت أكثر معرفة في معالجة موضوعات الصحافة الاستقصائية
6	76.00	0.891	3.80	أصبحت أكثر معرفة بالسياسة التحريرية لموضوعات الصحافة الاستقصائية
	78.60	0.709	3.93	الدرجة الكلية حول التأثيرات المعرفية

تبين النتائج من خلال الجدول أن أعلى فقرة في التأثيرات المعرفية كانت: الفقرة القائلة " تساهم في رفع مستوى معرفتي بالصحافة الاستقصائية." فقد احتلت المرتبة الأولى بوزن النسبي (82.20%).

ويعزو الباحثان ذلك إلى: أن أقسام الاعلام توضح للطلبة المنهجية السليمة في كتابة الصحافة الاستقصائية، كما أنها تجعل الطالبة يطبقون ما يتم تعلمه من خلال التدريب والممارسة المتخصصة لهذا الفن، حيث أن الشرح والتطبيق العملي يساهمان في رفع المستوى المعرفي للطلبة في الكتابة للصحافة الاستقصائية.

وتبين النتائج من خلال الجدول أن أدنى فقرة في التأثيرات المعرفية كانت: الفقرة القائلة " أصبحت أكثر معرفة بالسياسة التحريرية لموضوعات الصحافة الاستقصائية." فقد احتلت المرتبة الأخيرة بوزن النسبي (76.00%).

ويعزو الباحثان ذلك إلى: أن هناك تفاوت ملحوظ في السياسات التحريرية من مؤسسة إلى أخرى، حيث تفرض بعض المؤسسات شروطاً وسياسات خاصة بها قد لا تتفق مع ما يتعلمه الطالبة، ما يجعلهم غير قادرين على التعاطي مع السياسات المتبعة لدى تلك المؤسسات، وأن اختلاف الأساليب والسياسات التحريرية يضعف قدرة الطالبة على تقديم الأداء الأمثل في مجال الكتابة الاستقصائية.

وبشكل عام فقد تبين أن المتوسط الحسابي لمجال التأثيرات المعرفية قد بلغ 3.93 وبانحراف معياري 0.709 ووزن نسبي قدره 78.60% ويعزو الباحثان ذلك إلى: أن أقسام الاعلام في الجامعات الفلسطينية تسعى إلى تعريف الطالب بالأنظمة المعمول بها لدى المؤسسات، وزيادة قدرة الطلبة على رفع الكفاءة والمهارة في ممارسة الصحافة الاستقصائية، ما يرفع من المخزون المعرفي في انتقاء المعلومة وصياغتها واخراجها بشكل متقدم، وعرضها على الجمهور بشكل مبسط وواضح دون أي تعقيد.

3. تحليل فقرات التأثيرات الوجدانية.

تم استخدام حساب الأوساط الحسابية والأوزان النسبية لجميع فقرات المجال والنتائج في جدول (12).
جدول (12): يوضح المتوسط الحسابي والوزن النسبي والترتيب لفقرات المجال "التأثيرات الوجدانية لتنمية مهارة الصحافة الاستقصائية في أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الطلبة.

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
1	83.20	0.736	4.16	رسخت لدي قيم الصدق والحيادية
2	83.00	0.797	4.15	تعزز لدي المثابرة للوصول إلى الحقائق
3	82.40	0.718	4.12	ساهمت في إحساسي بأهمية معالجة القضايا بأمانة.
4	81.20	0.749	4.06	أوجدت لدي القدرة على تكوين الآراء في مختلف المواضيع
5	81.00	0.727	4.05	عززت لدي حافز الصبر للوصول إلى النتائج المطلوبة
6	80.60	0.664	4.03	ساهمت في فهم متغيرات الواقع بشكل منطقي
7	80.20	0.864	4.01	نمت شعوري بالحرص على تناول المواضيع التي تعالجها الصحافة الاستقصائية بشكل متزن
	81.60	0.583	4.08	الدرجة الكلية حول التأثيرات الوجدانية

تبين النتائج من خلال الجدول أن أعلى فقرة في التأثيرات الوجدانية كانت: الفقرة القائلة " رسخت لدي قيم الصدق والحيادية." فقد احتلت المرتبة الأولى بوزن النسبي (83.20%)، ويعزو الباحثان ذلك إلى: أن الرسالة الاعلامية يجب أن تتحلى بأسمى الخصال والأخلاق الإيجابية حتى تؤثر في الجمهور، بعيداً عن التضليل والكذب في نقل الحقيقة، والوقوف على مسافة واحدة من جميع الأطراف، دون التحيز إلى جهي على حساب جهة أخرى، حيث تسعى أقسام الاعلام إلى غرس السمات الحسنة واخلاقيات المهنة لدى طلبتها.

وتبين النتائج من خلال الجدول أن أدنى فقرة في التأثيرات الوجدانية كانت: الفقرة القائلة " نمت شعوري بالحرص على تناول المواضيع التي تعالجها الصحافة الاستقصائية بشكل متزن." فقد احتلت المرتبة الأخيرة بوزن النسبي (80.20%).

ويعزو الباحثان ذلك إلى: غياب الخبرة في الكتابة الصحفية الاستقصائية قد يجعل الطالب يتناول المواضيع بأساليب غير متوازنة، إضافة إلى أن بعض الطلبة قد يكون لديهم ميول تجاه المواضيع التي يكتبون عنها، ما يعني أن الميول الشخصي والعاطفة لدى قد يفرض نفسه في بعض الأحيان، كما أن عدم تناول المواضيع من جميع الجوانب، كل ذلك يؤثر على النتائج المتحصلة من العمل الذي يسعى الطلبة لتحقيقه أثناء عملهم في مجال الصحافة الاستقصائية.

وبشكل عام فقد تبين أن المتوسط الحسابي لمجال التأثيرات الوجدانية قد بلغ 4.08 وبانحراف معياري 0.583 ووزن نسبي قدره 81.60% **ويعزو الباحثان ذلك إلى:** أن الطلبة يسعون من ذلك إلى الحصول على نتائج ذات تأثير كبير في مجال الكتابة الاستقصائية، ساعين بذلك إلى تحقيق وتنفيذ ما يتم دراسته من معلومات وأخلاقيات العمل الاعلامي في جميع فنون الصحافة أيضاً، كما أن احساس الطالبة بالمسؤولية تجاه المجتمع وتقديم المعلومة إلى الجمهور بكل دقة أمانة وموضوعية، جميعها خصائص تفرض على الطلبة التحلي بها وتطبيقها على أرض الواقع.

4. تحليل فقرات التأثيرات السلوكية.

تم استخدام حساب الأوساط الحسابية والأوزان النسبية لجميع فقرات المجال والنتائج في جدول (13).
جدول (13): يوضح المتوسط الحسابي والوزن النسبي والترتيب لفقرات المجال "التأثيرات السلوكية لتنمية مهارة الصحافة الاستقصائية في أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الطلبة".

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
1	82.40	0.801	4.12	أصبحت أُميّز بين المصادر الموثوقة وغير الموثوقة
2	80.60	0.802	4.03	دفعنتي إلى الإعلان عن موقعي تجاه بعض قضايا الصحافة الاستقصائية
3	80.20	0.808	4.01	أستخدم المصطلحات المتخصصة التي تناسب موضوعات الصحافة الاستقصائية
4	78.40	0.812	3.92	زادت من متابعتي لمواضيع الصحافة الاستقصائية
5	78.20	0.859	3.91	أثرت تخصص الاعلام على كتابتي الاستقصائية
6	77.40	0.801	3.87	دفعنتي إلى البحث والتقصي عن الحقائق في مواضيع الصحافة الاستقصائية
7	71.00	1.029	3.55	جعلتني أشارك في مؤتمرات وندوات تتعلق بقضايا الصحافة الاستقصائية
	78.40	0.642	3.92	الدرجة الكلية حول التأثيرات السلوكية

تبين النتائج من خلال الجدول أن أعلى فقرة في التأثيرات السلوكية كانت: الفقرة القائلة "أصبحت أُميّز بين المصادر الموثوقة وغير الموثوقة." فقد احتلت المرتبة الأولى بوزن نسبي (82.40%).

ويعزو الباحثان ذلك إلى: أن هناك مسؤولية كبيرة تجاه الاعلاميين في تقديم المعلومة بعد التحري والدقة، وأنه قد يُسأل إذا كان مصدر المعلومة غير موثوق، حيث أن أقسام الاعلام تقدم للطلبة الطرق السليمة في

البحث والاستقصاء عن المعلومة، والتمييز بين ما هو رسمي أو غير رسمي، وبين ما هو محل ثقة أو غير ذلك.

وتبين النتائج من خلال الجدول أن أدنى فقرة في التأثيرات الوجدانية كانت: الفقرة القائلة " جعلتني أشارك في مؤتمرات وندوات تتعلق بقضايا الصحافة الاستقصائية." فقد احتلت المرتبة الأخيرة بوزن النسبي (71.00%).

ويعزو الباحثان ذلك إلى: أن قدرة الطالب خلال فترة الدراسة لا زالت ضعيفة وأن هناك حاجزاً يحتاج إلى التدريب والممارسة في المشاركات المحلية والخارجية، ما يعني أن الطلبة قد ينتظرون وقتاً إضافياً لرفع كفاءتهم وسفل الشخصية الاستقصائية من خلال الممارسة والاحتكاك بشكل أكبر مع المؤسسات الاعلامية، وقد لا يُشارك الطلبة في الفعاليات الخاصة بالصحافة الاستقصائية لعدم علمهم عنها، أو لظروفٍ قد تكون خاصة تحول دون تمكنهم من المشاركة.

وبشكل عام فقد تبين أن المتوسط الحسابي لمجال التأثيرات السلوكية قد بلغ 3.92 وبانحراف معياري 0.642 ووزن نسبي قدره 78.40% ، **ويعزو الباحثان ذلك إلى:** أن طلبة أقسام الاعلام يمارسون الكتابة الاستقصائية بشكل جيد أثناء المحاضرات، أو من خلال التدريب في مؤسسات الاعلامية، ما يعني تطبيق ما يتم تعلمه في الجامعة من خلال التدريب أو العمل لدى المؤسسات الاعلامية، وهذا بدوره يرفع من القدرة السلوكية للطلبة في فن الصحافة الاستقصائية، ما يكسبهم مهارات أكثر في الكتابة الصحفية.

5. تحليل فقرات التحديات التي تقف عائق أمام تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية.

تم استخدام حساب الأوساط الحسابية والأوزان النسبية لجميع فقرات المجال والنتائج في جدول (14).

جدول (14): يوضح المتوسط الحسابي والوزن النسبي والترتيب لفقرات المجال "التحديات التي تقف عائقاً أمام تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية في أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية من وجهة نظر طلبة الاعلام".

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
1	84.40	0.745	4.22	غياب الوعي عند الرأي العام للإفصاح عن المعلومات التي بحوزتهم
2	83.20	0.863	4.16	صعوبة الحصول على المعلومات في المواضيع، وبالذات المرتبطة بالعمل الرسمي والمسؤولين والسياسيين والحزبيين
3	82.00	0.935	4.10	المخاطر التي قد تلحق بي في حال كشفت عن بعض المصادر
4	81.60	0.787	4.08	عدم توفر الإمكانيات المتاحة للتقصي عن الحقيقة
5	81.20	0.752	4.06	أسلوب تعامل وسائل الاعلام مع الصحفيين العاملين في مجال الصحافة الاستقصائية
6	78.40	0.725	3.92	مدى مصداقية المصادر في توثيق المعلومة المطلوبة

	81.80	0.586	4.09	الدرجة الكلية حول التحديات التي تقف عائق أم تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية
--	-------	-------	------	---

تبين النتائج من خلال الجدول أن أعلى فقرة في التحديات التي تقف عائق أم تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية كانت:

الفقرة القائلة " غياب الوعي عند الرأي العام للإفصاح عن المعلومات التي بحوزتهم." فقد احتلت المرتبة الأولى بوزن النسبي (84.40%).

ويعزو الباحثان ذلك إلى: أن الجمهور أو الرأي العام يتخوف عادةً من قول الحقيقة والإفصاح عن المعلومات المطلوبة، تحت ذريعة التعرض للخطر، سواءً من الأفراد، أو الجهات الرسمية، كما أن الثقافة السائدة لدى أفراد المجتمع تدعوا إلى إخفاء الحقيقة خوفاً من التداعيات، والتي عادة يكون مبالغ فيها. وتبين النتائج من خلال الجدول أن أدنى فقرة في التحديات التي تقف عائق أم تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية كانت: الفقرة القائلة " مدى مصداقية المصادر في توثيق المعلومة المطلوبة." فقد احتلت المرتبة الأخيرة بوزن النسبي (78.40%).

ويعزو الباحثان ذلك إلى: أن الحصول على المعلومة يحتاج إلى أسلوب مُتقن، في حال تعنت البعض من الإفصاح عن البيانات والمعلومات المطلوبة، كما أن غياب الثقة عن بعض المؤسسات التي قد تنتكر أو تتهرب في إعطاء المعلومات بدقة ومصداقية، وهذا يجعل مصداقية تلك المصادر متدنية، بحيث لا يطمئن الصحفي لها، وقد يسعى إلى البحث عن بدائل أخرى، أكثر ثقة للحصول على المعلومة وتوثيقها. وبشكل عام فقد تبين أن المتوسط الحسابي لمجال التأثيرات السلوكية قد بلغ 4.09 وبانحراف معياري 0.586 ووزن نسبي قدره 81.80% **ويعزو الباحثان ذلك إلى:** أن هناك دوراً كبيراً لدى أقسام الاعلام في توعية الطلبة بالتحديات التي قد تواجههم أثناء عملهم الصحفي ولا سيما في الكتابة للصحافة الاستقصائية، وقد تكون تحديات خاصة بالجمهور ووعيه وإدراكه لأهمية الإفصاح عن الحقائق، وتحديات أخرى خاصة بالمؤسسات ومدى ثقة الجمهور فيها، ما يعني أن طلبة الاعلام يسعون لمواجهة العقبات التي قد تعترض سير عملهم الصحفي بوعي وإدراك، بحيث يجنبهم الوقوع في المخاطر وتجاوز الصعاب التي قد تطرأ أثناء عملهم.

6. المقترحات لتطوير مهارة الصحافة الاستقصائية:

جدول (15): يوضح التكرار والنسب المئوية لمقترحات تطوير مهارة الصحافة الاستقصائية لدى الطلبة.

مقترحات لتطوير مهارة الصحافة الاستقصائية	التكرار	النسبة المئوية%
عمل دورات تدريبية داخل الجامعات	33	41.2

18.8	15	التركيز على الجانب العملي للمادة
17.5	14	وضع منهاج يربط بين الجانبين الأكاديمي والمهني
11.2	9	الاستفادة من خبرات الصحفيين الاستقصائيين
8.8	7	إضافة مادة أخرى تتعلق بالصحافة الاستقصائية
2.5	2	إجراء مزيد من الأبحاث والدراسات

تبين من الجدول السابق أن المقترحات من قبل أفراد عينة الدراسة كانت على النحو الآتي:

1. عمل دورات تدريبية داخل الجامعات وقد جاءت بنسبة 41.2%

2. التركيز على الجانب العملي للمادة وقد جاءت بنسبة 18.8%

3. وضع منهاج يربط بين الجانبين الأكاديمي والمهني وقد جاءت بنسبة 17.5%

4. الاستفادة من خبرات الصحفيين الاستقصائيين وقد جاءت بنسبة 11.2%

5. إضافة مادة أخرى تتعلق بالصحافة الاستقصائية وقد جاءت بنسبة 8.8%

6. إجراء مزيد من الأبحاث والدراسات وقد جاءت بنسبة 2.5%

رابعاً: تحليل ومناقشة فرضيات الدراسة:

لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية في استجابات المبحوثين حول دور أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية في تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية لدى طلبتها تعزى للمتغيرات الشخصية (النوع الاجتماعي، المستوى الدراسي، مكان السكن، الجامعة).

وللإجابة على هذا الفرض تم التحقق من عدة فرضيات وهي على النحو الآتي:

1. لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية في استجابات المبحوثين حول دور أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية في تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية لدى طلبتها تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.

وقد تم استخدام اختبار t لعينتين المستقلتين لمعرفة الفروق الاحصائية في الاستجابات حول دور أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية في تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية لدى طلبتها تعزى لمتغير النوع الاجتماعي، وكانت النتائج كما في الجدول التالي (16).

جدول (16): يوضح نتائج اختبار t للعينتين المستقلتين

النوع الاجتماعي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة الاختبار t	القيمة الاحتمالية (sig)	الدلالة الاحصائية
ذكر	28	4.08	0.546	1.370	0.175	غير دال إحصائياً
أنثى	52	3.93	0.433			

تبين أن القيمة الاحتمالية (sig) تساوي 0.175 وهي أكبر من مستوى الدلالة (0.05) مما يشير على عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية في استجابات المبحوثين حول دور أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية في تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية لدى طلبتها تعزى لمتغير النوع الاجتماعي، ويُعزى ذلك إلى أن المرأة والرجل أصبحا سواسية في مجالات الاعلام، وهناك أسماء معروفة أصبحت أكثر جرأة في طرح المواضيع بالتزامن مع الرجل، وكلا الجنسين يهتمون بتطوير أنفسهم في مهارة الصحافة الاستقصائية لا سيما على الساحة الفلسطينية.

2. لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية في استجابات المبحوثين حول دور أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية في تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية لدى طلبتها تعزى لمتغير المستوى الدراسي. وقد تم استخدام اختبار تحليل التباين الاحادي لمعرفة الفروق الاحصائية في الاستجابات حول دور أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية في تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية لدى طلبتها تعزى لمتغير المستوى الدراسي، وكانت النتائج كما في الجدول التالي (17).

جدول(17): يوضح نتائج اختبار تحليل التباين الاحادي

مصدر الاختلاف	مجموع المربعات	درجة الحرية	معدل المربعات	قيمة الاختبار f	القيمة الاحتمالية (sig)	الدلالة الاحصائية
بين المجموعات	0.577	3	0.192	0.836	0.478	غير دال إحصائياً
داخل المجموعات	17.477	76	0.230			
المجموع الكلي	18.054	79				

تبين أن القيمة الاحتمالية (sig) تساوي 0.478 وهي أكبر من مستوى الدلالة (0.05) مما يشير على عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية في استجابات المبحوثين حول دور الاعلام بالجامعات الفلسطينية في تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية لدى طلبتها تعزى لمتغير المستوى الدراسي، ويُعزى ذلك إلى أن المستوى الدراسي لا يؤثر، فالكل لديه ميول لتطوير ذاته، سواء كان سنة أولى أو رابعة، في حين يسعى الجميع إلى تطوير أنفسهم في مجال الصحافة الاستقصائية، واكتساب المعرفة اللازمة لتقديم كل ما هو حقيقي وواقعي.

3. لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية في استجابات المبحوثين حول دور أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية في تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية لدى طلبتها تعزى لمتغير مكان السكن. وقد تم استخدام اختبار t لعينتين مستقلتين لمعرفة الفروق الاحصائية في الاستجابات حول دور أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية في تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية لدى طلبتها تعزى لمتغير مكان السكن، وكانت النتائج كما في الجدول التالي (18).

جدول(18): يوضح نتائج اختبار t للعينتين المستقلتين

مكان السكن	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة الاختبار t	القيمة الاحتمالية (sig)	الدلالة الاحصائية
المحافظات الشمالية	30	3.82	0.376	2.429	0.017	دال إحصائياً
المحافظات الجنوبية	50	4.08	0.508			

تبين أن القيمة الاحتمالية (sig) تساوي 0.017 وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05) مما يشير على وجود فروق ذات دلالة احصائية في استجابات المبحوثين حول دور الاعلام بالجامعات الفلسطينية في تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية لدى طلبتها تعزى لمتغير مكان السكن وتبين من خلال المتوسطات الحسابية أنها لصالح المحافظات الجنوبية، ويُعزى ذلك إلى أن الوضع السياسي والظروف الحياتية في المحافظات الجنوبية تختلف عن ما هو عليه في المحافظات الشمالية، فوجود الاحتلال في الضفة الغربية، إضافة إلى السلطة الفلسطينية يجعل الرقابة على الأداء الصحفي أكثر صرامة، في حين أن قطاع غزة يخضع لسيطرة حركة حماس فقط، ما يعني أن القيود المفروضة على العمل الصحفي أقل منها في الضفة الغربية، وهذا يؤكد وجود مساحة أكبر للحريات الصحفية في مجال الصحافة الاستقصائية في قطاع غزة.

4. لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية في استجابات المبحوثين حول دور أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية في تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية لدى طلبتها تعزى لمتغير الجامعة. وقد تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي لمعرفة الفروق الاحصائية في الاستجابات حول دور أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية في تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية لدى طلبتها تعزى لمتغير الجامعة، وكانت النتائج كما في الجدول التالي (19).

جدول(19): يوضح نتائج اختبار تحليل التباين الاحادي

مصدر الاختلاف	مجموع المربعات	درجة الحرية	معدل المربعات	قيمة الاختبار f	القيمة الاحتمالية (sig)	الدلالة الاحصائية
بين المجموعات	0.732	6	0.122	0.514	0.796	غير دال إحصائياً
داخل المجموعات	17.322	73	0.237			
المجموع الكلي	18.054	79				

تبين أن القيمة الاحتمالية (sig) تساوي 0.796 وهي أكبر من مستوى الدلالة (0.05) مما يشير على عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية في استجابات المبحوثين حول دور أقسام الاعلام بالجامعات

ال فلسطينية في تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية لدى طلبتها تعزى لمتغير الجامعة، ويعزى ذلك إلى أن الصحافة الاستقصائية فن جديد في الجامعات الفلسطينية، وتسعى الجامعات لتعليم الطلبة كل ما هو جديد في هذا الفن، كما أن هذه النتيجة بديهية، خاصة أن أقسام الاعلام أوجدت مساق للصحافة الاستقصائية في السنة الثانية والثالثة، وتسعى الجامعات لصقل شخصية الطلبة المعرفية وتأهيلهم ليكونوا قادرين على الكتابة وتناول المواضيع بكل جدية وواقعية وموضوعية، بصرف النظر عن الجامعة التي يدرس فيها الطلبة.

خامساً: خلاصة النتائج:

1. حصلت فقرة " أ طرح أسئلة عامة تشجع على الإدلاء بمعلومات " على المرتبة الأولى في موضوعات تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية بوزن نسبي 82.40% وتلاها في المرتبة الثانية " أضع خطة واضحة المعالم للخطوات التي سوف أقوم بها " بوزن نسبي 82.00% فيما جاءت فقرة " أستطيع أن احدد المواضيع التي تصلح لتحقيق استقصائي " في المرتبة الثالثة، بوزن نسبي بلغ 79.20%.
2. جاءت فقرة " تساهم في رفع مستوى معرفتي بالصحافة الاستقصائية"، في المرتبة الأولى ضمن مجال التأثيرات المعرفية لتنمية مهارة الصحافة الاستقصائية في أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية، بوزن نسبي 82.20% تلاها في المرتبة الثانية فقرة " تعرفني مخاطر عدم الموضوعية في معالجة القضايا المطروحة " بوزن نسبي 81.00%، وجاءت فقرة " بينت لي الخطوات الصحيحة لإنتاج مادة الصحافة الاستقصائية " في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 78.60%.
3. انتضح من خلال الدراسة أن الفقرة " رسخت لدي قيم الصدق والحيادية " حصلت على المرتبة الأولى ضمن مجال التأثيرات الوجدانية لتنمية مهارة الصحافة الاستقصائية في أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية، بنسبة 83.20%، وجاءت فقرة " تعزز لدي المثابرة للوصول إلى الحقائق " في المركز الثاني بنسبة 83.00% ، فيما حلت فقرة " ساهمت في إحساسي بأهمية معالجة القضايا بأمانة " في المرتبة الثالثة بنسبة 82.40%.
4. حصلت فقرة " أصبحت أميز بين المصادر الموثوقة وغير الموثوقة " على المرتبة الأولى ضمن مجال التأثيرات السلوكية لتنمية مهارة الصحافة الاستقصائية في أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية بنسبة 82.40% وجاءت فقرة " دفعتني إلى الإعلان عن موقفي تجاه بعض قضايا الصحافة الاستقصائية " في المرتبة الثانية بنسبة 80.60% في حين جاءت فقرة " أستخدم المصطلحات المتخصصة التي تناسب موضوعات الصحافة الاستقصائية " في المرتبة الثالثة بنسبة 80.20%.
5. أظهرت نتائج الدراسة أن " غياب الوعي عند الرأي العام للإفصاح عن المعلومات التي بحوزتهم " جاءت في المرتبة الأولى ضمن مجال التحديات التي تقف عائقاً أمام تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية في أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية، بنسبة 84.40%، تلاها فقرة " صعوبة

الحصول على المعلومات في المواضيع، وبالذات المرتبطة بالعمل الرسمي والمسؤولين والسياسيين والحزبيين" بنسبة بلغت 83.20%، ثم فقرة "المخاطر التي قد تلحق بي في حال كشفت عن بعض المصادر" بنسبة 82.00%.

6. تؤثر نتائج الدراسة إلى أن " عمل دورات تدريبية داخل الجامعات" أهم المقترحات ضمن مجال مقترحات تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية لدى الطلبة، حيث حصلت على نسبة 41.2%، تلاها في المرتبة الثانية مقترح " التركيز على الجانب العملي للمادة" بنسبة 18.8%، فيما حلت في المرتبة الأخيرة "إجراء مزيد من الأبحاث والدراسات" بنسبة 2.5%.

7. عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية في استجابات المبحوثين، حول دور أقسام الاعلام بالجامعات الفلسطينية في تنمية مهارة الصحافة الاستقصائية لدى طلبتها، تعزى لمتغير النوع الاجتماعي، المستوى الدراسي، السكن، والجامعة.

سابعاً: مقترحات الدراسة:

1. يقترح الباحثان أن تكون الصحافة الاستقصائية كالفنون الصحفية الأخرى، باعتبارها مادة مساندة، وأن يكون هناك تخصص منفرد للصحافة الاستقصائية في كليات الاعلام في الجامعات الفلسطينية.

2. على كليات الاعلام في الجامعات الفلسطينية التي تُدرّس مواضيع الصحافة الاستقصائية أن تعمل على إدماج الطلبة وتأهيلهم ولا سيما من خلال الزيارات الميدانية والدورات التدريبية مع المؤسسات الصحفية.

3. ضرورة أن يسعى طلبة الاعلام إلى تطوير أنفسهم ورفع مهاراتهم التطبيقية الصحفية، خاصة في مجال الصحافة الاستقصائية، وعدم الركون إلى الجانب النظري.

4. على طلبة الاعلام أن يكونوا حذرين في اختيار الموضوعات الخاصة بالصحافة الاستقصائية، بحيث لا تشكل خطراً على حياتهم، وفي نفس الوقت أن لا تنافي الموضوعات المطروحة العادات والتقاليد المتعارف عليها في المجتمع.

5. أن يتحلى الطلبة بالموضوعية والمهنية عند اختيارهم مواضيع الصحافة الاستقصائية، وأن يتقنوا الحصول على المعلومات من المصادر الموثوقة.

6. يجب على طلبة الصحافة الاستقصائية أن يبنوا جسور الثقة والتعارف مع مصادر المعلومات، للحصول على المعلومات بكل دقة وشفافية.

7. يقترح الباحثان على الطلبة الاستفادة من خبرة الصحفيين الاستقصائيين من خلال الاحتكاك بهم، واكتساب المعرفة من خبراتهم وتجاربهم العملية.

8. على الجامعات الفلسطينية أن تدعم البحوث والدراسات التي تستهدف موضوعات الصحافة الاستقصائية للارتقاء بها، وتطويرها على مستوى متقدم مع العلوم الأخرى.

9. إنشاء حاضنة جامعة للذين يعملون في مجال الصحافة الاستقصائية، بحيث تشجع طلبة الاعلام والصحفيين إلى الاهتمام بالعمل الاستقصائي.

