

## العوامل المؤثرة في ترتيب أولويات الأخبار في الفضائيات العراقية من وجهة نظر العاملين في مجال الأخبار

د. شريف سعيد حميد (\*)

### مقدمة:

يسعى الباحثون والمهتمون في الشأن الإعلامي إلى دراسة مجموعة من الموضوعات والمشكلات والقضايا والظواهر المتعلقة في المجال الإعلامي لاسيما تلك التي ترتبط بالجانب المهني، إيماناً منهم بالتعرف على حجم تلك المشكلات والظواهر بهدف وصفها وفهمها وتفسيرها ومن ثم إيجاد العلاقة بين متغيراتها وصولاً على ابرز المؤشرات والنتائج من أجل التنبؤ بمستقبلها والسيطرة والتحكم بمكوناتها وبالتالي تحقيق الفائدة للمجتمع وموضوع الاختصاص، وتعد دراسة القائم بالاتصال في الإعلام الفضائي من ابرز وأهم الموضوعات والظواهر الإعلامية التي يجب أن يركز عليها الباحثون، نظراً لما يمتلكه القائم بالاتصال من أهمية بالغة وكبيرة في اتخاذ القرارات باعتباره (حارس البوابة) الذي يمتلك القرار الفاعل بحق ما يمرر أو يبيث من مضامين ورسائل إعلامية أو حجبها، فهو صاحب القرارات الواضحة المتعلقة بشكل ومضمون الرسائل الاتصالية والأساليب التي يتم فيها عرضها، والجدير بالذكر انه لا توجد قضية أو موضوع إلا وكان للإعلام والقائم بالاتصال دور مهم وأساسي ورئيس ومميز فيها، حيث لا يقل القائم بالاتصال أهمية عن مضمون الرسالة فهو العنصر الأساس في صياغتها وإنتاجها، وغدت المؤسسات الإعلامية لا سيما القنوات الفضائية بعد الاتساع الأفقي والعمودي الكبير في إعدادها وتوجهاتها من ابرز وسائل الإعلام الجماهيرية وتمثل شبكات ومحطات اتصال وإعلام كبيرة وضخمة تتصارع في داخلها المصالح والإدارات والنفوذ والأجندات وتؤثر بشكل واضح في حياة الجماهير اليومية، كما تعد أيضاً نظاماً متكاملًا ومعقدًا وواسع الأركان تحكم داخله القوة والسلطة والنفوذ فضلاً عن المراكز والمناصب الإعلامية في سياق اتخاذ القرارات الخاصة بالسياسة الإعلامية أو التحريرية سواء في اختيار الموضوعات أو المضامين أو الأحداث وتغطية تداعياتها أو في ترتيب الأخبار وأولوياتها داخل غرف الأخبار وتدخل في سياق عملهم مجموعة من العوامل المؤثرة تتعدد وتشابك وتنعكس بشكل واضح على

(\*) الأستاذ المساعد بكلية الإعلام – جامعة بغداد.

الأداء المهني فقد تدخل في هذا الشأن مجموعة من التأثيرات والضغوط والكوابح سواء كانت داخل المؤسسة الإعلامية ذاتها أم خارجية تتحكم وتؤثر في اتخاذ القرارات الخاصة بالسياسة الإعلامية أو الإخبارية، وكذلك ما يتعلق بالتأثيرات (القانونية) أو (المهنية) أو (الأخلاقية) التي يتعرض لها العمل الصحفي لاسيما القائمين بالاتصال، ناهيك عن المراكز والقيادات والصفات الصحفية ومناصبهم ودرجة نفوذهم التي تؤثر في سياقات العمل الإخباري والسياسة التحريرية داخل المؤسسة الإعلامية وتتحكم فيها، فضلا عن الميول والاتجاهات للمسؤولين المباشرين والقائمين على غرف الأخبار التي قد تؤثر وتعيق طبيعة عمل القائم بالاتصال وتنعكس بشكل واضح على اختيار وترتيب المواد الإعلامية، فضلا عن القيم والمعايير والاعتبارات والأدوار ومستوياتها التي يضعها ويعتقها القائمون بالاتصال في عملهم. وفي طبيعة الحال فإن المضامين والرسائل الإعلامية والإخبارية ما هي إلى مواد وأنواع وفنون إخبارية من عمل وصناعة القائمين في الاتصال فان العوامل التي ترتبط بها لا تقل شأنًا من حيث التأثير عن تأثيرات الرسائل أو المواد الإعلامية أو الإخبارية ذاتها، لذلك أصبح لزاماً على الباحثين والمهتمين بهذا الشأن بل ومن واجبهم دراسة ومعرفة الطريقة والكيفية التي تتم عن طريقها صياغة وتحرير وصناعة الأخبار وترتيبها داخل غرف الأخبار والكشف عن ابرز العوامل المؤثرة في طبيعة عمل القائم في الاتصال في ترتيب أولويات الأخبار داخل نشرات الفضائيات العراقية.

### أولاً: الإطار المنهجي للبحث

#### ١. مشكلة البحث:

الزيادة الكبيرة في عدد وسائل الإعلام و لاسيما القنوات الفضائية العراقية وتوجهاتها السياسية والحزبية والأيدولوجية والفكرية المختلفة والفوضى الإعلامية الناجمة عنها وسط غياب واضح للقوانين والتشريعات الإعلامية التي من شأنها تنظيم عمل تلك الفضائيات، انعكست بشكل واضح ومؤثر في الأداء المهني والاحترافي لاسيما في العاملين في مجال الأخبار في الفضائيات العراقية وتدخل في ذلك مجموعة من العوامل ومعايير المهنية والضغوط والكوابح تكون حاضرة ضمن أولوياتهم مرة وتعيق عمل العاملين وتحدد مسؤولياتهم وسياقاتهم مرة أخرى سواء في اختيار أو ترتيب الأخبار داخل النشرة. وفي ضوء هذه الرؤية غير الواضحة لدى العاملين في غرف ومجال الأخبار أو بوجود رؤية مقصودة تقف وراءها مجموعة من المقاصد والغايات والدوافع من القائمين على غرف الأخبار أو القنوات الفضائية العراقية التي

أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياة العراقيين وتمثل بشكل واضح الواقع السياسي والاجتماعي والمعيشي وان السياق والنمط الغالب لأخبارها اليومية يعكس بشكل لا يقبل الشك مدى ودرجة ارتباطها بالتوجهات والسياسات والايديولوجيات التي وجدت من اجلها وتحكمها ايضا مجموعة من المتغيرات والظروف التي يعكسها الواقع السياسي والممارسات الإعلامية والمهنية السائدة.

ولان مشكلة البحث تمثل موقفاً غامضاً لا تفسير محدد له أو ضعفاً في قضية أو موضوع أو ظاهرة معينة، وبرغم اتساع حجم وعدد العوامل والمعايير والضغوط المؤثرة في عمل العاملين في مجال الأخبار للفضائيات العراقية لاسيما في ترتيب أولويات الأخبار، عليه فقد لاحظ الباحث ان هنالك قصوراً أو ضعفاً أو غموضاً في معرفة ابرز واهم تلك العوامل الموجودة بالفعل ضمن سياقات عمل القنوات الفضائية العراقية خلال عملهم اليومي عند تغطيتهم للأحداث الجارية وتداعياتها عبر مضامين نشراتهم الإخبارية، لذلك وجد ان من الأهمية بمكان دراسة هذه المشكلة بعدّها تمثل موقفاً غامضاً بحاجة إلى تفسير وتحليل وإثراء وهذا ما شكل منطلقات أساسية ورئيسة للبحث تقود في النهاية إلى محاولة فهم ومعرفة والكشف عن جميع تلك العوامل وأساليبها وأنواعها ومن وجهة نظر أكاديمية ومهنية، وتحدد مشكلة البحث التي نحن بصددتها التي يمكن إيجازها بالإجابة عن التساؤلات الآتية:

- أ. ما أبرز مسؤوليات وصلاحيات القائم بالاتصال الخاصة بالعمل داخل غرف أو مجال الأخبار في الفضائيات العراقية؟
- ب. ما أهم الاعتبارات والمعايير المهنية في ترتيب واختيار وصياغة الأخبار التي يضعها العاملون في مجال الأخبار ضمن أولوياتهم؟
- ت. ما العوامل المؤثرة في اختيار مصادر الأخبار التي يضعها العاملون في غرف الأخبار ضمن أولوياتهم وكيفية التعامل معها؟
- ث. ما أنواع التغطية الإخبارية الخاصة بعرض الأخبار ووقوع الأحداث التي تكون ضمن أولويات نشراتهم؟
- ج. ما الاعتبارات والمعايير المهنية التي يضعها العاملون في غرف الأخبار ضمن أولوياتهم عند تغطيتهم للأحداث المحلية والعربية والإقليمية والدولية؟
- ح. ما ابرز المواقف التي يضعها العاملون في مجال الأخبار ازاء بعض الممارسات والمعايير المهنية التي يتعرضون لها إثناء عملهم اليومي في غرف الأخبار.

## ٢. أهمية البحث:

تتجسد أهمية البحث كونه يتصدى إلى موضوع غاية في الأهمية ألا وهو العوامل المؤثرة في ترتيب أولويات الأخبار للفضائيات العراقية وكل ما يترتب عليه من اعتبارات ومعايير ومعوقات وضغوط تدخل وتؤثر في عمل القائم بالاتصال باعتباره منشئ الرسالة أو المضمون الاتصالي والإعلامي وتتعكس بشكل كبير على أدائه المهني، فالمشكلة موضوع البحث تمثل أولوية لدى الباحثين والمهتمين والقائمين على القنوات الفضائية والإعلاميين العراقيين كونها تدخل في سياقات عملهم اليومي. فالبحث يوضح ويقدم تصورات ومؤشرات علمية واضحة بشأن الأسباب والعوامل التي تؤثر في عمل القائم بالاتصال باعتباره ركناً أساسياً من العملية الاتصالية وأبعادها المستقبلية التي تتعكس على عمل الفضائيات العراقية سواء بالسلب أو الإيجاب ومن ثمّ فإنه يسهم في إعطاء وتحديد مؤشرات ومعطيات وملاحظات علمية يهتم بها الباحثون والمهتمون بالشأن الإعلامي وكذلك قد تسهم في تطوير أداء القنوات الفضائية على المستوى المهني وفتح المجال للمخططين في الفضائيات العراقية لوضع تصورات وأفكار ورؤى علمية ومهنية لتجاوز الإشكاليات ناهيك عن أنه يقدم فرصة علمية في توفير قاعدة بيانات ومعلومات ونتائج واستنتاجات وتوصيات يستفيد منها الدارسون والباحثون للانطلاق إلى بحوث ودراسات أخرى بهذا الشأن، فهو في النهاية جهد علمي يضاف إلى الجهود الأخرى، فضلاً عن الحاجة لمثل هذه النوعية من البحوث التي تفتقر المكتبة الإعلامية لمثلها.

## ٣. أهداف البحث :

يسعى البحث في الخطوات والإجراءات المنهجية التي يتبعها إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الرئيسية يمكن تلخيصها على وفق الآتي:

- أ. التعرف على أبرز مسؤوليات وصلاحيات القائم بالاتصال الخاصة بالعمل داخل غرف أو مجال الأخبار في الفضائيات العراقية.
- ب. التقصي عن أهم الاعتبارات والمعايير المهنية في ترتيب واختيار وصياغة الأخبار التي يضعها العاملون في مجال الأخبار ضمن أولوياتهم.
- ت. الكشف عن أبرز العوامل المؤثرة في اختيار مصادر الأخبار التي يضعها العاملون في غرف الأخبار ضمن أولوياتهم وكيفية التعامل معها.
- ث. معرفة أبرز أنواع التغطية الإخبارية الخاصة بعرض الأخبار ووقوع الأحداث التي تكون ضمن أولويات نشراتهم.

ج. التحري عن أهم الاعتبارات والمعايير المهنية التي يضعها العاملون في غرف الأخبار ضمن أولوياتهم عند تغطيتهم للأحداث المحلية والعربية والإقليمية والدولية.

ح. التعرف على أبرز المواقف التي يضعها العاملون في مجال الأخبار إزاء بعض الممارسات والمعايير المهنية التي يتعرضون لها أثناء عملهم اليومي في غرف الأخبار.

#### **٤. منهج البحث ونوعه:**

حتى يتسنى للبحث الوصول إلى النتائج والمؤشرات عليه إتباع خطوات علمية مدروسة عبر مراحل محددة تخضع بالدرجة الأساس لقواعد وشروط التفكير العلمي المنهجي السليم والمنظم وكذلك لقواعد المنطق والعقل، إذ يعد هذا البحث من البحوث الوصفية من حيث النوع، الذي يقوم بوصف الحقائق والظواهر والمشكلات وصفا دقيقا وواضحا بإتباع المنهج العلمي الدقيق وعرض خصائص وأبعاد تلك الظاهرة أو موضوع معين بأسلوب موضوعي وعلمي دقيق، كما يستخدم البحث المنهج المسحي في إطار ما يرتبط بمسح جمهور معين أو جمهور المستهدف في البحث الذي يعد من المناهج الملائمة في الدراسات والبحوث الميدانية والتطبيقية وهو بالأساس يهدف إلى التعرف على آراء ومواقف واتجاهات جمهور معين إزاء القضية أو ظاهرة موضوع البحث بهدف تحليل خصائصه للحصول على معلومات وبيانات وإحصاءات كافية عنه بغية تصنيفها وتحليلها لاستخلاص مجموعة من النتائج ومؤشرات تتيح للباحث إصدار أحكام بشأن الظاهرة موضوع البحث.

#### **٥. حدود ومجالات البحث:**

يتخذ البحث مجالات عدة إذ يتمثل المجال المكاني للبحث في القنوات الفضائية العراقية تحديدا وميادينها المحلي والعربي والعالمي على صعيد التغطية الإخبارية، بينما يتمثل المجال الزمني بالمدة الزمنية من منتصف شهر شباط إلى منتصف شهر أيار من العام ٢٠١٦، وتمثل المجال البشري للبحث بالعاملين في مجال وغرف الأخبار في القنوات الفضائية العراقية ومن مختلف الصفات والمهن الإعلامية من مدراء قنوات ورؤساء تحرير ومدراء وسكرتيري تحرير ومحررين ومراسلين ومندوبين من الإناث والذكور.

## ٦- إجراءات البحث

### أ- مجتمع البحث

يتمثل مجتمع البحث بالعاملين في الفضائيات العراقية لاسيما العاملين في مجال الأخبار وغرف الأخبار من مدراء ورؤساء وسكرتيري تحرير ومحربين ومراسلين ومندوبين ومن الإناث والذكور، لأنه الأقدر على تشخيص أسباب الظاهرة بوعي كونه مشاركاً فعلاً في إنتاج وإعداد الأخبار عند تغطيتهم للأحداث اليومية ولديهم القدرة على تشخيص وتمييز ابرز الملاحظات بشأن ظاهرة موضوع البحث ومن ثمّ الإحاطة بآثارها.

### ب- عينة البحث

وتم اختيار عينة عمدية أو قصدية الغرضية من هذا الوسط ومن مختلف الصفات والمهن الصحفية ممن يعملون في مجال وغرف الأخبار للقنوات الفضائية العراقية على اعتبار انها تشكل مجتمع بحث ملائماً لإغراض هذا البحث. وقد بلغ حجم العينة (٢٠٠) مفردة مراعين فيها مختلف التوصيفات الوظيفية أو المهنية من الإعلاميين أو الصحفيين العاملين في هذا التخصص أو المجال، وتم استرجاع (١٨٢) استمارة مستوفية الإجابة فيما أهملت (١٨) استمارة بسبب الأخطاء فضلا عن عدم اكتمال ملء الاستمارة من المبحوثين وقد تمت المعالجة الإحصائية للاستمارات المكتملة وعددها (١٨٢) استمارة على وفق النظام الإحصائي المتقدم (SPSS).

### ت- أدوات البحث:

أستخدم الباحث في هذا السياق مجموعة من الأدوات بهدف جمع المعلومات والبيانات الخاصة بالظاهرة موضوع البحث، وعلى وفق الآتي:

أولاً: الملاحظة العلمية: استخدم الباحث الملاحظة العلمية في إطار الإحساس بالمشكلة أولاً عبر متابعته اليومية لنشرات الأخبار في الفضائيات العراقية ومن ثمّ تسجيل ابرز الملاحظات والمؤشرات بهدف عكسها وصياغتها في أسئلة الاستمارة التي تستقصى إجابات المبحوثين بهذا الشأن.

ثانياً: المقابلة: استخدم الباحث المقابلة العلمية لشرح وتفسير بعض الأسئلة للمبحوثين ولتوضيح بعض الإشكاليات التي تعترى عملية ملء الاستمارة لدى المبحوثين

المشاركين ضمن عينة البحث وكذلك لتوضيح الهدف والغرض من الاستمارة للعاملين في غرف ومجال الأخبار في الفضائيات العراقية.

**ثالثاً: الاستمارة:** سعى البحث إلى الكشف عن ابرز العوامل المؤثرة في ترتيب أولويات الأخبار في الفضائيات العراقية من وجهة نظر العاملين في غرف ومجال الأخبار، وقد تضمنت الاستمارة (٣٤) سؤالاً بصيغة الأسئلة المفتوحة والمغلقة والمغلقة المفتوحة تكونت من خمسة محاور: المحور الأول تمثل بالخصائص الديموغرافية والمهنية للمبحوثين المشاركين ضمن عينة البحث من حيث الجنس والعمر والتحصيل الدراسي والاختصاص الدقيق وعدد سنوات الخدمة والصفة الصحفية ونوع العمل الذي يمارسه والقناة التي يعمل فيها. أما المحور الثاني فقد تمثل بالأسئلة الرئيسية للبحث التي تضمنت محاور عدة: محور مسؤولية القائم بالاتصال والصلاحيات الخاصة بالعمل داخل القناة أو غرفة الأخبار ومن ثم المحور الثالث الخاص بالاعتبارات والمعايير المهنية في ترتيب واختيار الأخبار والمحور الرابع أهم العوامل المؤثرة في اختيار وترتيب الأخبار.

**رابعاً: المقياس:** يمثل المحور الخامس للاستمارة بالمقياس الذي قيس على أساسه شدة إجابة المبحوثين بشأن بعض المواقف والعبارات التي يتعرضون لها يومياً في عملهم في مجال الأخبار وقد تكون من ست عشرة عبارة أو موقفاً على وفق مقياس ثلاثي يقوم على فقرات وإجابات (بدرجة كبيرة، بدرجة متوسطة، بدرجة قليلة) والذي لا يتفق مع فقرات المقياس بإمكانه الإجابة (لا اتفق).