المراجع العربية:

- أبو الحمام، عزام، المنهج العلمي في الصحافة الاستقصائية، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014.
- اسلام عبد الله ابو زهري، اعتماد الصحفيين الاستقصائيين العرب على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، الأردن، 2018.
- الجرجاوي، زياد، (2010). القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبانة، ط2، غزة: مطبعة ابناء الجراح.
- الحسن، عيسى محمود، الصحافة الاستقصائية: مهنة المتاعب والأخطار، عمان، دار زهران، 2012.
- الشرافي، محمد صابر، واقع الصحافة الاستقصائية في فلسطين، مرجع سابق.
- المصري، عربي، التحرير الاستقصائي، من منشورات الجامعة الافتراضية السورية، 2018.
- حجاب، محمد منير، (2003). أساليب البحوث الاعلامية والاجتماعية، ط2، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- حسين، سمير، (2006). بحوث الاعلام، د. ط، القاهرة: عالم الكتب.
- رياض ابو زايده، دور التحقيقات الاستقصائية في ترتيب أولويات الاعلاميين نحو القضايا البارزة "دراسة مسحية"، رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، الأردن، 2018.
- صلاح الدين ابو حسن، اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو ممارسة الصحافة الاستقصائية "دراسة ميدانية"، المجلة العربية للإعلام والاتصال، 2017.
- عبد الحميد، حسين، (1997). بحوث الصحافة، ط2 - القاهرة: عالم الكتب.
- عبيدات، محمد وآخرون، (1999). منهجية البحث العلمي، ط2، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- عمر الحياوي، الصحافة الاستقصائية ومهمة البحث عن الحقيقة، جريدة الجمهور اليمنية، العدد (14541)، 2009.
- محمد صابر الشرافي، واقع الصحافة الاستقصائية في الصحف الفلسطينية "دراسة تحليلية ميدانية مقارنة"، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2015.
- نبيل احمد سعيد سنونو، واقع الصحافة الاستقصائية في المواقع الالكترونية الفلسطينية، رسالة ماجستير، الجامعة الاسلامية، غزة-فلسطين، 2016.
- هنتر، مارك (إشراف) دليل أريج للصحافة العربية الاستقصائية. ترجمة غازي مسعود، اليونسكو - باريس، 2010.

المراجع الاجنبية:

- Kleinsteuber, H.J. (2011), Nonprofit Investigative Journalism in Europe: motives, Organization and practices (doctoral desertion, university of Hamburg).

- Vaclav. cHenric.o, Investigative journalism in Central and eastern Europe, autonomy, business models, and Democratic roles, master Thesis.

الحرب النفسية الرقمية الآليات والوسائل
..... الحرب الروسية - الأوكرانية انموجا
**Digital psychological warfare: Mechanisms and means ... The
Russian-Ukrainian war is a model**

ا.م.د. علي عبدالهادي الكرخي
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي / العراق

ملخص

شكلت الحرب الروسية_الأوكرانية الحدث الأبرز خلال عام 2022، بوصفها أزمة عالمية أثرت في مستوى العلاقات الدولية والالتزام بقواعد القانون الدولي، وأحيت خيارات اللجوء للقوة العسكرية للحصول على المكاسب وتحقيق الأهداف، ومن هذا المنطلق جاءت هذه الورقة البحثية لتتناول الحرب النفسية الرقمية التي مارستها دولة روسيا الاتحادية في حربها مستعينة بأساليب التطور التكنولوجي الحديث الذي مكنها في رفع مستوى أدائها في ممارسة الحرب النفسية الرقمية وتوظيف آلياتها بشكل متكامل بالشكل إلى مكنها من تحقيق الأهداف المرسومة في أضعاف معنويات العدو وكسب التأييد للحرب فضلاً عن محاولة تبرير اللجوء لها وإضفاء الشرعية عليها بالاعتماد على أعلام موجه أسهم في تحقيق مستوى نجاح للخطاب الإعلامي الروسي في أدارته للحرب النفسية الرقمية.

Abstract

The Russian-Ukrainian war was the most prominent event during 2022, as a global crisis that affected the level of international relations and adherence to the rules of international law, and revived options for resorting to military force to obtain gains and achieve goals, and from this point of view, this research paper came to address the digital psychological warfare practiced by the State of the Russian Federation In its war, using the methods of modern technological development, which enabled it to raise the level of its performance in the practice of digital psychological warfare and to employ its mechanisms in an integrated manner in a way that enabled it to achieve the goals set in weakening the morale of the enemy and gaining support for the war as well as trying to justify resorting to it and legitimizing it by relying on media directed by shares In achieving a level of success for the Russian media discourse in its management of digital psychological warfare.

أولاً: الإعلام وصناعة الحرب

يشير أحد الباحثين إلى أن الحرب بدون تلفزيون ليست حرب والحرب بدون تلفزيون حدث مجرد ، لكن الحرب على الشاشة تعتبر تجربة حية منقولة للملايين في مجالسهم¹ إذ خضعت الحروب منذ أن عرف العالم آليات الإعلام ووسائله المتعددة على الحكمة الإعلامية فاذا أردت إن تدير مسرحاً للإعمال العسكرية فغالباً ما تحتاج لما يسمى في الخطط العسكرية التقليدية منها والحديثة إلى التمهيد للنيران ، وهو الشيء ذاته الذي تحتاجه لتقود مجتمعاً إلى الحرب عبر خطط الدعاية ، أما اليوم فما تحتاجه لتنظيف صورك أثناء وبعد الحرب التحكم بطوق الرقابة على الكاميرات ولجم الأقلام أثناء سير المعارك وبعدها لترى من خلال منظارك الحربي فقط وتفكر كالقادة الميدانيين في جيشك ومن ثم فإن التحكم العسكري في المعلومات أثناء فترة الحرب يعد عاملاً مساهماً لنجاح العمليات العسكرية ولاسيما حينما يذهب الإعلام معه دون سؤال ، ومن ثم يعلم الجيش قيمة الإعلام والتحكم به فالمعلومات بالنسبة له هي عملية نصر.² فالإعلام يمثل أحد الأدوات المهمة في نقل الأخبار والمعلومات وتفسير الأحداث المختلفة ذات المساس بالحياة اليومية لأفراد المجتمع ويمارس عدد من الوظائف ومن أهمها وظيفته في بناء الرأي العام ونشر المعلومات التي تؤثر في كسب تأييد الرأي العام خاصة خلال الظروف والأزمات والحروب ، ومثالنا في ذلك ما صدره لنا الإعلام الروسي من صور وأخبار وتقارير عن الحرب التي تخوضها ضد أوكرانيا مستعينة في ذلك على فرض الرقابة والتحكم في تدفق الأخبار والمعلومات وفرض الرقابة على الأخبار والصور والمنشورة ، على الرغم من التكنولوجيا المتطورة الآن غيرت من تعريف الخبر وجعلته انه الخبر هو ما تشاهده الآن وتتفاعل معه . ومن الجدير بالذكر أن توظيف الإعلام في الحروب يتمثل في جزء منه في الدعاية التي تمثل أحد أدوات الحرب النفسية بما تمتلكه من قوة في تحشيد الرأي العام حول قضية بعينها من خلال المبالغة والتضليل في أسلوب عرض القضية وذلك لكسب التأييد والدعم .

ثانياً: الحرب النفسية تعريفها وآلياتها

توصف الحرب النفسية بأنها حملة شاملة تستخدم فيها الأجهزة والأدوات المتاحة في الإعلام وخصوصاً في الإعلام الحربي للتأثير في عقول وسلوك الناس بقصد تدمير مواقف معينة وإحلال مواقف أخرى مكانها بحيث تؤدي إلى سلوك يتفق مع مصالح الطرف الذي يشن هذه الحرب³ ، ومن زاوية أخرى ينظر لها بأنها

¹ محمد قيراط، الاعلام في زمن الحروب والأزمات والتضليل والتشويه، مجلة تواصل، ع 16، 2006، ص 158.

² سالم مطر عبد الله، الاعلام والحرب، دراسة دور الاعلام الأمريكي في توجيه الحرب (حرب البلقان أنموذجاً)، مجلة السياسة الدولية، ع 13، مركز الدراسات الدولية والإستراتيجية، جامعة بغداد، 2009، ص 109.

³ محمد أبو سمرة، استراتيجيات الإعلام العسكري والحربي، القاهرة، دار الراجية للنشر والتوزيع، 2012، ص 55.

(فن استخدام جميع الوسائل والإجراءات الدعائية أو غير الدعائية المتاحة من قبل طرف معين للتأثير في معنويات طرف آخر ويتمثل ذلك في التأثير في أرائه واتجاهاته ومعتقداته وعواطفه وأساليب تفكيره وأنماطه السلوكية المتعددة) ⁴.

ولا تخلو الحروب الحديثة من ممارسات تستهدف نفسية الخصم وأضعاف معنوياتهم بهدف كسب الحرب. ويتطور تكنولوجيا الاتصال الحديثة وظهور شبكة الانترنت وازدياد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ونجاح الدور المرسوم لها في تحقيق تأثيرات نفسية في نفسية المتلقي فضلا عن كونها بيئة صالحة لنشر الشائعات والأخبار المزيفة. وعلى هذا الأساس برز لدينا مصطلح الحرب النفسية الرقمية التي يصفها احد التعاريف بأنها (احد أوجه الحرب النفسية في إطارها العام والمرحلة الأكثر تطور في أساليبها وهي تقوم على توظيف التقنيات الرقمية أو الالكترونية فائقة التطور في شن الهجمات الالكترونية المواقع الالكترونية للعدو أو الخصم في شبكة الانترنت والسعي إلى الاستيلاء على البيانات والمعلومات التي تحتويها أو إتلافها أو تدميرها ،وكذلك العمل على استهداف المنظومات الالكترونية في مفاصل الخصم أو الدولة المستهدفة بهذه الحرب وأجهزتها سواء منها العسكرية أو المدنية ذات الطبيعة المزدوجة والعمل على تعطيلها أو تدميرها أو التشويش عليها أو إفقادها لفعاليتها وتأثيرها من اجل تدمير قدرات هذا الخصم أو شلها وبث الارتباك والرعب والترهيب بين صفوفه لتحقيق الأهداف التي يسعى إليها المخطط للحرب النفسية) ⁵.

ولقد أصبحت الحرب النفسية الرقمية واقعا ملموسا في ساحة صراع العمليات النفسية الواقعية والافتراضية، وفي مجابهات معلنة بعض الأحيان وخفية في كثير من الأحيان، وهي قد فاقت الحرب النفسية بوسائلها التقليدية والحرب الإعلامية والحرب الاقتصادية بأدواتها المعروفة. ومن الجدير بالذكر أن روسيا تمتلك جيشا متطورا من الناحية التكنولوجية يتميز بقدرات استخبارية متقدمة الى جانب إمكانيات متقدمة في الحرب الالكترونية والمعلوماتية والسيبرانية والاستخباراتية، إذ سخرت جزءا من إمكانياتها التقنية في عملياتها العسكرية في حربها القائمة ضد أوكرانيا فكان الذكاء الاصطناعي والاستخبارات المضادة التي تقوم على اكتساب نظرة ثاقبة إزاء نشاط العدو والعمل على تشويه وجهه نظره من بين الأسلحة التي استخدمت في المعركة ضدها والداعمين لها إلى جانب الجهد الاستخباري الذي نجح في جمع كميات كبيرة من البيانات من مصادر مفتوحة مثل الأخبار ومواقع التواصل الاجتماعي وغيرها من المصادر المتاحة للجمهور، فضلا

⁴. سامية أبو النصر، الإعلام والعمليات النفسية في ظل الحروب المعاصرة وإستراتيجية المواجهة، القاهرة، دار النشر للجامعات، 2010، ص 38-

39.

⁵. حسين علي إبراهيم أفلاحي، الحرب النفسية التقليدية والرقمية، دبي، دار الكتاب الجامعي، 2019، ص 64

المصادر السرية⁶، وتتفوق مواقع التواصل الاجتماعي على المصادر الأخرى كونها تقف أحياناً على قدم المساواة مع القنوات الإخبارية في نشر المعلومات وطرح القضايا الجدلية، وازدياد اعتماد الجمهور عليها لاستقاء معارفه ومعلوماته وأصبحت الموجه أحياناً لوسائل الإعلام التقليدية، إذ أضافت للبعد الإخباري بعض النقاط المتمثلة ب:⁷

1. توفير بعض المصادر للمحطة مباشرة، من خلال التواصل المباشر عبر صفحاتهم.
 2. تعد مصادر متجددة في تفسير الأخبار وتحليلها والتعليق عليها من خلال تفاعل مستخدميها وتعليقاتهم.
 3. تتفرد بالأخبار التي تتضمنها مواقع ومدونات الهواة الذين يستخدمون الشبكة ويتناقلون فيها أخبار قد لاتصل أليها وكالات الأنباء، وهناك صحف وإذاعات وتلفزيونات أنشأها أشخاص ومؤسسات خاصة وحكومية على الانترنت، وهذه تشكل مصادر هامة للأفكار والمعلومات.
- ومن الأهمية بمكان الإشارة إلى أن قوى الحرب الروسية نجحت بامتياز في توظيف الذكاء الاصطناعي بما يملكه من قدرات وإمكانات تكنولوجية في تحليل المعلومات المستقاة من مختلف المصادر بهدف تعزيز الدعم الشعبي لحربها القائمة ونشر الارتباك وعدم اليقين، وبث انعدام الثقة في مواطني العدو، وهذا ما دفع البعض إلى وصف الحرب الروسية الأوكرانية أنها الحرب الأكثر سيطرة على مشهد التغطيات الإخبارية العالمية لسببين أشار إليهما (كريستوفر بلاتمان) الاقتصادي في جامعة شيكاغو قائلاً (السبب الأول الحرب لم تعد مجرد صراع إقليمي ،وبالنسبة لكبار السياسيين والصحفيين حول العالم فإن هذه الحرب قد تكون نووية وتشكل حريقاً عالمياً محتملاً، أما السبب الثاني فيتمثل في مستوى التصدع والخطورة الذي يمكن أن تخلقه هذه الحرب في العمق الأوربي ولدول فاعلة في السياسة والقرار الدولي ،وهي بالتوازي تسيطر على كبرى المحطات والمؤسسات الصحفية والإذاعية والتلفزيونية ،إضافة إلى شركات وادي السليكون العالمي التي تحدث تأثيراً سياسياً عميقاً في صناعة القرار والدعوات للتظاهر والتعبئة الجماهيرية⁸. وبالنظر إلى الآليات التي تستعين بها قوى الحرب النفسية الروسية نجدها توظف الأكاذيب بالشكل المتطور الذي منحته التكنولوجيا إياه بوصفها من أساليب الحرب النفسية المتمثلة باختلاق أكاذيب أو أخبار وروايات لا أساس لها من الصحة أو مكذوبة كلياً أو جزئياً بقصد التأثير في المعنويات أو الدفع للأخذ باتجاه معين

⁶ ناورز خليل، الأزمة الأوكرانية والحرب السيبرانية، أدواتها واستراتيجياتها، متاح على موقع www.skynewsarabia.com، استرجع بتاريخ 9 / 5 / 2022

⁷ سارة نصر، الدولة وحروب الجيل الخام، تشكيل الوعي والتصدي لها، القاهرة، دار العربي للنشر، 2021، ص 54.

⁸ سميرة يعقوبي، الحرب في أوكرانيا... أدوات الرقابة والتأثير في اتجاهات صناعة الأخبار، متاح على موقع www.aljazeera.net، استرجع بتاريخ

يخدم مخططات الجهة التي تقوم بممارستها⁹. فالإعلام الروسي يصور الحرب مع أوكرانيا بأنها (عملية عسكرية خاصة) وليست حرباً، واتهام الغرب وتحملية المسؤولية عن هذه العملية الروسية التي تصفها وسائل الإعلام الروسية بأنها ضرورية لوقف توسع (حلف الناتو) وتقليل التهديد الأمني للحلف، وإظهار جوانب التفوق الروسي في الحرب مع التغطية على خسائر موسكو، الأمر الذي دفع السلطات الروسية إلى إطلاق تحذيراتها بحظر أي وسيلة إعلام روسية مستقلة لا تغطي الحرب بالطريقة التي تريدها موسكو وسلطاتها العسكرية¹⁰. وإلى جانب ذلك لجأت روسيا إلى الاستعانة بالأساليب الدعائية التي تحقق لها التفوق في شنها للحرب النفسية فلجأت إلى توظيف عدد من الأساليب تمثلت بـ

1. **أسلوب الإصرار والتأكيد:** وهذا الأسلوب جاء على لسان الرئيس الروسي (فلاديمير بوتين) ففي كل خطابه المتعلقة بالحرب في أوكرانيا يذكر بأنها تأسست على يد البلاشفة فبعد انتصار الثورة البلشفية عمل (فلاديمير لينين) وأصدقائه ضد مصالح روسيا من خلال فصل جزء من أراضيها التاريخية وتمزيقها والتذكير بأن أوكرانيا ليست مجرد دولة مجاورة لها، فهي تعتبرها جزء لا يتجزأ من تاريخها وثقافتها وفضائها المعنوي وتعطي أهمية كبيرة لصلات الدم والروابط العائلية بين الروس والأوكرانيين.¹¹

2. **أسلوب الصورة النمطية:** وبواسطة هذا الأسلوب يتم استدعاء الصور الذهنية السائدة لدى الأفراد المتلقين من الجمهور، حيث ركز الإعلام الروسي على إظهار صور الرئيس الأوكراني في حالة من الضعف والمقارنة بين صورته قبل وأثناء الحرب، إلى جانب إظهار صورته عندما كان يمارس التمثيل في رسالة واضحة المعاني بأنه غير قادر على إدارة الحرب والدفاع عن بلده.

3. **أسلوب التعميم:** وهذا الأسلوب يتمثل باستخدام الكلمات التي تعطي معاني كثيرة ذات مدلول مثل وصف الحرب الروسية على أوكرانيا بأنها (حرب عالمية ثالثة)¹².

ومن الجدير بالذكر أن بعض وسائل الإعلام الغربية في تغطيتها للحرب الروسية الأوكرانية أسهمت في زيادة تأثيرات الحرب النفسية فلقد نقلت قناة (cbs) على لسان مراسلها (شارلي داغاتا) تصريحاً يصف فيه أن (أوكرانيا ليس مكاناً مثل العراق وأفغانستان التي اعتادت وعرفت الصراعات الحادة لعقود، هذا بلد متحضر ومقرب من أوروبا مدينة لم تكن تتوقع أن تحدث فيها حرب).¹³ إلى جانب وصف نزوح الأفراد

⁹ حسين علي إبراهيم أفلحي، المصدر السابق، ص 45

¹⁰ يوسف الحداد، الحرب الروسية الأوكرانية، متاح على موقع www.alitthad.ae، استرجع بتاريخ 9/ 5/ 2022.

¹¹ الحرب الروسية - الأوكرانية إلى أين متاح على موقع www.almayadeena.com استرجع بتاريخ 15/ 5/ 2022.

¹² تيسير مشرقه، مدخل إلى الدراسات الإعلامية، مدخل نظري، رام الله، بيت المقدس للنشر والتوزيع، 2002، ص 141.

¹³ فتحية الداخني، الأزمة الأوكرانية تجدد نقاش الأخلاقيات، متاح على موقع <http://aawasat.com> استرجع بتاريخ 9/ 5/ 2022

الأوكرانيين بفعل ظروف الحرب بمصطلحات مثل (موجة اللاجئين، وأزمة، وتدفق، وفيضان)، وهذا المصطلحات ممكن أن تسهم في تجريد اللاجئين من إنسانيتهم وتعزز كراهية الأجانب والخوف منهم. والأمر الذي يسهم في نجاح جهود التضليل الإعلامي الذي تمارسه الماكنة الدعائية الروسية بوصف التضليل الإعلامي كمفهوم عام يعني الكبت والتشويه والخداع وإخفاء الحقائق للتأثير في اتجاهات الرأي العام والقيادات العسكرية من خلال تضليلها للحقائق والوقائع بأحدث فنون التسويق الدعائي والسياسي وتقنيات التعامل النفسي وباستخدام التكنولوجيا المتقدمة إعلاميا لتحقيق أهداف إستراتيجية معينة.¹⁴

الخاتمة

يمكن القول إن الحرب النفسية الروسية وظفت عدد من الأساليب التي تستهدف أحداث التأثيرات النفسية في المعنويات الأوكرانية مستندة في ذلك إلى عدد من عوامل التفوق العسكري والسيبراني إلى جانب التفوق في مجال فرض الرقابة الإعلامية على وسائل الإعلام والتحكم في مضمون الرسالة الإعلامية التي تقدمها لجماهيرها، حفاظا على نشر سيادة رؤية واحدة للحرب والتركيز عليها، والاستعانة بالأساليب الدعائية التي تطورت بفضل التقنيات الحديثة في صناعة مضامين اعلامية قادرة على التأثير في نفسية المتلقي، وبرزت ظواهر اعلامية اتسمت بالجدة بفعل ما يمارسه الوسيط الاتصالي المتمثل بالانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت بيئة خصبة لنشر الأخبار الكاذبة وصناعة الصور المفبركة لأضعاف معنويات الخصم والتأثير فيه بغية تحقيق الهدف من الحرب، فالיום اثبت الحرب النفسية الرقمية قدرتها على حسم المواقف وأضعاف العدو وانهيار معنوياته بفعل القوة الاتصالية للوسيلة المستخدمة في نقل الأحداث وبثها وفقا لرؤية القائم بالحرب، لما فرضته من آليات رقابية بعدم التعامل مع وسائل الإعلام التي تخالف رؤية الجانب الروسي في أدارته للحرب الفعلية، الى جانب أتباع سياسة اعلامية على مستوى الدولة تمثلت بالعمل على أسكات الأصوات الأخرى التي تنادي بضرورة احترام قواعد القانون الدولي، وعدم اللجوء إلى لخيار الحرب والتعبير عن ذلك على الصفحات الممولة التي تمتلكها على موقع الفيس بوك وبأكثر من لغة ومنها اللغة العربية التي تستعين بها في مخاطبة الجمهور العربي .

التوصيات

ولاهمية موضوع الحرب الروسية الاوكرانية وما اثارته من مواضيع متعلقة بالأمن الانساني والرأي العام الدولي لا بد من تقديم مجموعة من التوصيات التي تتمثل بـ:

1. أجراء بحث اعلامي بشأن، أساليب الدعاية الروسية أثناء الحرب على أوكرانيا.

¹⁴. سالم مطر عبد الله، مصدر سابق، ص 131.

2. التعرف على أهم الأطر الإعلامية التي أفرزتها عملية تحليل مضمون النشرات الإخبارية في القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية في تغطيتها الإعلامية للحرب الروسية الأوكرانية.

3. ضرورة التعرف على التوجهات المستقبلية للرأي العام العالمي إزاء الأزمة الروسية _ الأوكرانية، بالاعتماد على استطلاعات الرأي والمقالات والتحليلات المنشورة في المواقع العالمية.

المراجع:

- محمد قيراط، الاعلام في زمن الحروب والأزمات والتضليل والتنشويه، مجلة تواصل، ع 16، 2006، ص 158.
- سالم مطر عبد الله، الإعلام والحرب، دراسة دور الإعلام الأمريكي في توجيه الحرب (حرب البلقان أنموذجاً)، مجلة السياسة الدولية، ع 13، مركز الدراسات الدولية والإستراتيجية، جامعة بغداد، 2009، ص 109.
- محمد أبو سمرة، استراتيجيات الإعلام العسكري والحربي، القاهرة، دار الراية للنشر والتوزيع، 2012، ص 55.
- سامية أبو النصر، الإعلام والعمليات النفسية في ظل الحروب المعاصرة وإستراتيجية المواجهة، القاهرة، دار النشر للجامعات، 2010، ص 38-39.
- حسين علي إبراهيم أفلاحي، الحرب النفسية التقليدية والرقمية، دبي، دار الكتاب الجامعي، 2019، ص 64.
- ناورز خليل، الأزمة الأوكرانية والحرب السيبرانية، أدواتها واستراتيجياتها، متاح على موقع www.skynewsarabia.com، استرجع بتاريخ 9/ 5/ 2022
- سارة نصر، الدولة وحروب الجيل الخام، تشكيل الوعي والتصدي لها، القاهرة، دار العربي للنشر، 2021، ص 54.
- سميرة اليعقوبي، الحرب في أوكرانيا... أدوات الرقابة والتأثير في اتجاهات صناعة الأخبار، متاح على موقع www.aljazeera.net، استرجع بتاريخ 8/ 5/ 2022
- يوسف الحداد، الحرب الروسية الاوكرانية، متاح على موقع www.alitthad.ae، استرجع بتاريخ 9/ 5/ 2022.
- الحرب الروسية -الاوكرانية الى أين متاح على موقع www.almayadeena.com، استرجع بتاريخ 15/ 5/ 2022.
- تيسير مشارقه، مدخل إلى الدراسات الإعلامية، مدخل نظري، رام الله، بيت المقدس للنشر والتوزيع، 2002، ص 141.
- فتحة الداخني، الأزمة الأوكرانية تجدد نقاش الأخلاقيات، متاح على موقع <http://aawasat.com>، استرجع بتاريخ 9/ 5/ 2022

برامج الإذاعة التفاعلية وأثرها على البناء السياسي لجمهور المستمعين دراسة تطبيقية على عينة من البرامج بالإذاعة السودانية في الفترة ٢٠٢٠م

**The effectiveness of radio talk shows in promoting political awareness
Applied study on the programme of a Sudanese radio conference 2021**

د. مضوي أبكر عبد الله ادم عثمان

Dr.modwi abker Abdullah

أستاذ مساعد كلية الإعلام - جامعة الرباط الوطني - السودان

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى معرفة فاعلية البرامج الحوارية بالإذاعة المسموعة في تعزيز الوعي السياسي لدى جمهور المستمعين دراسة، ولتحقيق الأهداف استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، خصلت الدراسة إلى أن برنامج مؤتمر إذاعي مصدراً مهماً تستقي منه وسائل الإعلام المعلومات. وأن موضوعات البرنامج أسهمت في تعزيز الوعي السياسي للجمهور. وقدم الباحث التوصيات: يجب مناقشة القضايا بموضوعية وعكس الواقع المعاش، والاستعانة بالمختصين في مجال الإعلام والسياسة من أجل تحديد المحتوى الذي تقدمه البرامج الحوارية بالإذاعة.

الكلمات المفتاحية: الإذاعة المسموعة - البرامج الحوارية - الوعي السياسي

Abstract

This study becomes one of significant studies which targeting to know role of interview programmes in enhance political conscious survey study on sample from Upper classes in Khartoum state directed Radio conference in Radio Omdurman during The Researcher used descriptive Method in the study besides to field study that use questionnaire instruments therefore number of sample of individuals fifty ones, then be selected in vertical shape, therefore included sample (Journalists, university staff – officials in the state – political Activities) and it included four chapters , about methodology frame work study, the second chapter about beginning of Radio and its targets and programmes, the third class about concept of interview programmes and concept of political growth, and interview programmes and its role in political conscious, the fourth chapter talks field study and it included political programmes with Sudanese Radio definition about Radio conference programmes and Methodology procedures , and present interpretation Data and included on result, recommendations, hypotheses and appendix

The Important results:

1. Consider Radio conference programmes important corresponding to give information communication.
2. The study presented topics of programmes demand needs of Audio Mass.
3. Topics of programmes distribution in large to enhance political conscious

The Important recommendations:

- 1- Discussing issues with subjective Method oposite of real life.
- 2- To be help with specialists in field of communication and policy together for limiting level which produce interview programmes in Radio in Field to enhance political conscious.

الإطار العام للدراسة

تمهيد:

تحتل وسائل الإعلام في كل الأوقات مكانة متميزة إنطلاقاً من طبيعة وظائفها وتأثيرها على الإنسان (كفرد أو مجتمع أو كدولة)، حيث أصبحت كل دول العالم خاصة المتقدمة تعتمد عليها فيوضع سياساتها. ومما ضاعف تأثير وسائل الإعلام على بناء شخصية الإنسان، هو تداخل وظائفها مع جميع طبقات المجتمع لما تقدمه من معلومات عبر مساحات كبيرة وعلى مدار الساعة من خلال مختلف وسائلها سواء كانت مسموعة كالراديو أو مقروءة كالصحف والمجلات أو مرئية كالتلفزيون وتسهم هذه الوسائل في بناء القناعات والاتجاهات والمعتقدات عند الفرد، وكذلك التأثير على التنشئة الاجتماعية التي تؤثر بدورها على بناء الإنسان فكرياً واجتماعياً.

وتختلف وسائل الإعلام من حيث تأثيرها على الإنسان فهي إما أن تكون بطريقة مباشرة من خلال برامج ذات اتجاهات واضحة يفهمها المتلقي كما هو واضح في البرامج الإذاعية، أو يكون التأثير بطريقة تراكمية عبر الإمتداد الزمني الذي يسهم بدوره برسم صورة عن الأشياء والأشخاص من حولنا وكذلك التأثير في اتجاهاتنا وسلوكنا حيال الواقع المحيط. ولا شك أن جملة التحولات الكمية والنوعية التي طرأت على وسائل الإعلام في الآونة الأخيرة وما أدت إليه تلك من نتائج مهمة على صعيد واقع الحياة السياسية والاجتماعية والإقتصادية ومجالات التنمية الأخرى، تعد من أهم الخصائص التي يتميز بها عالمنا المعاصر، وتعد وسائل الإعلام الجماهيرية في عصرنا الحاضر من أهم وأخطر الوسائل تأثيراً لاسيما بعد ثورة التكنولوجيا والاتصالات وما انعكست إيجاباً على وسائل الإعلام مما أكسبها قوة التأثير في توصيل الرسالة الإعلامية إلى أماكن واسعة في أنحاء العالم.

وتعتبر الإذاعة المسموعة واحدة من أكثر وسائل الإعلام الجماهيرية أهمية في التأثير. وأن الإذاعة أصبحت حقيقة واقعة ومؤثرة في حياة المستمعين وبالتالي لم يعد في الإمكان تجاهلها ولها الكثير من الآثار على مستمعيها، وذلك من خلال ما تقدمه من كم هائل من البرامج المتنوعة من حيث الشكل والمضمون، وبالتالي تمثل الإذاعة قوة إعلامية لا يستهان بها في تشكيل إدراك وتصورات الرأي العام بشأن نظام الحكم والسلطة، ولها الفضل في تصعيد وجهات النظر حول الأحداث الجارية وتسييرها مما يساهم في تكوين أفكار واتجاهات وقيم الأفراد السياسية والاجتماعية والثقافية. كما تمثل الإذاعة أحد الوسائل مهمة التي تنقل المعلومات والمعارف والخبرات إلى الجمهور، كما تقدم إطاراً مرجعياً ومعلوماتياً للأحداث ويساهم في دعم وتوثيق معلومات الجمهور.

أهمية البحث: تأتي أهمية الدراسة من الدور الكبير الذي تقوم به الإذاعات المسموعة في تنمية الوعي السياسي أي المعلومات والمعارف والقيم والإدراك والسلوك السياسي لدى الجمهور بصفة عامة وأهمية الوعي السياسي التي تُحتمها ظروفنا القومية والدولية حيث يمكن المواطن من التعرف على حقوقه وواجباته السياسية.

أهداف الدراسة:

1. قياس آراء النخب السياسية حول برنامج مؤتمر إذاعي

2. التعرف على إسهام برامج الحوار الإذاعي في توعية الجمهور سياسياً
3. الوقوف على دور الإذاعة السودانية في تعزيز الوعي السياسي
4. معرفة الأساليب والأشكال الفنية المستخدمة في تعزيز الوعي السياسي

مشكلة البحث:

يعد الوعي السياسي مسألة حتمية وضرورة تفرضها ظروفنا القومية والدولية حيث إنه يمكن الفرد من التعرف على حقوقه وواجباته السياسية ويحميه من التطرف السياسي ويعمل على تحقيق طموحاته وأهداف أمته، وتعد الإذاعة واحدة من أهم تلك الوسائل.

وتتمثل مشكلة الدراسة في الإجابة على السؤال الآتي: إلى أي مدى إسهام برنامج مؤتمر إذاعي في رفع مستوى الوعي السياسي لدى جمهور المستمعين؟

تساؤلات البحث:

1. ما الوسائل التي يمكن أن تسهم في تعزيز الوعي السياسي
2. إلى أي مدى ساهمت موضوعات برنامج (مؤتمر إذاعي) بالإذاعة السودانية في تعزيز الوعي السياسي
3. ما مستوى تلبية تلك الموضوعات لرغبات وإهتمامات جمهور المستمعين
4. ما الأثر الذي تركته موضوعات البرنامج في رفع الوعي السياسي

منهج البحث: يعتمد الباحث في الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي. ويعتبر منهج البحث جهداً علمياً منظماً للحصول على معلومات وبيانات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث من العدد الحدي من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولفترة زمنية كافية للدراسة.

مجتمع الدراسة: (الإذاعة القومية أمدران)

عينة البحث: يستخدم الباحث في هذه الدراسة العينة العمدية وهي التي تتم عن طريق الإختيار العمدى أو التحكيمي، أي الإختيار المقصود من جانب الباحث لعدد من وحدات المعاينة حيث تم إختيار خمسون مفردة يمثلون أفراد مجتمع البحث.

أدوات البحث: الإستبانة: صحيفة تحتوي على أسئلة توجه إلى عدد من القراء أو المشاهدين أو المستمعين للتعرف على آرائهم في وسائل الإعلام أو ما تقدمه من مواد وبرامج.

الملاحظة: يقصد بالملاحظة في مجال البحث العلمي المشاهدة الدقيقة لظاهرة من الظواهر أو المجموعة منها بالإستعانة بالأدوات والأجهزة والأساليب التي تتفق مع طبيعة هذه الظاهرة وذلك بهدف معرفة صفاتها وخواصها والعوامل الداخلية فيها.

المقابلة: يعرف المقابلة بأنه تفاعل لفظي منظم بين الباحث والمبحوثين لتحقيق هدف معين.

الإطار المكاني: (برنامج مؤتمر إذاعي بإذاعة أم درمان، نموذجاً) النخب بولاية الخرطوم (إعلاميون، أساتذة الجامعات، مسؤولين بالدولة، نشطاء سياسيين)

الإطار الزمني: الفترة من 2021م وقد شهدت هذه الفترة أحداث جسام وتحولات سياسية جعلت من الإذاعة محل إهتمام.

مصطلحات الدراسة:

البرامج الحوارية: (interview Programs): هي البرامج الإذاعية بالراديو والتلفزيون التي يستضاف فيها شخص متخصص ليتحدث إلى الناس مباشرة في موضوع معين.

الوعي السياسي: يقصد به معرفة المواطن لحقوقه السياسية وواجباته، وما يجري حوله من أحداث ووقائع، وكذلك قدرة المواطن على التصور الكلي للواقع المحيط به كحقيقة كلية، مترابطة العناصر.

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: أحمد محمد عبد الله العجل (الإعلام الإسلامي ودوره في التوعية السياسية في التلفزيون اليمني رسالة لنيل درجة الدكتوراه غير منشورة جامعة أم درمان الإسلامية كلية الإعلام 2005م)

أهداف الدراسة:

1. التعرف على ما تتضمنه البرامج السياسية التلفازية من القيم والاتجاهات

2. التعرف على مستوى إقبال الجمهور على مشاهدة البرامج السياسية

النتائج:

1. حاجة العمل السياسي لبرامج مدروسة يتمحور حولها العمل الوطني

2. ضعف المشاركة السياسية على المستوى الجماهيري والمستثمرين

الدراسة الثانية: إقبال بابكر محمد البشير (دور الإعلام السياسي في تشكيل الرأي العام دراسة تطبيقية على البرامج السياسية 2006م - 2008م بحث لنيل درجة الماجستير في الإعلام جامعة أم درمان الإسلامية).

أهداف الدراسة:

1. إبراز العلاقة بين الإعلام والسياسة.

2. تقييم اتجاهات الرأي العام تجاه الرسالة الإعلامية.

أهم النتائج:

1. أن التلفزيون يلعب دوراً كبيراً في التنشئة السياسية.

2. الإعلام السياسي يعلب دور الوسيط في العملية السياسية.

الدراسة الثالثة: جلول بور بابة (دور الفضائيات العربية في نشر الوعي السياسي دراسة تطبيقية على الرأي العام المستنير بولاية الخرطوم قناة الجزيرة الإخبارية نموذجاً بحث لنيل درجة الماجستير في الإعلام جامعة أم درمان الإسلامية 2010م).

أهداف الدراسة:

1. بيان العلاقة بين وسائل الإعلام والسياسية.

2. معرفة الطريقة التي تعالج بها القنوات الفضائية السياسية.

النتائج:

1. إن الوعي السياسي المدخل الأساسي لمعرفة العصر.

2. القنوات العربية تحظى بنسبة متابعة كبيرة من أفراد العينة.

المحور الأول: نشأة الإذاعة وتطورها عالمياً

بدأت مقدمات إكتشاف الراديو في 12 يوليو، وجرت تجاربه الأولى في أكتوبر 1866م بنقل الصوت البشري عبر مسافة لا تزيد عن 22 كيلو متراً، وسمع الناس نقل بعض الخطب بداية من عام 1892 ولقد منح ذلك المخترع ماركوني أول ترخيص إذاعي في الثاني من يوليو سنة 1896م وإنشاء أول محطة إذاعية في العالم بعد ذلك بحوالي 23 سنة أي في عام 1919م على وجه التحديد. وتعود قصة الراديو إلى رجال أفذاذ ملكو خيلاً واسعاً وقدرة على تحويل هذا الخيال إلى واقع بفضل عزائم قوية وجهود لا تعرف الكلل فقد تمكن العالم الألماني (هنريش هرتز) من كشف نوع من الموجات اللاسلكية تسمى حالياً بالموجات المضمحلة وآله تنسب وحدات القياس لطول الموجات اللاسلكية ولا يخلو جهاز راديو من اسم هذا العالم. ومع التراكم المعرفي، يجد العالم الإيطالي وتمكن من إرسال أول إشارة تلغرافية لا سلكية عبر بحر المانش عام 1899م ثم نجح في توصيل رسائله عبر المحيط الأطلنطي إلى الولايات المتحدة بعد ذلك بعامين. وبعد إنتهاء الحرب العالمية الأولى ظهرت نوادي تهتم بالخدمات الإذاعية وبدأ تطوير هذه الخدمات في بلاد عديدة. وكان الألمان والكنديون قد سبقوا العالم في استخدام الإذاعة كوسيلة إتصال شعبية منذ عام 1919م ثم تبعتها الولايات المتحدة الأمريكية بافتتاح أول محطة إذاعية في ولاية متشجان في عام 1920م باسم (kadka) التي تعتبر أول محطة إذاعية في العالم وفي الإتحاد السوفيتي بدأت فعلياً عام 1922م. وخلال العشرينيات بلغ عدد الدول التي تستخدم الإذاعات المنتظمة نحو أربعين دولة جميعها من الدول الصناعية المتقدمة وإنما ضمت دولاً أخرى مثل أفغانستان ومصر والصين وكوريا والفلبين وأستراليا. وكانت

بريطانيا أوائل الدول الأوروبية التي أنشأت محطة إذاعية منذ عام 1920م وتلاها هيئة الإذاعة البريطانية 1922م، وما أن إنقضت سنة 1924 حتى كانت هناك محطة إذاعية واحدة على الأقل في كل دولة من دول العام المتقدم وفي السنة التالية أصبح في العالم 600 محطة إذاعية وفي عام 1952م إزداد عدد المحطات الإذاعية إلى أكثر من الضعف بقليل وفي عام 1960م قفز عدد المحطات الإذاعية على مستوى العالم إلى 750 محطة إذاعية ولا تكاد توجد حالياً منطقة في العالم لا يغطيها برنامج إذاعي منتظم⁽¹⁾

التطور التكنولوجي للإذاعة: المرحلة الأولى: الموجات الصوتية الطويلة: هي الموجات التي تهتز فيها الجزيئات الوسط الناقل بحركة إهتزازية طويلة متقاربة وبمسافات قصيرة في نفس خط إتجاه الموجة الصوتية وانتشارها

المرحلة الثانية: وتمثلت المرحلة الثانية من تطور تكنولوجيا الإذاعة في إستخدام الموجات المتوسطة التي تغطي مساحات جغرافية أكبر بإستخدام نظام التشكيل الإذاعي الذي يستخدم الترددات بين 535 - 1605 كيلو هيرتز، وبعد ذلك تم إستخدام نظام التشكيل الترددي الذي يستخدم الترددات بين 1 - 108 ميغا هيرتز.

المرحلة الثالثة: تم إكتشاف موجات الميكروويف (microwave) التي يعتمد على ترددات عالية جداً، وتتيح في إمكانية كبيرة في زيادة الخدمات الإذاعية وهي تتسم بعدد من الخصائص لعل من أهمها البث في خطوط مستقيمة.⁽²⁾

المرحلة الرابعة: وخلال عقد الستينات من القرن الماضي تم التوصل إلى البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية، وأتاح ذلك وصول الرسالة الإذاعية إلى مسافات جغرافية شاسعة وأتاح النقل المباشر للأحداث الهامة وملاحظة المستمعين لها. وإنها فكرة جديدة تقوم على إطلاق الأقمار الصناعية مباشرة البث الصوتي، راديو وتكنولوجيا رقمية تضمن لها الجودة والنقاء وتستقبل على الأرض جهاز راديو فضائي (Radio space) ومن غيرها وصاحب الفكرة شاب عربي ينتمي إلى السودان وبالرغم من أنه تلقى تعليمه في الغرب وعمل وسط علمائه وتقنييه وفنييه ومهندسيه إلا أنه ظن بضميره ووجدانه أنه يحس بمشاكله العالم الثالث ويفكر في الوسائل الإعلامية والطرق التي يمكن أن تسهم في حل هذه المشاكل وفي مقدمتها وسائل الإتصال الجماهيري وتعتبر العشرينيات من القرن العشرين فترة هامة في حياة هذا الإختراع الهام

(1) حسن على، مقدمة في الفنون الإذاعية، (العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007 ط 1) ص 25-26

(2) مصطفى حميد كاظم الطائي، التقنيات الإذاعية التلفزيونية، مرجع سابق ص 23.

آخذاً في التطور والتوسع. ورافقه في العام 1925م إختراع البيك آب الكهربائي، وفي العام 1934م إختراع التسجيل على الأسطوانات المرنة، وآلة التسجيل عام 1945م.⁽³⁾

المحور الثاني

برامج التوعية السياسية بالإذاعة

الإعتماد على وسائل الإعلام إطاراً نظرياً باعتباره يركز على الوسيلة ودرجة أهميتها لدى الفرد لكي يستقي معلوماته منها وكما يوحي نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام فإن العلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الإعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور، وقد تكون هذه العلاقات معظم وسائل الإعلام جميعها، أو مع أحد أجزائها مثل الصحف - الراديو - التلفزيون.⁽⁴⁾

البحث عن الأخبار، والتقاطها والسبق إليها ونشرها هو جوهر صناعة الإعلام المعاصر، والنظرة البسيطة لواقعنا العالمي المعاصر تؤكد ذلك فالخبر اليوم هو أساس المعرفة، ومن غير الأخبار لا نستطيع أن نفهم ما يجري حولنا، يقوم الإعلام بدور رئيسي في حياة الإنسان الحديث فعن طريق وسائله التي أصبحت في متناول اليد بتقنيات هائلة يشبع المرء غريزته الفطرية المتجددة في الحصول على الأخبار والمعلومات المتلاحقة دون توقف حتى بات من المستحيل تخيل الحياة الحديثة بدون وسائل الإعلام التي تصلنا بالعالم القريب والبعيد. كما يشكل الإعلام في واقعنا المعاصر عصب الحياة، وأصبح له بانتشار بثه الواسع وتجاوزه لجميع الحدود وتخطيه أقصى المسافات، أثر واضح على كافة الأصعدة، لعل أكثرها وضوحاً الواقع الاجتماعي والقيمي الذي يشكل ثقافة المجتمع وعقائد أهله وفي سياق التطور التكنولوجي وثورة الإتصال أصبح لوسائل الإعلام دورها الكبير في التأثير، وتشير الدراسات الإعلامية إلى أهمية الإعلام في تطور وتقدم المجتمعات من خلال سياساتها في نقل الرسالة الإعلامية وما تنقله من أفكار وقيم ومفاهيم تسهم في صياغة وصقل البناء الاجتماعي "حيث تلعب الآلة الإعلامية دوراً إستراتيجياً في المجتمع يتمثل في تشكيل وتكوين الثقافة الجماهيرية والذاكرة الاجتماعية والموروث الجماعي للمجتمع والفضل الكبير في كل هذا يعود إلى الإعلام في بناء الصورة الذهنية والسلوك الاجتماعي.⁽⁵⁾

ونظراً لهذا الدور والتأثير فإن الإعلام يتحمل مسؤولية تجاه المجتمع الذي يخدمه، وتحدد هذه الإلتزامات عادة في القوانين والتشريعات والمواثيق الإعلامية، وعلى الرغم من تباين الأنظمة الإعلامية، فمن المؤكد أن هناك أربعة التزامات تشكل في مجملها الحد الأدنى للمسؤوليات التي يتوجب على أي إعلام التمسك

³ المرجع السابق

⁴ حسن عماد مكاي، أخلاقيات العمل الإعلامي، (دراسة مقارنة - الدار المصرية اللبنانية، 1994) ص4

⁵ - قيراط محمد، الإعلام والمجتمع الراهنات والتحديات (مكتبة الفلاح، بيروت، 2001) ص10

بها، وهذه المسؤوليات تتعلق بالمصادقية والقيم الاجتماعية والذوق العام إلى جانب تلبية حاجات المجتمع ولقد أصبح واضحاً أن وسائل الإعلام تمتلك من القوة والحرية ما يؤهلها لكي تؤدي دوراً بارزاً في رسم السياسات المحلية، والدولية، كما أصبحت وسائل الإعلام جزءاً من العملية السياسية تؤثر وتتأثر بها. فالإعلام ما يؤدي دوراً نشطاً في تشكيل السياسة والقيام بخدمات متعددة ووظائف للرأي العام، ونلاحظ الدور البارز للإعلام في لعبه دوراً وسيطاً بين الشعوب والحكومة بل وبين قطاعات مختلفة داخل الحكومة نفسها وبين الحكومات الأخرى. كما يؤدي دوراً واضحاً في التعبئة والدعم السياسي للحكومات وبعض الحكومات والقضايا الحساسة. ونلاحظ الدور الفاعل للنخب السياسية القادرة على بناء تصورات الناس وإملاء سلوكهم، وهم الذين تسمح لهم مواقعهم بالسيطرة على المعلومات ومن ثم آراء الشعب وإتجاهاته، وتسهم وسائل الإعلام في زيادة الوعي السياسي للأفراد وإطلاعهم وتعريفهم بالقضايا السياسية المثارة من خلال نشراتها وبرامجها الإخبارية، حيث أصبحت من المصادر الرئيسة والمهمة في تنمية وعي الأفراد السياسي، وتزود وسائل الإعلام الأفراد بصورة عن التكوين أو النظام السياسي من خلال ما تقدمه من معلومات وتصورات عن هذا النظام. ويمكن القول: أن الإدراك السياسي هو الدرجة التي يصل إليها الفرد في فهم كافة المعلومات عن بلاده بصفته مواطناً صالحاً يقوم بواجباته السياسية على وجه صحيح، ويمثل الإدراك السياسي والوعي معرفة الأحداث السياسية خارج مجتمع الفرد. ويعمل الراديو بشكل فعال مما يساعد على تزايد المشاركة والتفاهم، كما يمكن أن يقوم بدور مضاعفة مصادر المعرفة وذلك أن أي تغيير سريع الأنماط أو القيم السياسية يحتاج إلى عدة حملات من وسائل الإعلام وقد يكون من المفيد أن يقوم الراديو بدور المفتش على سياسة الحكومة، حيث إن لبرامج التلفزيون والإذاعة دوراً كبيراً في التكوين الثقافي للفرد والمجتمع سواء كانت برامج للأطفال أو العائلة أو كانت برامج سياسية، ثقافية، دينية، اجتماعية، ترفيهية أو على شكل حلقات أو سلسلة عربية كانت أم أجنبية. وإن هذه البرامج (لها القدرة على أن تترك أثرها الثقافي في الفرد والمجتمع بطريق غير مباشر وأكثر مما تفعله البرامج والدراسات والندوات الجادة المتصلة إتصلاً مباشراً بالأدب أو الفن أو العلم والأثر الثقافي الذي تتركه هذه البرامج قد يكون أثراً مباشراً أو غير مباشر بمعنى آخر قد يكون عاجلاً أو يظهر على المدى الطويل ودون وعي من المستقبل.⁽⁶⁾

الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

(⁶) عبد الرحمن، عواطف، قضايا التبعية الإعلامية الثقافية في العالم الثالث، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، سلسلة (عالم المعرفة) 1984. ص 120

هدفت الدراسة التعرف على البرامج الحوارية وفعاليتها في تعزيز الوعي السياسي قام الباحث بالدراسة الميدانية والتي مرت بالمراحل الآتية:

تصميم صحيفة الإستقصاء: يعرف الإستقصاء: بأنه أسلوب لجمع البيانات الذي يستهدف إستشارة الأفراد لمبحوثين بطريقة منهجية ومقنعة للحصول على أفكار وآراء معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات.

إختيار العينة: التعامل بنظام العينات يعني إختيار عدد محدود من المفردات في المجتمع سيكون ممثلاً في خصائصه وسماته لمجموعة من أفراد الجمهور، وبهذا يكون الجزء يمثل الكل، وإستخدم الباحث في هذه الدراسة العينة العمدية وهي التي تتم عن طريق الإختيار العمدى أو التحكيمي، أي الإختيار المقصود من جانب الباحث لعدد من وحدات المعاينة بحيث يرى أنه يمثل المجتمع الأصلي تمثيلاً صحيحاً. وقد قام الباحث بإختيار خمسون مفردة يمثلون أفراد مجتمع البحث الذي يتكون من (النشطاء السياسيين-أساتذة الجامعات عن كليات الإعلام والعلوم السياسية-إعلاميون في كل من الإذاعة والتلفزيون والصحف-الدستوريون (مسؤولين بالدولة).

مقياس الصدق والثبات: يقصد بثبات الإختبار أن يعطي المقياس نفس النتائج إذا ما استخدم أكثر من مرة واحدة تحت ظروف مماثلة، ويعني الثبات أيضاً أنه إذا ما طبق إختيار ما على مجموعة من الأفراد ودرجات كل منهم، ثم أعيد تطبيق الإختبار نفسه على المجموعة نفسها وتم الحصول على عليها بقسمة الإختبار.

الصدق فهو مقياس يستخدم لمعرفة درجة صدق المبحوثين من خلال إجاباتهم على مقياس معين.

البيانات الأولية

جدول رقم (1) يوضح عينة الدراسة حسب النوع

النوع	التكرار	النسبة %
ذكر	35	70
انثى	15	30
المجموع	50	100

من الجدول رقم (1) نلاحظ:

إن 70% أفراد العينة ذكور، و 30% إناث. ونلاحظ أن نسبة الذكور كانت الأعلى مما يؤكد أن المهتمين بالعمل السياسي بالسودان أغلبهم من الذكور.

جدول رقم (2) يوضح عينة الدراسة حسب العمر

العمر	التكرار	النسبة %
من 18 - 30 سنة	9	18
من 31 - 40 سنة	14	28
من 41 - 50 سنة	17	34
من 50 سنة فأكثر	10	20
المجموع	50	100

من الجدول رقم (2) نلاحظ:

إن 18% من أفراد عينة الدراسة تتراوح أعمارهم من 18 - 30 سنة، و 28% أعمارهم من 31 - 40 سنة، بينما 34% تراوحت أعمارهم من 41 - 50 سنة، و 20% أعمارهم من 50 سنة فأكثر، ويلاحظ الباحث أن نسبة 34% هم من الأعمار 41-50 عام مما يؤكد النضج السياسي للمبحوثين.

جدول رقم (3) يوضح لأفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة %
ثانوي	1	2
جامعي	33	66
فوق الجامعي	16	32
المجموع	50	100

من الجدول رقم (3) نلاحظ:

فإن 2% من أفراد عينة الدراسة مؤهلهم العلمي ثانوي، و 66% مؤهلهم العلمي جامعي، بينما 32% مؤهلهم العلمي فوق الجامعي. وهنا يوضح أن الغالبية العظمى من أفراد العينة من الفئات المستتيرة بحيث تلقوا نسبة عالية من التعليم ونلاحظ أن الجامعيين وفوق الجامعيين مثلوا أعلى نسبة من العينة وهم من

أساتذة الجامعات والدستوريين والنشطاء السياسيين والمهنيين الإعلاميين وهؤلاء هم صفوة المجتمع وقادة الرأي.

جدول رقم (4) يوضح الوضع الوظيفي لأفراد العينة

النسبة %	التكرار	الوضع الوظيفي
24	12	أستاذ جامعي
46	23	مهني إعلامي
18	9	دستوري
12	6	ناشط سياسي
100	50	المجموع

من الجدول رقم (4) نلاحظ:

إن 24% من أفراد عينة الدراسة يشغلون وظيفة أستاذ جامعي، و46% مهنيين إعلاميين، بينما 18% دستوريين، و12% نشطاء سياسيين. وهذه عينة عمدية بهدف الحصول على تقويم علمي دقيق لبرنامج مؤتمر إذاعي بالإذاعة السودانية. أسئلة الاستبانة:

جدول رقم (5) يوضح وسائل تعزيز الوعي السياسي

النسبة العامة (المجموع)	لا تؤثر إطلاقاً	لا تؤثر	وسط	تؤثر	تؤثر بشدة	الوسيلة
96%	-	-	2 4%	6 12%	42 84%	1. وسائل الإعلام
71.6%	2 4%	6 12%	13 26%	19 38%	10 20%	2. الأحزاب
64.8%	1 2%	14 28%	15 30%	12 24%	8 16%	3. جماعة الرفاق
69.6%	1 2%	4 8%	20 40%	20 40%	5 10%	4. المدرسة
74%	1 2%	7 14%	14 28%	12 24%	16 32%	5. الأسرة

من الجدول رقم (5) نلاحظ:

أن وسائل الإعلام تؤثر بنسبة 96% في تعزيز الوعي السياسي، تليها الأسرة بنسبة تأثير 74%، بينما تحتل الأحزاب المرتبة الثالثة بنسبة 71.6%، ثم المدرسة بنسبة 69.6%، وجماعة الرفاق بنسبة 64.8%.

بناءً على هذا يمكن القول بأن: وسائل الإعلام تأتي في مقدمة وسائل تعزيز الوعي السياسى تليها الأحزاب والأسرة ثم المدرسة وجماعة الرفاق.

جدول رقم (6) يوضح درجة الإستماع للإذاعة السودانية

النسبة %	التكرار	الإجابة
66	33	نعم
34	17	أحياناً
–	–	لا
100	50	المجموع

من الجدول رقم (6) نلاحظ:

إن 66% من أفراد عينة الدراسة يستمعون للإذاعة السودانية، بينما 34% أحياناً يستمعون لها. عليه يمكن القول بأن: غالبية أفراد العينة يتابعون مؤتمر الإذاعة السودانية.

جدول رقم (7) درجة الإستماع للبرامج الإذاعية

النسبة %	التكرار	الإجابة
44	22	الإخبارية والسياسية
36	18	الثقافية
14	7	الإرشادية
4	2	الاقتصادية
2	1	الترفيهية
100	50	المجموع

من الجدول رقم (7) نلاحظ:

إن 44% من أفراد عينة الدراسة يستمعون للبرامج الإخبارية والسياسية، و 36% يستمعون للبرامج السياسية، بينما 14% يستمعوا للبرامج الإرشادية، و 4% يستمعون للبرامج الاقتصادية، و 4% يستمعون للبرامج الترفيهية.