### ث- الصدق والثبات:

اعتمد الباحث على الصدق الظاهري وهو يعبر عن مدى اتفاق المحكمين الخبراء على ان المقياس أو الأداة التي يقيس بها الباحث تكون صالحة لتحقيق الهدف الذي أعدت من أجله تلك الأداة لتحقيق أهداف البحث، وقد تم عرض الاستمارة على ثمانية خبراء في مجال الاختصاص للحكم على صلاحيتها، إذ أشار المحكمون الذين

جرى عرض الاستمارة عليهم إلى صلاحيتها للتطبيق وإنها تقيس بالفعل ما يود الباحث قياسه، عبر إبداء عدد من الملاحظات والآراء المنهجية.<sup>(\*)</sup>

أما احتساب الثبات فقد استعان الباحث بطريقة التجزئة النصفية للتأكد من وجود درجة عالية من الاتساق الداخلي بهدف الوصول إلى مسألة الاتفاق في النتائج التي توصل إليها البحث عند استخدام الأساليب العلمية في القياس و تقوم فكرة التجزئة النصفية على أساس قسمة فقرات المقياس إلى نصفين متجانسين ولغرض حساب الثبات على وفق هذه الطريقة تم استخدام جميع استمارات أفراد العينة البالغ عددها (١٨٢) استمارة وتم تقسيم فقرات المقياس البالغ عددها (١٦) فقرة إلى نصفين يضم الأول الفقرات الزوجية ويضم الثاني الفقرات الفردية، وتم استخراج معامل ارتباط بيرسون بين درجات النصفين فبلغ (٠,٧٤) وباستخدام معادلة (سبيرمان براون) التصحيحية بلغ معامل الثبات بهذه الطريقة (٠,٨٧) وهو معامل ثبات عال يتسم بالاستقرار.

#### ٧- دراسات سابقة:

تناولت العديد من البحوث والدراسات موضوع القائم بالاتصال لاسيما العوامل والضغوط والكوابح المؤثرة فيه ولكن كانت تتناوله بشكل عام باعتباره منشئ الرسالة في العملية الاتصالية ولكن يعد هذا البحث الأول في مجال العوامل المؤثرة في القائم في الاتصال لاسيما في (ترتيب أولويات الأخبار في الفضائيات العراقية) فهو بذلك

\* المحكمون حسب درجاتهم العلمية وتخصصاتهم :

١. أ.د. وسام فاضل راضي / قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية / كلية الإعلام جامعة بغداد
٢. أ.م.د. عبد النبي خزعل جاسم / قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية / كلية الإعلام جامعة بغداد
٣. أ.م.د. رعد جاسم حمزة / قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية / كلية الإعلام جامعة بغداد
٤. أ.م.د. عمار طاهر محمد / قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية / كلية الإعلام جامعة بغداد
٥. أ.م.د. حسين علي نور / قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية / كلية الإعلام جامعة بغداد
٦. أ.م.د. ايمان عبد الرحمن / قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية / كلية الإعلام جامعة بغداد
٧. أ.م.د. عباس علي شلال / قسم العلوم التربوية والنفسية / التقويم والقياس / كلية التربية الأساسية / الجامعة المستنصرية
٨. م.د. حيدر احمد علو القطبي / قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية / كلية الإعلام جامعة بغداد



يكتسب الريادة من حيث حداثة التناول وعمق المؤشرات والملاحظات والتفاصيل والنتائج. ويمكن استعراض بعض الدراسات السابقة التي استطاع الباحث الحصول عليها على وفق الآتي:

#### ١- دراسة الزويني ٢٠٠٩ (١)

تصدت الدراسة لموضوع الخصائص والسمات المهنية للقائم بالاتصال من العاملين في القنوات التلفزيونية لشبكة الاعلام العراقي، فقد تناولت مشكلة البحث مجموعة من التساؤلات انعكست على اهداف البحث في محاور عدة تتعلق بواقع القائم بالاتصال بتلك القنوات وظروفه وواقعه من حيث خصائصه ومستوى التأهيل والتدريب، كما استهدفت الدراسة التعرف على ابرز الضغوط التي يتعرض لها ومدى الرضا الوظيفي، وسعت ايضاً الى الكشف عن ابرز جوانب الممارسة الاعلامية المتعلقة بموضوع استقلالية العمل الاعلامي، ناهيك عن مدى الافادة من البعد التكنولوجي لتغطية الاحداث المفاجئة والطارئة في خارطة البث الاعلامي لشبكة الاعلام العراقي كما هدفت الدراسة الى معرفة تأثيرات السياسة الاعلامية على القائم بالاتصال والضمانات المهنية والقانونية التي يتعرض لها اثناء العمل فضلاً عن معرفة ابرز مصادر اطلاع القائم بالاتصال على المعلومات والكشف عن انعكاسات صعوبة وصوله للمعلومات على الاداء المهني والاعلامي، وقد استخدم الباحث المنهج المسحي في اطار الوصول الى النتائج المرجوة لتحقيق اهداف الدراسة لاسيما تلك التي تتعلق بقياس آراء ومواقف وانطباعات وميول واتجاهات الافراد العاملين في تلك القنوات التلفزيونية وقد توصل البحث الى مجموعة من النتائج عكسها الباحث بصورة استنتاجات من أهمها:-

١- اعتماد اغلب العاملين من القائمين بالاتصال على عامل (الممارسة المستمرة) و(الثقافة الذاتية) في تطوير ادائهم الاعلامي مما ينعكس على الخصائص المهنية والاحترافية بدرجة مهنية عالية تتعلق بالدرجة الاساس على فهم معطيات الاحداث وآلية التعامل والتصرف المهني معها.

٢- تنصدر الضغوط المجتمعية والمهنية الى العمل المهني للقائم بالاتصال وتنعكس على السلوك المهني ازاء الاحداث والموضوعات الاعلامية التي يتناوله في سياق عملهم اليومي.

٣- يعتمد القائمون بالاتصال في القنوات التلفزيونية لشبكة الاعلام العراقي على عنصر (حب المهنة) و(تراكم الخبرة) و(قوة الملاحظة) مما ينعكس على سعيهم لتطوير خصائصهم المهنية وكذلك محاولة للابتعاد عن التصادم مع قيم وسياسة المؤسسة الاعلامية من جهة وقيم المجتمع من جهة اخرى.

٤- الاعتماد الكبير على المواقع الالكترونية من قبل العاملين في القنوات التلفزيونية في الشبكة كإحدى مصادر اطلاعهم على المعلومات بشأن مواكبتهم للأحداث الجارية كون تلك المواقع تعتمد بالدرجة الاساس على (التحديث) في تناولها الاحداث ذات الهمية الكبيرة للجمهور.

## ٢- دراسة حسين، ٢٠١٣ (٢)

تناولت الدراسة ابرز الضغوط المؤثرة على القائم بالاتصال في الاذاعات العراقية لاسيما العاملين في اذاعة (جمهورية العراق) و (الفرات) و (الرأي العام) من حيث واقع عمل القائم بالاتصال الذي تعد العنصر الرئيس في العملية الاتصالية والإعلامية في تلك الاذاعات وهدفت الدراسة الى التعرف على ابرز الضغوط التي تواجه القائم بالاتصال في العمل الاذاعي وتحديد نوعها ومسبباتها فضلاً عن التقصي عن علاقة الخصائص الديموغرافية مع الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال، كما سعت الدراسة ايضاً الى اجراء مقارنة منهجية بين طبيعة الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال في المحطات الاذاعية موضوع الدراسة ويُعدّ هذا البحث من البحوث الوصفية واستخدمت الباحثة المنهج المسحي في اطار الوصول الى النتائج الخاصة في الظاهرة موضوع الدراسة واستخدمت الباحثة اداة الاستبيان لجمع المعلومات وقد توصلت الباحثة لمجموعة من النتائج عكستها الباحثة بصورة استنتاجات من أبرزها:

١- تصدرت الضغوط السياسية والمهنية والاجتماعية قائمة الضغوط المختلفة وتباينت مستوياتها في الاذاعات الثلاث.

٢- يتفق العاملون في تلك الاذاعات مع السياسة الاعلامية ولديهم قناعة ورضا وظيفي عن عملهم وهناك توافق شبه مطلق مع توجهات الاذاعات .

٣- تباينت الاعتبارات التي يضعها القائمون على السياسة التحريرية بين اعتبار (السياسة الاعلامية) و(مستوى الجمهور) كعامل أساس عند صياغتهم للأخبار.

٤- اتفق اغلب العاملين في الاذاعات الثلاث على وجود الضغوط الاقتصادية تتمثل بضعف المردود المادي الذي يحصلون عليه.

٥- ان تعرض بعض العاملين في تلك الاذاعات لخطر التهديد ومحاولات التصفية الجسدية خلف حالة من الخوف لهم وعدّوه من العوامل المؤثرة على ادائهم.

٦- لا توجد فروق معنوية لعينة الدراسة من حيث متغير الجنس (النوع) والتعرض للضغوط الامنية في حين كانت هنالك فروق معنوية ذات دالة احصائية بين اجابات المبحوثين والحقوق والقوانين النافذة والحماية التي يوفرها القانون العراقي لحماية الصحفيين، كما اظهرت النتائج ايضاً وجود فروق معنوية ذات دالة احصائية حول حجم تأثير الشخصيات الدينية على القائم في الاتصال.

### ٣- دراسة الدليمي، ٢٠١٤ (٣)

تصدت الدراسة لموضوع مهارات القائم بالاتصال في الاعلام المرئي العراقي لاسيما للعاملين في قناة (العراقية) و (السومرية) و (بغداد) الفضائية، سواء كانت تلك المهارات اتصالية ام مهنية وقد تناولت مشكلة الدراسة تساؤل رئيس عن هل اكتسب القائم بالاتصال مهارات اعلامية جديدة لاسيما بعد عام ٢٠٠٣. كما هدفت الدراسة الى معرفة ابرز المهارات المهنية التي يمتاز بها القائم بالاتصال في الاعلام المرئي العراقي ومدى مساهمتها في تطوير الاداء المهني والاعلامي.

وتعدّ هذه الدراسة من البحوث الوصفية واستخدام الباحث المنهج البحثي في اطار التعرف على آراء ومواقف واتجاهات العاملين ازاء موضوع الدراسة.

وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج من أبرزها:-

- ١- تصدر مهارة الحديث ابرز المهارات التي يمتلكها القائم بالاتصال في قناة العراقية.
- ٢- اشارت النتائج الى ان اغلب العاملين في قناة السومرية يخضعون لدورات تدريبية مستمرة لتنمية مهاراتهم الاعلامية لاسيما الخاصة بتغطية الانتخابات العراقية .
- ٣- احتلت مهارة التحليل مقدمة المهارات التي يمتلكها العاملون في قناة بغداد الفضائية.

٤- اتفقت اغلب الاجابات على ان القائم بالاتصال في الاعلام المرئي العراقي يمتلك مهارات اتصالية جيدة.

## الإطار النظري:

### مفهوم الاتصال:

يعرف الاتصال بأنه "العملية أو الطريقة التي تنتقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس، داخل نسق اجتماعي معين يختلف من حيث الحجم، ومن حيث محتوى العلامات المتضمنة فيه، بمعنى ان هذا النسق الاجتماعي قد يكون مجرد علاقة ثنائية نمطية بين شخصين أو جماعة صغيرة أو مجتمع محلي أو مجتمع قوي أو حتى المجتمع الإنساني ككل"<sup>(٤)</sup>. كما تستخدم كلمة اتصال لتشير إلى "التفاعل بواسطة العلامات والرموز وتكون الرموز عبارة عن حركات أو صور أو لغة أو نصوص أو أي شيء آخر تعمل كمنبه للسلوك، أي ان الاتصال هو نوع من أنواع التفاعل الذي يحدث بواسطة الرموز"<sup>(٥)</sup>. والاتصال هو عملية نقل الآراء والأفكار والمعلومات بين طرفين أو أكثر باستخدام الرموز سواء كانت مكتوبة ام مسموعة ام مرئية، عن طريق الإشارات أو الحركات أو النصوص أو صور المرسل كعنصر أساس في العملية الاتصالية: تنقل من خلال وسيلة اتصال إلى الطرف الآخر<sup>(٦)</sup>.

أما مفهوم الاتصال الجماهيري "فهو العملية التي تقوم بها منظمة معقدة بإنتاج رسائل عامة ونقلها إلى جمهور كبير وغير متجانس ومشتت"<sup>(٧)</sup>. كما ان الاتصال الجماهيري "هو عملية الاتصال التي تتم عن طريق استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية، وهو يتميز بقدرته على توصيل الرسائل إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات، وإفراد غير معروفين للقائم بالاتصال، تصلهم الرسالة في اللحظة نفسها، وبسرعة فائقة، مع مقدرة على خلق رأي عام"<sup>(٨)</sup>.

### مفهوم القائم في الاتصال :

يعرف القائم بالاتصال على انه "الطرف الذي يتولى بث المعلومات، وقد يكون فرداً واحداً، أو مجموعة صغيرة في الاتصال المباشر، أما في الاتصال الجماهيري فإن القائم بالاتصال يكون منظمة، وفي كلتا الحالتين فإنه يتعامل مع المشاعر والأفكار ويقوم بمهمة جوهرية بتحويل الأفكار والمشاعر إلى رموز لغوية أو صورية تمهيداً لنقلها إلى الآخرين، إذ إن للقائم بالاتصال أهدافاً يسعى إلى تحقيقها من وراء قيامه بالعملية الاتصالية، وتكون بشقين: الأول لنفسه، والآخر للجمهور"<sup>(٩)</sup>. كما يعرف القائم بالاتصال أيضاً بأنه الشخص الذي يسهم أو يتحكم بإنجاز الجانب التحريري للرسالة الاتصالية، ولديه القدرة على تمريرها عبر وسائل الإعلام المختلفة إلى جمهور واسع

من المتلقين، ويحمل صفة (مدير تحرير) أو (سكرتير تحرير) أو (محرر) أو (مراسل) أو (مصور)، وكذلك المختصين بالإخراج والتنسيق والذين يتخذون العمل الإعلامي مهنة لهم يمارسونها على سبيل الاحتراف أو شبه الاحتراف<sup>(١٠)</sup>.

كما يمثل **القائمون بالاتصال** الطرف الرئيس في مكونات وعناصر الاتصال الجماهير، وينقسمون إلى نوعين وفقاً لمستوى الاتصال وطبيعته<sup>(١١)</sup>:

١- **القائمون بالاتصال الجماهيري**: ويقصد بهم المحترفون العاملون في مجال الإعلام أو الدعاية في الوسائل الإعلامية الجماهيرية المختلفة.

٢- **القائمون بالاتصال الشخصي**: ويقصد بهم الأشخاص الذين يساهمون في توصيل الرسالة والمضامين الإعلامية بهدف التأثير في الجمهور عن طريق الاتصال الشخصي بدلاً من الاعتماد على وسائل الإعلام الجماهيرية، وهم يمثلون قادة الرأي في المجتمعات التي ينتمون إليها على المستويين الوطني والمحلي، وهم أيضاً من دعاة التغيير في مجتمعاتهم تجاه الأفكار والمستحدثات الجديدة.

**والمرسل أو القائم بالاتصال** هو الشخص أو المؤسسة أو الجهة التي تبدأ الحوار عبر مضامين معينة ويقوم بصياغة أفكاره ومعلوماته في رموز تعبر عن المعنى الذي يقصده وتلك الرموز تمثل الرسالة التي يوجهها القائم بالاتصال إلى جمهور معين فإذا نجح المرسل في اختيار الرموز المناسبة للتعبير عن فكرة تعبيراً صحيحاً ودقيقاً وواضحاً من الممكن أن يكون قد وضع قدمه على الطريق الصحيح وخلاف ذلك أي إذا ما عجز عن ذلك انهارت العملية الاتصالية في مراحلها الأولى وتحولت إلى عبث قد يسبب الضرر والفهم الخاطئ لتلك الرسالة ولا يحقق النفع المرجو منها<sup>(١٢)</sup>.

ويحدد "ديفيد برلو" أربعة شروط أساسية يجب أن تتوفر في المرسل (القائم بالاتصال)<sup>(١٣)</sup>:

#### **أولاً: مهارات الاتصال عند المصدر:**

يجب أن تتوفر عند القائم بالاتصال (المصدر) خمس مهارات أساسية، اثنتان تتعلقان بالدرجة الأساس بوضع الفكرة في رموز وبيانات هما: مهارة الكتابة، ومهارة التحدث واثنتان متصلتان بفك الرموز ومعرفتها هما: مهارة القراءة، ومهارة الاستماع. أما المهارة الخامسة فتتمثل بالقدرة على التفكير ووزن الأمور باعتبارها تساعد المرسل أو القائم بالاتصال على تحديد وتحقيق الهدف من العملية الاتصالية.

## ثانياً: اتجاهات المصدر:

تؤثر اتجاهات (المصدر) نحو ذاته، ونحو الموضوع، ونحو المتلقي (مستقبل الرسالة) في عملية الاتصال بشكل عام ومباشر وواضح، فإذا كان اتجاه المصدر نحو نفسه سلبياً من المحتمل ان يؤثر هذا التقويم للذات في نوعية الرسالة ومضمونها التي يصيغها ويرمزها وينتجها بالشكل النهائي. وكذلك على تأثيرها من ناحية أخرى، وفي الطريقة أو الأسلوب الذي يتصل بها، فالثقة بالنفس عند القائم بالاتصال تولد عند المتعاملين معه ثقة في ما يقوله أو يفعله، اما اذا كان اتجاه الفرد تجاه الموضوع ايجابياً سيكون الاتصال فعلاً بشكل واضح في حين اذا لم يؤمن القائم بالاتصال بهدف بشأن ما يقوله ويقتنع به، يصبح من الصعب اقناع المستقبل بجوانب الموضوع أو الأفكار، كما ان اتجاه القائم بالاتصال (المصدر) تجاه المتلقي (المستقبل) يؤثر بشكل واضح في نجاح العملية الاتصالية. فحين ما يدرك ويحس المستقبل ان المصدر يحترمه ويتعاطف معه ويثق به، يصبح اقل انتقاداً للمضامين والرسائل وفي الوقت ذاته يزداد احتمال تفهمه وإدراكه واستيعابه للأفكار والمعلومات المقدمة.

## ثالثاً: مستوى معرفة المصدر:

كلما ازدادت معرفة القائم بالاتصال (المصدر) بالموضوع المراد توصيلة فإنه يؤثر بشكل كبير في (المستقبل) فنحن لا نستطيع نقل مضمون أو محتوى أو نقول بفعالية ما لا نعرفه ولا نفهمه، لأنه من المحتمل لا نستطيع نقل وإيصال المعاني والأفكار المطلوبة التي لا يمكن للمستقبل فك رموزها وفهمها.