جدول رقم (8) أهمية البرامج بالنسبة للمبحوثين

النسبة العامة	لا أستمع	غير مهم	عادي	مهم	مهم جداً	الإجابة
87.6%	–	–	5 10%	21 42%	24 48%	مؤتمر إذاعي
71.6%	6 12%	1 2%	11 22%	22 44%	10 20%	صدى الأحداث
60.8%	7	7	18	13	5	منتدى الحوار

	%14	%14	%36	%26	%10	
%64.8	1 %2	8 %16	19 %38	12 %24	8 %16	منبر الرأي
%69.6	10 %20	1 %2	9 %18	15 %30	15 %30	العالم اليوم
%56.8	12 %24	3 %6	19 %38	13 %26	3 %6	شئون أفريقية
%70	5 %10	5 %10	10 %20	20 %40	10 %20	خبر وتعليق

من الجدول رقم (8) نلاحظ:

أن برنامج مؤتمر إذاعي أحرز المرتبة الأولى من حيث الأهمية بنسبة 87.6%، يليه صدى الأحداث بنسبة 71.6%، بينما يحتل خبر وتعليق المرتبة الثالثة بنسبة 70%، ثم العالم اليوم بنسبة 69.6%، ومنبر الرأي بنسبة 64.8% أما المرتبة السادسة كانت نصيب برنامج منتدى الحوار بنسبة 60.8%، ثم برنامج شئون أفريقية بنسبة 56.8%.

جدول رقم (9) يوضح مدى متابعة المبحوثين لبرنامج مؤتمر إذاعي

السؤال	دائماً	أحياناً	حسب الأحداث	نادراً	لا أتابعه	المجموع
ما مدى متابعتك لبرنامج (مؤتمر إذاعي) بإذاعة امدرمان	20 %40	10 %20	10 %20	2 %4	8 %16	50 %10

من الجدول رقم (9) يتبين:

إن 40% من أفراد عينة الدراسة يتابعوا دائماً برنامج مؤتمر إذاعي بإذاعة امدرمان، و 20% يتابعونه أحياناً، بينما 20% يتابعون برنامج مؤتمر إذاعي حسب الأحداث، و 4% نادراً ما يتابعونه، و 16% لا يتابعونه. عليه يمكن القول بأن: غالبية أفراد العينة يتابعون بصورة دائمة برنامج مؤتمر إذاعي.

تحليل نتائج الدراسة حول برنامج مؤتمر إذاعي:

لمعرفة دور برنامج (مؤتمر إذاعي) في تعزيز الوعي السياسي تم إستخراج النسب المئوية لوصف الدراسة والجدول التالية توضح ذلك:

جدول رقم (10): يوضح التكرار والنسبة المئوية لاجابات افراد العينة حول عبارات محور (الاستماع والمتابعة)

العبرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لاأوافق	لاأوافق بشدة
1. اختيار الفترة الصباحية من يوم الجمعة توقيتاً لبث البرنامج أكسبه أهمية كبيرة في المتابعة.	29 %58	16 %32	1 %2	4 %8	–
2. إستضافة البرامج شخصيات إعتبارية من معظم ألوان الطيف السياسي زاد من أهمية المتابعة والإستماع للبرنامج من مختلف قطاعات المجتمع.	29 %58	16 %32	1 %2	4 %8	–
3. من الأفضل أن يستمر هذا البرنامج بالوجود الدائم في كل دورة إذاعية مما يجعل من الإذاعة محل إهتمام ومتابعة من قبل الجمهور ذوي الإهتمامات السياسية.	25 %50	19 %38	2 %4	3 %6	1 %2
4. إستطاع البرنامج من تغطية غالبية القضايا التي شغلت الرأي العام السوداني.	24 %48	17 %34	6 %12	1 %2	2 %4
مجموع إجابات المبحوثين	107 %53.5	68 %34	10 %5	12 6%	3 %1.5

من الجدول رقم (10) يتبين:

- 1- فإن 90% من أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن اختيار الفترة الصباحية من يوم الجمعة توقيتاً لبث البرنامج أكسب البرنامج أهمية كبيرة في المتابعة، بينما 2% محايدون، و8% لا يوافقون.
 - 2- كما وجد 90% من أفراد عينة الدراسة يوافقون بشدة على أن إستضافة البرامج شخصيات إعتبارية من معظم ألوان الطيف السياسي زاد من أهمية المتابعة والإستماع للبرنامج من مختلف قطاعات المجتمع، بينما 2% محايدون، و8% لا يوافقون.
 - 3- لوحظ كذلك أن 88% من أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن من الأفضل أن يستمر هذا البرنامج الوجود الدائم في كل دورة إذاعية مما يجعل من الإذاعة محل إهتمام ومتابعة من قبل الجمهور ذوي الإهتمامات السياسية بينما 4% محايدون، و8% لا يوافقون.
 - 4- كما يتضح أن 82% من أفراد عينة الدراسة يوافقون بشدة على أن البرنامج إستطاع تغطية غالبية القضايا التي شغلت الرأي العام السوداني، بينما 12% محايدون، و6% لا يوافقون.
- من هذا نستنتج أن 87.5% من افراد عينة الدراسة يوافقون على عبارات محور الإستماع والمتابعة، بينما 5% محايدون، و7.5% لا يوافقون.

جدول رقم (11): يوضح التكرار والنسبة المئوية لاجابات افراد العينة حول عبارات المحور محتوى المادة المقدم

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لاأوافق	لاأوافق بشدة
1. مضمون البرنامج يعبر عن وجهة نظر الحكومة كما انه يعبر عن تطلعات الجمهور ورضاهم.	15 %30	19 %38	11 %22	4 %8	1 %2
2. يتميز البرنامج بتنوع الموضوعات وإرتباطها بالجمهور ويتضمن كافة ميادين الثقافة.	11 %22	13 %26	10 %20	13 %26	3 %6
3. موضوعات البرنامج تدعو إلى ترسيخ القيم والسلوك الاجتماعي والتنشئة السياسية.	10 %20	23 %46	16 %32	1 %2	-
4. التحولات المرتبطة بإتفاقيات السلام في السودان أثرت في نوعية الموضوعات المطروحة بالبرنامج.	12 %24	19 %38	15 %30	3 %6	1 %2
مجموع إجابات المبحوثين	48 %24	74 %37	52 %26	21 %10.5	5 %2.5

من الجدول رقم (11) يتبين:

- 1- إن 68% من أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن مضمون البرنامج يعبر عن وجهة نظر الحكومة فقط ولا يعبر عن تطلعات الجمهور ورضاهم، وبينما 22% محايدون، و 10% لا يوافقون.
- 2- كما وجد 48% من أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن البرنامج يتميز بتنوع الموضوعات وإرتباطها بالجمهور ويتضمن كافة ميادين الثقافة، بينما 20% محايدون، 32% لا يوافقون.
- 3- لوحظ كذلك أن 46% من أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن موضوعات البرنامج تدعو إلى ترسيخ القيم والسلوك الاجتماعي والتنشئة السياسية، بينما 32% محايدون، و 2% لا يوافقون.
- 4- كما يتضح أن 62% من أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن التحولات المرتبطة بإتفاقيات السلام في السودان أثرت في نوعية الموضوعات المطروحة بالبرنامج، بينما 30% محايدون، و 8% لا يوافقون. من هذا نستنتج أن 61% من افراد عينة الدراسة يوافقون على عبارات محور محتوى المادة المقدم، بينما 26% محايدون، و 13% لا يوافقون.

جدول رقم (12) يوضح التكرار والنسبة المئوية لاجابات افراد العينة حول عبارات محور (النواحي الفنية والجاذبية)

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لاأوافق	لاأوافق بشدة
1. يمتاز البرنامج بجودة الإخراج ومواكبة التطورات التقنية ووضوح البث.	8 %30	23 %46	14 %28	5 %10	-
2. أسلوب الطرح وكفاءة الفريق العامل أحد أهم أسباب نجاح وإستمرار البرنامج.	20 %40	18 %36	9 %18	2 %4	1 %2

3. يتسم مقدم البرنامج بالبساطة والاسلوب المشوق والتواضع في الحوار والجرأة في طرح الموضوع.	23 %46	19 %38	6 %12	2 %4	-
4. يستخدم البرنامج أسلوب الاستمالات العقلية التي تعتمد على مخاطبة عقل التلقي وتقديم الحجج والشواهد في العملية الإقناعية.	16 %32	22 %44	10 %20	1 %2	1 %2
مجموع إجابات المبحوثين	67 %33.5	82 %41	39 %19.5	10 %5	2 %1

من الجدول رقم (12) يتبين:

أن 62% من أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن البرنامج يمتاز بجودة الإخراج ومواكبة التطورات التقنية ووضوح البث بينما 28% محايدون، و 10% لا يوافقون. كما وجد 76% من أفراد عينة الدراسة يوافقون بشدة على أن أسلوب الطرح وكفاءة الفريق العامل أحد أهم أسباب نجاح وإستمرار البرنامج، بينما 18% محايدون، و 6% لا يوافقون. لوحظ كذلك أن 84% من أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن يتسم مقدم البرنامج بالبساطة والاسلوب المشوق والتواضع في الحوار والجرأة في طرح الموضوع، بينما 12% محايدون، و 4% لا يوافقون. كما يتضح أن فإن 76% من أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن البرنامج يستخدم أسلوب الاستمالات العقلية التي تعتمد على مخاطبة عقل التلقي وتقديم الحجج والشواهد في العملية الإقناعية، بينما 20% محايدون، و 4% لا يوافقون. عليه نستنتج أن 74.5% من افراد عينة الدراسة يوافقون على عبارات محور النواحي الفنية والجادبية، بينما 19.5% محايدون، و 6% لا يوافقون.

جدول رقم (13) يوضح التكرار والنسبة المئوية لاجابات افراد العينة حول عبارات محور (المشاركة وتفاعل الجمهور)

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لاأوافق	لاأوافق بشدة
1. البرنامج فتح المجال للجمهور للمشاركة بشكل أوسع للتعبير عن آرائهم.	10 %20	23 %46	15 %30	-	2 %4
2. يعتمد مقدم البرنامج إتاحة فرص للمشاركة هم (سابق التجهيز) وغير موضوعين في أحيان كثيرة.	3 %6	20 %40	22 %44	3 %6	2 %4
3. تمكّن مقدم البرنامج من إيجاد حميمية بينه والجمهور من خلال المشاركة والتفاعل وهو ما يدفع المستمع لتكرار الإستماع.	5 %10	15 %30	17 %34	12 %22	1 %2
4. مشاركة خبراء متخصصين من خارج الإستديو عبر التلفون يجعل من البرنامج أكثر إثارة وأقوى تأثيراً الأمر الذي يتميز به البرنامج عن البرامج الحوارية الأخرى.	5 %10	15 %30	17 %34	12 %22	1 %2

6	27	71	73	23	مجموع إجابات المبحوثين
%3	%13.5	%35.5	%36.5	%11.5	

من الجدول رقم (13) يتبين:

أن 66% من أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن البرنامج فتح المجال للجمهور للمشاركة بشكل أوسع للتعبير عن آرائهم، بينما 30% محايدون و 4% لا يوافقون. كما وجد 46% من أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن مقدم البرنامج يعتمد على إتاحة فرص للمشاركين هم (سابق التجهيز) وغير موضوعين في أحايين كثيرة، بينما 44% محايدون، و 10% لا يوافقون، كما يتضح أن 40% من أفراد عينة الدراسة يوافقون على تمكّن مقدم البرنامج من إيجاد حميمية بينه والجمهور من خلال المشاركة والتفاعل وهو ما يدفع المستمع لتكرار الإستماع، بينما 34% محايدون، و 24% لا يوافقون. لوحظ كذلك أن 40% من أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن مشاركة خبراء متخصصين من خارج الإستديو عبر التلفون يجعل من البرنامج أكثر إثارة وأقوى تأثيراً الأمر الذي يتميز به البرنامج عن البرامج الحوارية الأخرى، بينما 34% محايدون، و 22% لا يوافقون. من هذا نستنتج أن 48% من افراد عينة الدراسة يوافقون على عبارات محور النواحي الفنية والجاذبية، بينما 35.5% محايدون، و 16.5% لا يوافقون.

جدول رقم (14) يوضح التكرار والنسبة المئوية لاجابات افراد العينة حول عبارات محور (التأثير وتعزيز الوعي السياسي)

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لاأوافق	لاأوافق بشدة
1. أثر البرنامج في تشكيل آرائك حيال القضايا المطروحة.	17 %34	21 %42	8 %16	4 %8	-
2. فرض البرنامج نفسه مصدراً أساسياً ومهماً تستقي منه وسائل الإعلام المحلية معلوماتها.	26 %52	17 %34	5 %10	-	2 %4
3. نجح البرنامج في التصدي للدعاية المضادة التي تستهدف التماسك السياسي والاجتماعي وعزز على تقوية الشعور بالوحدة الوطنية.	8 %16	22 %44	9 %18	8 %16	3 %6
4. أسهم البرنامج من خلال الموضوعات المطروحة في تعزيز الوعي السياسي للمواطن السوداني.	13 %26	16 %32	18 %36	2 %4	1 %2
مجموع إجابات المبحوثين	64 %32	76 %38	40 %20	14 %7	6 %3

من الجدول رقم (14) يتبين:

- 1- إن 76% من أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن البرنامج أثر في تشكيل آرائهم حيال القضايا المطروحة، بينما 16% محايدون، و8% لا يوافقون.
- 2- كما وجد 86% من أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن البرنامج فرض نفسه مصدراً أساسياً ومهماً تستقي منه وسائل الإعلام المحلية معلوماتها، بينما 10% محايدون، و4% لا يوافقون
- 3- كما يتضح أن 60% من أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن البرنامج نجح في التصدي للدعاية المضادة التي تستهدف التماسك السياسي والاجتماعي وعزز على تقوية الشعور بالوحدة الوطنية، بينما 18% محايدون، و22% لا يوافقون، و6% لا يوافقون.
- 4- لوحظ كذلك أن 58% من أفراد عينة الدراسة يوافقون بشدة على أن البرنامج أسهم من خلال الموضوعات المطروحة في تعزيز الوعي السياسي للمواطن السوداني بينما 36% محايدون، و6% لا يوافقون. من هذا نستنتج أن 70% من افراد عينة الدراسة يوافقون على عبارات محور النواحي الفنية والجاذبية، بينما 20% محايدون، و10% لا يوافقون.

النتائج:

- البرامج الإذاعية الأكثر إستماعاً لأفراد العينة البرامج الأخبارية والسياسية تليها البرامج الثقافية.
- حاز برنامج مؤتمر إذاعي على المرتبة الأولى في الاستماع والمتابعة من بين البرامج الحوارية والسياسية بالإذاعة السودانية.
- الموضوعات المطروحة في البرنامج تلبى بصورة كبيرة رغبات واهتمامات جمهور المستمعين.
- يعتبر برنامج مؤتمر إذاعي مصدراً أساسياً ومهماً تستقي منه وسائل الإعلام المحلية معلوماته.
- إتمام مقدم برنامج مؤتمر إذاعي بالبساطة والجرأة في طرح الموضوع، واستخدام أسلوب الاستمالات العقلية جميعها جذب المستمع السوداني لمتابعة حلقات برنامج مؤتمر إذاعي.
- هناك تفاعل كبير للجمهور ومشاركته في الموضوعات المطروحة في البرنامج.
- موضوعات برنامج مؤتمر إذاعي بالإذاعة السودانية ساهمت بصورة كبيرة في تعزيز الوعي السياسي.

التوصيات:

- ضرورة أن تبنى وسائل الإعلام السودانية (المقروءة والمسموعة والمرئية اهتماماً أكبر بقضية المشاركة السياسية والمعرفة السياسية للمواطن السوداني، وتوعيته بأساليب تمتلك عوامل الجذب والموضوعية والصراحة في التناول والمعالجة).
- ضرورة التخطيط السليم من قبل القائمين على إدارة الإذاعة السودانية من أجل الاهتمام بموضوع الوعي السياسي.
- الاستعانة بالمتخصصين في مجال الإعلام والسياسة معاً من أجل تحديد المحتوى الذي الذي تقدمه البرامج الحوارية والسياسية بالإذاعة في مجال تعزيز الوعي السياسي.

المصادر المراجع:

1. حسن على، مقدمة في الفنون الإذاعية، ط1 (العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007م)
2. حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي، بدون (دراسة مقارنة، الدار المصرية اللبنانية، 1994م)
3. قيراط محمد، الإعلام والمجتمع الراهنات والتحديات ط1 (مكتبة الفلاح، بيروت، 2001م)
4. عبد الرحمن، عواطف، قضايا التبعية الاعلامية الثقافية في العالم الثالث، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، سلسلة (عالم المعرفة) 1984م.
5. عبد الدائم عمر الحسن، إنتاج البرامج التلفزيونية (الدار القومية العربية، للثقافة والنشر، القاهرة، 2003)
6. ناهد رمزي، الرأي العام وسيكولوجيا السياسة (مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة: 1991)
7. إبراهيم عبد الله المسلمي، نشأة وسائل الإعلام وتطورها، ط2 (الفكر العربي، القاهرة، 2005)
8. إبراهيم أبراش، علم الاجتماع السياسي، (رام الله، دار الشروق للنشر والتوزيع، بدون طبع، 1998م)
9. إبراهيم مذكور، معجم العلوم الاجتماعية، (الهيئة المصرية العامة للكتاب 1975)
10. إبراهيم مصطفى، (وآخرون المعجم الوسيط دار الدعوة)
11. إسماعيل حسن عبدالباري، أبعاد التنمية (دار المعارف، القاهرة، 1982 ط1،)
12. أمل خلف التنشئة، السياسية ما قبل المدرسة، (عالم الكتب، القاهرة، 2006)
13. محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، ط2 (دار الكتاب المصري، بيروت، 1979)
14. بركات عبد العزيز، اتجاهات حديثة في إنتاج البرامج الإذاعية، ط1 (القاهرة، دار الكتب الحديث، 2000)
15. جلال معوض، أزمة المشاركة السياسية في الديمقراطية وحقوق الإنسان في الوطن العربي، (مركز دراسات الوحدة العربية، المستقبل العربي، بيروت، 1983)

الكتب المترجمة:

1. شيرلي بياجي، المقابلة الصحفية، فن ترجمة كمال عبدالرؤف (القاهرة، الجمعية المصرية للنشر والثقافة العالمية)
2. هنري كاسيرر، التعليم عن طريق الإذاعة والتلفزيون، ترجمة سلام حمادة (القاهرة: مؤسسة سجل العرب، ط1)

محور بحوث محكمة باللغة الانجليزية

Media Coverage of the For the of legislation on the protections of Jordanian women's rights on "Facebook" Pages A comparative analytical study between of the two pages of ' Jordan TV' 'channel and Roya'"channel.

التغطية الإعلامية للتشريعات المتعلقة بحماية حقوق المرأة الأردنية في صفحات "الفيسبوك" دراسة تحليلية مقارنة بين صفحتي قناة التلفزيون الأردني، وقناة رؤية

Dr. Noha Sabri Mohammed Al-Qatawneh

Doctorate in Electronic Journalism and Media Legislations- Institute of Journalism and News Sciences- University of Manouba, Tunisia- Kingdom of Jordan.

Abestact

The study aimed to reveal the levels of media coverage of the For legislations on the protection of Jordanian women's rights on Facebook pages, It used the descriptive method, using the method of content analysis, as a tool for data collection, The analytical sample was represented in the pages of Jordan TV' and Roya" channels, Results show,The study results show that There are not statistically significant statistical differences between the pages of "Jordanian TV " and " Roya" my channels in the levels of media coverage For the issues relating to the rights of Jordanian women's rights. And the existence of statistically significant differences between the two pages of "Jordanian TV " and " Roya" channels in the forms of Interact with like and commentary and participation with media coverage of the issues relating of Jordanian Protection of women's rights, And in the direction The page of channel 'Jordan TV.

key words: media coverage, Legislation related to the protection of Jordanian women's rights, Facebook pages.

ملخص:

هدفت الدراسة إلى الكشف عن مستويات التغطية الإعلامية للتشريعات المتعلقة بحماية حقوق المرأة الأردنية في صفحات "الفيسبوك"، واستخدمت المنهج الوصفي بأسلوب تحليل المضمون، كأداة لجمع البيانات، وتمثلت العينة التحليلية في صفحتي قناة التلفزيون الأردني، وقناة "رؤية"، وتوصلت إلى: عدم وجود فروق دالة إحصائية بين صفحتي قناة التلفزيون الأردني، وقناة "رؤية"، في مستويات التغطية الإعلامية للموضوعات المتعلقة بتشريعات حماية حقوق المرأة الأردنية، ووجود فروق دالة إحصائية بين صفحتي قناة التلفزيون الأردني، وقناة "رؤية" في التفاعل بالإعجاب، التعليق، والمشاركة مع الموضوعات المتعلقة بتشريعات حماية حقوق المرأة الأردنية، وفي اتجاه صفحة قناة التلفزيون الأردني.

الكلمات المفتاحية: التغطية الإعلامية، التشريعات المتعلقة بحماية حقوق المرأة الأردنية، صفحات "الفيسبوك".

INTRODUCTION:

Today's world is witnessing tremendous technological development in various areas of political, economic and social life.

Social media networks "Facebook, Tutor, YouTube" are also an important communication phenomenon that has played a major role in improving communication between users and enabling them to access different information in various fields, as well as transforming the public from a recipient to an active component involved in sending and receiving information, especially in times of crisis.

These networks have become a great repository in covering current events and sharing insights, ideas and information about them with interaction, dialogue and participation. and, in particular, Media Coverage of the For the of legislations on the protection of Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels.

This is done through two-way communication In a virtual society based on "political, social, cultural and scientific" relationships on issues of common interest, So The study will look from a recent perspective on: **the Media Coverage of the For legislation on the protections of Jordanian women's rights on "Facebook" Pages.**

Previous studies:

In the light of what has been obtained from previous studies relevant to the research topic, The researcher adopted in the division of previous studies On the following axis:

- **Studies on media coverage of the For legislations on the protection of Jordanian women's rights and the "Facebook" interaction:**

The study of Arshad Yassin's (2021 AD). aims To recognize the promotion of interactive partnership and the creation of an interactive environment with the Iraqi public on Iraqi, regional and international political issues; The study uses the descriptive method and the content analysis method as a tool for data collection, The analytical sample was represented On the channels "Al Sharqiya, Al Jazeera, BBC Arabic", The study has found that: There is an increase in the percentage of media coverage of political issues, and Al Sharqiya Network ranked first, followed by Al Jazeera, then the BBC "Arabic", and there is a significant increase in the pattern of interaction with political issues.

The study of Alaa Rizk (2019 AD). aims to Identify women's rights guarantees in the Jordanian legal system, This is done by addressing and analysing all the relevant legal texts, which demonstrate the Jordanian legislature's concern to protect women from any violation of the rules of Islamic, In addition to knowing the Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women, which all call for equal rights between men and women, The study shows: that The Constitution provides for equality between men and women in rights and duties, and women grant rights commensurate with the nature of their composition and circumstances.

The study of Saleh Abdul Razzaq (2019 AD). I cared To know the nature of Jordanian women's political rights in Jordanian legislation in accordance with the various laws of the Constitution of Jordan of 1952 and the amendments thereto; and concluded that different Laws give Jordanian women all political rights, That The Text of Jordanian women's political rights in Jordanian legislation has contributed positively to increasing the participation of Jordanian women in political life.

The study of Lisette Van Beek and others (2019 AD). aims to get acquainted with the picture frameworks presented on the environment, politics and society through the study of framing at the Swiss agency "PBL", This applies to those who contact them, The study has found that: That the communicators are aware of the importance of photo frames and are not aware of the ideological connotations of the images, that The communicators persons recognize the importance of photo frames and do not understand the ideological connotations of images, the lack of accuracy and correctness of processing during the visual framing process, The lack of accuracy and health of treatment during the optic framing process.

The study of Nicolas M, Jennings, Kevin (2019 AD). aims to get To recognize the public's use of Facebook to access political news as a viable source of political information, Results show: That the Nearly half of Internet users use Facebook to find out about political news as a viable source of information and access to it.

Comment on previous studies and their benefits:

In the light of the scientific survey of previous studies, some theoretical and methodological trends in this regard can be observed:

- Arab and foreign schools agreed on the need for social media attention to cover current events that have become of interest to local and international public opinion, notably legislation on the protection of women's rights in Jordanian society, in addition to the important role played by the media in providing news to the public relevant to these legislation to learn about their reactions to them.
- The two schools differed in objectives, sample, curriculum and results, The results formed the scientific basis on which the study was based, with an attempt to build on it to provide a scientific addition and benefit from its reading mainly in: Identify the problem, Hypotheses, questions and the study Sample.
- The review of previous literature revealed a weak research trend in the study of media coverage of legislation on the protection of Jordanian women's rights; as a result of the marginalization of women's role in society for decades and the inequality between women and men in rights and duties.
- The theoretical frameworks of previous studies commented in the current study are related: by the levels of Media Coverage of the For the of legislation on the protections of Jordanian women's rights on "Facebook" Pages.

The Study Problem:

The roots of the problem are women's confrontation with multiple forms of violence, discrimination and exploitation, They have long struggled to obtain their political, social and economic rights.

With the growing formal recognition of the importance of Jordanian women's political participation and their right to stand for election to the House of Assembly after decades of exclusion and marginalization. This has provoked great importance in Jordanian society.

Jordanian women have played a positive role in the development process, as well as benefiting from the social, economic and political developments created by successive development plans.

They also make up half the human power of Jordanian society, Jordanian women's political participation was an issue that represented the whole of society.

In the same context, on social media news channels have made a huge paradigm shift and real revolution in reporting news and information relevant to current events,

`With regard to Media Coverage of the for the of legislation on the protections of Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels, and the audience's interactions with them through multimedia technologies on the web.

As media coverage of current events is linked to political, economic, social, religious and cultural changes. This has increased the need for a study on legislation on the protection of women's rights in Jordanian society., So the problem of study in is a key question: **What are the levels of Media Coverage of the For the of legislation on the protections of Jordanian women's rights on "Facebook" ?**

The significance of the research:

- Theoretical importance of research focuses on the levels of media coverage of the For the of legislations on the protections of Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels. this is The social dialogue remains is the most effective means in these pages. This is due to the Given the importance of women's role in society as mothers, daughters, sisters and wife, As well as emphasizing its constitutional right, which provides for its participation in various areas of political, economic and social life within the country.
- **The applied importance of research:** focus on making Based a comparative analysis of media coverage of the For legislations on the protection of Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels, And Monitoring patterns of interaction around them without recognizing the uses of undecideds on both pages.

Objectives of the study:

The current study seeks to identify the following main goal: the levels of Media Coverage of the for the of legislation on the protections of Jordanian women's rights on "Facebook" Pages.

The following sub-goals emanate from the main objective:

- Identifying the differences Between pages of Jordan TV' and Roya" channels in the levels of media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights.
- Stating the differences between the pages of Jordan TV' and Roya" channels in Interact by like with the media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights.
- Detecting the differences between the pages of Jordan TV' and Roya" channels in Interact by Comments with the media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights.
- Clarify the differences between the pages of Jordan TV' and Roya" channels in Interaction by Sharing with the media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights.

Study questions:

The current study seeks to identify the following main questions: What are the levels of Media Coverage of the For the of legislation on the protections of Jordanian women's rights on "Facebook" Pages.

The following sub-questions arise from the main question:

- 1- What are of the differences Between the pages of Jordan TV' and Roya" channels in the levels of media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights ?
- 2- What are differences between the pages of Jordan TV' and Roya" channels in Interact by like with the media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights ?
- 3- What are differences between the pages of Jordan TV' and Roya" channels in Interact by Comments with the media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights ?
- 4- What are differences between the pages of Jordan TV' and Roya" channels in Interaction by participation with the media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights ?

b. The Study Hypotheses:

- 1- There are statistically significant statistical differences between the pages of Jordan TV' and Roya" channels in the levels of media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights.
- 2- There are statistically significant statistical differences between the pages of Jordan TV' and Roya" channels in Interact by like with the media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights.
- 3- There are statistically significant statistical differences between the pages of Jordan TV' and Roya" channels in Interact by Comments with the media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights.
- 4- There are statistically significant statistical differences between the pages of Jordan TV' and Roya" channels in Interaction by participation with the media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights.

The Knowledge Framework:

media coverage of the For legislations on the protection of Jordanian women's rights on pages of Jordan TV' and Roya" channels:

It is the process of transferring events that carry with news value from the event site (Haider Ahmed, 2020, 219), This is through various forms, text, pictures and videos (Mahmoud Mohamed, Jad Aouidat, 2019, 67).

The social networking site "Facebook" is also an important media tool to cover current events as they occur from the event site.

Especially the media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels.

Media coverage on television channels' pages plays a pivotal role in reporting news related to current events, Because it is distinguished dynamic and interactive with the audience (My assistant Selma, Aliyah Boubedi, 2020, 352).

Interaction also depends on the simultaneous communication between users and each other via a technology medium such as personal media or Facebook commentary (Barbara k. kaye, Thomas g. Johnson, 2016).

the of legislation on the protections of Jordanian women's rights on "Facebook" Pages:

It is the consolidation of the principle of equality between women and men by introducing some constitutional amendments necessary to give women their full legislative rights. By attempting to amend article VI of the Constitution explicitly recognizing women's legislative equality with men. resulting from the denial of full Denying her rights under the pretext of increasing the financial burden on the State treasury as a result of its participation in the labour force. The State also ensures women's empowerment and support to play an active role in building society to ensure equal opportunities on the basis of justice and equity and to protect them from all forms of violence and discrimination (Marwan Muasher, 2021)

interaction with the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels:

It is a multi-directional communication between the sender and the receiver based on their feedback on media content that is of interest to them whether by admiration, comment or participation (Mahmoud Muhammad, 2021, 954). In an interactive framework and a high climate of freedom among users (Abdallah Saad, 2019, 22). It is based on the public's impact on the content of the media message and the degree of communication between the parties to the communication process. (Jean-Marie Charon, 2017).

"Facebook" is an interactive network that provides users with spaces to share information and follow various news in texts, photos and videos, As well as knowledge of the latest developments related to ongoing events (Samir Kim, 2020, 201).

Forms of interaction with of media coverage of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels:

There were many forms of interaction with of media coverage of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights, AND They include the following:

- 1- **Interaction with admiration**, which means showing admiration for the content on the site, and it is available between friends, groups, and joining channels (Khaled Mahdi, 2018, 59).
- 2- **Interaction with Comments**: it is a form of interactive participation of the public based on dialogue, discussion and presentation of different opinions by users about published media content of interest to them (Isma, I. N., Shanmuganathan, T, 2019, 35).
- 3- **Interaction by Sharing**: It means that users share of content provided by social sites to learn their reactions to topics of interest, as they blur the line between the media and the public (Ibtisam Darahi, 2017, 265).

Type and method of study:

This study belongs to descriptive studies that rely mainly on the use of the method of analysis of the content, Where the optimal way to obtain quantitative and qualitative data in research units, quantitative analysis contains the collection of data according to word and subject units as essential parts of the Numerical measurement, So to find out The levels of Media Coverage of the For the of legislation on the protections of Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels, Where the qualitative analysis depends on the interpretation of the numerical results obtained in the quantitative analysis on the study sample pages, This is because in this type of studies the researcher begins by observing the results through the data.

We have followed this approach because it responds to the aim of the study in the knowledge on : The levels of Media Coverage of the For the of legislation on the protections of Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels.

This is order to analyse the form and content of the topics relating to related With these events

These topics are represented in: " Women's right to vote and Candidacy for membership in Parliament, Discussing women's issues and Increasing cultural, social and legislative awareness and their role in decision-making, and monitoring the interaction patterns around it. Accordingly, levels of interaction with the issue studied are inferred on both pages.

Study community:

The analytical study community in the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels on social networking site "Facebook".

Given the large number of sites based on media coverage of current events, The researcher found the difficulty of analyzing its content. So the researcher resorted to conducting a survey to identify the most important of these websites.

According to researchers' follow-up to sites based on coverage of current events, Results show: The page of' Jordan TV' channel in the foreground, followed byThe page of' Roya' channel, then The page of' Sky NWS Arabia ' channel, followed by The page of' France24 ' channel, Previous Results show: That the pages of Jordan TV' and Roya" channels, I got the highest follow-up percentage.

The Study Sample:

An the analytical study is conducted on the media coverage of the For legislations on the protection of Jordanian women's rights on pages of Jordan TV' and Roya" channels. The analytical sample was selected on the basis of the survey results ,

It was taken into account in choosing the sample that these sites belong to the sector of sites that provide daily news and below is a description of the sample:

Table (1) the Basic information for news bulletins relevant to media coverage of the For legislations on the protection of Jordanian women's rights on pages of Jordan TV' and Roya" channels

Categories	The page of' Jordan TV' channel		The page of' Roya' channel		Total	
	F	%	F	%	F	%
Number of flyers that talked about related the topics to legislation Protecting Jordanian women's rights and news models	85	73.91%	68	70.91%	153	72.16%
Number of videos that talked about related the topics to legislation Protecting Jordanian women's rights	14	12.17%	11	11.34%	25	11.79%
The number of thematic pictures that dealt with related topics by legislations on the protection of Jordanian women's rights	11	9.56%	14	14.43%	25	11.79%
Number of personal pictures that talked about related the topics to legislation Protecting Jordanian women's rights	5	4.36%	4	4.13%	9	4.26%
Total	115	100%	97	100%	212	100%

The data of the table above show the following:

- a. **The general trend of media coverage of the For legislations on the protection of Jordanian women's rights on pages of Jordan TV' and Roya" channels:** the flyers that talked about related the topics to legislation Protecting Jordanian women's rights and news models got a rate of (72.16%), followed by Videos, thematic photo at a rate (11.79%), followed by personal photos a rate of (4.26%).
- b. **According The Number of news flyers that talked about related the topics to legislation Protecting Jordanian women's rights:** The page of 'Jordan TV' channel She was the most in the media coverage of the Jordanian affairs a rate of (85) flyers, She also introduced news templates in a picture News, reports, hadiths, television investigations, and television interviews, compared (68) to The page of 'Roya' channel.
- c. **According The Number of videos that talked about related the topics to legislation Protecting Jordanian women's rights:** The page of the "Jordan TV" channel had the most media coverage of Jordanian affairs with an average of (14) News videos compared to (11). of the page of the "Roya" channel.
- d. **According The number of thematic pictures that dealt with related topics by legislations on the protection of Jordanian women's rights:** The page of the "Jordan TV" channel She was had the most media coverage of Jordanian affairs with an average of (14) thematic pictures, compared to (11).to The page of 'Roya' channel .
- e. **According The Number Number of personal pictures that talked about related the topics to legislation Protecting Jordanian women's rights:** The page of the "Jordan TV" channel She was had the most media coverage of Jordanian affairs with an average of (5) personal pictures, compared to (4).to The page of 'Roya' channel, **Previous results show:** There is superiority in media coverage of topics related to the protection of Jordanian women's rights in The page of 'Jordan TV' channel. The researcher attributes this to the institution's possession of enormous material and technological potential, as well as having a network of reporters deployed around the world who are professional in covering different cases by an objective aspect linked to events at the domestic and international levels.

The limits of the study are:

- **Objective boundaries:** Limited to media coverage of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels, These topics are represented in: " Women's right to vote and Candidacy for membership in Parliament, Discussing women's issues and Increasing cultural, social and legislative awareness and their role in decision-making, and monitoring the interaction patterns around it.
- **Time limits:** This is the period that researchers have taken to apply the research tool, which is the academic year 2020DA

Study variables are:

- **Independent variable:** Facebook pages.
- **Dependent variable:** of media coverage of the For legislations on the protection of Jordanian women's rights.

The Analytical Study Tool:

- A content analysis paper prepared by the researcher to identify the levels of to media

coverage of the For the of legislations on the protections of Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels. and to monitor the forms of interaction with them. Firstly, the initial drafting of the content analysis form design was prepared and then it was presented to a number of specialized arbitrators in the field of the study.

- The paper focused on modifying Some categories of analysis related to media coverage of the For the of legislations on the protections of Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels. and removed some other categories.
- The paper is now ready for application in its final form to serve the purposes of the study. The form was applied through the follow-up of the media coverage For the of legislations on the protections of Jordanian women's rights, This is done by monitoring the forms of interaction with it all over a three months, from 3 th September 2021DA to 30th November 2021DA, as every issue has a specific life cycle linked to a specific time frame.

definitions of the analysis categories included in the content analysis paper:

The content analysis sheet included the main category and Seven subcategories. The main category of content includes:

- a) The category of media coverage of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels, which the researcher have divided it into: " Women's right to vote and Candidacy for membership in Parliament, Discussing women's issues and Increasing cultural, social and legislative awareness and their role in decision-making."

While the sub-categories analysis includes Seven sub-categories, namely:

- (1) The category TV templates used in media coverage of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels, which the researcher have divided it into: " News, report, talk, TV Investigations, television interview".
- (2) The category of illustration elements used in of media coverage of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels, which the researcher have divided it into: "Video clips, thematic photos, personal photos".
- (3) category sources of media coverage of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels, which the researcher have divided it into: Newspapers and news agencies world on the Internet, Reports of correspondents and delegates in page of' Jordan TV' channel, Reports of correspondents and delegates in page of' Roya' channel, Official source, Meetings with guests in the studio, witnesses Proof, Without source.
- (4) The category of Forms of interaction with of media coverage of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels, The researcher divided it into: "Number of likes, number of comments, number of posts.
- (5) category of The direction of media coverage of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels, The researcher divided it into: " negative, positive, neutral".
- (6) The category of news values used of media coverage of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels, which the researcher have divided it into: " ego, the influence, Negativity, Importance, conflict, huge, human interests, proximity, unvalued".
- (7) The category Duration of videos of media coverage of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels, which the researcher have divided it into: "From 1: 3 minutes, from 4: 6: minutes, More

than that.

The truthfulness and constancy of the content analysis paper

To test the validity and reliability and reliability of the content analysis sheet, And to ensure its ability to achieve the objectives of the study. The form was presented to a group of arbitrators, In light of the observations made by the arbitrators, the form was modified, The researcher also analyzed the contents under study on the pages of Jordan TV' and Roya" channels, And that is under the guidance of a researcher who has the same experience in analyzing the contents under discussion on both pages, And that is how to deal with the model and analyze its vocabulary, The stability coefficient was also calculated by using the Holosti equation = $2m$ from $n_1 + n_2$, The value of the correlation coefficient between the opinions of the two analysts was (0.96%), It is a statistically significant correlation coefficient indicating the clarity of the content analysis sheet. And then its suitability for analysis.

Study concepts are:

- **The media coverage:** It is the News content is produced and broadcast to the public from the event site in text, audio and photo.
- **Facebook Pages:** Interactive communication pages used in coverage and broadcasting news that raises public attention from the event site.

The Statistical Analysis:

After completing the data collection of the analytical study, the researcher used the following statistical factors and tests in analyzing the data, namely: " Ratios and percentages of questions of the content analysis sheet, Ca2 test to calculate differences between Watched repeats on the pages of Jordan TV' and Roya" channels, The 'Holoste' equation to calculate the stability of the analysis for all classes of the Analysis Form.

RESULTS AND DISCUSSION:

The analytical study was conducted on the media coverage of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights, , from 1 th September 2021DA to 30th November 2021DA, An analysis has been carried in of the topics related to the media coverage to legislation Protecting Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels, below is a presentation of the analytical study outcomes:

- **First: Content category:**

Table (2) The category of media coverage of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels

the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights	The page of Jordan TV' channel		The page of Roya' channel		Total	
	F	%	F	%	F	%
Women's right to vote and Candidacy for membership in Parliament	24	40.68%	15	34.89%	39	38.23%
Discussing women's issues and Increasing cultural, social and legislative awareness and .their role in decision-making	35	59.32%	28	65.11%	63	61.76%
Total	55	100%	43	100%	102	100%

The data of the table above show the following:

- **The general trend of media coverage of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels:** The

Themes topic of Women's right to vote and Candidacy for membership in Parliament received a rate of (61.76%), followed by Discussing women's issues and Increasing cultural, social and legislative awareness and their role in decision-making, at a rate (38.23%).

- **At the level of each site separately:**

- a. **The page of ' Jordan TV' channel:** The Themes topic of Discussing women's issues and Increasing cultural, social and legislative awareness and their role in decision-making received a rate of (59.32%), followed by Women's right to vote and Candidacy for membership in Parliament at a rate (40.68%). This indicates the Channel's position in support of women's issues in Jordanian society, which focused on emphasizing the importance of society and their right to political participation and decision-making. in News reported by the channel was broadcast in its bulletins entitled: **The importance of women's role and active political participation**, Which stipulated the assertion of the Minister of Municipal Affairs Rabah Al -Dabbas during a television interview on the importance of women taking leadership and sovereign positions and their representation of the parliament, so the channel was supportive of women and the importance of their role in society in a large way, This result is consistent with the results of Mahmoud Mohamed, Jad Aouidat (2019,70) study, where media coverage of current events has received attention, the same case with the current study.
- b. **The page of ' Roya' channel:** The Themes topic of Discussing women's issues and Increasing cultural, social and legislative awareness and their role in decision-making received a rate of (65.11%), followed by Women's right to vote and Candidacy for membership in Parliament at a rate (34.89%). This indicates the Channel's position in support of women's issues in Jordanian society and their right to political participation and decision-making, which focused on polling the views of the Jordanian street towards them.
- in News reported by the channel was broadcast in its bulletins entitled: **'Women' are her place and role ... What Jordanians said about the woman?**, Where some emphasized that there are some efforts towards women's rights from the point of view of Arab society, stressing their right to political and social participation as an effective force that represents half of society, And which Dr. Nidaa Zaqzouq, Professor of Interpretation at the University of Jordan, confirmed during a television interview based on the Qur'anic texts that emphasize the rights and duties of the mirror in Islam.

- **Second: the shape category:**

Table (3) The category TV templates used in media coverage of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels.

TV Templates	The page of ' Jordan TV' channel				The page of ' Roya' channel			
	F	Women's right to vote and Candidacy for membership	Discussing women's issues and Increasing cultural, social and	Total	F	Women's right to vote and Candidacy for membership	Discussing women's issues and Increasing cultural, social and	Total

		in Parliament	legislative awareness and their role in decision- making			in Parliament	legislative awareness and their role in decision- making	
News	F	4	7	11	F	6	2	8
	%	36.37%	63.63%	100%	%	75%	25%	100%
report	F	2	4	6	F	1	3	4
	%	33.34%	66.66%	100%	%	25%	75%	100%
talk	F	2	5	7	F	1	4	5
	%	28.58%	71.42%	100%	%	20%	80%	100%
TV Investigations	F	0	0	0	F	0	0	0
	%	0.00	0.00	0	%	0.00	0.00	0
television interview	F	1	2	3	F	4	2	6
	%	66.66%	33.34%	100%	%	33.34%	66.66%	100%

The data of the table above show the following:

a. **News:** The page of 'Jordan TV' channel She was the Most media coverage to News of Discussing women's issues and Increasing cultural, social and legislative awareness and their role in decision-making a rate of (63.63%), compared (25%) News to The page of 'Roya' channel, This result is consistent with the results of Iman Gharib (2018,253) study, where media coverage to News received attention, the same case with the current study.

With regard to women's right to vote: The page of 'Roya' channel She was the Most media coverage to News of Women's right to vote and Candidacy for membership in Parliament cultural, social and legislative awareness and their role in decision-making a rate of (75), compared (36.37) News to The page of 'Jordan TV' channel.

b. **Reports:** The page of 'Jordan TV' channel She was the Most media coverage of special reports of Women's right to vote and Candidacy for membership in Parliament cultural, social and legislative awareness and their role in decision-making a rate of (33.34%), compared (25%) Reports to The page of 'Roya' channel.

With regard to Discussing Jordanian women's issues: The page of 'Roya' channel She was the Most media coverage of special reports of Discussing women's issues and Increasing cultural, social and legislative awareness and their role in decision-making a rate of (75%), compared (66.66%) Reports to The page of 'Jordan TV' channel.

c. **Talk:** The page of 'Jordan TV' channel She was the Most media coverage of private conversations in Women's right to vote and Candidacy for membership in Parliament cultural, social and legislative awareness and their role in decision-making a rate of (28.58%), compared (20%) Reports to The page of 'Roya' channel.

With regard to women's right to vote: The page of 'Roya' channel She was the Most media coverage of private conversations in of Women's right to vote and Candidacy for membership in Parliament cultural, social and legislative awareness and their role in

decision-making a rate of (80%), compared (71.42) Reports to The page of' Jordan TV' channel.

d. **TV Investigations:** It was missing from the media coverage of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights on both pages, This indicates the inadequacy of the media's treatment of the aforementioned issue.\

e. **television interview:** It got of media coverage took place.of Related to TV interviews of Women's right,to vote and Candidacy for membership in Parliament, Discussing women's issues and Increasing cultural, social and legislative awareness and their role in decision-making cultural, social and legislative awareness and their role in decision-making on a rate of is equal on the pages of Jordan TV' and Roya" channels. , **Previous results show:** That there is superiority in favour of The page of' Roya' channel in the television templates used to cover topics in legislation protecting Jordanian women's rights represented in news, reports and talks; This may indicate that the private media has tremendous material potential and a network of reporters trained in modern communication techniques, As well as seeking to prove its worth on the scene To be competitive with the state media. The study sample pages meeting also reverts to the use of the television interview template in media coverage of topics related to legislation for the protection of Jordanian women's rights in equal proportions, The study sample pages meeting also reverts to the use of the television interview template in media coverage of topics related to legislation for the protection of Jordanian women's rights in equal proportions In order to achieve broad public interaction, dialogue and participation on the above-mentioned topics In the interactive pages On the web.

Table (4) The category of illustration elements used in of media coverage of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels,

illustration elements	The page of' Jordan TV' channel				The page of' Roya' channel			
	F	Women's right to vote and Candidacy for membership in Parliament	Discussing women's issues and Increasing cultural, social and legislative awareness and their role in decision-making	Total	F	Women's right to vote and Candidacy for membership in Parliament	Discussing women's issues and Increasing cultural, social and legislative awareness and their role in decision-making	Total
Video clips	F	5	9	14	F	4	7	11
	%	35.72%	64.28%	100%	%	36.37%	63.63%	100%
thematic photo	F	6	5	11	F	5	9	14
	%	54.55%	45.45%	100%	%	35.72%	64.28%	100%
personal photos	F	2	3	5	F	3	1	4
	%	40%	60%	100%	%	75%	25%	100%

The data of the table above show the following:

- a. **Video clips:** The page of 'Jordan TV' channel She was The most media coverage of videos discussing of Discussing women's issues and Increasing cultural, social and legislative awareness and their role in decision-making a rate of (64.28%), compared (63.63%) Video to The page of 'Roya' channel.

With regard to women's right to vote: The page of 'Roya' channel She was The most media coverage For videos of the Women's right to vote and Candidacy for membership in Parliament cultural, social and legislative awareness and their role in decision-making a rate of (36.37%), compared (35.72%) Video to The page of 'Jordan TV' channel.

- b. **thematic photo:** The page of 'Jordan TV' channel She was The Most media coverage of thematic pictures `related to Women's right to vote and Candidacy for membership in Parliament a rate of (54.55%), compared (35.72%) Video to The page of 'Roya' channel.

With regard to Discussing Jordanian women's issues: The page of 'Roya' channel. She was The Most media coverage of thematic pictures `related to discussion women's issues and Increasing cultural, social and legislative awareness and their role in decision-making a rate of (64.28%), compared (45.45%) Video to The page of 'Jordan TV' channel.

- c. **personal photos:** The page of 'Jordan TV' channel She was The Most media coverage of personal photos `related to Discussing women's issues and Increasing cultural, social and legislative awareness and their role in decision-making. a rate of (60%), compared (25%) personal photos to The page of 'Roya' channel.

With regard to women's right to vote: The page of 'Roya' channel. She was The Most media coverage of personal photos `related to Women's right to vote and Candidacy for membership in Parliament a rate of (75%), compared (40%) personal photos to The page of 'Jordan TV' channel. , **Previous results show:** that There is a convergence in the use of the pages of Jordan TV' and Roya" channel of the illustration elements used in of media coverage of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights, And that came in the form of videos, objective pictures and a license, as it took a large area, which increases the credibility of the news presented these pages, This indicates an increase in the public's interaction with the aforementioned case In order to achieve the media institutions public interaction, dialogue and participation on the -mentioned from the topics In the interactive pages On the web.

(5) sources of the media coverage of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels.

sources of media coverage	The page of 'Jordan TV' channel		The page of 'Roya' channel		Total	
	F	%	F	%	F	%
Newspapers and news agencies world on the Internet	33	28.69%	37	38.14%	70	33.01%
Reports of correspondents and delegates in page of 'Jordan TV' channel	45	39.13%	-	-	45	21.22%
Reports of correspondents and delegates in page of 'Roya' channel	-	-	34	35.05%	34	16.03%
,Official source	17	14.78%	13	13.40%	30	14.15%
,Meetings with guests in the studio	10	8.69%	5	5.16%	15	7.08%
,witnesses Proof	8	6.96%	3	3.09%	11	5.19%
.Without source	2	1.75%	5	5.16%	7	3.32%
Total	115	100%	97	100%	212	100%

The data of the table above show the following:

- **The general trend of the sources of coverage of media coverage of the For legislations on the protection of Jordanian women's rights on pages of Jordan TV' and Roya" channels:** The percentage Newspapers and news agencies world on the Internet has reached the rate of (33.01%), followed by Reports of correspondents and delegates in page of' Jordan TV' channel a rate of (21.22%), then Reports of correspondents and delegates in page of' Roya' channel a rate of (16.03%), followed by Official source, a rate of (14.15%), then Meetings with guests in the studio, a rate of (7.08%), followed by witnesses Proof, a rate of (5.19%), And Finally, without a source at a rate (3.32%).
- **At the level of each site separately:**
 - a. **The page of' Jordan TV' channel**, relied primarily on the Reports of delegates and correspondents in obtaining news related to the of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights with a rate of (39.13%), followed by newspapers and news agencies world on the Internet with a rate (28.69%), followed by Official source, a rate of (14.78%), then Meetings with guests in the studio, a rate of (8.69%), followed by witnesses Proof, a rate of (6.96%), And Finally, without a source at a rate (1.75%), This result is consistent with the results of Mahmoud Mohammed (2017,103) study, This is where delegates and correspondents' reports got attention, the same case with the current study.
 - b. **The page of' Roya' channel**, relied primarily on the Newspapers and news agencies world on the Internet with a rate of (38.14%), followed by Reports of correspondents and delegates in page of' Roya' channel with a rate (35.5%), followed by Official source, a rate of (13.40%), then Meetings with guests in the studio, Official source, a rate of (5.16%), And Finally, without a source at a rate (3.09%), **Previous results show:** That The page of' Jordan TV' channel, relied primarily on the Reports of delegates and correspondents in obtaining news related to the of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights To a great extent It's because she has a network of reporters all over the world. The page of' Roya' channel She was the most Interesting it regarding with sources of media coverage of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's compared The page of' Jordan TV' channel.

Table (6) Forms of interaction with of media coverage of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels,

Forms of interaction	The page of' Jordan TV' channel				The page of' Roya' channel			
	F	Women's right to vote and Candidacy for membership in Parliament	Discussing women's issues and Increasing cultural, social and legislative awareness and their role in decision-making	Total	F	Women's right to vote and Candidacy for membership in Parliament	Discussing women's issues and Increasing cultural, social and legislative awareness and their role in decision-making	Total
Number of likes	F	749	730	1479	F	533	787	1320
	%	50.64%	49.36%	100%	%	40.38%	59.62%	100%

number of	F	751	699	1450	F	603	432	1035
comments	%	51.79%	48.21%	100%	%	58.27%	41.73%	100%
number of	F	635	529	1164	F	512	498	1010
posts	%	54.55%	45.45%	100%	%	50.69%	49.31%	100%

The data of the table above show the following:

- a. With regard to the number of likes:** The page of 'Jordan TV' channel was the Most interacted by liking with Women's right to vote and Candidacy for membership Parliament a rate of (50.64%), compared (40.38%) interacted by liking in The page of 'Roya' channel.

With regard to Discussing Jordanian women's issues: The page of 'Roya' channel was the Most interacted by liking with Discussing women's issues and Increasing cultural, social and legislative awareness and their role in decision-making a rate of (59.62%), compared (49.36%) interacted by liking in The page of 'Jordan TV' channel.

- b. In Regarding the number of comments:** The page of 'Jordan TV' channel was the Most interacted by comments with Discussing women's issues and Increasing cultural, social and legislative awareness and their role in decision-making a rate of (48.21%), compared (41.73%) interacted by comments in The page of 'Roya' channel., The use of the comment tool is due to the fact that it expresses the opinion of the audience towards The aforementioned case.

With regard to women's right to vote: The page of 'Roya' channel. was the Most interacted by comments with Women's right to vote and Candidacy for membership Parliament a rate of (58.27%), compared (51.79%) interacted by comments in The page of 'Jordan TV' channel., This result is consistent with the results of Faisal Farhi, Mahmoud Mohamed (2020,329), where comments rank to News received attention, the same case with the current study.

- c. number of posts:** The page of 'Jordan TV' channel was the She was the most interacted by sharing with Women's right to vote and Candidacy for membership Parliament a rate of (54.55%), compared (50.69%) interacted by sharing in The page of 'Roya' channel.

With regard to Discussing Jordanian women's issues: The page of 'Roya' channel. was the She was the most interacted by sharing with Discussing women's issues and Increasing cultural, social and legislative awareness and their role in decision-making. a rate of (49.31%), compared (45.45%) interacted by sharing in The page of 'Jordan TV' channel. **Previous results show:** That on the pages of 'Jordan TV' and 'Roya' channels fully agree in employing forms of interaction to interact with of media coverage of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights by the public, This is due to the importance of the issue in Jordanian society, As a result of Jordan's ratification of the Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women, This is done through Editing legal texts that affirm the rights of women on an equal basis with men in particular in leadership and senior positions, In addition to increasing its economic participation, especially in the countryside and remote areas, As well as awareness programs for women's rights and protect them from violence by national institutions and civil society institutions, Thus, the rate of viewing and interaction is high and reaching the goal to achieve.

Table (7) category of The direction of media coverage of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels

The direction of media coverage	The page of' Jordan TV' channel				The page of' Roya' channel			
	F	Women's right to vote and Candidacy for membership in Parliament	Discussing women's issues and Increasing cultural, social and legislative awareness and their role in decision-making	Total	F	Women's right to vote and Candidacy for membership in Parliament	Discussing women's issues and Increasing cultural, social and legislative awareness and their role in decision-making	Total
negative	F	0	0	0	F	0	0	0
	%	0.00	0.00	100%	%	0.00	0.00	100%
positive	F	85	30	115	F	61	36	97
	%	73.91%	26.09%	100%	%	62.88%	37.12%	100%
neutral	F	0	0	0	F	0	0	0
	%	0.00	0.00	100%	%	0.00	0.00	100%

The data of the table above show the following:

- a. **The direction of positive:** The page of' Jordan TV' channel was the More inclined towards a positive trend For media coverage on topics Women's right to vote and Candidacy for membership in Parliament has a rate of (73.91%), compared (62.88%) positive trend to The page of' Roya' channel, This comes in light of the Kingdom of Jordan's ratification of the on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women, This is done through Editing legal texts that affirm the rights of women on an equal basis with men in particular in leadership and senior positions, In addition to increasing its economic participation, especially in the countryside and remote areas.

With regard to Discussing Jordanian women's issues: The page of' Roya' channel. was the More inclined towards a positive trend For media coverage of topics Discussing women's issues and Increasing cultural, social and legislative awareness and their role in decision-making a rate of (37.12%), compared (26.09%) positive trend to The page of' Jordan TV' channel. While the negative and positive trend did not get any percentage.