## رابعاً: النظام الاجتماعي والثقافي:

يتأثر القائم بالاتصال بشكل واضح في النظام الاجتماعي والثقافي والبيئة الإعلامية التي يعمل بها، وحتى نستطيع ان نحدد فاعلية وتأثير العملية الاتصالية، علينا ان نعرف ونفهم أنواع النظم الاجتماعية التي يعمل في إطارها القائم بالاتصال سواء على مكانته في النظام الاجتماعي وكذلك الأدوار التي يؤديها والمرتبطة به فضلا عن الوضع الذي يراه الجمهور فيه وكذلك علينا ان نفهم وندرك الإطار الثقافي الذي يعايشه ويعمل فيه وكذلك المعتقدات والقيم والأعراف المسيطرة عليه وأنواع السلوك المقبولة وغير المقبولة، فضلا عن معرفة تطلعاته، وغاياته، وأهدافه، وتوقعاته وتوقعات الآخرين عنه، وكذلك معرفة البيئة الإعلامية التي يعمل فيها عندما يكون القائم بالاتصال مؤسسة أو جهة معينة والتعرف على كل العوامل والضغوط التي تمارس

عليه والكشف عن التدخلات سواء كانت داخلية ام خارجية التي تدخل في صميم عمله ومن ثمّ تنعكس على صياغة الرسائل والمضامين التي يرسلها إلى جمهور معين بهدف تحقيق غايته. بمعنى ان مركز القائم بالاتصال في النظام الاجتماعي والثقافي والإعلامي سيؤثر في سلوكه الشخصي والمهني بشكل عام<sup>(١٤)</sup>.

### العوامل المتصلة بفعالية المصدر (القائم بالاتصال):

هنالك ثلاثة عوامل تجعل المصدر مؤثراً في إقناع (المستقبل) سواء كان شخصاً ام جمهوراً وهي<sup>(١٥)</sup>:

#### ١- المصدقية:

ويقصد بها "مصدقية المصدر" أو قابلية المصدر أو القائم بالاتصال للتصديق فيه من قبل الجمهور (المستقبل) التي تنتج في واقع الحال إلى ان الرسائل الاتصالية التي يتم بثها من مصادر عالية التصديق تزيد من درجة إقناعية وموثوقية الرسالة أو المضمون الذي يرسله وهي تعبر عن المدى الذي تتم فيه رؤية المصدر كخبير أو متخصص لديه القدرة على الإجابات الصحيحة، وينقل الرسائل والمضامين عن القضية المطروحة من دون تحيز وموقفه السليم منها، وتتبع خبرة المصدر من مجموعة من العوامل المتمثلة: بالتدريب والتجربة والخبرة بالموضوع، والقدرة على الاتصال بكل ما يحتويه من مهارات: الكلام والكتابة والتعبير والاحترافية، المركز الاجتماعي، فضلاً عن الذكاء ، والانجاز المهني والاحترافي.

#### ٢- الجاذبية:

يمكن ان تتحقق الجاذبية في المصدر أو القائم بالاتصال من قبل المستقبل (المتلقي) كلما كان المرسل قريباً من الجمهور في النواحي النفسية والاجتماعية والإيدولوجية اي إننا نحب ونود دائماً المراسل الذي يساعدنا على التخلص من القلق والضعف والتوتر وعدم الأمان، كما يساعدنا أيضاً في اكتساب القبول الاجتماعي والحصول على ثواب شخص لأنفسنا.

#### ٣- قوة المصدر (السلطة والنفوذ):

قد لا يمتلك القائم بالاتصال درجة من المصدقية أو الجاذبية ولكن لديه قدرة التأثير في تغيير اتجاهات الجمهور و الافراد وسلوكياتهم عبر امتلاكه القوة التي يمكن إدراكها عن طريق سيطرته وضبط الأمور فضلاً عن قدرته على التدقيق والتمحيص

وإدراك (المستقبل) الأفراد والجمهور لقوة المصدر وسيطرته ويأتي ذلك عن طريق تقديم الثواب والعقاب الذي يعادل في التأثير بالإذعان.

في حين يؤكد "مارك Mark Knapp" ان القائم بالاتصال لكي يحقق الفاعلية ويطور تأثير وكفاءة العملية الاتصالية ، عليه ان يراعي أربعة أسس أو عوامل<sup>(١٦)</sup>:

١- **المعرفة:** فالقائم بالاتصال لا تتحقق له الفاعلية من دون قاعدة من المعلومات والبيانات والمصادر و المعرفة الملائمة، فيكون على دراية بالأراء والمواقف والمعتقدات والدراسات ونتائج البحوث.

٢- **الخبرة والتجارب العملية:** وهي خبرة تكتسب أما عن طريق مشاهدة ومراقبة الآخرين وملاحظتهم، أو المشاركة معهم في العلاقات والتجارب المشتركة، وكلما مر القائم بالاتصال بمزيد من الخبرات والتجارب والتدريب، كلما تعززت فاعليته وكفاءته الاتصالية.

٣- **الدوافع:** إن الرغبات والدوافع والغايات الذاتية والداخلية لدى القائم بالاتصال تسهم بشكل كبير في تعزيز فاعليته كما ان لها أهمية واضحة في إنتاج وصياغة الرسالة الاتصالية.

٤- **الاتجاهات:** بمعنى اتجاهات القائم بالاتصال تجاه المستقبلين، وإزاء عملية الاتصال برمتها.

### **مسؤوليات وواجبات القائم بالاتصال في العمل المهني:**

ان من ابرز واجبات الصحفي أو الإعلامي وأهمها بشكل عام هي البحث عن الحقيقة وتحري الدقة وتحمل مسؤولية الرسالة الإعلامية الصادقة، والالتزام بأمانة المهمة وشرف المهنة، على أسس ميثاق الشرف الصحفي، وتحكم الضمير المهني وأخلاقيات العمل الصحفي وتقاليده واحترام القانون العادل وأحكام القضاء النزيه، ورفض المزايدة والابتزاز والإثارة المتعمدة، وعدم المتاجرة عن طريق مهنته في الخلط بين الإعلان والإعلام والتدليس على الرأي العام، والابتعاد عن إثارة الفتن والنعرات العرقية والدينية والطائفية، والالتزام بمكافحة الفساد والاستبداد والإرهاب. ان القدرة على تحمل المسؤولية وتقديرها من ابرز واهم المميزات السلوكية التي يجب أن يتحلى بها القائم بالاتصال فهي تتم عن وعي وإدراك لإبعاد الواجبات الملقاة على عاتقه، فالتعامل بجدية وحزم يحقق النجاح المنشود له أو المؤسسة التي يعمل بها ولكن



بصورة عامة يمكن ان تتمثل المسؤوليات المفروضة على القائم بالاتصال على وفق الآتي<sup>(١٧)</sup>:

١. الدقة والتأكد من صدقية وصحة المعلومة والبيانات المقدمة للجمهور والالتزام بالموضوعية بشأن الأحداث وتداعياتها.
٢. العمل من أجل المصلحة العامة للمجتمع الذي ينتمي اليه، والابتعاد عن تفضيل المصلحة الشخصية.
٣. الدفاع عن حقوق الإنسان وكرامته.
٤. الحفاظ على أخلاقيات وشرف وكرامة ونزاهة المهنة.
٥. الالتزام باحترام الحريات العامة والقيم الدينية والقومية وعدم امتهان الأديان.
٦. المشاركة في تشكيل وإدانة الذوق العام تشكياً سليماً وواضحاً، وتبصير الرأي العام وحثهم للمشاركة في الإصلاح الاجتماعي.
٧. التزام الصحفيين بالقاعدة الأخلاقية التي تنادي بحق الصحفي في الحماية والحفاظ على مصادر معلوماته وعدم الكشف عنها إذا كانت سرية والدفاع عنهم.
٨. احترام خصوصية الأفراد وعدم انتهاكها واحترام سمعتهم .
٩. الترويج للأمن والأمان في المجتمع والمحافظة عليه.
١٠. احترام القيم العامة والكرامة الإنسانية والعمل على تحقيق السلم الأهلي.

#### **مسؤوليات وواجبات قسم الأخبار في الفضائيات:**

يُعد قسم الأخبار في الفضائيات والمحطات الإذاعية والتلفزيونية وبالتحديد غرفة الأخبار المصدر الرئيس الذي تستقي منه الأقسام الأخرى في تلك المحطات معظم أخبارها ومعلوماتها بشأن الأحداث اليومية الجارية وقد يكون لكل قسم مجموعة من الصحفيين المتخصصين في نوعية نشاطهم وعملهم لكن تظل الأخبار الواردة من المصادر الإخبارية المختلفة التي تصل إلى قسم الأخبار بمثابة الذخيرة الحية المتجددة لمعظم أقسام التحرير الصحفي في القناة، والأخبار ببساطة تعني الحصول على الحقائق والوقائع بقدر الإمكان لأجل تفسيرها وتحليلها لبلوغ منظور متكامل وشبه شامل للأحداث<sup>(١٨)</sup>.

فهو القسم الذي تقع عليه مهمة إنتاج المواد الإخبارية المختلفة من نشرات ومواجيز وتعليقات وتحليلات وتقارير إخبارية ومقابلات ميدانية وبرامج خاصة وتحقيقات وغيرها من الفنون والخدمات الإخبارية مثل شريط الأخبار والعوالم، وهو القسم الذي يتم إعداده على النحو الذي يكفل له القيام بهذه المهمات ولاسيما التركيز على عاملي السرعة والتوقيت اللذين يحظيان بأهمية فائقة سواء في الحصول على الخبر أو في ما يتعلق بسرعة إعداده وتحريره وبثه<sup>(١٩)</sup>.

### نظريات القائم بالاتصال (المرسل):

يمكن تصنيف بعض النظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال أو المرسل، على وفق

الآتي:

#### ١ - نظرية حارس البوابة:

استخدم هذا المفهوم أول مرة من قبل عالم النفس كيرت ليوين وحراس البوابات هم أشخاص أو جماعات من الأشخاص الذين يتحكمون في سير المواد الإخبارية في قناة الاتصال. وتركز هذه النظرية في فروضها وأهدافها واهتمامها على جانب القائم بالاتصال، أو المرسل من حيث أعماله وواجباته وصلاحياته في المؤسسات الاتصالية والإعلامية، باعتباره ذا تأثير كبير في عملية اختيار وانتقاء المعلومات والأخبار والأحداث ومن ثم دوره المتميز في تغطيتها في عملية تدفق المعلومات عن طريق أجهزة الاتصال الجماهيري أو حجبها وعدم تمريرها، وبذلك فإن النظرية تُعد أهمية الوسيلة رهنا بمحتوى الرسالة ومضمونها، وحارس البوابة (Gate keeper) تعبير يقصد به دور الشخص الموجود في موضع اتخاذ القرار، فيما سيسمح به أو يمنعه عن أولئك الذي يخضعون لقراراته، على سبيل المثال ان الوالدين اللذين يمنعان أطفالهما من مشاهدة أفلام العنف باعتبارهما حارسي بوابة ثقافية وترفيهية، اما في مجال الإعلام فيقصد بهذا التعبير إقدام المسؤولين في وسائل الإعلام على تصفية وتنقية المعلومات والبيانات والأحداث، قبل ان يتم نشرها أو بثها في الوسيلة الإعلامية ويتعرض لها الجمهور<sup>(٢٠)</sup>.

ونظرية حارس البوابة تعني في ابسط تعريفاتها ان أي مضمون أو رسالة تمر قبل نشرها أو تغطيتها عبر وسائل الإعلام بمراحل متعددة حتى تصل إلى الجمهور، وفي كل مرحلة يوجد شخص أو مجموعة أشخاص يقررون ما الذي يُنشر وما الذي لا يُنشر. هؤلاء الأشخاص يُسمون (حراس البوابة)، بوصفهم ان كل مرحلة من تلك

المراحل تمثل بوابة تمر من خلالها الرسالة والمضامين، وتخضع لتعديلات قبل نشرها أو بثها، سواء بالحذف أو التغيير أو التعديل أو بالإضافة. هذه العملية يطلق عليها بـ (حراسة البوابة الإعلامية) تنطلق من تصورات ذهنية ومرجعيات ايديولوجية تمثل رؤية القائم بالاتصال لما ينبغي ان يُنشر، وما لا يجوز ان يُقدم إلى الجمهور وتدخل فيه مجموعة من العوامل المؤثرة<sup>(٢١)</sup>. والمضامين التي تنشرها أو تبثها وسائل الإعلام المختلفة وتخضع لرقابة وسياسة حارس البوابة لا تخرج في طبيعة الحال عن ثلاثة أنواع من الايديولوجيات وهي<sup>(٢٢)</sup>:

١. ان تكون معبرة عن ايديولوجيا وأفكار الدولة التي تصدر أو تعمل فيها الوسائل الإعلامية، وهي ايديولوجيا سياسية تتكون من مرجعيات دينية أو ثقافية أو حزبية فكرية تفرض سيطرتها على المؤسسات الإعلامية التي تلتزم بها المؤسسة الإعلامية وتعمل على وفق معاييرها.
٢. ان تكون معبرة عن ايديولوجيا وتوجهات المؤسسة الإعلامية ذاتها. وتلك الايديولوجيا قد تكون مخالفة لايديولوجيا النظام السياسي للدولة الحاكم، وتخضع لرؤية وأفكار المالكين لها أو القائمين عليها وإراداتهم، ومن ثمَّ يوجهون سياستها التحريرية والإعلامية على وفق مرجعياتهم الايديولوجية وانتماءاتهم الثقافية أو توجهاتهم السياسية.
٣. ان تكون انعكاساً لايديولوجيا واعتقادات الإعلامي أو الصحفي نفسه الذي يختار له مرجعيات فكرية ومحددات ثقافية تختلف عن ايديولوجيا الدولة والمؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها.

### أبرز وظائف القائم بالاتصال<sup>(٢٣)</sup>:

- ١- تحديد المعلومات عن طريق تحرير هذه المعلومات قبل بثها.
- ٢- زيادة كمية المعلومات عن طريق توسيع بيئتنا الإعلامية.
- ٣- إعادة ترتيب أو إعادة تفسير المعومات.

### خطوات عمل حراسة البوابة الإعلامية<sup>(٢٤)</sup>:

يمكن شرح الخطوات التي تمر بها عملية حراسة البوابة الإعلامية في أية وسيلة إعلامية على وفق الآتي:

١- تمر الرسالة الإعلامية بسلسلة من البوابات التي يقف عليها حراس مسؤولون عن مراجعة وتنظيم وتقويم ما يمر عبر بواباتهم قبل ان تنتقل الرسالة إلى البوابة التالية.

٢- في حالة وسائل الاتصال الجماهيري تتكون السلسلة من بوابات عدة تمر عبرها الرسالة أو المضامين الإعلامية مثل (الخبر)، ففي الفضائيات، يشكل المراسل الذي ينقل الحدث ميدانيا من موقع حدوثه، أول بوابة في السلسلة، إذ يتخذ قرارات عدة تتعلق بأي من جوانب الحدث الذي يقوم بتغطيته، وأي المعلومات يجب ان يضمنها فيه أو التي يستبعدا منها. ومن ثمَّ يمثل المحرر الذي يتسلم الخبر في قسم الأخبار البوابة الثانية، إذ يقوم باتخاذ قرارات مماثلة، بشأن الخبر ذاته، فيقوم بحذف أو تغيير أو يستبدل بعض مواقع الفقرات بالتقديم أو التأخير. ثمَّ تستمر تلك البوابات حتى تصل إلى مدير أو سكرتير التحرير الذي يعتبر الحلقة الأعلى في سلسلة البوابات أو الحلقات.

٣- اما بشأن الأخبار التي تصل لوسائل الإعلام من وكالات الأخبار المتنوعة، فان الخبر يمر بحلقات وبوابات أطول حتى وصوله لغرف أخبار الفضائيات، فوكالات الأخبار ايضا، بها ذات البوابات من المراسل وحتى مدير التحرير. وتضاف هذه البوابات إلى البوابات الخاصة في الوسيلة الإعلامية.

٤- هنالك بعض القرارات المتعلقة بإعادة صياغة الخبر، بالإضافة أو الحذف أو بالتعديل أو بالإلغاء، قرارات تتصل في واقع الحال بظروف وعوامل ومعايير متعددة تتحكم وتدخل في قرارات المحررين في اختيار الأخبار والمعلومات التي تعبر بواباتهم.

### العوامل المؤثرة والمتعلقة في طبيعة عمل حارس البوابة في اختيار الأخبار خلال التغطيته اليومية:

هنالك مجموعة من الأسباب والعوامل المتعلقة باختيار حارس البوابة لبعض الأخبار وعدم اختياره لبعضها الآخر، وهنالك مجموعة من المبررات التي تدخل في عمل المحررين أو القائمين بالاتصال في اختيارهم لأخبار دون سواها، يمكن تصنيفها كمعايير وعوامل بشأن قراراتهم بالسماح أو الرفض أو التعديل أو التغيير للمعلومات والأخبار الخاصة بالأحداث الجارية عند تغطيتها، هي<sup>(٢٥)</sup>:

١. معايير وقيم المجتمع وتقاليد: يُعد النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره المؤسسة الإعلامية من القوى الأساسية التي تؤثر بشكل واضح في عمل القائم بالاتصال، فأى نظام اجتماعي ينطوي على مجموعة من القيم والمبادئ والعادات والأعراف يسعى إلى ترسيخها وإقرارها، ويعمل على تقبل المواطنين لها، التي تندرج وترتبط تحت وظيفة الوسيلة الإعلامية ودورها في التنشئة الاجتماعية للأفراد والمواطنين وتحاول وسائل الإعلام الحماية والحفاظ على القيم والأنماط الثقافية والاجتماعية السائدة في المجتمع والاهتمام بها المتمثلة بـ (الحب والولاء للوطن، احترام رموز ورجالات الدين والقضاة، احترام المجتمعات المحلية، توقيير واحترام كبار السن والأمهات والقادة ورجال القوات المسلحة).

٢. العوامل الشخصية والذاتية للقائم بالاتصال: وتشمل مجموعة من العوامل والمسلمات والخصائص الشخصية والسيكولوجية المتعلقة بشخص المحرر ذاته، وتركيبته النفسية وهي عوامل ستختلف بالطبع، من محرر إلى آخر، يمكن إجمالها بـ (النوع ، العمر ، الدخل والطبقة الاجتماعية ، عوامل التنشئة الاجتماعية ، التكوين النفسي لشخصيته - الاتجاهات والميول ، الجماعات المرجعية ، ومستوى ونوع التعليم والتحصيل الدراسي، الاتجاه السياسي والإيديولوجي والانتماء الفكري والعقائدي ، مدى تمسك حارس البوابة بالعادات والتقاليد والأعراف السائدة في المجتمع الذي ينتمي إليه من عدمه ، الحالة الصحية للحارس، المستوى المهني للحارس وخبرته المتراكمة وإجادته التخصصية ومدى التزامه بأخلاقيات وشرف المهنة).

٣. العوامل البيئية (الخارجية): تمثل الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية السائدة في المجتمع الذي ينتمي إليه الحارس وتعمل الوسيلة الإعلامية فيه في مجملها من العوامل ذات أهمية وتأثير واضح وكبير في عملية حراسة البوابة. وقد قام الباحثون بدراسات مكثفة وواسعة في هذا السياق، ومن ثمّ انتهوا بتحديد عدد من الأسباب والعوامل التي تدخل في عمل حارس البوابة تمثلت بـ (الظروف السياسية السائدة في البلد وتداعياتها، شكل النظام الإعلامي والصحفي السائد الذي يعمل فيه، والظروف الطبيعية والجغرافية السائدة).