(8) news values used of media coverage of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels

news values	The page of' Jordan TV' channel		The page of' Roya' channel		Total	
	F	%	F	%	F	%
the instantaneous values	9	7.83%	2	2.07%	11	5.18%
the influence	25	21.73%	23	23.71%	48	22.64%
Negativity	0	0.00	6	6.18%	6	2.84%
Importance	34	29.56%	29	29.89%	63	29.71%
Conflict	25	21.73%	18	18.55%	43	20.28%
huge	16	13.92%	13	13.40%	29	13.67%

news values	The page of' Jordan TV' channel		The page of' Roya' channel		Total	
	F	%	F	%	F	%
human interests	4	3.48%	1	1.05%	5	2.37%
proximity	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
no values	2	1.75%	5	5.15%	7	3.31%
Total	115	100%	97	100%	212	100%

The data of the table above show the following:

- **The general trend of news values used of media coverage of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels:** The got importance values for related of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights received a rate of (29.71%), followed by the influence at a rate (22.64%), then Conflict a rate of (20.28%), followed by the Huge values has a rate (13.67%), Then the instantaneous values a rate of (5.18%), Then no values a rate of (3.31%), followed by the Negativity at a rate (2.84%), And Finally, human interests at a rate (2.37%), While the proximity values did not get me any percentage.
- **At the level of each site separately:**
- **The page of' Jordan TV' channel:** The got importance values for related of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights received a rate of (29.56%), followed by the influence at a rate (29.56%), The researcher explains the importance values as: The news that talked about of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights And its right to political participation and candidacy for the parliamentary elections, then Conflict a rate of (21.73%), The researcher explains this as the first reason for discussing legislation related to the protection of women's rights in Jordan and the behaviors that are still being exercised against them, The researcher explains this as the first reason for discussing legislation related to the protection of women's rights in Jordan and the behaviors that are still being exercised against them, The absence of her presence in senior positions is still present. In addition to the fact that there are many violations of their rights in some institutions, such as often unpaid work, In addition to the presence of many violations of their rights in some institutions, such as working without wages, often, So the conflict, the impact is the most values involved in the news, followed by the Huge values has a rate (13.92%), Then the instantaneous values a rate of (7.83%), followed by human interests at a rate (3.48%), Then no values a rate of (1.75%), While the Negativity values did not get me any percentage.
- **The page of' Roya' channel:** The got importance values for related of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights received a rate of (29.89 %), , followed by the influence at a rate (23.71%), then Conflict a rate of (18.55%), followed by the Huge values has a rate (13.40%), followed by the Negativity at a rate (6.18%), Then no values a rate of (5.15%), Then the instantaneous values a rate of (2.07%), And Finally, human interests at a rate (1.05%), While the proximity values did not get me any percentage.

- **Examples for news values of media coverage of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights on The page of ' Jordan TV' channel:** In the news reported by the channel broadcast in its publication entitled: **Women's debates to promote women's political participation**, who spoke of the importance of women's political participation in society as an active force in reform and development, as they represent half of the complex, And also news titled: **His Majesty the King stresses the importance of the role of women in the success of the process of political modernization**, in which he emphasized its leading force in all tracks of the reform process, as well as overcoming obstacles to increasing their representation in the labour market and economic development.
- **Examples for news values of of media coverage of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights on The page of' Roya' channel:** In the news reported by the channel broadcast in its publication entitled: **The House of Representatives agrees to add the word 'Jordanian women' to the Constitution**, During which the Minister of Political and Parliamentary Affairs, Moussa Al-Maaita, confirmed: The addition of the word 'Jordanian women' came in honor of and appreciation of women, explaining that chapter two of the Constitution relates to the fundamental rights, freedoms and duties of citizens, In addition to its right to education and work in order to preserve its legitimate entity and support its ambitions within society, It also stipulated that the family is the basis of a society based on religion, morality and patriotism.

(9)The category Duration of videos of media coverage of the topics related to legislation ..Protecting Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels

Duration of videos	The page of' Jordan TV' channel		The page of' Roya' channel		Total	
	F	%	F	%	F	%
"From 1: 3 minutes"	8	57.14%	6	54.54%	14	56%
"from 4: 6: minutes"	4	28.57%	3	27.27%	7	28%
."More than that"	2	14.29%	2	18.19%	4	16%
Total	14	100%	11	100%	25	100%

The data of the table above show the following:

- **The general trend of Duration of videos of media coverage of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels:** The got Duration of videos "From 1: 3 minutes on received a rate of (56%), Followed by the duration of the videos "from 4: 6: minutes" at a rate (28%),And Finally, "More than that".at a rate (16%).
- **At the level of each site separately:**
 - The page of' Jordan TV' channel:** The got Duration of videos "From 1: 3 minutes on received a rate of (57.14%), Followed by the duration of the videos "from 4: 6: minutes" at a rate (28.57%),And Finally, "More than that" .at a rate (14.29%).
 - The page of' Roya' channel:** The got Duration of videos "From 1: 3 minutes on received a rate of (54.54%), Followed by the duration of the videos "from 4: 6:

minutes" at a rate (27.27%), And Finally, "More than that" .at a rate (18.19%)., **Previous results show:** The page of ' Jordan TV' channel It was the most broadcast in terms of time duration "From 1: 3 minutes" from 4: 6: minutes" for related videos of media coverage of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights, On different The page of ' Roya' channel, Which was the most broadcast in terms of time duration More than that", This may indicate that 'the duration of the videos was short, The less short the video duration, the higher the follow-up rate.

Results of the hypotheses:

- **The First Hypothesis: This hypothesis states that:** There are statistically significant statistical differences between the pages of Jordan TV' and Roya" channels in the levels of media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights.

Table (10) The differences between the pages of Jordan TV' and Roya" channels in the levels of media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights .

the pages of Jordan TV' and Roya" channels	Frequency	X^2 Observed	X^2 Expected	Significance Level
The page of ' Jordan TV' channel	55	1.46 **	3.84	0.01
The page of ' Roya' channel	49			

**** Significant at level (0.01).**

The data of the table above show the following:

- by using the Ca2 chi-square test it turns out There are not statistically significant statistical differences between the pages of Jordan TV' and Roya" channels in the levels of media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights. The number of repetitions seen has been reached (55, 49), respectively for the the pages of Jordan TV' and Roya" channels , came the value is arate of (1.46 **), It is afunction significant at the level of (0.01), This may indicate that interest of media coverage of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights was equal.
- **The second hypothesis: This hypothesis states that:** There are statistically significant statistical differences between the pages of Jordan TV' and Roya" channels in Interact by like with the media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights.

Table (11) The differences between the pages of Jordan TV' and Roya" channels in Interact by like with the media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights.

the pages of Jordan TV' and Roya" channels	Form of interaction	Frequency	X^2 Observed	X^2 Expected	Significance Level
The page of ' Jordan TV' channel	Interact by like	1479	9.02**	3.84	0.01
The page of ' Roya' channel	Interact by like	1320			

**** Significant at level (0.01)**

The data of the table above show the following:

- by Using the Ca2 chi-square test, it was found that there are statistically significant differences between the pages of Jordan TV channels and Roya TV channels in similar interaction with media coverage of topics related to the protection of Jordanian women's rights., And in the direction of The page of ' Jordan TV' channel. The number of repetitions seen has been reached

(1479,1320), respectively for the the pages of Jordan TV' and Roya" channels , came the value is arate of (9.02**), It is afunction significant at the level of (0.01), The researcher attributes the conscious public's interest in following up of the media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights. in The page of' Jordan TV' channel, and interacting with it to the existence of a non- ideologized writer specialized In Jordanian political affairs, he wins the trust of followers. This indicates the high rate of interaction with of the media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights.

The third hypothesis: This hypothesis states that: There are statistically significant statistical differences between the pages of Jordan TV' and Roya" channels in Interact by Comments with the media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights.

Table (12) The differences between the pages of Jordan TV' and Roya" channels in Interact by Comments with the media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights.

the pages of Jordan TV' and Roya" channels	Form of interaction	Frequency	X ² Observed	X ² Expected	Significance Level
The page of' Jordan TV' channel	Interact by Comments	1450	69.3**	3.84	0.01
The page of' Roya' channel	Interact by Comments	1035			

**** Significant at level (0.01)**

The data of the table above show the following:

- by using the Ca2 chi-square test it turns out There are statistically significant statistical differences between the pages of Jordan TV' and Roya" channels in Interact by Comments with the media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights. And in the direction of The page of' Jordan TV' channel. The number of repetitions seen has been reached (1450,1035), respectively for the the pages of Jordan TV' and Roya" channels , came the value is arate of (69.3**), It is afunction significant at the level of (0.01), The higher reaction rate also indicates to the existence of a non- ideologized writer specialized In Jordanian political affairs, he wins the trust of followers. This indicates the high rate of interaction with of the media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights.

The fourth hypothesis: This hypothesis states that: There are statistically significant statistical differences between the pages of Jordan TV' and Roya" channels in Interaction by participation with the media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights.

Table (13) The differences between the pages of Jordan TV' and Roya" channels in Interaction by participation with the media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights

the pages of Jordan TV' and Roya" channels	Form of interaction	Frequency	X ² Observed	X ² Expected	Significance Level
The page of' Jordan TV' channel	in Interaction by participation	1164	10.9 **	3.84	0.01

The page of 'Roya' channel	in Interaction by participation	1010			
----------------------------	---------------------------------	------	--	--	--

**** Significant at level (0.01).**

The data of the table above show the following:

- by There are statistically significant statistical differences between the pages of Jordan TV' and Roya" channels in Interaction by participation with the media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights. And in the direction of The page of ' Jordan TV' channel. The number of repetitions seen has been reached (1164,1010), respectively for the the pages of Jordan TV' and Roya" channels , came the value is arate of (10.9**), It is afunction significant at the level of (0.01), The high rate of interaction also indicates the existence of a non-ideological writer specializing in Jordanian political affairs, who gains the trust of the followers.

The results of the study in light of the hypotheses:

After conducting the analytical study, we reached a number of results, the most important of which are:

- Jordanian websites have agreed to sample the study on topics related to discussions on women's issues and the dissemination of cultural, social and legislative awareness and their role in decision-making. She was at the forefront. In the same locations, issues relating to women's right to vote and to stand for membership were addressed. And she was in the foreground, This comes in light of the Kingdom of Jordan's ratification of th on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women, This is done through Editing legal texts that affirm the rights of women on an equal basis with men in particular in leadership and senior positions, In addition to increasing its economic participation, especially in the countryside and remote areas. This indicates the geographical proximity factor and the Kingdom of Jordan's internal politics. This prompted these Jordanian sites to pay attention to this issue.
- **The Confirmation of the first hypothesis validity:** There are not statistically significant statistical differences between the pages of Jordan TV' and Roya" channels in the levels of media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights, This may indicate that interest of media coverage of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights was equal.
- **The Confirmation of the second hypothesis validity:** there are statistically significant differences between the pages of Jordan TV channels and Roya TV channels in similar interaction with media coverage of topics related to the protection of Jordanian women's rights., And in the direction of The page of ' Jordan TV' channel. The researcher attributes the conscious public's interest in following up of the media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights. in The page of ' Jordan TV' channel, and interacting with it to the existence of a non- ideologized writer specialized In Jordanian political affairs, he wins the trust of followers. This indicates the high rate of interaction with of the media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights.
- **The Confirmation of the third hypothesis validity:** There are statistically significant statistical differences between the pages of Jordan TV' and Roya" channels in Interact

by Comments with the media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights. And in the direction of The page of ' Jordan TV' channel. The higher reaction rate also indicates to the existence of a non- ideologized writer specialized In Jordanian political affairs, he wins the trust of followers. This indicates the high rate of interaction with of the media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights.

- **The Confirmation of the fourth hypothesis validity:** There are statistically significant statistical differences between the pages of Jordan TV' and Roya" channels in Interaction by participation with the media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights. And in the direction of The page of ' Jordan TV' channel. The high rate of interaction also indicates the existence of a non-ideological writer specializing in Jordanian political affairs, who gains the trust of the followers.

Research proposals:

- media processing frameworks for cases of racial discrimination against women.
- Media coverage of social impacts on violence against women through Tutter.

CONCLUSION:

That interactive media have a significant influence in shaping public attitudes towards to of the topics related to legislation Protecting Jordanian women's rights on the pages of Jordan TV' and Roya" channels. The page of ' Jordan TV' channel has created a major breakthrough in the scoop to attract the public. It's because she has a network of professional correspondents all over the world. In addition to having the physical and technological capabilities and media competencies that have the ability to cover current events around the world,

The coverage was also clearly biased towards the positive trend, Which comes in the light of the affirmation of women's right to vote and stand for membership of the House of Assembly, As well as increasing its cultural, social and legislative awareness and supporting its role in decision-making

This raised questions about the role of the page of ' Jordan TV' channel and its relationship with the Jordanian State in supporting women and protecting their rights,

The researcher Identifying tried to find out the differences between the pages of Jordan TV' and Roya" channels in the levels of media coverage of related topics protection of Jordanian women's rights, and forms of interaction with it, As an informational platform for presenting different opinions and ideas related to the Related topics.

The study also reached a set of recommendations, the most important of which are:

- Emphasizing the need for social media attention to media coverage of topics relevant to current events; As well as the need to host experts and specialists in Jordanian political affairs to discuss the issues of the mirror and its role in society, It also affirmed her right to political participation.
- Media must conduct campaigns to educate society on the importance of women's role in Jordanian society, as well as encouraging them to exercise participation in all political rights.
- Media must conduct campaigns to educate society on the importance of women's role in Jordanian society, as well as encouraging them to exercise participation in all political rights, With an interest in in-depth media treatments for legislation that guarantees their rights

References:

- Arshad Yassin Al-Zuhairi (2021). Employing satellite television channels for social networks to enhance interactive participation with the Iraqi public regarding political issues, research published in the Journal of the College of Arts, Iraq: University of Baghdad, College of Arts, Issue 4, Volume 4, March 2021 AD.
- Alaa Rizk Younis Al-Hajj (2020). Guarantees of Women's Rights in Jordanian Legislation and International Conventions, Unpublished Master's Thesis, Jordan: Middle East University, Faculty of Law, Department of Public Law.
- Abdullah Saad Al-Anari (2019). The relationship of Kuwaiti youth exposure to social networking sites and their political awareness, unpublished master's thesis, Jordan: Yarmouk University, College of Mass Communication, Department of Radio and Television.
- Barbara k. kaye, Thomas g. Johnson(2016). strengthening the core Examining interactivity, credibility and reliance as measures of social media use, Electronic news, vol 11 issue3,2016 AD.
- F Farhi, M.M.A Mohamed (2020). Pilgrim interaction with services provided by the general presidency of Alharamain affairs, Research published in the International Journal of Ibero-American Philosophy and Social Theory, Venezuela: Center for Social and Anthropological Studies (CESA), Faculty of Economic and Social Sciences, University of Zulia, Issue 25, Volume 25, March 2020 AD.
- Haider Ahmed Hussein (2020). Participation of users in news coverage: Towards a scientific identification, research published in the Journal of Media Studies, Arab Democratic Center: Issue 12, August 2020.
- Isma, I. N., Shanmuganathan, T. (2019). Face Threats in Threads: Assessing the Responses to Impoliteness in Facebook Comments on 1MDB. Research published in The Southeast Asian Journal of English Language Studies, Malaysia: University of Malaya, Faculty of Languages and Linguistics, Vol 25, December 2019.
- Iman Mohammed al-Ghraib (2018). Specifics and policies for publishing videos on the portals and pages of electronic newspapers on social media sites, unpublished master's letter, Cairo University, Faculty of Media, Department of Journalism.
- Ibtisam Darahi (2017). Mechanisms and forms of social interaction through social networks, research published in the Journal of Human Sciences, Algeria: Constantinople: Faculty of Media Sciences and Audiovisual Communication, Saleh Bouben University, No. 47, Volume, June 2017 AD.
- Jean-Marie Charon (2017). La presse est plus dans une situation de réinvention qu'en crise, pour les autres, d'une information à forte valeur ajoutée et sur l'interactivité , Sur le lien suivant: [Www.telerama.fr/medias/](http://www.telerama.fr/medias/)
- Khaled Mahdi Hamed Al Shaer (2018). Treatment in YouTube channels and the extent to which the Egyptian public perceives it, an unpublished master's thesis, Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication, Radio and Television Department.
- Lisette van Beek (2020). Environmental visualization: framing and reframing between science, policy and society, environmental science and policy.

- Marwan Muasher (2021). The real empowerment of Jordanian women lies in achieving legislative equality with men, which is available at the following link: <https://carnegie-mec.org/5>
- Mahmoud Mohamed (2021). Forms of interaction with the issue of the low price of the pound among users of video journalism programs on social networks, research published in the Journal of Specific Research in the Fields of Specific Education, Minia University, Faculty of Specific Education, No. 37, Vol. September 7, 2021 AD.
- Ms. Selmi, Aliyah Boubedi (2020). Algerian women in the Algerian satellite channels' Facebook pages, research published in the Journal of Media Studies, Arab Democratic Center, Germany: Berlin, Issue 12, August 2020.
- Mahmoud Mohamed, Gad Oweidat (2019), Media coverage of calls from New Zealand mosques through social media, research published in Al-Risala Media Journal, Algeria: Larbi Tebessi University, Faculty of Humanities, No. 4, Volume 3, December 20189 A.D.
- Mahmoud Mohamed Ahmed (2017). Interactive communication with users of news channel pages in social networking sites and their satisfaction, unpublished master's thesis, Minia University, Faculty of Specific Education, Department of Educational Media.
- Nicolas M. Anspach¹, Jay T. Jennings, Kevin Arceneaux (2019). A little bit of knowledge: Facebook's News Feed and self-perceptions of knowledge, Research published in new media society, Available at the following link: <https://uk.sagepub.com>.
- Sameer Kim (2020). The role of Facebook in spreading political awareness among Algerian youth, research published in the Journal of Media Studies, Arab Democratic Center, Germany: Berlin, Issue 12, August 2020.
- Saleh Abdul Razzaq Fateh (2020). Women's Rights in Islamic Jurisprudence and National Legislation, 1st Edition, Algeria: Laghouat: Press Center for Research in Islamic Sciences. and civilizations.

محور آراء وأفكار في الدراسات الاعلامية

التربية الإعلامية والمعلوماتية - ثقافة التعامل مع وسائل الإعلام

Media and Information Education - Culture of dealing with the media

د. آدم أحمد آدم
أستاذ الإعلام والاتصال المشارك - جامعة أم درمان الأهلية - السودان
Dr Adam Ahmed Adam
Associate Professor of Media and Communication -
Omdurman Ahlia University - Sudan

ملخص:

تُعد وسائل الإعلام بكافة أشكالها من أهم الأشياء التي تؤثر بصورة كبيرة في عملية التنشئة الاجتماعية والثقافية للمجتمعات، كما أصبحت تمتلك سلطات واسعة على كافة أفراد المجتمع، هدفت المقالة إلى التعرف على مفهوم التربية الإعلامية والمعلوماتية وأهميتها، كما هدفت للتعرف على أسباب استخدامنا لوسائل الإعلام وتأثير التربية الإعلامية على فهم المحتوى الذي يبث عبر وسائل الإعلام للاستفادة من إيجابياته والتصدى للسلبيات.

الكلمات المفتاحية:

التربية الإعلامية، الإعلام التربوي، الثقافة التربوية، وسائل الإعلام.

Abstract:

The media in all its forms is one of the most important things that greatly affect the process of social and cultural upbringing of societies, and it has gained wide powers over all members of society. This essay aims at identifying the concept and significance of media and information education. As well as identifying the reasons behind our use of media and the effect of media education on understanding the content that is broadcast through the media to take advantage of its positives and address the negatives.

Keywords: media education, educational media, educational culture, mass media.

مقدمة:

مما لا شك فيه أن العالم قد مر بالعديد من التحولات في مجال الإعلام، فما بين التدفق الإعلامي أحادي الاتجاه الموجه عبر إعلام الدول الكبرى وبين متلقي غير قادر على التصدي لهذه المضامين وغير قادر على التفريق ما بين الحقيقة والخيال، وبين الواقع والوهم ظهرت العديد من المفاهيم التي غيرت من سلوك متلقي الرسالة الإعلامية من سلبي إلى محلل وناقد، ومع التطور الكبير في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وظهور وسائل الإعلام الجديد تحول مفهوم الإعلام من إطار يرتكز على فكرة رسالة من المرسل إلى المستقبل في اتجاه واحد إلى منظور دائري يرتكز على فكرة يكون محورها المستقبل للرسالة الإعلامية.

أصبح الإعلام أخيراً بين سندان التوجية ومطرقة المصادقية، سواء عبر الفضائح التي تهز مؤسسات العالم الإعلامية، أو ردة الفعل المخيبة لآمال متابعي الأحداث العربية التي حركت وجه بلدان المنطقة؛ وذلك بعد إنتشار الفضائيات والقنوات الخاصة وموجة الصحافة الخاصة في الوطن العربي، وانتشار ألوان من الصحافة والإعلام الذي يهتم بالفرقات الإعلامية والإثارة والتضخيم على حساب الموضوعية والحقيقة، وفي كثير من الأحيان يكرن لوقائع غير مثبتة بالأدلة، أو حتى لقضايا ليست لها أهمية، وهو ما يثير أسئلة مهمة وضرورية عن حقيقة مثل هذه الممارسات الإعلامية وكونها تقوم بدور تخريبي وتدميري للعقل وبدلاً من الدور الواجب أن تقوم به في بناء هذا الوعي، فضلاً عن اختلاق القصص والفضائح والتهم مما لا أصل له على أرض الواقع.¹

لماذا نستخدم وسائل الإعلام:

نحن نستخدم وسائل الإعلام لأغراض عديدة ومتنوعة، تختلف من شخص إلى آخر، وكثير من هذه الأغراض تحدث أحياناً بدون وعي من الشخص، أي أنه يتابع وسائل الإعلام ولا يعرف على وجه التحديد لماذا يتابعها، ومن هذه الأغراض التي تدفعنا لمتابعة وسائل الإعلام ما يلي:²

- 1 - **الحصول على المعلومات:** فنحن نحصل على كمية كبيرة من المعلومات عبر وسائل الإعلام، سواء كنا نرغب فيها أو لا نرغب، بغض النظر عن أهميتها وقيمتها.
- 2 - **توجيه الفهم:** فنحن نفهم العالم من خلال وسائل الإعلام، وقد يكون العالم الذي تتقله وسائل الإعلام حقيقياً أو غير حقيقي، ولكنه يجعلنا أقل قلقاً وأكثر فهماً.
- 3 - **توجيه السلوك اليومي:** مثل السلوك الشرائي المتعلق بالسلع والخدمات، أو استعدادنا لمتغيرات الطقس اليومية.

¹ / أحمد جمال حسن - التربية الإعلامية دار المعرفة للطباعة والنشر - المنيا 2015 - ط1 - ص : 1-2

² / سليمان الطعاني - الوجيز في التربية الإعلامية - دار الخليج للنشر والتوزيع - الأردن 2020 - ط1 - ص: 29-31

4 - فهم الذات: فنحن نفهم أنفسنا عبر وسائل الإعلام من خلال استكشاف الواقع، ومشاهدة الأشخاص الذين يشبهوننا في العمر والظروف الاجتماعية والاقتصادية، ومراقبة كيف يواجهون المواقف المختلفة، وبالتالي نستطيع التعرف على أنفسنا، والأدوار التي ينبغي أن نقوم بها، والشخصيات التي نريد التشبه بها، والشخصيات التي لا نرغب في التشبه بها.

5 - تسهيل التفاعل الاجتماعي: وسائل الإعلام تزودنا بالأشياء التي نتحدث عنها ونمارسها، وتزودنا بأرضية مشتركة للحوار والمناقشات.

6 - بديل للتفاعل الاجتماعي: يستخدم بعض الناس وسائل الإعلام كبديل للتفاعل الاجتماعي، فهي تمثل صداقة بديلة أو تفاعل بديل، مثل التعلق بشخصية سينمائية أو تلفزيونية، والتوحد معها تماماً في الآمال والآلام والمواقف المختلفة، وتزداد أهمية هذا الغرض لدى الأشخاص الذين يعانون من العزلة، ويفتقدون التفاعل الاجتماعي الطبيعي.

7 - التحرر العاطفي أو التسلية والترفيه: وهو بلا منازع أهم أغراض استخدام وسائل الإعلام وأكثرها انتشاراً، حيث يستخدم الفرد وسائل الإعلام لإطلاق العنان للانفعالات والمشاعر والعواطف والأحاسيس، لتحقيق المتعة والاسترخاء والتنفيس، والتخلص من الملل والعزلة، والبحث عن التغيير، وتناسي الهموم والمشكلات.

وتأسيساً على ما سبق فإن وسائل الإعلام تمثل قوة كبيرة ومؤثرة على المجتمعات ولا بد من فهم هذه الوسائل وزيادة الوعي بقوتها وتأثيرها الكبير على حياة الناس، ومن هنا تأتي الحاجة الملحة لدراسة التربية الإعلامية وفهم الثقافة الإعلامية المحيطة بنا.

مفهوم التربية الإعلامية:

اختلف العلماء في تحديد مفهوم واحد للتربية الإعلامية وهي مصطلح مركب من كلمتين التربية والإعلام أي التعليم الإعلامي، وهناك من يرى أنها تعني محو الأمية الرقمية.

وترى Thoman التربية الإعلامية، بأنها القدرة على تفسير وخلق المعاني من آلاف الرسائل التي نتلقاها كرموز مرئية أو لفظية كل يوم من التلفزيون والراديو والكمبيوتر والجرائد والمجلات والإعلانات، وتعني أيضاً القدرة على الاختيار والانتقظ من هذه الرسائل والقدرة على أن تكون واعياً بما يدور حولك وألا تكون سلبياً أو عرضة للتأثر برسائل وسائل الإعلام.³

³ / أحمد جمال حسن - مرجع سابق - ص: 25

عرفتها اليونسكو بأنها كل طرق الدراسة والتعلم والتدريس لكل المستويات والمراحل التعليمية (التعليم الأساسي، التعليم الثانوي، التعليم الجامعي، التعليم مدى الحياة) وفي كل الظروف، التاريخ، الابتكار، الإبداع، الاستخدام وتقويم الإعلام كممارسة وتقنيات، التأثيرات الاجتماعية، مضامين وسائل الإعلام، المشاركة، والتكيف، وإدراكهم حول دور وسائل الإعلام الإبداعية والافتقار من هذه الوسائل.⁴

هي عملية توظيف وسائل الاتصال بطريقة مثلى من أجل تحقيق الأهداف التربوية المرسومة في السياسة التعليمية والسياسية الإعلامية للدولة، ولذا لا يقتصر تأثيرها على الطلاب في المدرسة وإنما يتعدى ذلك إلى التأثير في الآباء والأمهات والإخوة والأخوات داخل الأسرة وإلى التأثير في كافة أفراد المجتمع.⁵

واستخلاصاً لما سبق فإن التربية الإعلامية تعني تعلم مهارة التعامل مع وسائل الإعلام واتباع سياسة وقائية من أخطار المحتوى الذي يبث عبرها لمعرفة ما هو إيجابي للاستفادة منه وما هو سلبي لتجنبه، حيث يسهم امتلاك كفايات التربية الإعلامية في بناء عقول مفكرة ومبدعة وناقدة تفهم طبيعة وسائل الإعلام وتستطيع التعامل معها.

مهام التربية الإعلامية:

- 1 - تنمية قدرات الأفراد وخاصة الأطفال منهم على التحلي بروح نقدية وبقراءة عقلانية عند مشاهدة البرامج التلفزيونية أو الاقبال على البرامج الإعلامية الأخرى، وهو ما يقتضي اكتساب معلومات ومعارف تمكن من فك رموز الرسائل المتعددة والوسائط ومن التمييز بين الصور الاخبارية التي تنقل الواقع والصور التمثيلية أو الافتراضية التي هي من صنع خيال المبدعين.
 - 2 - تنمية المهارات الاتصالية لدى الأفراد لتأهيلهم بأن يصبحوا بدورهم منتجين لمواد إعلامية مكتوبة أو مسموعة أو مرئية أو متعددة الوسائط، خاصة في الوسط المدرسي، بناءً على أن ممارسة الحق في التعبير وفي المشاركة هي جزء أساسي من التكوين على المواطنة.⁶
- ولابد من التأكيد على من مهام التربية الإعلامية السعي نحو تحقيق التكامل بين المؤسسات التربوية والإعلامية لخلق جيل واعي ومتقف تربوياً وإعلامياً يستطيع التعامل مع المتغيرات التكنولوجية المستمرة لوسائل الإعلام ويمتلك الثقافة الإعلامية والمعلوماتية اللازمة للتعامل مع وسائل الإعلام.
- تمكن التربية الإعلامية الفرد من تحصين نفسه من المحتوى الإعلامي الذي يتلقاه بكافة أشكاله المقروءة والمسموعة والمرئية مع تمكينه من إنتاج محتوى مضاد أو مختلف، ومن أهم مميزات التربية الإعلامية

⁴ / p8 1984Uuisco

⁵ / فوزية بكر البكر - التربية الإعلامية في القرن الواحد والعشرين - كلية التربية جامعة الملك سعود - دون سنة.

⁶ / بشرى حسين الحمداني - التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية - دار وائل للنشر والتوزيع - عمان 2015 - ط1 - ص: 97

والمعلوماتية أنها تعزز دافعية الأفراد للتعلم وتنمي مهارات التفكير العليا لدى الإنسان كمهارة حل المشكلات عن طريق الفهم والتفسير والتحليل ومهارة التفكير الناقد ومهارة التفكير الإبداعي ومهارة اتخاذ القرار كما أنها تعزز الثقة بالنفس.⁷

وجدير بالذكر أن التلقي السلبي لمحتوى وسائل الإعلام أدى إلى استنزاف أوقات فئة كبيرة من المجتمع وخاصة الشباب، وتحويلهم إلى متلقين سلبيين ومستهلكين للثقافات الوافدة، وقلل من قدرتهم على تطوير مجتمعاتهم وقدرتهم على بذل أي جهد عقلي أو فكري، فالإعلام ينشر ويربي ويثير الدوافع ويحفز على تقبل المفاهيم وتبديلها وتزييف الحقائق، لذا يصبح من الضروري أن يمتلك المتلقي الوعي الكافي الذي يمكنه من إنتقاء المضمون الإيجابي وتكوين رؤية واضحة للتمييز بين السليبي والإيجابي خاصة أن المواطن الصحفي في هذا العصر أصبح شريكاً أساسياً في تطوير المحتوى الإعلامي.

وخلاصة القول فإن التربية الإعلامية تُعنى بتعلم ثقافة التعامل مع وسائل الإعلام والتي تتطلب امتلاك بعض المهارات الفنية للتعامل السليم مع وسائل الإعلام خاصة الإلكترونية منها وأيضاً امتلاك مهارات التفكير الإبداعي التي تمكن الفرد من إنتاج مواد إعلامية على المستوى الشخصي، والقدرة على نقل وتوصيل هذا المحتوى الإعلامي للآخرين والتفاعل معهم ومناقشة القضايا ذات الاهتمام المشترك.

المصادر والمراجع:

- 1 - آدم أحمد آدم - التربية الإعلامية، مفهومها، أهميتها ومميزاتها - مقال منشور بمدونة شخصية على منصة أريد بتاريخ مايو 2022.
- 2 - أحمد جمال حسن - التربية الإعلامية دار المعرفة للطباعة والنشر - ط1 - المنيا 2015.
- 3 - بشرى حسين الحمداني - التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية - دار وائل للنشر والتوزيع - ط1 - عمان 2015.
- 4 - سليمان الطعاني - الوجيز في التربية الإعلامية - دار الخليج للنشر والتوزيع - ط1 - الأردن 2020.
- 5 - فوزية بكر البكر - التربية الإعلامية في القرن الواحد والعشرين - كلية التربية جامعة الملك سعود - دون سنة.

Uuisco 1984 p8 - 6

⁷ / آدم أحمد آدم - التربية الإعلامية، مفهومها، أهميتها ومميزاتها - مقال منشور بمدونة شخصية على منصة أريد بتاريخ مايو 2022.

الحتمية القيمية وإعلام العولمة Value determinism and the media of globalization

الدكتور أحمد اسماعيلي،
باحث في الإعلام والاتصال - المملكة المغربية.

الملخص:

إن الانفتاح الواسع الذي تتيحه وسائل الإعلام الجديدة على الثقافات الأخرى، وما يترتب عنه من ترسيخ أنماط سلوكية جديدة تتعارض وقيم المجتمع المحلي والتأثير على معايير الأخلاقية يستدعي الاعتماد على نظرية الحتمية القيمية بحيث تكون الرسالة الإعلامية وثيقة الصلة بالقيم، وحاملة للمعايير الثقافية والروحية حتى تدفع المتلقي إلى الارتقاء والتميز.

Abstract:

The wide openness afforded by the new media to other cultures, and the consequent consolidation of new behavioral patterns that contradict the values of the local community and influence on its ethical standards calls for reliance on the theory of value determinism so that the media message is closely related to values, and carries cultural and spiritual standards in order to push the recipient to Advancement and excellence

الكلمات المفتاحية:

الحتمية القيمية - الإعلام الجديد - العولمة.

تمهيد:

في ظل الثورة الرقمية الكاسحة، دخلت البشرية إلى زمن تاريخي غير مسبوق، زمن معلوم تُشكل فيه تكنولوجيا الاتصال والمعلومات مرتكزا أساسا في القدرة على تغيير شكل المجتمعات، وخلخلة بنياتها القيمية والهوياتية، إنها ثورة تكنولوجية أنتجت آليات جديدة للتحكم والضبط، فصارت سلطة قوية تتنوع رسائلها وتتوحد، لتصبح مضمونا ثقافيا يتسم بالشمول والانفتاح. وقد كرس هذا الوضع الجديد استقرار الغالب بالمغلوب، وقوى إرادة الهيمنة على الشعوب المستضعفة اعتمادا على سلاح الكلمة والصورة، التي ساهمت في إحداث تحولات عميقة على مستوى بنياتها الاجتماعية والثقافية، بالترويج لقيم جديدة تتغذى من إقصائها للخصوصيات المحلية، ومن تدجين الجماهير المستهدفة لمصلحتها، وبرمجتهم ليكونوا أتباعا للنمط العالمي الجديد.

لقد طرحت التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال العديد من المخاوف، وأثارت الكثير من الجدل حول مخاطرها الثقافية والقيمية الناتجة عن مضامين هذه الوسائط القادمة في شكل برامج مغربية ومواد إعلامية مستوردة، الأمر الذي ساهم في بروز مظاهر سلوكية جديدة، ورموز ثقافية دخيلة على الهوية الأصلية. ولعل ما يزيد من تأثير هذه الثقافة المعولمة قوة إمكاناتها، ونجاعة تقنياتها في فتح فرص جديدة أمام الأفراد للتواصل والتفاعل وبناء علاقات اجتماعية افتراضية، في ظل ثقافة تقليدية لا تزال أدواتها الموروثة تاريخيا هي ذاتها، وبهذا فقد تكون النتيجة غزوا فكريا واستتباعا ثقافيا واختراقا قيميا، يروم تهميش الهوية وخلخلة بنياتها والنيل من مكانتها التاريخية، وترسيخ ضعف الولاء لها من قبل أبنائها.

وفي إطار الاهتمام بجمهور المتلقين ومحاولة تحصينهم من سطوة وسائل الإعلام الجديدة، جاءت نظريات ونماذج إعلامية غربية عديدة عنيت بتفسير تأثير هذه الوسائل على الجمهور، وكيفية مواجهة أخطارها وتأثيراتها السلبية على منظومة القيم والمبادئ الثابتة والمتغيرة. غير أن الدراسات الإعلامية في المجتمعات العربية مازالت تواجه إشكالية الاعتماد على أسس ومبادئ النظريات الغربية التي ولدت وفق ظروف مجتمعها، حيث ظل العقل العربي يردد صدى الكتابات الإعلامية الغربية ترجمة وتبنيًا بحكم نشأة علوم الإعلام والاتصال في هذه البيئة، لذلك اقتصرَت المساهمة العربية- الإسلامية في هذا المجال على محاولات إسقاط النظريات الغربية على الواقع العربي بطريقة آلية تتجاهل خصوصياته المحلية، مما حال دون تقديم الشيء الكثير للمعرفة السوسيولوجية المرتبطة بقضايا المجتمع والإنسان العربي.

وتجاوزا لهذا الشرح القائم بين التنظير الغربي وبين ثقافة وأصالة المجتمعات العربية والإسلامية، ورغبة في التحرر من كل تبعية فكرية جامدة، والبحث في إمكانية التأسيس لنظرية إعلامية تتلاءم مع النموذج

المعرفي الإسلامي، جاءت محاولات المفكر الجزائري **عبد الرحمن عزي** من خلال مجموعة من الدراسات العلمية والأبحاث الأكاديمية التي أفرزت نظرية جديدة في حقل الإعلام والاتصال، عرفت بـ "نظرية الحتمية القيمية في وسائل الإعلام"، والتي تقوم على "احترام جمهور الوسائل الإعلامية بتقديم المادة الإعلامية التي تُقدّر من قيمته وترفع من شأنه، إذ أن وظائف الإعلام التي تقترحها نظرية الحتمية القيمية في الإعلام قدرة الإعلام على إضافة القيم للآخرين، بحيث يصبح هؤلاء أكثر قيمة لأنفسهم وللآخرين"¹.

تعتبر نظرية الحتمية القيمية الإعلام رسالة، وأهم معيار في تقييم الرسالة هو القيم التي تشمل كل المعاني التي ترفع من شأن الفرد اجتماعيا وعقليا وروحيا، وتسمو بإنسانيته إلى أعلى الدرجات، وهذه القيم حسب النظرية يمكن استنباطها من القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة والنصوص المرجعية التي أنتجت الحضارة الإسلامية.

وتتطلب نظرية الحتمية القيمية من افتراض أساس يعتبر الإعلام سلاحا ذو حدين، يصلح للهدم والتدمير، كما يصلح للبناء والتعمير، بحيث "كلما ارتبطت مضامينه بالقيمة كان أثرها موجبا، وكلما ابتعدت تلك المضامين عن القيمة كان أثرها سلبا"²، أي أن استخدام وسائل الإعلام يكون قيما كلما كان المضمون مقترنا بالقيم، وكلما كان المستخدم مشبعا بها، بينما يكون الاستخدام لا قيما حين يبتعد كل من المحتوى والمستخدم عن القيم.

إن الإعلام - عند عبد الرحمن عزي - يجب أن يكون دائما حاملا للقيم الثقافية والروحية التي تدفع الإنسان والمجتمع إلى الارتقاء والسمو، لذلك فهو يبني نظريته على أساس "القيمة" كمتغير رئيس في فهم وتفسير العملية الإعلامية والاتصالية، باعتبارها الموجه والضابط لكل نشاط إنساني، فإذا كان الفعل موافقا للقيم كان محمودا وإيجابيا، وإن كان مخالفا ومجانبا للقيمة كان سلبيا وبعيدا عن الحق، وفي هذا الصدد يقول: "دراسة الإعلام لا تتم في منظورها من دون مرجعية تربط محتويات هذه الرسائل بالقيم. إن تأثير وسائل الإعلام يكون إيجابيا إذا كانت المحتويات وثيقة الصلة بالقيم، وكلما كانت الوثيقة أشد كان التأثير إيجابيا. وبالمقابل، يكون التأثير سلبيا إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأية قيمة أو تتناقض مع القيمة، وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر كان التأثير السلبي أكثر"³.

¹ - عزي عبد الرحمن: نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية، ط 1، الدار المتوسطية للنشر، برج الوزير أريانة، الجمهورية التونسية، 2016، ص 59.

² - عزي عبد الرحمن: منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، ط 1، الدار المتوسطية للنشر، تونس، 2013، ص 29.

³ - عزي عبد الرحمن: الحتمية القيمية والإعلام المعاصر، إسلامية المعرفة، مجلة الفكر الإسلامي المعاصر، عمان، الأردن، العدد 81، السنة الحادية والعشرون، صيف 2015، ص 37.

ويستند عزي عبد الرحمان في تأسيس نظريته على أربع ركائز أساسية، تمثل الشروط الأساسية التي تضمن تواصلًا كاملاً وهادفاً، بحيث إذا التزم بها القائم بالاتصال، كان الخط التواصلي بينه وبين المتلقي سليماً، وتتجلى هذه الركائز فيما يلي:

أ- أن يكون الاتصال منبثقاً من الأبعاد الثقافية الحضارية التي ينتمي إليها المجتمع، ومعبراً عن الثقافة المميزة له، من خلال مساعدة الأفراد على التطبيع مع عادات أمتهم وطقوسها وأنماط سلوكها، لأن أي اختلال في الثقافة سيؤدي حتماً إلى اختلال شخصية الفرد.

ب- أن يكون الاتصال تكاملياً في أنماطه ووسائله، فيتضمن الاتصال السمعى البصرى، والاتصال المكتوب، والاتصال الشفهي الشخصى، مع التركيز على المطبوع لأنه من أسس قيام الحضارات.

ج- أن يكون الاتصال مبنياً على المشاركة الفعالة والواعية من قبل الجمهور كافة، دون تمييز أو إقصاء، وبعيدا عن الأحادية والتسلط. "ويدخل في ذلك إضفاء صبغة الإنسانية على الآخر، أي التعامل مع إنسانية الآخر بوصف تلك الإنسانية صفة مشتركة بين الجميع"⁴.

د- أن يكون الاتصال حاملاً للقيم الثقافية والروحية التي تدفع بالمجتمع إلى الارتقاء، وهو ما ينعكس إيجاباً على محيط الإنسان المعنوي والمادي سواء على المستوى المحلى أو الدولى. ومعنى ذلك "أن تكون الرسالة أخلاقية بأبعادها المعلوماتية والمعرفية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية والرياضية والجمالية، إلخ. فتكون القيمة محركاً أساسياً وفروع الحياة المختلفة والمتنوعة تجسيدا لها، بحيث يخرج المتلقي من التجربة الإعلامية أرقى وأكثر قدرة على التأثير إيجابياً على محيطه"⁵.

تأخذ نظرية الحتمية القيمية بمبدأ "أولوية الأخلاقي على القانوني" لأن الإعلامى - في اعتقاد عزي عبد الرحمن - لا بد أن يسلك سلوكاً أخلاقياً في صياغة رسالته الإعلامية وتبليغها للمتلقى في قالب سام وحضارى، فإذا لم يلتزم بهذا المبدأ، يحل القانون كقوة رادعة، حيث "تعد هذه المسؤولية الأخلاقية واجبا ضرورياً يحقق إنسانية الإنسان لدى الممارس الإعلامى والمؤسسة الإعلامية. ويترتب عن ذلك احترام المتلقى بوصفه كياناً مستقلاً يملك حرية الاختيار واتخاذ القرار بناءً على ذلك، ويعنى ذلك عدم اعتبار المتلقى وسيلة لتحقيق أهداف تجارية أو أنانية، وإنما هدفاً لتحقيق غايات سامية مشتركة في المجتمع الأوسع"⁶.

⁴ - عزي عبد الرحمن: نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية، ص 59.

⁵ - المرجع نفسه، ص 65.

⁶ - عزي عبد الرحمن: الحتمية القيمية والإعلام المعاصر، ص 38.

ولما كانت وسائل الإعلام -في ظل ثورة المعلومة والصورة - ذات طبيعة كونية تستهدف الجمهور في المكان والزمان الذي تريد، فإن ذلك منحها دورا كبيرا في عملية الضبط الاجتماعي " من خلال قيامها بتوحيد الناس على ثقافة واحدة يصبح الخروج عنها أمرا صعبا، حيث تصبح مع مرور الوقت عرفا وتصبح جزءا من ثقافة المجتمع، حيث أصبحت وسائل الإعلام هي التي تحدد للناس ما يصلح وما لا يصلح من خلال الإعلان عن آراء معينة والتكتم على أخرى، فيخلق ذلك عند الناس ما يشبه العرف الذي يُقبل ويُتبع ويُحذر من مخالفته"⁷.

وعليه، فالأنماط السلوكية التي تغرسها وسائل الإعلام في نفوس المتلقين تصبح مع مرور الوقت جزءا لا يتجزأ من ثقافة المجتمع المحلي، والدليل على ذلك تطبيع هذا الأخير مع العديد من الممارسات والقيم والأفكار الوافدة، التي كانت قبل وقت قصير من الأمور المستكبرة والمرفوضة، فثقافة العربي - مثلا - تسللت اليوم إلى نسيج ثقافتنا الإسلامية بعدما كانت في الأمس القريب أمرا مستكبرا ومرفوضا، ذلك أن اللباس باعتباره رمزا ثقافيا يحمل بعدا من أبعاد هويتنا الثقافية قد طاله التغيير، وحكمته مقتضيات الموضة والجمال ودلالات العصرنة الغربية التي حملتها رياح العولمة المفترسة في الترويج للألبسة الفاضحة والقصيرة والكاشفة للعورات، فانزاح اللباس عن دوره الأساسي في المحافظة على الحشمة والأدب والوقار إلى إظهار مفاتن الجسم بغرض إثارة الفتنة وتهيج الشهوات.

ختاما يجدر بنا القول أن الإعلام خطاب قيمى يُفترض في مضامينه أن تكون مرتبطة بأصول التربية الصحيحة، ومتناسبة مع إنسانية الإنسان المنضبط بالأخلاق العالية، لذلك تعد نظرية عبدالرحمن عزي المخرج الأمثل لتحسين المتلقي من التفسخ الأخلاقي، والوقوف كسد منيع ضد أخطار العولمة الإعلامية المتوحشة، التي تكرر واقعا مترديا تبحث من خلاله عن الإثارة والسلبية والخوض في الصراع، وتدعو فيه إلى العنف والريذيلة والجنس، وغيرها من السلوكيات المنافية للفطرة السليمة للكائن البشري. لذلك، يمكن لهذه النظرية الأخلاقية المتحصنة بالبنية القيمية الفاعلة أن تؤسس لإعلام السلم الضامن لاستقرار وتماسك المجتمع، وأن تكون الإطار الأنسب لتوجيه إعلام العولمة، الذي بات يحشر المجتمعات رغما عنها في الإسفاف والانحلال، ويساهم بشكل كبير في تمييع أخلاقها وهدم قيمها ومبادئها الفاضلة.

⁷ - وسائل الإعلام والطفل: عبد الرزاق محمد الدليمي، ط1، دار المسيرة للطبع والنشر، عمان، 2012، ص 67.

المراجع:

- 1- عزي عبد الرحمن: نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية، ط 1، الدار المتوسطة للنشر، برج الوزير أريانة، الجمهورية التونسية، 2016.
- ² - عزي عبد الرحمن: منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، ط 1، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2013.
- ³ - عزي عبد الرحمن: الحتمية القيمية والإعلام المعاصر، إسلامية المعرفة، مجلة الفكر الإسلامي المعاصر، عمان، الأردن، العدد 81، السنة الحادية والعشرون، صيف 2015.
- ⁴ - وسائل الإعلام والطفل: عبد الرزاق محمد الدليمي، ط 1، دار المسيرة للطبع والنشر، عمان، 2012.

مقالة رأي: دور تطبيقات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الجامعي بمخاطر الابتزاز الإلكتروني

**The role of social media applications in educating university youth
about the dangers of electronic extortion.**

د. شيماء الهواري
أستاذة القانون العام والسياسات العمومية - جامعة الحسن
الثاني - الدار البيضاء - المملكة المغربية.
د. محمود محمد أحمد محمد
دكتوراه في الإعلام التربوي تخصص "الإذاعة والتلفزيون"-
جامعة المنيا-مصر

ملخص:

تُعاني المجتمعات من تفشي ظاهرة الابتزاز الإلكتروني التي تهدد أمن وسلامة المجتمعات ولا سيما خدش حياة الأفراد وإجبارهم على الدخول في صراع نفسي وضغط اجتماعي من قبل المبتز، كما تقوم تلك الظاهرة على قيام المبتزين باستغلال تطبيقات التواصل الاجتماعي في الحصول على البيانات والمعلومات من الضحية بعد كسب ثقته، ومن ثم القيام بتهديده بنشر الصور أو الفيديوهات التسجيلات الصوتية أو فضح معلومات سرية مقابل دفع مبالغ طائلة من الأموال للوصول لهدفه، كما تعد جريمة تقنية المعلومات من أخطر التحديات الأمنية التي تواجه دول العالم نظراً لأنها تسبب أضراراً كبيراً على حياة الآخرين من خلال استهدافهم في أموالهم وأعراضهم وحياتهم أو القيام بأعمال غير المشروعة عبر شبكة المعلومات الدولية. وفي هذا السياق اتجهت العديد من الدول إلى مواجهة تلك الظاهرة للحد منها من خلال القيام بسن التشريعات التي تجرم هذه الأفعال غير مشروعة ولحماية أفراد المجتمع، رجالاً ونساءً من تلك الظاهرة التي تتم عبر قيام المبتز باستدراج الضحايا عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي الخاصة بكل مستخدمه للوصول لهدفه سواء كان اقتصادياً أو جنسياً أو سياسياً أو أمنياً.

الكلمات المفتاحية:

تطبيقات التواصل الاجتماعي، الشباب الجامعي، مخاطر الابتزاز الإلكتروني.

Abstract:

Societies suffer from the spread of the phenomenon of electronic blackmail, which threatens the security and safety of communities, especially scratching the lives of individuals and forcing them to enter into psychological conflict and social pressure by blackmailers. This phenomenon also is based on blackmailers exploiting social media applications to obtain data and information from the victim after gaining his trust. And then threaten to publish pictures or videos audio recordings or expose classified information in exchange for huge amounts of money to reach his goal. The IT crime is also one of the most serious security challenges facing the world as it causes significant damage to the lives of others by targeting them in their money, symptoms and lives or carrying out illegal acts through the International Information Network.

In this context, many States have tended to confront this phenomenon by reducing it by enacting legislation criminalizing such illegal acts and to protect members of society. Men and women from this phenomenon, which is carried out by the blackmailer luring victims through the social media applications of each user to reach his goal, whether economic, sexual, political or security.

key words: social media apps, university youth, The dangers of electronic blackmail.

مقدمة:

مع تنامي استخدام منصات التواصل الاجتماعي أصبحت ظاهرة الابتزاز الإلكتروني من أخطر الجرائم المعلوماتية التي تهدد أمن واستقرار المجتمعات، فقد أخذت تلك الظاهرة عدة أبعاد مختلفة من أهمها حدوث جرائم السرقة والاعتصاب وانهيار العلاقات الاجتماعية وتفكك الأسرة، فضلا عن تعرض الكثير من الضحايا لتشويه السمعة والخذلان الاجتماعي، كما تزداد خطورة تلك الظاهرة عند قيام المبتز بإجبار الضحية على ممارسة كل ما يطلبه من أمور غير أخلاقية أو استغلال الضحية للقيام بأعمال غير مشروعة لصالح المبتزين، وذلك من خلال القيام بتهديده بنشر صور فيديوهات بهدف الحصول على مكاسب مادية وأمنية وجنسية، وهو ما يؤدي إلى إلحاق العديد من الأضرار الجسيمة على حياة الأفراد مثل الميل للعزلة وعدم الرغبة في التعامل مع الآخرين، وعدم الشعور بالأمان، والإصابة بالاضطرابات النفسية، كالقلق والتوتر والخوف، وجنون الشك والاضطهاد، مما يتسبب في شعور الضحية بالعجز واللجوء للانتحار، كما أدت تلك الظاهرة إلى انهيار العلاقات الاجتماعية وتهديد أمن واستقرار المجتمعات نتيجة دفع المجرم ضحاياه للقيام بأعمال غير مشروعة، لذلك سنسلط الضوء في موضوعنا حول: دور تطبيقات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الجامعي بمخاطر الابتزاز الإلكتروني.

الإطار النظري:

مفهوم الابتزاز الإلكتروني عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي:

هي جريمة إلكترونية يقوم فيها شخص بالاحتفاظ بملفات إلكترونية خاصة بك كرهينة بنية الحصول على مقابل مالي أو تنفيذ طلب معين سواء كان هذا الطلب أخلاقيا أو غير أخلاقي، والابتزاز الإلكتروني يتضمن الشخص الذي يبتز ويسمى بذلك "مبتز"، والذي وقعت عليه عملية الابتزاز ويدعى الضحية، والمقابل المادي أو المعنوي وأخيرا طريقة الابتزاز⁽¹⁾.

كما تعد تطبيقات التواصل الاجتماعي من أخطر الوسائل التي يستخدمها المبتز لابتزاز ضحاياه بأشكال وصور مختلفة بهدف الوصول لأهداف مادية أو جنسية أو إجبار الضحية على القيام بأعمال غير مشروعة.

¹ صالح صبري (2022). الابتزاز الإلكتروني؛ أبرز 8 أسباب للابتزاز مع الحلول والوقاية، متاح على الرابط التالي: <https://faharas.net>

وتطبيقات التواصل الاجتماعي هي أدوات اتصال إلكترونية لتبادل الأفكار والمعلومات الصور والملفات والفيديوهات، تقدم واقعا افتراضياً يلتقي فيه الأفراد لتكوين أصدقاء ومعارف لهم نفس الاتجاهات والميولات، على الرغم من اختلاف ثقافتهم وأطهرهم الاجتماعية (2).

كما تعتمد هذه التطبيقات على شبكة الإنترنت التي تتيح للأشخاص التفاعل مع بعضهم البعض من خلال مشاركة المعلومات ومن أشهر هذه المواقع هي "الفيسبوك، واليوتيوب، وتويتر"، والواتساب (3). فالابتزاز الإلكتروني أسلوب يمارسه المبتز على الضحية عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي بهدف الضغط عليهم وإجبارهم على تنفيذ مطالبه (4).

أهداف الابتزاز الإلكتروني:

هناك العديد من الأهداف الخبيثة التي يسعى المبتز للوصول للضحايا عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي (5)، ومنها:

1- الهدف الجنسي: وهو قيام المبتز باستهداف المراهقات الصغيرات التي لا يملكن أي خبرة ولا وعي

في الحياة، وهو ما يتسبب في وقوع الفتاة ضحية لابتزاز جنسي خبيث جداً من خلال محاولة تنفيذ أوامر المبتز وإقامة علاقة عبر الإنترنت معه من أجل حماية صورها من التسريب، وهناك العديد من الفتيات والشبان البالغين يتعرضون لهذا الهدف الذي يسعى إليه المبتز لإشباع رغباته الخبيثة منهم.

2- الهدف المادي: وهو أكثر أهداف المبتزين انتشاراً، إنه أسلوب قديم يتم اتباعه من أجل الحصول

على مبالغ مالية كبيرة، ولأن الضحية تشعر بالخوف تحاول تأمين المبلغ في أقرب وقت لحماية خصوصياتها من النشر، ولا يتوقف الأمر هنا، فمن الممكن استمرار المبتز في طلب المال من الضحية إلى أن تصل لحالة نفسية متدهورة.

3- ابتزاز السياسيين والمشاهير: تعرض عشرات المشاهير والصحفيين والمسؤولين لابتزاز من قبل

أشخاص مجهولين، فهدفهم ينطوي على التمسك بقضية ما أو الابتعاد عن متابعة جريمة ما أو غيرها، والهدف هو انتفاعي بالدرجة الأولى عند المبتزين.

² ثياب خولة (2018). واقع استخدام المرأة الجزائرية لموقع شبكات التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر: جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، ص13.

³ حسين عبد الكريم، خليل يوسف (2019). الابتزاز الإلكتروني المفهوم والأسباب، ط1، عمان: دار كفاءة المعرفة للنشر عمان، ص51.

⁴ فيصل بن عبد الله الرويس (2020). الوعي الاجتماعي بظاهرة الابتزاز الإلكتروني لدى الأسرة في المجتمع السعودي، بحث منشور في مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة قناة السويس، العدد 33، يونيو 2020م، ص90.