٤. العوامل والمعايير المؤسسية والمهنية: تشكل العوامل الخاصة بالوسيلة الإعلامية وطبيعة العمل فيها ومسؤوليات اتخاذ القرارات داخلها وتوجهاتها ونوعية العاملين فيها وصفاتهم ومناصبهم أهمية كبيرة وتأثير واضح في عمل حارس البوابة أو

القائم بالاتصال وهي (تخصص المؤسسة الإعلامية وتوجه سياساتها التحريرية، ملكية المؤسسة الإعلامية وتوجهها وميولها السياسية، تأثير الأقران والزملاء في مجال العمل وضغوطهم، مصادر الأخبار المتاحة ، الواقع الاقتصادي للمؤسسة الإعلامية والضغوط المالية المحتملة، المستوى الوظيفي للمحرر وموقعه في العملية أو السياسة التحريرية، وتأثير أسلوب عمل المؤسسات والوسائل الإعلامية الكبرى في الصغرى).

## ٢. نظرية تحديد أو ترتيب الأولويات:

مفهوم هذه النظرية هو ان القائم بالاتصال يسعى في عمله ويحاول ان يرتب اهتمامات الجمهور على وفق القضايا المطروحة التي تتناسب مع توجهاته الفردية أو بما يوافق أيديولوجيا وسياسة المؤسسة الإعلامية التي ينتمي اليها القائم بالاتصال، ويتلخص المعنى الاجمالي لتلك النظرية في ان وسائل الإعلام هي التي تحدد اهتمامات الجمهور إزاء الأحداث والقضايا الجارية، بمعنى ان هذه الوسائل عندما تهتم بموضوع أو حدث معين أو قضية معينة فان الجمهور يصبح أكثر اهتماما بهذا الموضوع أو الحدث أو تلك القضية يعني ذلك ان وسائل الإعلام إذا ركزت في موادها ومضامينها الإعلامية على موضوع الأمن على سبيل المثال في المجتمع على حساب قضايا أخرى مهمة مثل الاصلاح المالي والإداري أو الفقر أو البطالة فإن ذلك يعني ان وسائل الإعلام توجه اهتمام الجمهور إلى القضايا الامنية وتهمل قضايا مثلها في الأهمية (٢٦).

وتقع هذه النظرية ضمن إطار بحوث التحليل الوظيفي للأنظمة الاجتماعية وذلك بتركيزها على الدور الذي تؤديه أجهزة الاتصال في تحديد درجة أهمية القضايا العامة (السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية) عند الجماهير. وتفترض النظرية في اجراءاتها ان وسائل الإعلام تقوم بهذا الدور الرئيس والواضح عن طريق العرض والتركيز والتكرار والبروز وغيرها من وسائل العرض الإعلامي، كما ترتبط نظرية ترتيب الأجندة إلى الحد بنظرية حارس البوابة، ففي الوقت الذي تختص نظرية حارس البوابة بالإنباء التي تختارها المؤسسة الصحفية من خلال محرريها، فان هذه النظرية تتعلق بكيفية عرض وإبراز تلك الأخبار المختارة من احداث عدة (٢٧).

وتقوم نظرية وضع الأجندة على ترتيب الأولويات الشخصية سواء للأفراد أو للجمهور تجاه بعض الموضوعات والقضايا، وتساعد نظرية الاعتماد على تفسير وتحليل هذه الأولويات، فالأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام في طريقة اختيارهم

للموضوعات والقضايا التي تقدمها وسائل الإعلام عبر مضامين رسائلها وتساعدهم في تفسير وتحليل هذه الأولويات، بشكل يتوافق ويتلاءم إلى حد كبير مع خصائصهم الشخصية، والمشكلات التي يعانونها، فضلاً عن ان هذه الموضوعات والقضايا يجب ان تلبي حاجات ورغبات الأفراد<sup>(٢٨)</sup>.

**العوامل والمعايير المؤثرة بالقائم بالاتصال عند وضع الأولويات<sup>(٢٩)</sup>:** يتأثر ترتيب وتحديد الأولويات عند القائم بالاتصال بالنسبة للأحداث والقضايا والموضوعات المطروحة للجمهور بمجموعة من العوامل والمعايير والمتغيرات الخاصة تتمثل بـ (طبيعة القضايا من حيث هي ملموسة وواضحة ام مجردة ، ودرجة فضول الجمهور تجاه القضايا، وأهمية تلك القضايا والأحداث للجمهور، والعوامل والخصائص الديموغرافية للجمهور، ومدى استخدام الاتصال الشخصي والمباشر من عدمه، وتوقيت إثارة القضية أو الحدث، نوع الوسيلة المستخدمة ، والمدى الزمني المطلوب لوضع الأولويات لإحداث التأثير في الجمهور).

#### **أساليب الإبراز في ترتيب الأولويات ووضع الاجندة عند القائم بالاتصال<sup>(٣٠)</sup>:**

الإبراز هو الطريقة التي تقدم بها الوسيلة الإعلامية الموضوع أو الخبر. وينعكس الإبراز في إحياء الأهمية الذي يعطيه شكل أو أسلوب كتابة وعرض ومعالجة الخبر في الوسيلة. فوسائل الإعلام توجي للجمهور بأهمية الموضوع من خلال أساليب متعارف عليها وسط الصحفيين، وهي أساليب يلتقطها الجمهور بعدها الدليل على وجوب مشاهدة الموضوع والاهتمام به. ولوسائل الإعلام أساليب عدة للإبراز وللإحياء بأهمية الخبر أو المعلومات للجمهور التي تتمثل بـ (موضع الخبر في النشرة ، التنويه لعنوان الخبر في عناوين النشرة وأخبارها العاجلة ، تضمين الخبر مادة فيلمية أو رسوماً إيضاحية مثل الخرائط والرسوم والجداول البيانية وصور والكرافيكس كدليل على أهمية الخبر، حجم المعالجة الإخبارية من حيث المدة الزمنية لتناوله في الفضائيات والنشرة الإخبارية ، مدى تكرار تغطيته أو بثه، مدى متابعة الوسيلة للخبر والاستمرارية في بث تداعياته).

#### **القيم الخبرية والعوامل المؤثرة في تحقيق إبراز الأخبار<sup>(٣١)</sup>:**

القيم الخبرية هي مجموعة من المعايير التي تحكم عملية انتقاء وجمع وتحريير الأخبار وصياغتها، ويقصد بها أيضاً الأسباب والعوامل التي بموجبها ترى الوسيلة

الإعلامية للخبر مهما وذا قيمة، بما يصبح لزاما عليها نشره أو إذاعته ويحدد الإعلاميون قيماً عدة باعتبارها ضرورية ليصبح الخبر جديراً بتغطيته أو بثه، وتدخل في هذا الإطار مجموعة العوامل والأسباب وربما المعايير التي يضعها القارئون على غرف الأخبار في عملية إبراز وتقديم الأخبار التي قامت عليها فرضية ترتيب الأجنده، والتي تشير إلى وجود عوامل عدة تساعد في تحقيق البروز لخبر دون سواه، وتتمثل تلك العوامل بـ (مدى التكرار وإعادة الأخبار في النشرات اليومية، مدى اشتغال الخبر على واقع صراع، صلة موضوع الخبر بالجمهور المتلقي).

ويمكن إجمال القيم الإخبارية واختصارها على وفق الآتي:

- ١- الحالية: (النقل المباشر للحدث) الآنية أو الفورية.
- ٢- القرب: (الجغرافي للحدث، أو النفسي أو العاطفي) الجمهور يميل إلى الأحداث التي تمسهم بشكل أكبر.
- ٣- الجدة: ويقصد بها الأحداث التي تقع لأول مرة أو قد لا تحدث إلا مرة واحدة فقط في فترات متباعدة.
- ٤- الأهمية: الأحداث ذات الأهمية القصوى التي تمس حياة ومصير الناس لها أولوية في الأخبار.
- ٥- الغرابة والدهشة: الأحداث غير العادية أو الأحداث التي تبتعد عما هو مألوف عن الأحداث اليومية، أخبار مهمة تكون غريبة ومثيرة للتساؤل والدهشة أو الطرافة.
- ٦- السلبية: (مثل السطو، القتل، السرقة، تأثيرات جماعات عرقية أو طائفية على جماعات أخرى) المشاهد يهتم فيها بشكل أكبر من الأحداث ذات الطابع الإيجابي.
- ٧- العدالة: (يتقبل المشاهدون قدراً كبيراً من العنف في الأخبار بدون الشعور بالاستياء أو الغضب، إذا ما اقتنعوا أن ضحية هذا العنف تستحق ما يقع عليها من عنف بحيث يحقق ذلك نوع من العدالة).
- ٨- التأكد: يتفاعل الجمهور بشكل أقل مع الأخبار التي يعرف نهايتها بينما الأحداث غير المعروفة تكون أكثر جاذبية وتكون هناك واقعة يسعى لمتابعتها ومشاهدتها.
- ٩- التماثل: وتعني مدى أو درجة النقاء الأحداث مع توقعات واعتقادات الجمهور وتنبؤاته.
- ١٠- التوقع: تجذب الجمهور بشكل عام الأخبار الغريبة وغير المتوقعة فإن كان على سبيل المثال رجل يعزف بشكل ممتاز ذلك ليس خبراً إلا إذا كان هذا الرجل أعمى أو أصم يكون خبراً.



١١- التشكيل والتركيب (التوازن والتنوع في الأخبار): ان الحاجة من قبل العاملين في مجال الأخبار في تحقيق التوازن في نشر الأخبار تجعلهم ان يضعوا بعض العناصر المتناقضة ومنها: التوازن بين الأخبار المحلية والإقليمية والعربية والدولية وكذلك التوازن بين الأخبار الجادة والخفيفة.

١٢- التأثير المستقبلي المحتمل: ينسجم الجمهور مع الأخبار التي لها تأثير مستقبلي محتمل في حياتهم، بينما يتجنب بشكل اكبر الأخبار التي ليس لها تأثير مستقبلي. اي (العاقبة) في الخبر الذي من المتوقع ان يكون له تأثير مباشر وقوي في المشاهدين تكون احتمالات نشره اكبر.

١٣- الشخصيات البارزة (الصفوة) أو الشهرة: إضفاء الطابع الشخصي على الأحداث أو الأخبار يكسبها جاذبية هناك مقولة تقول (الأسماء تصنع الأخبار) مثل الأخبار التي تدور حول شخصيات مهمة ومشهورة تجذب الانتباه بصورة اكبر من تلك التي لا تتضمن أشخاصا. وتمثل الأخبار عن (دول الصفوة ، الشخصيات الصفوة أو النخبة) وتعني هناك أولوية لتغطية الأخبار الخاصة بالدول الصفوة المتقدمة وكذلك الشخصيات الصفوة من السياسيين والفنانين والمشاهير والمشاهد يسعى إلى التعرف على أخبارهم.

١٤- الضخامة: كلما كان الحدث اكبر كلما كانت له أهمية اكبر لدى الجمهور وكلما كان دراماتيكية كلما كان تأثيره اكبر في الجمهور (عدد الأشخاص، عدد القتلى ، عدد المتظاهرين ، عدد الأشخاص المتورطين في الحدث، عدد الأشخاص الذين يتأثرون بتداعيات الحدث) لغة الأرقام تثير اهتمام الجمهور والعاملين في مجال الأخبار.

١٥- الصراع: قيمة قديمة قدم التاريخ، فالإنسان منذ بدأ الحياة يصارع ذاته ويصارع الآخرين والدول تصارع بعضها والصراع يشكل المادة الخام للدراما والأخبار.

١٦- الاستمرارية: الأخبار التي لها تطورات مستمرة بشكل يومي أو مستمرة لمدة طويلة على الشاشة لان الجمهور يكون لديه شغف وتطلع لمعرفة اخر التطورات مثل أخبار الملف النووي الإيراني.

١٧- التقدم والنجاح (الايجابية): الخبر الذي يعطي معلومات اتجاهها ايجابي حول شخص أو دول أو جهات معينة يتعلق بإنجازات أو تقدم في موضوع معين أو ابتكارات معينة.

١٨- الوضوح: الأخبار التي تدور حول أحداث مفهومة وواضحة بالنسبة للجمهور معروفة بدايتها ونهايتها ولها أهداف محدودة تكون أكثر فاعلية وواضحة للبت والعرض مثل أخبار الانتخابات.

١٩- الاهتمام الانساني: تتحقق قيمة الاهتمام الانساني عند نشر الأخبار التي تجعل افراد الجمهور يتحدثون عنها لمدة طويلة (قصص الواقع الاجتماعي المعيشي التي تستمد من الواقع السياسي أو الاقتصادي المرير).

٢٠- الجنس: الموضوعات الجنسية (فضائح المشاهير).

٢١- نسبة الحدوث: الحدث الذي يقع مع أو يناسب وقت عرض نشرة الأخبار أو وقت الوسيلة.

٢٢- الالفة: التعاطف الوجداني مع الأحداث القريبة من المجتمع أو المشاهد.

### **سمات الخير في نشرات الأخبار:**

تنتم الأخبار بصورة عامة ولاسيما الأخبار التلفزيونية عبر نشرات الأخبار بسمات عدة تُعدّ من ابرز الاعتبارات التي يسعى المختصون في هذا المجال إلى إبرازها والتي تؤثر بشكل واضح في انتقائها ومعالجتها وصناعتها، فهي تكشف عن نيات القائم بالاتصال أو أهداف المؤسسة الإعلامية ونمط الرسالة التي يراد نقلها إلى الجمهور، كما أنها تعد من المعايير المهنية في التغطية الإخبارية اليومية للصحفيين والمراسلين، وان عدم الالتزام بها هو عملية تقليل من قيمة الأخبار فضلا عن تشويه سمعة الوسيلة الإعلامية، وهناك من يعد هذه الصفات بأنها عناصر الخبر، ولكن بصورة عامة يمكن أن نُؤشرها كصفات أو سمات يجب أن تتصف بها الأخبار بصورة عامة ومن ابرز تلك السمات:

١- الموضوعية: كثير ما يرفع الصحفيون عادة شعار الموضوعية<sup>(٣٢)</sup>. وتعد الموضوعية من أهم وابرز الركائز أو العناصر التي تعطي وتقدم الدليل المادي والملموس على نزاهة ومهنية الوسيلة الإعلامية ومن ثم صدقها وقوتها التأثيرية في أفراد الجمهور والمجتمع<sup>(٣٣)</sup>. ويراد بها أيضا عدم تحريف أحداث الخبر بالهدف أو التلوين أو الإضافة فلا يمكن تغييره حسب أهواء المحرر أو المؤسسة الإعلامية<sup>(٣٤)</sup>. فالموضوعية بصورة عامة لها أبعاد ومؤشرات عدة و تشمل: (الحياد، فصل الخبر عن الرأي، التوازن في عرض وجهات النظر، تقديم الحقائق، وتوضيح مصادر المعلومات أي الإسناد)<sup>(٣٥)</sup>. إما الموضوعية في التغطية الإخبارية فيقصد بها التجرد والبعد عن الميل والهوى في انتقاء وعرض

القصص الإخبارية أو الأحداث من المحررين أو المراسلين، وإعطاء صورة واضحة ومتوازنة ومتكاملة عن الحقيقة بلا هدر أو تشويه انطلاقاً من حقيقة مسلمة مؤداها أن الخبر هو ملك للقارئ والمستمع أو المشاهد، في حين أن الرأي هو ملك لصاحبه يصوغه كيفما يشاء فإذا ما أقحم الرأي أو العاطفة بالخبر أهدرت وضاعت الحقيقة وانتهت الموضوعية وأصبح قريب من التعليق منه إلى الخبر<sup>(٣٦)</sup>.

٢- **الصدق والصحة** : وتعد من ابرز الميزات أو السمات التي تتدخل في انتقاء واختيار الخبر دون آخر، فالخبر لا يكون خبراً إلا إذا كانت كلماته وعباراته وجمله صادقة ودقيقة، كما أنها من السمات المهمة الواجب توفرها في الحدث المراد تغطيته من قبل وسائل الإعلام ويقصد بها أن تكون وقائع وأحداث الخبر صحيحة وحقيقية وقد وقعت بالفعل أي أنها غير ملفقة أو مختلقة وإلا تحول الخبر إلى مجرد شائعة فإذا كان الخبر المراد تغطيته غير موثوق بصحته يجعل الوسيلة الإعلامية عرضة للتكذيب وفقدان المصداقية ودرجة الموثوقية من الجمهور<sup>(٣٧)</sup>. والتلفزيون يمتلك خاصية الصورة المتحركة والألوان التي تجعل مع اقترانها مع الصوت والكلمة ميزة لإضفاء المصداقية والصحة على أخبار التلفزيون بالنسبة للجمهور<sup>(٣٨)</sup>.

٣- **الدقة**: ويقصد بها أن يذكر الخبر الحقيقة الكاملة للحدث أو الواقعة من دون حذف أو زيادة فضلاً عن نقل تفاصيله من المراسل أو الوسيلة التي يعمل بها، بكل أمانة ووضوح ودقة من دون حذف أو إضافة أو انتقاص قد يخل بسياق الواقعة أو الحادثة، كما أنها تعني عدم المبالغة والتهويل في عرض وقائع وتفصيل القصة الخبرية بهدف عدم تشويه الحقائق ومن ثم ضمان عدم تضليل الجمهور<sup>(٣٩)</sup>. كما أنها تعني أن كل كلمة أو عبارة ذكرت في المادة الخبرية من أسماء وتواريخ واقتباس من كلام المصدر ومناصب وغيرها منقولة بشكل دقيق وواضح<sup>(٤٠)</sup>. وان من ابرز العوامل التي تجعل أن يكون الخبر دقيقاً اعتماد حضور (المراسل أو المندوب) إلى مكان الحدث بنفسه ومتابعة الواقعة وتسجيلها ومن ثم نقلها إلى الجمهور بأمانة فضلاً عن مقابلة شخوص الحدث أو شهود العيان والمهتمين ناهيك عن اعتماده البيانات الإحصائية والصور والوثائق والشواهد عامة<sup>(٤١)</sup>.

٤- **الشمول:** ويعد أيضاً من أهم سمات الأخبار التي تغطيها نشرات الأخبار التي تعني الإلمام بخلفية الحدث أي معرفة التفاصيل المختلفة التي ترتبط بالحدث وعلى المحرر أو المراسل أن يكون ملماً بالظروف التاريخية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية والمعاشية للحدث ومن ثمّ من الضروري أن يورد هذه التفاصيل في الخبر الذي ينقله لكي يقدم أوضح صورة ممكنة للخبر أو الحدث أي بمعنى أن يشرح الحدث في إطار الظروف المحيطة والمتعلقة به التي تُعدّ بمثابة خلفيته الطبيعية وسياقه التاريخي<sup>(٤٢)</sup>.

### الجانب الميداني (التطبيقي):

#### ١. الحقائق الديموغرافية والمهنية للمبحوثين المشاركين في البحث:

أ. **جنس المبحوثين:** توزع المبحوثون المشاركون في البحث ضمن العينة المختارة الذين بلغ إجمالي عددهم (١٨٢) مبحوثاً توزعوا حسب متغير الجنس (النوع) إلى (١٦٩) مبحوثاً من الذكور ونسبتهم (٩٢,٨٦%) مثلوا الجزء الأكبر من عينة البحث مقابل (١٣) مبحوثة من الإناث بلغت نسبتهن (٧,١٤%) من العدد الكلي للعينة، وهذا ما يؤكد ان العمل في مجال الأخبار في اغلب الحالات يقتصر على الذكور فقط باستثناءات بسيطة من الإناث باعتبارها مهنة ليست بالسهلة لوجود جانب ميداني لا سيما في المراسلة التلفزيونية، ينظر جدول (١).

جدول (١) المبحوثون حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
٩٢,٨٦%	١٦٩	ذكر
٧,١٤%	١٣	انثى
١٠٠%	١٨٢	المجموع

#### ب. المستويات العمرية للمبحوثين:

توزعت الفئات العمرية للمشاركين في البحث بين مستويات عدة إذ جاءت الفئة (٣٠-١٨) عاماً بالمرتبة الأولى بواقع (٨٧) مبحوثاً ونسبتهم (٤٧,٨%) تلتها الفئة العمرية (٤٠-٣١) عاماً بالمرتبة الثانية وبواقع (٣٣) مبحوثاً ونسبتهم (١٨,١٣%) ثمّ حل المستوى العمري (٥٠-٤١) بالمرتبة الثالثة بواقع (٢٨) مبحوثاً ونسبتهم (١٥,٣٩%) وبالمرتبة الرابعة جاء المستوى العمري (٦٠-٥١) بواقع (٢٧) مبحوثاً

وبنسبة بلغت (١٤,٨٤%) وأخيرا الفئة العمرية (٦١ فأكثر) بواقع (٧) مبحوثين  
وبنسبة بلغت (٣,٨٥%) من إجمالي العينة، ينظر جدول (٢).

جدول (٢) المبحوثون حسب فئاتهم العمرية

الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية
٣٠ - ١٨	٨٧	%٤٧,٨
٤٠ - ٣١	٣٣	%١٨,١٣
٥٠ - ٤١	٢٨	%١٥,٣٩
٦٠ - ٥١	٢٧	%١٤,٨٤
٦١ فأكثر	٧	%٣,٨٥
المجموع	١٨٢	%١٠٠

### ج. التحصيل الدراسي (المستوى التعليمي) للمبحوثين :

توزعت مستويات التحصيل الدراسي للمبحوثين المشاركين في البحث بين مستويات عدة إذ حلت (شهادة البكالوريوس) بالمرتبة الأولى وشكلت المستوى الأعلى في العينة بواقع (١٣١) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٧١,٩٨%) في حين جاء مستوى (خريج إعدادية) بالمرتبة الثانية بواقع (٢١) مبحوثاً ونسبتهم (١١,٥٤%) تلتها (شهادة الدبلوم أو خريج معهد) بالمرتبة الثالثة بواقع (١٩) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٠,٤٤%) وأخيرا حل مستوى (شهادة عليا) رابعاً بواقع (١١) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٦,٠٤%)، ينظر جدول (٣).

جدول (٣) المبحوثون حسب متغير التحصيل الدراسي

التحصيل الدراسي	التكرار	النسبة المئوية
بكالوريوس	١٣١	%٧١,٩٨
إعدادية	٢١	%١١,٥٤
دبلوم (خريج معهد)	١٩	%١٠,٤٤
دراسات عليا	١١	%٦,٠٤
المجموع	١٨٢	%١٠٠

### ج. التخصص الدقيق:

توزع المبحوثون حسب متغير التخصص الدقيق بين تخصصات عدة، فقد حل تخصص (الإعلام) بالمرتبة الأولى بواقع (٩٨) وبنسبة بلغت (٥٣,٨٥%) مثلوا الجزء الأكبر من العينة المشاركة في البحث، ومن ثم جاءت يمتلك شهادة اعدادية (اي لا يمتلك تخصصاً دقيقاً) بالمرتبة الثانية بواقع (٢١) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١١,٥٤%) في حين حل تخصص (اللغة العربية) بالمرتبة الثالثة بواقع (١٠) مبحوثين وبنسبة بلغت (٥,٤٩%) تلاها تخصص (اكاديمية الفنون الجميلة) بالمرتبة الرابعة وبواقع (٩) مبحوثين وبنسبة بلغت (٤,٩٥%) ومن ثم حصل تخصص (الادارة والاقتصاد) للكلية والمعهد بواقع (٨) مبحوثين وبنسبة شكلت (٤,٤%) وبالمرتبة الخامسة تخصص التربية بواقع (٧) مبحوثين ونسبتهم (٣,٨٥%) و (معهد المعلمين) بالمرتبة السادسة بواقع (٦) مبحوثين ونسبتهم (٣,٣%) ومن ثم التخصصات (اللغة الانكليزية) بالمرتبة السابعة وبواقع (٤) مبحوثين وبنسبة بلغت (٢,٢%) و(التاريخ) و(معهد فني وتكنولوجي) بالعدد نفسه والنسبة لكل منهما، وجاءت التخصصات (علم الاجتماع) و(علم النفس) بالمرتبة الثامنة وبواقع (٣) مبحوثين ونسبتهم (١,٦٥%) لكليهما، وبالمرتبة التاسعة تخصص (العلوم) بواقع (٢) من المبحوثين ونسبتهم (١,١%) وبالمرتبة العاشرة والأخيرة التخصصات (جغرافية) و(هندسة) و(معهد المهن الصحية) بواقع مبحث واحد ونسبته (٠,٥٤%)، ينظر جدول (٤).

جدول (٤) المبحوثون حسب متغير التخصص الدقيق

النسبة المئوية	التكرار	التخصص الدقيق
٥٣,٨٥%	٩٨	الإعلام
١١,٥٤%	٢١	اعدادية
٥,٤٩%	١٠	اللغة العربية
٤,٩٥%	٩	اكاديمية الفنون الجميلة
٤,٤%	٨	معهد وكلية الادارة والاقتصاد
٣,٨٥%	٧	تربية
٣,٣%	٦	معهد المعلمين
٢,٢%	٤	اللغة الانكليزية
٢,٢%	٤	تاريخ
٢,٢%	٤	معهد فني وتكنولوجيا
١,٦٥%	٣	علم الاجتماع
١,٦٥%	٣	علم النفس
١,١%	٢	علوم
٠,٥٤%	١	جغرافية
٠,٥٤%	١	هندسة
٠,٥٤%	١	معهد المهن الصحية
١٠٠%	١٨٢	المجموع

خ. القناة الفضائية التي يعمل فيها المبحوثون:

توزع المبحوثون حسب القناة الفضائية التي يعملون فيها على وفق الآتي:  
 بالمرتبة الأولى قناة العراقية الفضائية بواقع (١٧) مبحثاً وبنسبة بلغت (٩,٣٤%) ثم حلت قناة الاتجاه الفضائية بالمرتبة الثانية بواقع (١٣) مبحثاً ونسبتهم (٧,١٤%) ومن ثمّ (قناة العهد الفضائية) و(قناة آفاق الفضائية) و(قناة بلادي الفضائية) و (قناة الغدير الفضائية) بالمرتبة الثالثة بواقع (١٢) مبحثاً وبنسبة بلغت (٦,٥٩%) لكل واحدة من تلك القنوات، وبالمرتبة الرابعة حلت قناة (الرشيد الفضائية) بواقع (١١) مبحثاً ونسبتهم (٦,٠٤%) ثمّ قناة (السومرية الفضائية) و قناة (الفترات الفضائية) بالمرتبة الخامسة بواقع (١٠) مبحثين ونسبتهم (٥,٤٩%) لكلتيهما وبالمرتبة السادسة قناة (الإشراق الفضائية) بواقع (٩) مبحثين ونسبتهم (٤,٩٥%) وبالمرتبة السابعة قناة (هنا بغداد الفضائية) وقناة (دجلة الفضائية) بواقع (٨) مبحثين ونسبتهم (٤,٤%) لكلتيهما، وبالمرتبة الثامنة حلت القنوات (المسار الفضائية) و(البغدادية الفضائية) و(المدى الفضائية) و(قناة آسيا الفضائية) بواقع (٧) مبحثين ونسبتهم (٣,٨٥%) لكل واحدة من

تلك القنوات أما بالمرتبة التاسعة فقد حلت (قناة الإباء الفضائية) و(قناة كربلاء الفضائية) بواقع (٤) محوئين ونسبتهم (٢,٢%) لكليهما وبالمرتبة العاشرة (قناة الشرقية الفضائية) و (قناة الموصلية الفضائية) و (قناة الديار الفضائية) و (قناة الفيحاء الفضائية) بواقع (٣) محوئين ونسبتهم (١,٦٥%) لكل واحدة من تلك القنوات، ينظر جدول (٥).

جدول (٥) القنوات الفضائية العراقية التي يعمل فيها المبحوثون

النسبة المئوية	التكرار	القناة
٩,٣٤%	١٧	قناة العراقية الفضائية
٧,١٤%	١٣	قناة الاتجاه الفضائية
٦,٥٩%	١٢	قناة العهد الفضائية
٦,٥٩%	١٢	قناة افاق الفضائية
٦,٥٩%	١٢	قناة بلادي الفضائية
٦,٥٩%	١٢	قناة الغدير الفضائية
٦,٠٤%	١١	قناة الرشيد الفضائية
٥,٤٩%	١٠	قناة السومرية الفضائية
٥,٤٩%	١٠	قناة الفرات الفضائية
٤,٩٥%	٩	قناة الاشراق الفضائية
٤,٤%	٨	قناة هنا بغداد الفضائية
٤,٤%	٨	قناة دجلة الفضائية
٣,٨٥%	٧	قناة المسار الفضائية
٣,٨٥%	٧	قناة البغدادية الفضائية
٣,٨٥%	٧	قناة المدى الفضائية
٣,٨٥%	٧	قناة آسيا الفضائية
٢,٢%	٤	قناة الإباء الفضائية
٢,٢%	٤	قناة كربلاء الفضائية
١,٦٥%	٣	قناة الشرقية الفضائية
١,٦٥%	٣	قناة الموصلية الفضائية
١,٦٥%	٣	قناة الديار الفضائية
١,٦٥%	٣	قناة الفيحاء الفضائية
١٠٠%	١٨٢	المجموع



د. نوع العمل أو المهنة أو الصفة المهنية التي يمارسها المبحوثون في القناة:

توزعت الأعمال التي يمارسها المبحوثون في القناة بين أعمال وصفات عدة فقد حلت صفة (محرر) بالمرتبة الأولى بواقع (٩٨) مبحوثاً ونسبتهم (٥٣,٨٥%) مثلوا الجزء الأكبر من العينة في حين حصلت فئة (مراسل) على المرتبة الثانية وبواقع (٥٧) مبحوثاً ونسبتهم (٣١,٣٢%) ومن ثمّ صفة أو عمل (سكرتير تحرير) بالمرتبة الثالثة بواقع (١٤) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٧,٦٩%) وحلت صفة (مدير أخبار) بالمرتبة الرابعة وبواقع (٩) مبحوثين ونسبتهم (٤,٩٥%) ويعمل (مدير قناة) بالمرتبة الخامسة بواقع (٤) مبحوثين ونسبتهم (٢,٢%)، ينظر جدول (٦) أدناه.

جدول (٦) المبحوثون حسب نوع العمل والصفة المهنية التي يمارسها في القناة

نوع العمل الذي تمارسه في القناة	التكرار	النسبة المئوية
محرر	٩٨	%٥٣,٨٥
مراسل	٥٧	%٣١,٣٢
سكرتير تحرير	١٤	%٧,٦٩
مدير أخبار	٩	%٤,٩٥
مدير القناة	٤	%٢,٢
المجموع	١٨٢	%١٠٠

ذ. عدد سنوات الخدمة في غرفة الأخبار أو القنوات الفضائية:

توزع المبحوثون حسب عدد سنوات الخدمة بين فئات عدة فقد حلت فئة (من ٧ سنوات فأكثر) المرتبة الأولى وبواقع (٦١) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٣٣,٥٢%) ومن ثمّ فئة (من ٥-٦ سنوات) بالمرتبة الثانية وبواقع (٥٧) مبحوثاً ونسبتهم (٣١,٣٢%) وبالمرتبة الثالثة جاءت فئة (من ٣-٤ سنوات) بواقع (٤٥) مبحوثاً ونسبتهم (٢٤,٧٣%) وجاءت فئة (من ١-٢ سنة) الرابعة بواقع (١٩) مبحوثاً ونسبتهم (١٠,٤٤%)، ينظر جدول (٧) أدناه.

جدول (٧) المبحوثون حسب متغير عدد سنوات الخدمة

عدد السنوات	التكرار	النسبة المئوية
من ٧ فأكثر	٦١	%٣٣,٥٢
من ٥-٦ سنوات	٥٧	%٣١,٣٢
من ٣-٤ سنوات	٤٥	%٢٤,٧٣
من ١-٢ سنة	١٩	%١٠,٤٤
المجموع	١٨٢	%١٠٠

## ٢. الاسئلة الرئيسة للبحث:

أولاً: محور السياسة الاعلامية والاخبارية للفضائيات العراقية ومدى اتفاق المبحوثين بشأنها:

أ. إلى أي مدى يتفق المبحوثون مع السياسة الإعلامية والإخبارية وسياقات العمل في القناة التي يعملون فيها: حدد المبحوثون المشاركون في البحث في سياق مدى اتفاقهم مع سياسة القناة الإعلامية والإخبارية وتقاليد وسياقات العمل، فقد حلت بالمرتبة الأولى (نعم أتفق) بواقع (١٠٦) مبحوثين ونسبتهم (٥٨,٢٤%) ولكن بدرجات متفاوتة فقد حصلت (أتفق بدرجة متوسطة) بواقع (٤٩) مبحوثاً ونسبتهم (٢٦,٩٢%) ثم (اتفق بدرجة قليلة) بواقع (٣٨) وبنسبة (٢٠,٨٨%) ومن ثم (اتفق بدرجة كبيرة) بواقع (١٩) مبحوثاً ونسبتهم (١٠,٤٤%) في حين حلت بالمرتبة الثانية (لا أتفق) بواقع (٧٦) مبحوثاً ونسبتهم (٤١,٧٦%) وقد حدد المبحوثون أسباباً عدة لعدم اتفاقهم مع تلك السياسات جاء في مقدمتها سبب (غير واضحة ومتغيرة حسب المواقف) بواقع (٤٦) مبحوثاً ونسبتهم (٢٥,٢٧%) ومن ثم سبب (أعتقد غير ملائمة لطبيعة العمل وظروف البلد) بواقع (٢٥) مبحوثاً ونسبتهم (١٣,٧٤%) تلاها سبب (فيها إشكاليات مهنية) بواقع (٥) مبحوثين ونسبتهم (٢,٧٥%). وبذلك فإن البيانات تشير إلى ان أكثر من نصف المبحوثين يتفقون مع سياسة القناة الإعلامية والإخبارية التي يعملون فيها ولكن بمديات ومستويات مختلفة في حين هنالك نسبة ليست بالقليلة (لا يتفقون مع سياسة القناة الإعلامية والإخبارية) ولأسباب عدة وهذا ما يشير إلى انهم يعملون في تلك القنوات بالرغم من انهم لا يتفقون مع سياساتها كون ان القناة توفر لهم فرصة عمل تؤمن لهم مصاريف حياتهم التي جرى توضيحها في سياق المتن، ينظر جدول (٨).

جدول (٨) مدى اتفاق المبحوثين مع سياسة القناة الإعلامية والإخبارية

الاجابة	اتفق بدرجة كبيرة		اتفق بدرجة متوسطة		اتفق بدرجة قليلة		الاجابة	لا	اعتقد غير ملائمة لطبيعة العمل وظروف البلد		غير واضحة ومتغيرة حسب المواقف		فيها اشكاليات مهنية		المجموع
	%	ت	%	ت	%	ت			%	ت	%	ت	%	ت	
نعم	١٩	١٠,٤٤	٤٩	٢٦,٩٢	٣٨	٢٠,٨٨	٧٦	٤١,٧٦	٤٦	٢٥,٢٧	٥	٢,٧٥	١٨٢	١٠٠	

**ب. إلى أي مدى يمتلك المبحوثون قراراً في تغيير أو انتقاد سياسة القناة في غرفة الأخبار:**

أشار (٨٣) مبحوثاً وبنسبة شكلت (٤٥,٦١%) إلى أنهم يمتلكون قراراً في تغيير أو انتقاد سياسة القناة في غرفة الأخبار تحديداً ولكن (نعم بدرجة قليلة) وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين في هذا السياق، في حين احتل (نعم بدرجة متوسطة) المرتبة الثانية من إجابات المبحوثين بواقع (٤٧) مبحوثاً ونسبتهم (٢٥,٨٢%) وبالمرتبة الثالثة اختيار (نعم بدرجة كبيرة) بواقع (٣٠) مبحوثاً ونسبتهم (١٦,٤٨%) في حين حدد (٢٢) مبحوثاً ونسبتهم (١٢,٠٩%) أنهم (لا يمتلكون لأي قرار) في ذلك السياق، وتشير النتائج إلى ان المبحوثين لديهم القرار في تغيير وانتقاد سياسة القناة في غرفة الأخبار تحديداً وبنسب متفاوتة لا سيما في ما يتعلق بالسياسة التحريرية التي هي بالتأكيد تعتمد بشكل كبير على معايير مهنية لا يمكن تغييرها أو التجاوز عليها، ينظر جدول (٩).

جدول (٩) مدى وجود قرار لدى المبحوثين في تغيير أو انتقاد سياسة القناة في غرفة

**الأخبار**

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
%٤٥,٦١	٨٣	نعم بدرجة قليلة
%٢٥,٨٢	٤٧	نعم بدرجة متوسطة
%١٦,٤٨	٣٠	نعم بدرجة كبيرة
%١٢,٠٩	٢٢	لا املك اي قرار
%١٠٠	١٨٢	المجموع

**ت. مدى استفادة المبحوثين من الفضائيات العراقية والعربية والأجنبية الأخرى في بناء أفكار وسياقات عمل من حيث ترتيب الأخبار في نشرة أخبار القنوات التي يعملون فيها:**

أكد (٩١) مبحوثاً ونسبتهم (٥٠%) ان لديهم (سياقات عمل ثابتة ومتفقاً عليها في القناة ولا يتم أخذ بعض الأفكار والسياقات المعمول بها في القنوات الفضائية الأخرى سواء كانت عراقية أم عربية أم أجنبية في حين أوضح (٣٩) مبحوثاً ونسبتهم (٢١,٤٣%) انه (أحياناً) يجري أخذ بعض الأفكار وسياقات العمل الخاصة لبعض

الفضائيات في معالجة ترتيب الأخبار في النشرة الإخبارية له في حين أكد (٢٩) مبحوثاً ونسبتهم (١٥,٩٣%) انهم (نادراً) يأخذون بعض الأفكار وسياقات العمل من الفضائيات الأخرى، وأشار (٢٣) مبحوثاً ونسبة بلغت (١٢,٦٤%) انهم (دائماً) يستفيدون من القنوات الفضائية الأخرى في بناء أفكار وسياقات عمل في غرفة الأخبار من حيث ترتيب أخبار النشرة وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الرابعة من إجابات المبحوثين في هذا الشأن، ويلاحظ من تلك النتائج ان نصف المبحوثين أشاروا إلى انهم يعتمدون على الفضائيات العراقية والعربية والأجنبية في بناء افكار وسياقات عمل ولكن بنسب متفاوتة وهذا ما يؤكد بالرغم من ان لهم سياقات وسياسات ثابتة للقناة التي أكدها نصف المبحوثين ايضاً انهم يأخذون أو يستفيدون من بعض الافكار من تلك الفضائيات التي يعتقدون انها سوف تحسن من سياقات عملهم، ينظر جدول (١٠).

جدول (١٠) مدى استفادة المبحوثين من القنوات الفضائية الأخرى في بناء أفكار وسياقات

عمل في ترتيب أولويات الأخبار

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
٥٠%	٩١	لدي سياقات عمل متفق عليها في القناة
٢١,٤٣%	٣٩	أحياناً
١٥,٩٣%	٢٩	نادراً
١٢,٦٤%	٢٣	دائماً
١٠٠%	١٨٢	المجموع

**ثانياً: محور مسؤولية القائم بالاتصال والصلاحيات الخاصة بالعمل داخل القناة أو غرفة الأخبار:**

**أ. مدى معارضة بعض (التوجيهات أو التعليمات أو الارشادات) الصادرة من المسؤولين المباشرين في العمل داخل غرفة الأخبار:**

أوضح (١٤٨) مبحوثاً ونسبتهم (٨١,٣٢%) (انهم لا يعارضون التوجيهات أو التعليمات والإرشادات الصادرة من المسؤولين المباشرين) في العمل داخل القناة ولأسباب مختلفة فقد احتل بالمرتبة الأولى سبب (أجدها صحيحة ومهنية) بواقع (١٠٧) مبحوثين ونسبتهم (٥٨,٨%) في حين احتل سبب (لأنها تلائم توجهاتي واعتقاداتي السابقة) المرتبة الثانية بواقع (٤١) مبحوثاً ونسبتهم (٢٢,٥٣%) بينما أشار (٣٤)

مبحوثاً ونسبتهم (١٨,٦٨%) انهم (نعم) يعارضون بعض التوجيهات أو التعليمات أو الإرشادات الصادرة من المسؤول المباشر في العمل داخل القناة ولكن بمديات مختلفة فقد حل بالمرتبة الأولى اختيار (أحياناً) بواقع (١٤) مبحوثاً ونسبتهم (٧,٦٩%) وبالمرتبة الثانية اختيار (دائماً) بواقع (١١) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٦,٠٤%) ثم بالمرتبة الثالثة اختيار (نادراً) بواقع (٩) مبحوثين ونسبتهم (٤,٩٥%)، وتؤكد النتائج بشكل واضح ان أغلب العاملين في مجال الأخبار لا يعارضون في طبيعة الحال توجيهات مسؤوليهم وهذا أمر طبيعي في سياق العمل، ينظر جدول (١١) أدناه.

جدول (١١) مدى معارضة المبحوثين لبعض التوجيهات والتعليمات والإرشادات الصادرة من

#### المسؤول المباشر في العمل داخل القناة

المجموع	لأنها تلائم توجهاتي واعتقاداتي السابقة		أجدها صحيحة ومهنية		الإيجابية	نادرا	احيانا		دائما		الإيجابية
	ت	%	التكرار	النسبة			التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
١٠٠	١٨٢		٤١	٥٨,٨	١٠٧		٩	٧,٦٩	١٤	٦,٠٤	١١
			%٨١,٣٢		١٤٨		%١٨,٦٨				٣٤

ب. إلى أي مدى تسمح لك إدارة القناة بتقديم بعض (المبادرات ، والملاحظات والاقترحات) بشأن تطوير عمل ونمط السياسة الإعلامية والتحريرية في القناة:

أكد (١١٨) مبحوثاً ونسبتهم (٦٤,٨٤%)، ان إدارة القناة تسمح لهم بتقديم بعض (المبادرات ، والملاحظات، والاقترحات) بشأن تطوير العمل داخل غرف الأخبار ولكن ضمن مديات محددة فبالمرتبة الأولى أشار (٧٩) مبحوثاً ونسبتهم (٤٣,٤١%) انه (دائماً) تسمح لهم ادارة القناة في تقديم ما ذكر أعلاه وبالمرتبة الثانية احتل اختيار (أحياناً) بواقع (٣٠) مبحوثاً ونسبتهم (١٦,٤٨%) ومن ثمَّ اختيار (نادراً) بالمرتبة الثالثة بواقع (٩) مبحوثين ونسبتهم (٤,٩٥%) في حين أوضح (٦٤) مبحوثاً ونسبتهم (٣٥,١٦%) ان إدارة القناة لا تسمح لهم تقديم بعض (المبادرات، الملاحظات، الاقتراحات) بهدف تطوير عمل ونمط السياسة الإعلامية أو التحريرية في غرف الأخبار ولأسباب متعددة جاء بالمرتبة الأولى سبب (لوجود سياقات عمل ثابتة) بواقع

(٤١) مبحوثاً ونسبتهم (٢٢,٥٢%) وبالمرتبة الثانية حل سبب (لا جدوى من تقديمها) بواقع (١٨) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٩,٨٩%) ومن ثم سبب (لا تلائم توجهاتهم وسياساتهم) بالمرتبة الثالثة بواقع (٥) مبحوثين وبنسبة شكلت (٢,٧٥%)، ويلاحظ من خلال النتائج ان عدداً ليس بالقليل من إدارات الفضائيات تسمح بقبول بعض (المبادرات، الملاحظات، الاقتراحات) التي من شأنها تطوير عمل ونمط السياسة التحريرية في القناة وهذا أمر طبيعي كون ان إدارة القناة تسعى دائماً لتطوير العمل في غرف الأخبار وتضعها ضمن أولوياتها، ينظر جدول (١٢) أدناه.

جدول (١٢) مدى قبول إدارة القناة تقديم مبادرات وملاحظات واقتراحات من المبحوثين بهدف تطوير عمل ونمط السياسة الإعلامية والتحريرية

المجموع	لا تلائم توجهاتهم		لا جدوى من تقديمها		لوجود سياقات عمل		نادر	أحياناً		دائماً		قبولها	
	%	ت	%	ت	%	ت		%	ت	%	ت		
١٠٠	١٨٢	٢,٧٥	٥	٩,٨٩	١٨	٢٢,٥٢	٤١	٤,٩٥	٩	١٦,٤٨	٣٠	٤٣,٤١	٧٩
		%٣٥,١٦				٦٤	%٦٤,٨٤				١١٨		

ت. موقف المسؤول المباشر من تقديم المبادرات والملاحظات والاقتراحات من قبل المبحوثين:

أشار (٥٣) مبحوثاً ونسبتهم (٤٤,٩٢%) إلى ان المسؤول المباشر في القناة كان موقفه (الموافقة بعد اجراء بعض التعديلات) في حالة تقديم بعض المقترحات أو الملاحظات أو المبادرات بشأن تطوير العمل ونمط السياسة الإعلامية أو التحريرية وبذلك أحتمل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين وبالمرتبة الثانية حل موقف (الموافقة عليها وقبولها كما هي وتعميمها) بواقع (٢٩) مبحوثاً ونسبتهم (٢٤,٥٨%) وبالمرتبة الثالثة موقف (المناقشة والمحاورة بشأنها عن طريق الاجتماعات) بواقع (٢٩) مبحوثاً ونسبتهم (٢٢,٨٨%) وبالمرتبة الرابعة موقف (إهمالها بشكل متعمد) بواقع (٩) مبحوثين ونسبتهم (٧,٦٣%)، وتشير النتائج إلى ان المسؤولين عن غرف الأخبار لا يقبلون (المبادرات، الملاحظات، الاقتراحات) كما هي وإنما يجري تعديلها ومعالجتها ومناقشتها في أكثر الحالات، ينظر جدول (١٣) أدناه.

جدول (١٣) مواقف المسؤولين المباشرين تجاه تقديم المبحوثين بعض المقترحات والملاحظات لتطوير العمل ونمط السياسة الإعلامية والتحريرية في القناة

النسبة المئوية	التكرار	الموقف
٤٤,٩٢%	٥٣	الموافقة بعد اجراء بعض التعديلات
٢٤,٥٨%	٢٩	الموافقة عليها وقبولها كما هي وتعميمها
٢٢,٨٨%	٢٧	المناقشة والمحاورة بشأنها عن طريق الاجتماعات
٧,٦٣%	٩	اهمالها بشكل متعمد
١٠٠%	١١٨	المجموع

ث. من المسؤول عن اختيار الأخبار من القائمين على الاتصال في غرفة الأخبار أو نشرة الأخبار:

في سياق التعرف على أبرز الشخصيات التي تقوم باختيار الأخبار في نشرة الأخبار جرى طرح تساؤل (من المسؤول عن اختيار الأخبار) وجاءت النتائج على وفق الآتي بالمرتبة الأولى (مدير الأخبار) بواقع (٩٧) مبحوثاً وبنسبة شكلت (٥٣,٣%) ومن ثمّ (سكرتير التحرير) بالمرتبة الثانية بواقع (٣٩) ونسبتهم (٢١,٤٣%) وحصلت الثالثة فئة (الاتفاق مع جميع هؤلاء) بواقع (١٩) مبحوثاً ونسبتهم (١٠,٤٤%) وبالمرتبة الرابعة (مدير القناة) بواقع (١٨) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٩,٨٩%) ومن ثمّ (المحرر) بالمرتبة الخامسة والأخيرة بواقع (٩) مبحوثين ونسبتهم (٤,٩٥%)، ويلاحظ من النتائج ان النسبة الأكبر كانت لمديري وسكرتيري التحرير وهذا أمر طبيعي كونهم المسؤولين المباشرين عن السياسة التحريرية في غرف الأخبار، ينظر جدول (١٤) أدناه.

جدول (١٤) المسؤولون عن اختيار الأخبار داخل النشرة من العاملين في القناة الفضائية

النسبة المئوية	التكرار	الصفة أو العمل
٥٣,٣%	٩٧	مدير الأخبار
٢١,٤٣%	٣٩	سكرتير التحرير
١٠,٤٤%	١٩	الاتفاق مع جميع هؤلاء
٩,٨٩%	١٨	مدير القناة
٤,٩٥%	٩	المحرر
١٠٠%	١٨٢	المجموع

**ج. مدى تدخل القائمين على القناة (مدير القناة ، مدير الإنتاج) في سياسة  
النشرة الإخبارية لاسيما في ترتيب الأخبار:**

بشأن معرفة تدخل (مدير القناة ، مدير الإنتاج) في سياسة النشرة الإخبارية لا سيما في ترتيب الأخبار فقد أكد (١٢٥) مبحوثاً ونسبتهم (٦٨,٦٨%) انهم لا يتدخلون اطلاقاً لوجود سياسة ثابتة تجاه الأخبار) في سياسة النشرة فقد احتل هذا الحكم المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين في هذا السياق اما في المرتبة الثانية فقد حل اختيار (أحياناً) بواقع (٢٠) مبحوثاً ونسبتهم (١٠,٩٩%) وبالمرتبة الثالثة اختيار (نادراً) بواقع (١٩) مبحوثاً ونسبة بلغت (١٠,٤٣%) وبالمرتبة الرابعة والاخيرة حل اختيار (دائماً) بواقع (١٨) مبحوثاً ونسبتهم (٩,٨٩%)، وتؤكد النتائج اعلاه ان هناك سياسة ثابتة لترتيب الأخبار في الفضائيات العراقية يجري العمل بها ولكن باستثناءات بسيطة يتم تعديلها على وفق الحالات الواردة بموافقة القائمين على القناة (مدير القناة ، مدير الإنتاج)، ينظر جدول (١٥) أدناه.

جدول (١٥) مدى تدخل القائمين على القناة (مدير القناة، مدير الإنتاج) في سياسة النشرة

**الإخبارية لا سيما في ترتيب الأخبار**

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
٦٨,٦٨%	١٢٥	لا يتدخلون إطلاقاً لوجود سياسة ثابتة تجاه الأخبار
١٠,٩٩%	٢٠	أحياناً
١٠,٤٣%	١٩	نادراً
٩,٨٩%	١٨	دائماً
١٠٠%	١٨٢	المجموع

**ج. مدى قدرة المبحوثين على معارضة بعض التوجيهات والتعليمات  
والإرشادات الصادرة من المسؤولين المباشرين التي تتعارض مع أخلاقيات  
المهنة وسياسة القناة المعتمدة:**

بهدف التوصل إلى ابرز الآراء والمواقف بشأن مدى قدرة المبحوثين المشاركين في البحث على معارضة بعض الإرشادات والتوجيهات والتعليمات الصادرة من المسؤولين المباشرين أوضح (٨٩) مبحوثاً ونسبتهم (٤٨,٩%) انهم (لا يعارضون اطلاقاً) التعليمات والتوجيهات من المسؤولين لا سيما تلك التي ترتبط بأخلاقيات المهنة وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين في هذا السياق وبالمرتبة الثانية حل اختيار (أحياناً) بواقع (٥٠) مبحوثاً ونسبة بلغت (٢٧,٤٧%)



وبالمرتبة الثالثة حصل اختيار (نادراً) بواقع (٢٢) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٢,٠٩%) ومن ثمّ اختيار (دائماً) بالمرتبة الرابعة والأخيرة بواقع (٢١) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١١,٥٤%)، وهذا واقعي وطبيعي إذ ان هناك حالات يتفوقون معها ولا يعارضونها، وحالات تتم معارضتها من العاملين لاسيما تلك التي تتعارض مع أخلاقيات المهنة، لذلك جاءت الإجابات بهذه النسب والتكرارات، ينظر جدول (١٦) أدناه.

جدول (١٦) مدى قدرة المبحوثين على معارضة بعض التوجيهات والإرشادات الصادرة من

المسؤولين لاسيما التي تتعارض مع أخلاقيات المهنة

النسبة المئوية	التكرار	الموقف
%٤٨,٩	٨٩	لا أعارض إطلاقاً
%٢٧,٤٧	٥٠	أحياناً
%١٢,٠٩	٢٢	نادراً
%١١,٥٤	٢١	دائماً
%١٠٠	١٨٢	المجموع

خ. ما طبيعة (شكل، نوع، صيغ) التدخل التي يفرضها عليك المسؤول المباشر:

لأجل الكشف عن أبرز أشكال وأنواع وصيغ التدخل التي يفرضها المسؤولون المباشرون على العاملين في مجال الأخبار جاءت النتائج على وفق الآتي: فقد أشار (٩٤) مبحوثاً ونسبتهم (٥١,٦٤%) إلى ان إصدار (توجيهات مباشرة من رؤساء العمل) كانت من أبرز أشكال وأنواع التدخل التي يفرضها المسؤولون وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين في هذا السياق وبالمرتبة الثانية احتل اختيار (إشراف عام على سياسة القناة من مدير القناة أو من ينوب عنه) بواقع (٣٢) مبحوثاً وبنسبة شكلت (١٧,٨٥%) واحتل اختيار (رقابة ومتابعة دائمة ومسبقة) المرتبة الثالثة من إجابات المبحوثين بواقع (٢١) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١١,٥٤%) وبالمرتبة الرابعة (اجتماعات دورية) بواقع (١٧) مبحوثاً وبنسبة شكلت (٩,٣٤%) ومن ثمّ اختيار (تعليمات مكتوبة) بالمرتبة الخامسة بواقع (٩) مبحوثين ونسبتهم (٤,٩٥%) واختيار (كتب رسمية) بالمرتبة السادسة بواقع (٥) مبحوثين ونسبتهم (٢,٧٥%) وبالمرتبة السادسة والأخيرة (إنذارات وعقوبات) بواقع (٤) مبحوثين ونسبتهم (٢,٢%)، ويلاحظ من النتائج ان النسبة الأعلى كانت للتوجيهات المباشرة من رؤساء العمل والإشراف المباشر والعام من مدير القناة أو من ينوب عنه وهذا أمر طبيعي كونهم في اغلب الحالات موجودين في غرف الأخبار أو يشاهدون البث المباشر للقناة

ويجري عن طريقها وضع التوجيهات والتعديلات لبعض الحالات، ينظر جدول (١٧) أدناه.

جدول (١٧) طبيعة التدخلات التي يفرضها المسؤولون المباشرون على العاملين في مجال الأخبار

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة صيغ التدخلات
٥١,٦٤%	٩٤	توجيهات مباشرة من رؤساء العمل
١٧,٨٥%	٣٢	إشراف عام على سياسة القناة من قبل مدير القناة أو من ينوب عنه
١١,٥٤%	٢١	رقابة ومتابعة دائمية ومسبقه
٩,٣٤%	١٧	اجتماعات دورية
٤,٩٥%	٩	تعليمات مكتوبة
٢,٧٥%	٥	كتب رسمية
٢,٢%	٤	انذارات وعقوبات
١٠٠%	١٨٢	المجموع

د. مدى حب المسؤولين المباشرين لانجاز مضمون أخباري (خبر، تقرير، تحقيق) من قبل العاملين في مجال الأخبار وتم حب بثه أو عرضه خلال النشرة الإخبارية ومعرفة الأسباب في ذلك:

في هذا السياق اكد (٤٠) مبحوثاً ونسبتهم (٢١,٩٨%) انه (نعم احياناً) يتم حب انجاز مضمون أخباري (خبر، تقرير، تحقيق) من قبل المسؤول المباشر وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين، في حين احتل اختيار (نعم دائماً) المرتبة الثانية من إجابات المبحوثين بواقع (٣١) مبحوثاً ونسبتهم (١٧,٠٣%) وبالمرتبة الثالثة احتل اختيار (نعم نادراً) بواقع (٧) مبحوثين ونسبتهم (٣,٨٥%) بالمقابل أشار (٣٩) مبحوثاً ونسبتهم (٢١,٤٣%) انه (لا) يتم حب اي مضمون أخباري (خبر، تقرير، تحقيق) وذلك لان (مسؤولي يحترم تغطياتي واسلوبي في التعامل مع الأحداث) وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين الذين أشاروا إلى (لا يتم حب المضمون الإعلامي) اما بالمرتبة الثانية فقد أكد (٣٨) مبحوثاً ونسبتهم (٢٠,٨٨%) ان موضوعاتي ثلاثم توجهات المسؤول والقناة) في حين أوضح (٢٧) ونسبتهم (١٤,٨٤%) انه (يوجهني المسؤول قبل العمل بما يتوافق مع سياسة القناة) وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الثالثة من إجابات المبحوثين، ويلاحظ من هذه النتائج ان النسبة الأعلى كانت لإجابة (لا يتم حب المضمون الإخباري أو الإعلامي) باعتبار ان في اغلب الحالات يجري الاتفاق على المضمون الإخباري أو الإعلامي في اجتماع الساعة التاسعة صباحاً الذي يتم من خلاله تحديد المسؤوليات

والمهام اليومية للعاملين، ولكن هناك حالات ليست بالقليلة يتم حجب المضمون الإعلامي أو الإخباري لاعتبارات كثيرة منها الأحداث الجديدة أو الطارئة أو الآنية التي يسعون إلى تغطيتها وقد يحدث سوء فهم عن الرؤية الذاتية لفهم الحدث من قبل العاملين ومن ثم يجري حجب تلك المضامين من قبل المسؤولين أو قد تتعارض مع سياسة القناة ، ينظر جدول (١٨) ادناه.

جدول (١٨) مدى بث أو عرض أو حجب المضمون الإخباري من قبل المسؤول المباشر

والأسباب في ذلك

المجموع	يوجهني المسؤول قبل العمل بما يتوافق مع سياسة القناة		موضوعاتي تلائم توجهات المسؤول والقناة		مسؤولي يحترم تغطياتي وأسلوبتي في التعامل مع الأحداث		لا	نادرا		احيانا		دائما		نعم
	ت	%	ت	%	ت	%		ت	%	ت	%	ت	%	
١٠٠	١٨٢		٣٨	٢٠,٨٨	٢٧	١٤,٨٤	٣٩	٢١,٤٣	٧	٣,٨٥	٤٠	٢١,٩٨	٣١	١٧,٠٣
			٥٧,١٤%				١٠٤	٤٢,٨٦%						٧٨

ذ. اسباب حجب عرض أوبث المضمون الإخباري (خبر، تقرير، تحقيق) من قبل المسؤول المباشر للمبثوثين الذين اجابوا (دائما، احيانا، نادرا):

في هذا الشأن فقد جاءت الأسباب ضمن إجابات المبثوثين الذين أشاروا إلى انهم (نعم يتم حجب بعض المضامين الإخبارية عن البث أو العرض)، فبالمرتبة الأولى جاء سبب (لا يتوافق مع سياسة القناة) بواقع (١٨) مبثوثاً ونسبتهم (٢٣,٠٨%) ثم سبب (لا يوجد معادل صوري جديد ومناسب مما يضعف المضمون) بالمرتبة الثانية بواقع (١١) مبثوثاً ونسبتهم (١٤,١%) ومن ثم كل من الأسباب (دوافع ذاتية ونفسية للمسؤولين) وسبب (جميع تلك الأسباب التي ذكرت) بالمرتبة الثالثة بواقع (١٠) مبثوثين ونسبتهم (١٢,٨٢%) لكل منهما وبالمرتبة الرابعة سبب (من المحتمل ان سبب مشكلة قانونية وقضائية للقناة) بواقع (٨) مبثوثين ونسبتهم (١٠,٢٦%) وبالمرتبة الخامسة كل من الأسباب (هناك شك في الصياغة التحريرية) وكذلك (هناك شك في مصادر المعلومات) بواقع (٥) مبثوثين ونسبتهم (٦,٤١%) لكل منهما اما سبب (يخالف الأعراف والقيم الاجتماعية السائدة في المجتمع) فقد حل بالمرتبة السادسة بواقع (٤) مبثوثين ونسبتهم (٥,١٣%) تلاها سبب (يتعارض مع أخلاقيات المهنة) بالمرتبة السابعة بواقع (٣) مبثوثين ونسبتهم (٣,٨٥%) وبالمرتبة الثامنة كل من

الأسباب (ضغوط ومعوقات من قبل المسؤولين) و(قد يكشف مصدر معلوماتنا) بواقع (٢) من المبحوثين ونسبتهم (٢,٥٦%) لكل منهما، ويرى الباحث ان الأسباب الواردة كانت اغلبها منطقية وواقعية لا سيما في مجال العمل الإخباري بمراتبها وبنسبها وتكراراتها، ينظر جدول (١٩) أدناه.

جدول (١٩) اسباب حجب عرض أو بث المضمون الإخباري من قبل المسؤول المباشر

النسبة المئوية	التكرار	الأسباب
٢٣,٠٨%	١٨	لا يتوافق مع سياسة القناة
١٤,١%	١١	لا يوجد معادل صوري جديد مناسب مما يضعف المضمون
١٢,٨٢%	١٠	دوافع ذاتية ونفسية للمسؤولين
١٢,٨٢%	١٠	جميع تلك الأسباب
١٠,٢٦%	٨	من المحتمل ان يسبب مشكلة قانونية وقضائية للقناة
٦,٤١%	٥	بسبب اخطاء في الصياغة التحريرية
٦,٤١%	٥	هنالك شك في مصدر المعلومات
٥,١٣%	٤	يخالف الاعراف والقيم الاجتماعية السائدة في المجتمع
٣,٨٥%	٣	يتعارض مع اخلاقيات المهنة
٢,٥٦%	٢	ضغوط ومعوقات من قبل المسؤولين
٢,٥٦%	٢	قد يكشف مصدر معلوماتنا
١٠٠%	٧٨	المجموع

ثالثاً: محور الاعتبارات والمعايير المستخدمة في ترتيب واختيار الأخبار:

أ. الاعتبارات التي يضعها العاملون عند صياغة وترتيب الأخبار في النشرة:

في هذا السياق جرى طرح تساؤل (حدد أبرز الاعتبارات التي تضعها عند صياغة الأخبار وترتيبها داخل النشرة) مع إعطاء فرصة للمبحوثين لاختيار أكثر من بديل، جاءت النتائج على وفق الآتي: فقد أكد (٧٩) مبحوثاً ونسبتهم (٢٨,٢١%) ان (تأثيرات رؤساء العمل) كانت بالمرتبة الأولى ضمن أبرز الاعتبارات التي يضعها العاملون عند صياغة وترتيب الأخبار في النشرة، وبالمرتبة الثانية حصل اختيار (السياسة الإعلامية للقناة) بواقع (٥٧) مبحوثاً ونسبتهم (٢٠,٣٦%) ومن ثمّ (القيم الإخبارية) (بالمرتبة الثالثة بواقع (٥٥) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٩,٤٦%) وبالمرتبة الرابعة (أخلاقيات وشرف المهنة) بواقع (٣٥) وبنسبة بلغت (١٢,٥%) ومن ثمّ اختيار (أولويات الجمهور بحسب الخبرة) بواقع (٣٢) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١١,٤٣%) وبالمرتبة السادسة والأخيرة اختيار (مصادر الأخبار والمعلومات المتيسرة أو المتاحة)

بواقع (٢٢) مبحوثاً ونسبة بلغت (٧,٨٦%)، ويلاحظ من النتائج أنها تمثل في واقع الحال أبرز الاعتبارات التي يضعها العاملون عند ترتيب الأخبار في النشرة الإخبارية لا سيما توجيهات وتأثيرات رؤساء العمل التي هي أكثر حضوراً عند صياغة وترتيب الأخبار فضلاً عن السياسة الإعلامية والإخبارية للقناة هي من أهم الاعتبارات لدى العاملين ناهيك عن القيم الإخبارية التي تفرض حضورها وأهميتها في النشرة. ينظر جدول (٢٠) أدناه.

جدول (٢٠) الاعتبارات التي يضعها العاملون في مجال الأخبار عند صياغة أو اختيار الأخبار

الاعتبارات	التكرار	النسبة المئوية
تأثيرات رؤساء العمل	٧٩	٢٨,٢١%
السياسة الإعلامية للقناة	٥٧	٢٠,٣٦%
القيم الإخبارية	٥٥	١٩,٦٤%
أخلاقيات وشرف المهنة	٣٥	١٢,٥%
أولويات الجمهور بحسب الخبرة	٣٢	١١,٤٣%
مصادر الأخبار أو المعلومات	٢٢	٧,٨٦%
المجموع	٢٨٠	١٠٠%

ب. أبرز التأثيرات والضغوط والكوابح التي تعيق العاملين في غرف ومجال الأخبار:

يهدف الكشف عن أبرز التأثيرات والضغوط والكوابح التي تعيق العاملين في غرفة ومجال الأخبار جرى طرح تساؤل (حدد أبرز التأثيرات والضغوط والكوابح التي تعيق عملك) مع إعطاء فرصة للمبحوثين لاختيار أكثر من اختيار جاءت النتائج على وفق الآتي: فقد حدد (٥٥) مبحوثاً ونسبتهم (١٩,٣٧%) ان (تأثيرات القائمين أو مالكي القناة) كانت بالمرتبة الأولى باعتبارها من أبرز التأثيرات أو المعوقات التي تعيق العمل في مجال الأخبار وبالمرتبة الثانية حصل اختيار (يتم ترتيب الأخبار في غرفة الأخبار على وفق تعليمات وإرشادات صادرة من المسؤول المباشر في غرفة الأخبار) بواقع (٣١) ونسبتهم (١٦,٨٥%) وبالمرتبة الثالثة اختيار (التأثيرات السياسية العامة والخارجية) بواقع (٢٩) مبحوثاً ونسبتهم (١٥,٧٦%) ومن ثمّ (التأثيرات الاقتصادية - الراتب - الحوافز - المكافأة) بالمرتبة الرابعة بواقع (٢٦) مبحوثاً ونسبتهم (٩,١٥%) وبالمرتبة الخامسة (التأثيرات المهنية وأخلاقيات المهنة) بواقع

(٢٥) مبحوثاً ونسبتهم (٨,٨%) وبالمرتبة السادسة (التأثيرات القانونية وتشريعات الإعلام) بواقع (٢٤) مبحوثاً ونسبتهم (٨,٤٥%) ومن ثم اختيار (العوامل الشخصية - الميول والاتجاهات) بالمرتبة السابعة بواقع (٢٢) مبحوثاً ونسبة بلغت (٧,٧٥%) واختيار (التأثيرات الاجتماعية - القيم ، الأعراف ، العادات السائدة في المجتمع) بواقع (٢١) مبحوثاً ونسبة بلغت (٧,٣٩%) بالمرتبة الثامنة اما بالمرتبة التاسعة فقد جاء اختيار (تأثيرات وضغوط البيئة الإعلامية التي تعمل القناة فيها) بواقع (١٩) مبحوثاً ونسبة بلغت (٦,٦٩%) وبالمرتبة العاشرة (تأثيرات الجماعات المرجعية التي ينتمي اليها العاملون في القناة ) بواقع (١٧) مبحوثاً ونسبة بلغت (٥,٩٩%) وبالمرتبة الحادية عشرة والأخيرة (تأثيرات وضغوط الرموز الدينية - عدم نشر ما يتعارض مع تلك الرموز الدينية) بواقع (١٥) مبحوثاً ونسبة بلغت (٥,٢٨%)، ويلاحظ من خلال النتائج التي وردت في المتن ان حجم التأثيرات والضغوط التي تعيق عمل العاملين في غرف الأخبار سواء في اختيار نوعية الأخبار أو الضغوط التي تفرض نفسها في العمل التي سبق ذكرها باعتبار ان الفضائيات هي مؤسسات إعلامية تعمل ضمن نظام سياسي واجتماعي واقتصادي تتأثر به وتؤثر فيه، ينظر جدول (٢١) أدناه.

جدول (٢١) ابرز التأثيرات والضغوط والكوابح التي تعيق العاملين في مجال الأخبار

الضغوط والكوابح والمعوقات	التكرار	%
تأثيرات القائمين أو مالكي القناة	٥٥	١٩,٣٧
يتم ترتيب الأخبار في غرفة الأخبار وفق تعليمات وإرشادات صادرة من المسؤول المباشر في غرفة الأخبار	٣١	١٦,٨٥
التأثيرات السياسية العامة والخارجية	٢٩	١٥,٧٦
التأثيرات الاقتصادية (الراتب ، الحوافز ، المكافأة)	٢٦	٩,١٥
التأثيرات المهنية وأخلاقيات المهنة	٢٥	٨,٨
التأثيرات القانونية وتشريعات الإعلام	٢٤	٨,٤٥
العوامل الشخصية (الميول والاتجاهات)	٢٢	٧,٧٥
التأثيرات الاجتماعية (القيم والأعراف السائدة في المجتمع)	٢١	٧,٣٩
تأثيرات وضغوط البيئة الإعلامية التي تعمل فيها	١٩	٦,٦٩
تأثيرات الجماعات المرجعية التي ينتمي اليها العاملون في القناة (الجماعات الثقافية، الاجتماعية، الدينية، الفنية، الحزبية، الشعبية)	١٧	٥,٩٩
تأثيرات وضغوط الرموز الدينية (عدم نشر ما يتعارض مع تلك الرموز الدينية)	١٥	٥,٢٨
المجموع	٢٨٤	١٠٠

## ت. أهم العوامل المؤثرة في اختيار الأخبار:

بشأن معرفة أهم العوامل المؤثرة في اختيار الأخبار جرى طرح تساؤل (حدد أهم العوامل المؤثرة في اختيار الأخبار) مع إعطاء فرصة اختيار أكبر للمبجوثين جاءت النتائج على وفق الآتي: فقد أشار (٢٤) مبحوثاً ونسبتهم (٨,٩٦%) إلى ان عامل (المنافسة بين وسائل الإعلام تحقيق-سبق الإخباري) كان العامل الرئيس في اختيار الأخبار، وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين وبالمرتبة الثانية احتل اختيار (وجود مادة فيلمية للأخبار من عدمه تكون مناسبة وجديدة) بواقع (٢٣) مبحوثاً ونسبة شكلت (٨,٥٨%) ومن ثمَّ اختيار (الأخبار التي تمس مصالح البلد بأكمله) وكذلك (قرب أو بعد الخبر عن الحزب أو الكتلة التي تدعم القناة) و (لأنه حديث الساعة بين أوساط الجمهور) بالمرتبة الثالثة بواقع (٢٢) مبحوثاً ونسبة بلغت (٨,٢١%) لكل واحد من تلك العوامل ومن ثمَّ العوامل (اكتمال العناصر الإخبارية للأخبار من عدمه - الموضوعية ، الصدق والصحة ، الدقة ، الشمول) وكذلك (ضغوط وكوابح رؤساء العمل ومالكي القناة) و(السياسة والفلسفة الإعلامية للقناة) بالمرتبة الرابعة بواقع (٢١) مبحوثاً ونسبة بلغت (٧,٨٣%) لكل واحد منهم اما بالمرتبة الخامسة فقد جاء اختيار (الحس الإخباري للعاملين في عرض ومجال الأخبار) وخبرتهم المتراكمة بواقع (١٩) مبحوثاً ونسبتهم (٧,٠٩%) وبالمرتبة السادسة (طبيعة الجمهور المستهدف، ميول وتفضيلات ورغبات الجمهور) بواقع (١٨) مبحوثاً ونسبتهم (٦,٧٢%) ومن ثمَّ عامل (وقت النشرة - اختيار الأخبار حسب وقت عرض النشرة) بالمرتبة السابعة بواقع (١٦) مبحوثاً ونسبة بلغت (٥,٩٧%) وبالمرتبة الثامنة (الخليط أو المزيج الإخباري - مجال التوازن في عرض الأخبار بحيث يتناسب مع جميع الفئات والشرائح والطبقات) بواقع (١٤) مبحوثاً ونسبتهم (٥,٢٢%) وبالمرتبة التاسعة عامل التزامه بالمعايير الأخلاقية وشرف المهنة في عرض القصة الإخبارية) بواقع (١٠) مبحوثين ونسبتهم (٣,٧٣%) وبالمرتبة العاشرة (التزام الأخبار بالتشريعات الإعلامية النافذة) بواقع (٩) مبحوثين ونسبة بلغت (٣,٣٦%) وبالمرتبة الحادية عشرة عامل (وجود ملاك كاف ومؤهل لتغطية الحدث) بواقع (٣) مبحوثين ونسبة بلغت (١,١٢%) وبالمرتبة الثانية عشر حصل اختيار (عدم وجود أجهزة متطورة تعمل على نقل الأحداث SNG) بواقع (٢) من المبحوثين ونسبتهم (٠,٧٥%) وبالمرتبة الرابعة عشرة حل اختيار (تأثيرات المعلنين - الأخبار التي لا تتوافق مع الإعلانات السائدة في القناة) بواقع مبحوث واحد ونسبة بلغت (٠,٣٧%)، ويلاحظ ان العاملين في مجال الأخبار تدخل في عملهم مجموعة من العوامل المؤثرة في اختيار الأخبار وسط هذا الكم الهائل من الأخبار والأحداث وتداعياتها تشكل أهم الاعتبارات في هذا المجال على وفق نظرة رؤساء غرف الأخبار ورؤيتهم لأهمية الأحداث التي تجذب الجمهور وتكون ضمن أولوياته، ينظر جدول (٢٢) ادناه.

جدول (٢٢) أبرز العوامل المؤثرة في اختيار الأخبار من وجهة نظر العاملين في مجال الأخبار

النسبة المئوية	التكرار	العوامل المؤثرة
٨,٩٦%	٢٤	المنافسة بين وسائل الإعلام لتحقيق (السبق الإخباري)
٨,٥٨%	٢٣	وجود مادة فيلمية للأخبار من عدمه تكون مناسبة وجديدة
٨,٢١%	٢٢	الأخبار التي تمس مصالح البلد بأكمله
٨,٢١%	٢٢	قرب أو بعد الخبر عن الحزب أو الكتلة التي تدعم القناة
٨,٢١%	٢٢	لأنه حديث الساعة بين أوساط الجمهور
٧,٨٣%	٢١	اكتمال العناصر الإخبارية للأخبار من عدمه (الموضوعية ، الصدق والصحة ، الدقة ، الشمول )
٧,٨٣%	٢١	ضغوط وكوابح رؤساء العمل ومالكي القناة
٧,٨٣%	٢١	السياسة والفلسفة الإعلامية للقناة
٧,٠٩%	١٩	الحس الإخباري للعاملين في غرف الأخبار وخبراتهم المتركمة
٦,٧٢%	١٨	طبيعة الجمهور المستهدف (ميول وتفضيلات ورغبات الجمهور)
٥,٩٧%	١٦	وقت النشر (اختيار الأخبار بحسب وقت عرض النشرة )
٥,٢٢%	١٤	الخليط أو المزيج الإخباري (مجال التوازن في عرض الأخبار بحيث تتناسب مع جميع الفئات والطبقات والشرائح )
٣,٧٣%	١٠	التزامه بالمعايير الأخلاقية وشرف المهنة في عرض القصة الإخبارية
٣,٣٦%	٩	التزام الأخبار بالتشريعات الإعلامية النافذة
١,١٢%	٣	وجود ملاك كاف ومؤهل لتغطية الحدث
٠,٧٥%	٢	عدم وجود أجهزة متطورة تعمل على نقل الأحداث SNG
٠,٣٧%	١	تأثيرات المعلنين (الأخبار التي لا تتوافق مع الاعلانات السائدة في القناة )
١٠٠%	٢٦٨	المجموع

ث. تلتزم القناة في بث الأخبار ذات الطابع:

من أجل معرفة كيف تلتزم القنوات التي يعمل فيها المبحوثون المشاركون في البحث في بث الأخبار ذات توجهات معينة جرى طرح تساؤل (تلتزم القناة في بث الأخبار ذات الطابع؟) جاءت النتائج على وفق الآتي: أكد (٩٦) مبحوثاً ونسبتهم (٥٢,٧٥%) ان قنواتهم تلتزم في بث الأخبار ذات الطابع (الاجابي) وبذلك احتل هذا الحكم المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين في هذا السياق، في حين أوضح (٤٥) مبحوثاً ونسبة شكلت (٢٤,٧٣%) ان قنواتهم تبث الأخبار ذات الطابع الايجابي أو السلبي (بحسب الموقف) وبذلك احتل هذا الحكم المرتبة الثانية ومن ثم احتل حكم (غير محدود - بين بين) المرتبة الثالثة بواقع (٣٣) مبحوثاً ونسبتهم (١٨,١٢%) في حين أشار (٨) مبحوثين ونسبتهم (٤,٤%) إلى ان قنواتهم تلتزم في بث الأخبار ذات الطابع (السلبي) وبذلك احتل هذا الحكم المرتبة الرابعة، ويعتقد الباحث ان الفضائيات تسعى إلى بث الأخبار بحسب الموقف باعتبار ان لكل قناة توجهات وسياسة معينة تقوم بالتعامل مع الأحداث على وفق رؤيتها الخاصة للموقف من بث تلك الأخبار كون



أغلب الفضائيات العراقية تنتمي لشخصيات وكتل وأحزاب سياسية لديها أجنادات محددة، ينظر جدول (٢٣) أدناه.

جدول (٢٣) اتجاهات الأخبار التي تبثها القنوات الفضائية التي يعمل فيها المبحوثون

النسبة المئوية	التكرار	اتجاه القناة في بث الأخبار ذات الطابع
٥٢,٧٥%	٩٦	الإيجابي
٢٤,٧٣%	٤٥	بحسب الموقف
١٨,١٢%	٣٣	غير محدد (بين بين)
٤,٤%	٨	السلبي
١٠٠%	١٨٢	المجموع

ج. أبرز المعايير أو السمات التي تتسم بها الأخبار التي يتم اختيارها لأخبار  
النشرة:

في هذا السياق حدد المبحوثون مجموعة من السمات والمعايير مع إعطاء فرصة لاختيار أكثر من اختيار إذ أكد (٤٤) مبحوثاً ونسبتهم (٢٤,١٨%) ان (الموضوعية) هي السمة الرئيسية للأخبار التي يتم اختيارها في النشرة المتمثلة (الحياد ، فصل الخبر عن الرأي ، نقل الحقائق ، التوازن في عرض وجهات النظر، جهة المصدر أو الإسناد) وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين، اما في المرتبة الثانية فقد احتلت سمة (الصدق والصحة ، المصادقية) بواقع (٣٩) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٢١,٤٣%) التي تمثلت (جميع الأسماء ، التواريخ والمناصب والأرقام التي ذكرت في الخبر يجب ان تكون صحيحة) ومن ثم حصلت سمة (الدقة) على المرتبة الثالثة بواقع (٣٥) مبحوثاً ونسبتهم (١٩,٢٣%) وبالمرتبة الرابعة سمة (الشمولية - الخلفية التاريخية أو السياسية أو الاجتماعية و الاقتصادية للحدث يجب ان تكون حاضرة في متن الحدث) بواقع (٣٣) مبحوثاً وبنسبة شكلت (١٨,١٣%)، اما معيار (عدم الانحياز) فقد حصل على المرتبة الخامسة بواقع (٢٥) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٣,٧٤%) وبالمرتبة السادسة والأخيرة فقد حل معيار (السلامة القانونية) بواقع (٦) مبحوثين ونسبتهم (٣,٣%)، ويرى الباحث ان السمات التي تتسم بها الأخبار هي متفق عليها في الأوساط الأكاديمية والمهنية تمثل بالتأكيد أولويات لدى العاملين في اختيار الأخبار في النشرة باعتبارها المعيار الذي يجري من خلاله تصنيف وتقويم الأخبار الجيدة من الرديئة التي ترد في النشرة من عدمه، ينظر جدول (٢٤) أدناه.

جدول (٢٤) ابرز المعايير والسمات التي يجب ان تتسم بها الأخبار التي يختارها العاملون  
لنشرة الأخبار

النسبة المئوية	التكرار	المعايير أو السمات
٢٤,١٨%	٤٤	الموضوعية (الحياد ، فصل الخير عن الرأي ، نقل الحقائق ، التوازن في عرض وجهات النظر ، جهة المصدر أو الإسناد)
٢١,٤٣%	٣٩	الصدق والصحة ((المصدقية ) جميع الاسماء والتواريخ والمناصب والأرقام التي ذكرت صحيحة)
١٩,٢٣%	٣٥	الدقة
١٨,١٣%	٣٣	الشمولية (الخلفية التاريخية ، السياسية ، الاجتماعية ، الاقتصادية ) للحدث
١٣,٧٤%	٢٥	عدم الانحياز
٣,٣%	٦	السلامة القانونية
١٠٠%	١٨٢	المجموع

**رابعاً: محور أولويات مصادر الاخبار في الفضائيات العراقية:**

**أ. ابرز المصادر التي تكون ضمن أولويات ترتيب الأخبار داخل النشرة ودرجة تأثيرها في القائم بالاتصال:**

بهدف معرفة أبرز مصادر الأخبار التي تكون ضمن أولويات ترتيب الأخبار داخل النشرة والتعرف على درجة تأثيرها في العاملين في غرفة ومجال الأخبار فقد أكد (١٦٤) مبحوثاً ونسبتهم (٩٠,١١%) ان المصدر الداخلي للقناة (مندوب، مراسل، موفد) وانه (يؤثر كثيراً) في ترتيب أولويات ترتيب الأخبار وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين بالمقابل أوضح (١٨) مبحوثاً ونسبتهم (٩,٨٩%) انه (يؤثر قليلاً) وبالمرتبة الثانية احتل مصدر(كيبيل أخباري) بواقع (١٥١) مبحوثاً ونسبتهم (٨٢,٩٧%) انه (يؤثر كثيراً)، أما اختيار(يؤثر قليلاً) فقد اشار له (٢١) مبحوثاً ونسبتهم (١١,٥٤%) و اختيار (لا يؤثر) أكد له (١٠) مبحوثين ونسبتهم (٥,٤٩%)، وبالمرتبة الثالثة جاء مصدر (فضائيات أخرى) بواقع (يؤثر كثيراً) إذ أشار له (١٤٩) مبحوثاً ونسبتهم (٨١,٨٧%) و (يؤثر قليلاً) بواقع (٣٠) مبحوثاً ونسبتهم (١٦,٤٨%) ثم (لا يؤثر) بواقع (٣) مبحوثين ونسبتهم (١,٦٥%) وبالمرتبة الرابعة مصدر (وكالات إخبارية أجنبية) بواقع (يؤثر كثيراً) إذ أكد له (١٤٨) مبحوثاً ونسبتهم (٨١,٣٢%) ثم (يؤثر قليلاً) بواقع (٣١) مبحوثاً ونسبتهم (١٧,٠٣%) ثم (لا يؤثر)

بواقع (٣) مبحوثين ونسبتهم (١,٦٥%)، اما بالمرتبة الخامسة فقد احتل مصدر (وكالات إخبارية عربية) بواقع (يؤثر كثيراً) أشار له (١١٨) مبحوثاً ونسبتهم (٦٤,٨٤%) ثم (يؤثر قليلاً) بواقع (٥١) مبحوثاً ونسبتهم (٢٨,٠٢%) ثم (لا يؤثر) بواقع (١٣) مبحوثاً ونسبتهم (٧,١٤%) ومن ثم (وكالات إخبارية عراقية) بالمرتبة السادسة بواقع (يؤثر كثيراً) إذ أشار له (٩٨) مبحوثاً ونسبتهم (٥٣,٨٥%) ثم (يؤثر قليلاً) بواقع (٧٤) مبحوثاً ونسبتهم (٤٠,٦٥%) ثم اختيار (لا يؤثر) بواقع (١٠) مبحوثين ونسبتهم (٥,٤٩%) وبالمرتبة السابعة حصل مصدر (إذاعات دولية) بواقع (لا يؤثر كثيراً) أشار له (٨٨) مبحوثاً ونسبتهم (٤٨,٣٥%) ثم (يؤثر قليلاً) بواقع (٧١) مبحوثاً ونسبتهم (٣٩,٠١%) ثم اختيار (لا يؤثر) بواقع (٢٣) مبحوثاً ونسبتهم (١٢,٦٤%) وبالمرتبة الثامنة (المواقع الالكترونية الإخبارية) بواقع (يؤثر قليلاً) أكد له (٩٩) مبحوثاً ونسبتهم (٥٤,٤%) ثم (يؤثر كثيراً) بواقع (٧٣) ونسبتهم (٤٠,١١%) ثم (لا يؤثر) بواقع (١٠) مبحوثين ونسبتهم (٥,٤٩%) وبالمرتبة التاسعة حل مصدر (صحف ومجلات) بواقع (لا يؤثر) إذ أشار له (٩١) مبحوثاً ونسبتهم (٥٠%) ثم (يؤثر قليلاً) بواقع (٦٩) مبحوثاً ونسبتهم (٣٧,٩١%) ومن ثم (يؤثر كثيراً) بواقع (٢٢) مبحوثاً ونسبتهم (١٢,٠٩%)، ويلاحظ من النتائج ان العاملين في غرف الأخبار يعتمدون على مصادر عدة في استقاء الأخبار ولكن بمستويات تأثير مختلفة يأتي في مقدمتها المصادر الداخلية للقناة المتمثلة بالمندوبين والمراسلين والموفدين باعتبارهم يغطون رقعة جغرافية ومكانية واسعة لتغطية الأحداث الجارية بموضوعية ومصداقية ودقة عالية، ينظر جدول (٢٥) ادناه.

#### جدول (٢٥) ابرز المصادر التي يعتمدها العاملون في مجال الأخبار ويضعونها ضمن

##### أولوياتهم في ترتيب الأخبار داخل النشرة ودرجة تأثيرها فيهم

درجة التأثير	مصدر داخلي للقناة مندوب، مراسل، موفد		وكالات عراقية		وكالات عربية		وكالات اجنبية		صحف ومجلات		مواقع الالكترونية		فضائيات اخرى		كيبيل اخباري		اذاعات دولية	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
يؤثر كثيراً	١٦٤	٩٠,١١	٩٨	٥٣,٨٥	١١٨	٦٤,٨٤	١٤٨	٨١,٣٢	٢٢	١٢,٠٩	٧٣	٤٠,١١	١٤٩	٨١,٨٧	١٥١	٨٢,٩٧	٨٨	٤٨,٣٥
يؤثر قليلاً	١٨	٩,٨٩	٧٤	٤٠,٦٥	٥١	٢٨,٠٢	٣١	١٧,٠٣	٦٩	٣٧,٩١	٩٩	٥٤,٤	٣٠	١٦,٤٨	٢١	١١,٥٤	٧١	٣٩,٠١
لا يؤثر	-	-	١٠	٥,٤٩	١٣	٧,١٤	٣	١,٦٥	٩١	٥٠	١٠	٥,٤٩	٣	١,٦٥	١٠	٥,٤٩	٢٣	١٢,٦٤
المجموع	١٨٢	١٠٠	١٨٢	١٠٠	١٨٢	١٠٠	١٨٢	١٠٠	١٨٢	١٠٠	١٨٢	١٠٠	١٨٢	١٠٠	١٨٢	١٠٠	١٨٢	١٠٠

**ب. مدى اعتماد الأخبار مجهولة المصدر لدى العاملين في غرف الأخبار واختيارها ضمن أخبار النشرة:**

حدد (١١٧) مبحوثاً ونسبتهم (٦٤,٢٩%) انهم (نعم يعتمدونها) في أخبار النشرة وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين في هذا السياق، بالمقابل اشار (٦٥) من المبحوثين وبنسبة بلغت (٣٥,٧١%) إلى انهم (لا يعتمدونها) ومثل هذا الاختيار المرتبة الثانية من إجابات المبحوثين، ينظر جدول (٢٦) أدناه.

جدول (٢٦) مدى اعتماد الأخبار مجهولة المصدر لدى العاملين في مجال الأخبار

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم اعتمدها	١١٧	٦٤,٢٩%
لا اعتمدها	٦٥	٣٥,٧١%
المجموع	١٨٢	١٠٠%

**ب-١. الأسباب التي دعت المبحوثين إلى اعتماد الأخبار مجهولة المصدر:**

في هذا السياق أكد (٢٩) مبحوثاً ونسبتهم (٢٤,٧٩%) إلى ان السبب الرئيس وراء استخدام الأخبار مجهولة المصدر كان بهدف تحقيق سبق الإخباري بشأن حدث وقع تواءً وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين، وبالمرتبة الثانية احتل سبب (عندما لا تكون لدينا مصادر للمعلومات والأخبار بشأن حدث معين) بواقع (٢٥) مبحوثاً وبنسبة شكلت (٢١,٣٧%) ومن ثم سبب (لاستكمال محاور الأسئلة التي ستوجه إلى محلل تتم استضافته داخل النشرة ، بشأن السيناريوهات المحتملة للحدث) بواقع (١٩) مبحوثاً ونسبتهم (١٦,٢٤%) وبالمرتبة الرابعة سبب (نسبها إلى شهود عيان بهدف عدم المساءلة القانونية في حالة رفع دعوى قضائية من الجهة أو الشخصية المتضررة) بواقع (١٧) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٤,٥٣%) في حين حل سبب (حتى نحافظ على سرية مصادر المعلومات الخاصة بالقناة) بالمرتبة الخامسة بواقع (١٥) مبحوثاً ونسبتهم (١٢,٨٢%) وبالمرتبة السادسة والأخيرة سبب (اعتمادها لمدة قصيرة ويتم تصحيحها بالنشرة المقبلة) بواقع (١٢) وبنسبة بلغت (١٠,٢٦%) ينظر جدول (٢٧) (ب-١) أدناه.

جدول ( ٢٧ ) (ب- ١) الأسباب التي دعت المبحوثين إلى اعتماد الأخبار مجهولة المصدر

النسبة المئوية	التكرار	الأسباب
٢٤,٧٩%	٢٩	بهدف تحقيق السبق الإخباري بشأن حدث وقع توأ.
٢١,٣٧%	٢٥	عندما لا تكون لدينا مصادر للمعلومات بشأن حدث معين.
١٦,٢٤%	١٩	لاستكمال محاور الاسئلة التي ستوجه إلى محلل تتم استضافته داخل النشرة. بشأن السيناريوهات المحتملة للحدث
١٤,٥٣%	١٧	نسبها إلى شهود عيان بهدف عدم المساءلة القانونية في حالة رفع دعوى قضائية من الجهة أو الشخصية المتضررة
١٢,٨٢%	١٥	حتى نحافظ على سرية مصادر المعلومات الخاص بالقناة
١٠,٢٦%	١٢	اعتمادها لمدة قصيرة ويتم تصحيحها بالنشرة المقبلة
١٠٠%	١١٧	المجموع

ب-٢: الأسباب التي دعت المبحوثين إلى عدم اعتماد الأخبار مجهولة المصدر:

في هذا الشأن أشار (١٧) مبحوثاً ونسبتهم (٢٦,١٥%) إلى ان السبب الرئيس في عدم اعتمادهم الأخبار مجهولة المصدر كان بسبب (عدم المساءلة القانونية والقضائية للقناة) وبالمرتبة الثانية حل سبب لدينا عدد كبير من المندوبين والمراسلين والموفدين يغطون للقناة الأخبار في أغلب مناطق العراق بواقع (١٥) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٢٣,٠٨%) وبالمرتبة الثالثة حصل سبب (انسجاماً مع موثيق وأخلاقيات المهنة الإعلامية والصحفية) بواقع (١٤) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٢١,٥٤%) ومن ثم سبب (لتحقيق مبدأ الموضوعية عند التغطية) بالمرتبة الرابعة بواقع (١٣) مبحوثاً ونسبتهم (٢٠%) وبالمرتبة الخامسة والأخيرة سبب (سياسة القناة لا تعتمد الأخبار مجهولة المصدر) بواقع (٦) مبحوثين ونسبتهم (٩,٢٣%)، ويلاحظ من أبرز النتائج الواردة ان اعتماد الأخبار مجهولة المصدر من عدمه للفضائيات العراقية يأتي بالدرجة الأساس على رؤية القناة والمسؤولين عن الأخبار لأهمية لتلك الأخبار إذ كان على رأس أسباب اعتمادهم على الأخبار مجهولة المصدر هو تحقيق السبق الإخباري في حين كان على رأس عدم اعتمادهم على تلك الأخبار هو عدم المساءلة القانونية والقضائية للقناة ولكن تبقى أهمية الخبر هي العامل الرئيس في اختيار الخبر حتى لو كان مجهول المصدر، ينظر جدول (٢٧) (ب-٢).

جدول (٢٧) (ب- ٢) الأسباب التي دعت المبحوثين لعدم اعتماد الأخبار مجهولة المصدر

النسبة المئوية	التكرار	الأسباب
٢٦,١٥	١٧	بهدف عدم المساءلة القانونية والقضائية للقناة.
٢٣,٠٨	١٥	لدينا عدد كبير من المندوبين والمراسلين والموفدين يغطون للقناة الأخبار في اغلب مناطق العراق
٢١,٥٤	١٤	انسجاماً مع موثيق وأخلاقيات المهنة الإعلامية والصحفية .
٢٠	١٣	لتحقيق مبدأ الموضوعية عند تغطية الأخبار .
٩,٢٣	٦	سياسة القناة لا تعتمد الأخبار مجهولة المصدر
١٠٠	٦٥	المجموع

**خامساً: محور اولويات التغطية الاخبارية في الفضائيات العراقية للأحداث اليومية الجارية :**

أ. أنواع التغطية الإخبارية الأكثر اعتماداً ضمن أولويات الأخبار والنشرات:

حدد (٨٦) مبحوثاً ونسبتهم (١٧,٠٦%) ان (خبر مع تقرير حي- مباشر) هو الأكثر اعتماداً وتفضيلاً ضمن أولويات الأخبار والنشرات التي تعتمد قناتهم وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين في هذا السياق، اما بالمرتبة الثانية فقد احتلت تغطية (خبر مع تقرير ميداني مسجل) بواقع (٧٠) مبحوثاً ونسبتهم (١٣,٨٩%) ومن ثم تغطية (خبر مع تحليل من داخل الاستوديو) بالمرتبة الثالثة بواقع (٦٩) مبحوثاً ونسبتهم (١٣,٦٩%)، وبالمرتبة الرابعة تغطية (خبر مع اتصال هاتفي) بواقع (٥٥) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٠,٩١%) وبالمرتبة الخامسة تغطية (خبر مع نافذتين صورة المراسل مع مكان الحدث أو صورة متحركة مع صورة المراسل) بواقع (