⁵ ريتا سلمان (2022). الابتزاز الإلكتروني وطرق الوقاية منه، متاح علي الرابط التالي: <https://funjaan.com>

أسباب الابتزاز الإلكتروني:

هناك العديد من أسباب الابتزاز الإلكتروني الناتجة عن قلة الوعي الضحايا بالأمن الإلكتروني الفكري⁽⁶⁾، ومنها:

- 1- قيام بعض الفتيات بتكوين علاقات مع أشخاص مجهولين، مما يتسبب بقيام المبتز بالتقاط الصور لبعضهم ويبدئ بطلب أشياء أخرى مقابل عدم إخبار عائلاتهم بالمقابلات التي تمت بينهم.
- 2- إرسال الصور إلى شخص غير موثوق، وهذا يحدث غالباً بهدف التعارف الإلكتروني، على مواقع التواصل الاجتماعي.
- 3- ارتفاع معدلات البطالة المتسببة في خلق أوقات الفراغ لدي للشباب وضعف الرقابة من قبل العائلة.
- 4- عدم التأكد من محو المعلومات والملفات قبل الشروع في بيع الجهاز سواء كان هاتفاً أو حاسوب.
- 5- التبادل المفرط للصور بين الشابات عبر وسائل التواصل مما يجعل الصور الخاصة في أكثر من جهاز وبالتالي احتمالية أكثر لوقوعها في أي أحد المبتزين فاقد الوعي الديني.
- 6- قلة الوعي القانوني بعقوبة التهديد والابتزاز بشكل عام بالنسبة للمبتز.

أنواع الابتزاز الإلكتروني:

تعددت أنواع الابتزاز الإلكتروني عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي⁽⁷⁾، ومنها:

- 1- ابتزاز مادي: ويقوم على قيام المبتز بطلب مبالغ مالية من الضحية مقابل عدم فضحه وإفشاء أسرارته.
- 2- ابتزاز جنسي: وهو قيام المبتز بإجبار الضحية على تقديم خدمات جنسية أو ارتكاب أفعال جنسية.
- 3- ابتزاز منفعة: وهو قيام المبتز بإرغام الضحية على القيام بخدمات أخرى غير مشروعة أو مشروعة مقابل عدم بث صور أو بيانات خاصة، وخاصة الأشخاص ذوي المناصب الحساسة وصانعي القرار.

تطبيقات التواصل الاجتماعي وتوعية الشباب الجامعي بمخاطر الابتزاز الإلكتروني:

يمثل الشباب الجامعة الفئة العمرية الأكثر استخداماً لتطبيقات التواصل الاجتماعي والتي تتراوح أعمارهم من 18: 40 عاماً، وتتعدد تطبيقات التواصل الاجتماعي القائمة على التوعية بمخاطر الابتزاز الإلكتروني، ومنها:

⁶ صالح صبري (2022). الابتزاز الإلكتروني؛ أبرز 8 أسباب للابتزاز مع الحلول والوقاية، متاح على الرابط التالي: <https://faharas.net>

⁷ سارة علام (2018). الابتزاز الإلكتروني: كيف يدفع المراهقين نحو الانتحار؟، متاح على الرابط التالي: <https://www.ida2at.com>

1- الواتساب: هو تطبيق للتراسل الفوري محتر ومُتعدد المنصات للهواتف الذكية، حيث يُمكن إضافة الرسائل الأساسية للمستخدمين إرسال الفيديوهات والصور، الرسائل الصوتية (8).

2- الفيسبوك: يعرفه أحد مواقع التواصل الاجتماعي المستخدم في شبكة الاتصالات العنكبوتية الإنترنت، والذي يمكن مستخدميه من التواصل فيما بينهم، ونشر أخبارهم وتبادل وجهات نظرهم في القضايا والأفكار التي يطرحونها (9).

3- تويتر: شبكة للتفاعل الافتراضي بين الأفراد تقدم خدمة التدوين المصغر، بحيث تسمح للمستخدمين بإرسال تغريدات بحد أقصى (140) كلمة، حيث تتطلب فتح حساب على الموقع، ويستطيع أن يقوم بالبحث عن أشخاص أو عناوين من الأصدقاء ومواضيع مختلفة باعتباره تجمعاً في أنحاء العالم كافة (10)، كما وصل عدد التغريدات اليومية إلى حوالي (500) مليون تغريده (11).

4- "اليوتيوب": هو من أحد أشهر المواقع الإلكترونية المخصص للفيديو سجل كأكثر المواقع الإلكترونية مشاهدة من خلال مقاطع الفيديوهات التي تنشر عليه وذلك بسبب خاصية إمكانية مشاهدة الفيديو وإعادة مشاهدته في أي وقت وزمان ومن خلاله يستطيع المشاهد التعرف على مختلف الأخبار والمعلومات التي يهتم بها (12).

5- موقع انستجرام: موقع للتواصل الاجتماعي يتيح للمستخدمين رفع الصور والفيديوهات، وفلترتها بشكل رقمي ومشاركتها عبر المجموعات.

كما يسمح الموقع لمستخدميه أن يقدموا أنفسهم بالشكل الذي يظهرهم بصورتهم المثالية مع التركيز على الصفات الجيدة (13).

وتمثل تطبيقات التواصل الاجتماعي مجموعة واسعة من الأنظمة التقنية والمواقع عبر الإنترنت تتيح التواصل بين الأفراد وتسهل التفاعل بينهم بما يمكن المستخدم أن يكون جزءاً من المجتمع الافتراضي (14)،

⁸ مصطفى بشير محمد (2016). شبكات التواصل الاجتماعي "الفيسبوك، تويتر، الواتساب أنموذجاً"، رسالة ماجستير غير منشورة، السودان: جامعه أم درمان الإسلامية، كلية العلوم والتقنيات، ص 61.

⁹ عبد السلام عبد الحميد (2020). استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تفعيل التواصل الأمثل بين الكلية وطلابها، بحث منشور في المجلة الدولية للبحوث في العلوم التربوية، المؤسسة الدولية لآفاق المستقبل، العدد 4، المجلد 2، أكتوبر 2020م، ص 9.

¹⁰ منال المزاهرة (2018). توظيف ممارسي العلاقات العامة لشبكات التواصل الاجتماعي القطاع التجاري الأردني أنموذجاً، بحث منشور في المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، العدد 11، المجلد 3، ص 381-411.

¹¹ Luisa María Torres-Barzabal , Almudena Martínez-Gimeno and José Manuel Hermosilla-Rodríguez (2020). Digital Innovation Strategy for Social Responsibility " Twitter Social Network in University Teaching" Research published in a journal Sustainability, The Society for Urban Ecology, Basel: Switzerland, the number 12, April 2020, p12.

¹² الشيكرا آنسة (2022). وكالة الأنباء الجزائرية في ظل الإعلام الجديد "موقعي الفيسبوك واليوتيوب نموذجاً"، بحث منشور في مجلة الدراسات الإعلامية: المركز الديمقراطي العربي: ألمانيا: برلين، المجلد الخامس العدد التاسع عشر، مايو 2022 من ص 30.

¹³ Rosenberg J, Egbert N (2011). Online impression management: personality traits and concerns for secondary goals as predictors of self-presentation tactics on Facebook. Journal of Computer- Mediated Communication; 17:1-18.

كونها تعد أحد تطبيقات الهواتف المحمولة واسعة الانتشار التي تسمح لمستخدميها ليس فقط بالدردشة ولكن أيضاً العديد من الوظائف الأخرى مثل الاتصال وتبادل المعلومات والمحتوى في شتى المجالات⁽¹⁵⁾. وتتعدد أساليب التوعية بمخاطر الابتزاز الإلكتروني عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي⁽¹⁶⁾، ومنها:

1- يُفضّل تجنب نشر أي معلومات حساسة لكّ على الإنترنت، وحاول حذف الرسائل على الشات بشكلٍ منتظم إذا كانت تحتوي على معلوماتٍ مهمة أو كنت تتحدث في قضايا معينة.

2- إذا كنت تُحافظ على خصوصية حسابك، فحاول إهمال طلبات الصداقة أو المتابعة من الحسابات المجهولة، ولا تثق بأي إنسان يطلب منك بياناتك الشخصية أو كلمة سر حسابك أو إيميلك من أجل توظيفك.

3- العمل على تجنب مكالمات الفيديو المجهولة من أشخاص غريباء.

4- تجنب فتح أي رابط يصلك على "الواتساب أو الفيسبوك" أو أي موقع آخر، لأنّ هذه الروابط قد تتسبب باختراق حسابك وبياناتك.

5- تجنب فتح أي صورة أو مقطع فيديو تم إرسالها من أفراد مجهولين.

6- عدم القيام بإرسال صورك لأي شخص مجهول تعرفت عليه من خلال الإنترنت فمجرد نشرها على الإنترنت يمكن للجميع الوصول إليها بسهولة واستخدامها لغرض سيئ⁽¹⁷⁾.

7- الاحتفاظ برسائل البريد الإلكتروني أو مواقع التواصل الاجتماعي التي تثبت تعرضكم للابتزاز تغيير كلمات المرور بشكل مستمر وعدم الإفصاح عنها⁽¹⁸⁾.

8- عدم مشاركة الصور والفيديوهات الخاصة على مجموعات أخرى.

9- العمل على إخفاء المعلومات الشخصية ورفض طلبات الصداقة من الأشخاص المجهولين.

التفاعل مع أساليب التوعية بمخاطر الابتزاز الإلكتروني عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي:

هو عملية ذكية يتبادل فيها المرسل والمستقبل الأدوار والحوار والمشاركة في مضامين المادة الإعلامية عبر وسائل الاتصال الحديثة سواء بالإعجاب أو التعليق أو المشاركة⁽¹⁹⁾.

¹⁴ عارف عبده الأتام (2022). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب اليمني على المشاركة بالتسمية -دراسة مسحية في إطار نظرية رأس المال الاجتماعي، بحث منشور في مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد 21، - أبريل 2022م، ص2436.

¹⁵ Tulika Bansal, Dhananjay Joshi (2016). A Study of Students' Experiences of Mobile Learning, Research published in Global Magazine Humanities and Social Sciences: h, USA, Volume 14 Issue 4 Issue 1.0 Year2016,p4.

¹⁶ ريتا سلمان (2022). الابتزاز الإلكتروني وطرق الوقاية منه، متاح علي الرابط التالي: <https://funjaan.com>

¹⁷ عمار محمد (2017). كيف تحمي نفسك من الابتزاز الإلكتروني؟، متاح علي الرابط التالي: <https://al-sharq.com>

¹⁸ عمار محمد (2017). مرجع سبق ذكره.

¹⁹ جعفر شهيد هاشم (2020). تفاعلية الجمهور مع التطبيقات الإعلانية في الفضائيات عبر أجهزة الهاتف المحمول، بحث منشور في مجلة كلية الآداب، جامعة بغداد: كلية الآداب، العدد 133، حزيران، 2020م، ص562.

أشكال التفاعل مع أساليب التوعية بمخاطر الابتزاز الإلكتروني عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي:

تعددت أشكال التفاعل طرق التوعية بمخاطر الابتزاز الإلكتروني، ومنها:

1- **تسجيلات الإعجاب** **LIKES records**: هي خاصية تفاعلية تتيح للمستخدم إظهار إعجابه تجاه المضمون المقدم له عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي بمختلف أشكالها سواء كانت مؤسسات أو قنوات أو صحف.

2- **التفاعل بالتعليق** **Comment interaction**: وتعني قيام المستخدم بإظهار تعليقه للمحتوى الذي يثير اهتمامه سواء كان منشور على صفحة مؤسسة ما أو صفحات الأصدقاء أو مجموعة مشتركة بينهم، فهي خاصية تعتمد على المشاركة التفاعلية للجمهور⁽²⁰⁾.

3- **المشاركة**: هي أكثر آليات التواصل استخداما وذلك لأنها تمكن المستخدم من مشاركة المواد المرغوبة من طرف المستخدم من صفحة إلى أخرى وتعد السبب وراء انتشار ملايين المواد الإعلامية من صور ونصوص وغيرها⁽²¹⁾.

المصادر والمراجع العربية:

- الشيكير أنسة (2022). وكالة الأنباء الجزائرية في ظل الإعلام الجديد "موقعي الفيسبوك واليوتيوب نموذجا"، بحث منشور في مجلة الدراسات الإعلامية: المركز الديمقراطي العربي: ألمانيا: برلين، المجلد الخامس العدد التاسع عشر، مايو 2022م، ص 30.
- إيمان محمد أحمد (2020). دور القائم بالاتصال في تحقيق أهداف الإذاعة المدرسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بحث منشور في التربية وثقافة الطفل، جامعة المنيا، كلية التربية للطفولة المبكرة، العدد 2، المجلد 15، يناير 2020م، ص 285.
- جعفر شهيد هاشم (2020). تفاعلية الجمهور مع التطبيقات الإعلانية في الفضائيات عبر أجهزة الهاتف المحمول، بحث منشور في مجلة كلية الآداب، جامعة بغداد: كلية الآداب، العدد 133، حزيران، 2020م.
- تياب خولة (2018). واقع استخدام المرأة الجزائرية لموقع شبكات التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر: جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية.
- حسين عبد الكريم، خليل يوسف (2019). الابتزاز الإلكتروني المفهوم والاسباب، ط1، عمان: دار كفاءة المعرفة للنشر عمان.
- حميش نورية، حميدة خيرة (2017). تأثير مواقع التواصل الاجتماعي علي الاتصال الأسري "الفيسبوك نموذجا"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر: كلية العلوم الاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال.

²⁰ إيمان محمد أحمد (2020). دور القائم بالاتصال في تحقيق أهداف الإذاعة المدرسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بحث منشور في التربية وثقافة الطفل، جامعة المنيا، كلية التربية للطفولة المبكرة، العدد 2، المجلد 15، يناير 2020م، ص 285.

²¹ حميش نورية، حميدة خيرة (2017). تأثير مواقع التواصل الاجتماعي علي الاتصال الأسري "الفيسبوك نموذجا"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر: كلية العلوم الاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، ص 55.

- ريتا سلمان (2022). الابتزاز الإلكتروني وطرق الوقاية منه، متاح علي الرابط التالي:
<https://funjaan.com>
- سارة علام (2018). الابتزاز الإلكتروني: كيف يدفع المراهقين نحو الانتحار؟، متاح علي الرابط التالي:
<https://www.ida2at.com>
- صالح صبري (2022). الابتزاز الإلكتروني؛ أبرز 8 أسباب للابتزاز مع الحلول والوقاية، متاح علي الرابط التالي: <https://faharas.net>
- عارف عبده الأتام (2022). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب اليمني على المشاركة بالتمية - دراسة مسحية في إطار نظرية رأس المال الاجتماعي، بحث منشور في مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد 21، - أبريل 2022م، ص 2436.
- عبد السلام عبد الحميد (2020). استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تفعيل التواصل الأمثل بين الكلية وطلابها، بحث منشور في المجلة الدولية للبحوث في العلوم التربوية، المؤسسة الدولية لآفاق المستقبل، العدد 4، المجلد 2، أكتوبر 2020م، ص 9.
- عمار محمد (2017). كيف تحمي نفسك من الابتزاز الإلكتروني؟، متاح علي الرابط التالي:
<https://al-sharq.com>
- فيصل بن عبد الله الرويس (2020). الوعي الاجتماعي بظاهرة الابتزاز الإلكتروني لدي الأسرة في المجتمع السعودي، بحث منشور في مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة قناة السويس، العدد 33، يونيو 2020م.
- منال المزاهرة (2018). توظيف ممارسي العلاقات العامة لشبكات التواصل الاجتماعي القطاع التجاري الأردني أنموذجاً، بحث منشور في المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، العدد 11، المجلد 3، ص 381-411.
- مصطفى بشير محمد (2016). شبكات التواصل الاجتماعي "الفيسبوك، تويتر، الواتساب أنموذجاً"، رسالة ماجستير غير منشورة، السودان: جامعه أم درمان الإسلامية، كلية العلوم والتقنيات، ص 61.

المراجع والمصادر الأجنبية:

- Luisa María Torres-Barzabal , Almudena Martínez-Gimeno and José Manuel Hermosilla-Rodríguez (2020). Digital Innovation Strategy for Social Responsibility " Twitter Social Network in University Teaching" Research published in a journal Sustainability, The Society for Urban Ecology, Basel: Switzerland, the number 12, April 2020.
- Rosenberg J, Egbert N (2011). Online impression management: personality traits and concerns for secondary goals as predictors of self-presentation tactics on Facebook. Journal of Computer- Mediated Communication; 17:1-18.
- Tulika Bansal, Dhananjay Joshi (2016). A Study of Students' Experiences of Mobile Learning, Research published in Global Magazine Humanities and Social Sciences: h, USA, Volume 14 Issue 4 Issue 1.0 Year 2016, p4.

الاتصال بين الموروث النظري والإشكاليات الحديثة للواقع الافتراضي:

مدى الحاجة إلى المراجعة تعديلا وتجاوزا

Theoretical legacy of communication and the problems of virtual social networks : The importance of reviewing and proposing new approaches (the first part)

د. رجاء عمّار
باحثة في علوم الاتصال- تونس

ملخص:

التأكيد على ضرورة مراجعة الموروث النظري من خلال مثالي نظرية المنبه-الاستجابة ونظرية ترتيب الأولويات، للوقوف عند مدى الحاجة إلى بلورة نظرية جديدة لدراسة الإشكاليات المرتبطة بالشبكات الاجتماعية الافتراضية، بالارتكاز على علم اجتماع الاتصال وهو ما يقود إلى استفهام قد يتسبب في إحداث رجة معرفية: هل يمكن اعتبار الاتصال علما، وهو المفترق إلى النماذج والنظريات الخاصة به؟

Abstract:

The importance of reviewing classical communication theories through the example of « the stimulus-response » and « setting the agenda » and the need to propose a new theory to study the problems associated with virtual social networks based on the sociology of communication, which leads a question that may cause a "cognitive shake": Can it hold communication is a science, which does not have its own models and theories.

***تمهيد:**

إن القضايا المتفرعة من الميديا الرقمية تستوجب مساءلة النماذج التقليدية وما اقترحت من نظريات في الإعلام والاتصال، لتحديد مدى جدوى تطبيقها على وسيط حديث مثل الشبكات الاجتماعية الافتراضية كالفيسبوك التي نفى بعض الباحثين إمكانية اعتبارها وسيلة إعلامية بالمفهوم المتفق عليه حسب المقاييس الصحفية وقواعد العمل المهني وأدبياته وأخلاقياته، ما يولد استفهاما حول قدرة هذه المقاربات -وهي وليدة سياقات معينة- على الخوض في الإشكاليات المعاصرة.

***التساؤل المحوري:**

هل يمكن الاستفادة من الاستنتاجات التي تم التوصل إليها بشأن وسيلة إعلامية محددة، واتخاذها منهجا للتحليل، لاستقراء ظواهر وسيلة اتصالية حديثة قد لا تتميز بنفس الخصوصيات ولا تضطلع بنفس الوظائف؟ هل يمكن اعتبار ذلك عملية تطويع قد تتجح إلى حد ما في تفسير الظاهرة وتقديم إجابات ممكنة؟ أم هي عملية إسقاط والاكتفاء بعمليتي تفكيك وتركيب قسريين، وهو ما يجعل العمل البحثي تراكما لا غير دون تقديم إضافة، وقد يفككه الباحث بأساليب لا تتلاءم مع متطلبات الإشكالية، فيكون كمن "يذبح دجاجة بمفك"، وقد تتقيد عملية التركيب بنموذج معين، فتكون النتيجة صورة غير متناسقة تقتقر إلى الموضوعية والمنطق؟

*** مساءلة نظرية المنبه-الاستجابة:**

- إلى أي مدى يمكن العودة إلى تفسيرات علم النفس الفطري الغريزي (البسيكولوجيا البيهافيورية) الذي يرى أن طبيعة الأفراد طبيعة متجانسة تستجيب لنفس المنبه بنفس الكيفية، بمعنى أن كل رسالة في الفيسبوك هي منبه يؤدي إلى تحقيق استجابة مباشرة، فيتلقى "جمهور" الفيسبوك هذه الرسالة بنفس الكيفية ويستجيب لها بصفة مماثلة، بالتالي، سحب ملكة العقل والتفكير من الإنسان، وقياسا بـ "كلب بافلوف"، إلى أي حد يمكن تسمية مستخدم هذه الشبكة الاجتماعية الافتراضية بـ "جوكر الفيسبوك" **take care ON /taker** (joker with-out outlook: OFF) استنادا إلى نظرية الانعكاس الشرطي ونتائجه؟

يجب التفريق في التعامل البحثي بين الذات (l'être) والموضوع (le sujet)، لا يمكن تحليلهما بنفس الطريقة وب نفس الأدوات والمقاربات، ولا يمكن تجريد الذات من خصائصها، ويجب الأخذ بعين الاعتبار للفوارق بينهما، فالذوات تتميز بالجانب الانفعالي والتصرف الواعي واللاواعي، وتغير السلوك حسب الفرد، وهو ما يعسر ضبطه وتقنيته على عكس الموضوع الثابت، أو الموضوع الذي تتكرر أفعاله لأن تصرفاته ترتكز على الغريزة فحسب.

يرتبط الحديث بالحيوان والقدرة على إخضاعه للتجارب المخبرية، أو الاكتفاء بالملاحظة والمراقبة ورصد الخصائص في علم النبات، لكن الذات البشرية تتميز بالعقل كمحرك أساسي للأفعال، فالعقل تتبثق منه أنماط التفكير المتباينة والمشاعر المتضاربة، وذلك حسب طريقة كل فرد في استقبال الرسائل وتحليلها واستبطانها ومعالجتها... بالتالي، لا يمكن التحكم فيه كموضوع واستخلاص نتائج محددة بشأنها قابلة للتعميم والتطبيق على جميع الأفراد دون استثناء، ففي علم الإنسان نبحت خاصة عن ذاك الاستثناء، ونوليّه أهمية فهي التي تثير التساؤلات وتطرح حولها الإشكاليات كظاهرة تحتاج إلى التفسير وللفهم.

*مسألة نظرية الأجندا لبرنارد كوهين (Bernard Cohen):

في هذا السياق، يمكن طرح التساؤل التالي:

هل يمكن الحديث عن ترتيب الأولويات، في عصر الاتصال التفاعلي الشبكي؟ الذي تتوالى فيه الأحداث، وتتغير فيه المشاغل بصفة يعسر ضبطها، والوقوف عندها بشكل تفصيلي والتدقيق في خصوصياتها، باعتبار أن هناك تلاحق للقضايا الفردية والاجتماعية يجد فيها المستخدم نفسه في حالة تأهب مستمر للخبر التالي والصورة الأحدث ومقطع الفيديو الفوري، بالتالي، لا يطول اهتمامه بموضوع معين، ليواصل متابعة "السباق" التفاعلي الذي يجعله منضماً وحاضراً ومشاركاً في دائرة اتصالية مفتوحة لا يخرج منها إلا لبعض الوقت للعودة سريعاً؟ أم أن مسألة ترتيب الأولويات ما عاد يمكن طرحها واستغلال جهازها المفاهيمي ومنهجها التحليلي لتفسير وفهم العملية الاتصالية في شبكة الفايبروك، بما أن جذّة الحدث وأنيته هي التي تمنح الأولوية على مستوى الاهتمام التفاعلي، ليتنازل عن هذه المكانة لحدث آخر يليه؟

إذن، يمكن القول أن المجال الافتراضي بصفة عامة يسعى إلى إحداث نقلة على مستوى العملية الاتصالية من خلال المضامين التي يستعرضها، والتي تحمل رسائل عابرة للحدود وناطقة رمزيا على لسان العالم وتحرص على الإحاطة بمشاغله، وهو ما يجعل الرسالة الاتصالية شبيهة بواجهة تفاعلية تحتضن الكون، وقادرة في نفس الآن على تقديم صورة تحضر فيها كل المجتمعات باختلافاتها السياقية، إضافة إلى الانتقال بالسرعة المطلوبة من مجتمع إلى آخر حسب ما تستدعيه الأحداث التي تستجد في واقع اجتماعي معين، فيتحول مجتمع ما في فترة زمنية وجيزة إلى عالم ويغدو العالم رقعة جغرافية صغيرة يستقبل أفرادها الحدث ويتفاعلون معه وينتجون رسالة ذات رجع صدى عالمي، وهو ما يدفع إلى الاستفهام حول قيمة الحدث في حد ذاته:

إلى أي مدى يمكن القول أن القضايا، سواء كانت المحلية أو العالمية الفردية أو المجتمعية، ما عادت تتبوأ محور الاهتمام الدائم، فقد انزاحت الأقطار التفاعلية، التي تمثل القنوات الاتصالية لكل مستخدم، نحو

التفاعل في حد ذاته كقيمة مضافة، مهما كان الموضوع الذي يدور حوله النقاش، ومهما كان الحدث الذي يستجد، فهذه الأقطار تتسم بالحركية، وتتطلق من المحور المتغير ونحوه في كل مرة، لترتبط جملة من العلاقات المؤقتة دون التعمق أحياناً، والاقتراب من هذا المحور بالدرجة التي تكفي لتحديد الممارسة الذي يجب تجسيدها بشأنه، والاكتفاء بالتفاعل حسب ردود فعل جاهزة؟ أم أن كل مستخدم للفايسبوك، باعتباره قائماً بالاتصال، ينتج "أجندا" معينة ويعرضها في حسابه الخاص أو من خلال صفحة ينشئها، وينشر المضامين المرتبطة بالمسائل التي يجب اعتبارها، حسب رأيه الخاص مهمة، وهو ما يحتاج إلى برهنة واعتماد الأساليب الإقناعية دون فرض طريقة معينة للتحليل والمعالجة؟

* مساءلة الاتصال وعلومه:

هل يعتبر علم اجتماع الاتصال وما شهده من تحولات وتطورات ميدانا هجيناً أم على العكس باعتباره يؤكد التكامل بين علم الاجتماع وعلم الاتصال وعدم قدرة دراسة أية ظاهرة اجتماعية دون التطرق إلى جانبها الاتصالي؟ هل الاتصال ظاهرة اجتماعية أم أن المجتمع هو مجموعة من الظواهر الاتصالية التي قد تكون مترابطة أو مشتتة، متكاملة أو متنافرة؟ من المحفز ومن المؤثر: هل هي الظواهر الاجتماعية أم الاتصالية؟ لعل أبرز ما ولده المجهود البحثي في علم اجتماع الاتصال هو الانطلاق من عدة نظرية كلاسيكية من حيث مقارباتها لإثراء الجهاز المفاهيمي في مرحلة لاحقة بما يتناسب مع جدة القضايا المطروحة، مع عدم الاكتفاء بالالتزام بما يوفره حقل علمي من مصطلحات خاصة به، إنما استغلال أخرى من حقول مختلفة لعل أهمها علم الاجتماع، وغدت مصطلحات مثل "رأس المال الاجتماعي" و"رأس المال الرمزي" التي اقترحها بيار بورديو (Pierre Bourdieu) في إطار "السوسيولوجيا الانعكاسية" متداولة في بحوث الإعلام والاتصال المرتبطة بالشبكات الاجتماعية الافتراضية على وجه الخصوص.

* حوصلة وفتح آفاق:

إن الانتقال من مرحلة إلى أخرى ليس أمراً هيناً ويحتاج إلى وقت ودربة، سواء تعلق الأمر بالنظري الذي يجب وضعه محل مساءلة وعدم تبنيه برمته والاستفادة من جوانبه التي تتسم بخصوصيات معينة تثري زاد الفاعل الاجتماعي وتخدم سياقه المجتمعي، مع إمكانية اقتراح نظريات جديدة تلتزم بالموضوعية وتبتعد عن الطوباوية، كما تسعى إلى الشمولية من خلال دراسة متكاملة قدر المستطاع إلى القضايا من مختلف زواياها من منطلق المصلحة المشتركة، إضافة إلى قابلية هذه النظريات للتطبيق.

من المنطقي، كضرورة علمية، أن يتزامن انتشار مواقع التواصل الاجتماعي وتدعم دورها عامة، مع تبلور جهاز مفاهيمي يتصل بمبادئ المجال الافتراضي، ويعبر عن خصوصياته لضمان تحقيق نقلة بحثية في حقل علوم الاتصال.

هذا من جهة ومن جهة أخرى، أ طرح سؤال يتعلق بالاتصال عامة، هل يمكن اعتباره حقلًا علميًا مستقلًا بمبادئه وجهازه المفاهيمي وقوانينه، أم أنه لا يستطيع الثبات كعلم إلا بالاعتراف بتعددية الاختصاصات من سوسيولوجيا وبسيكولوجيا وسيميولوجيا..

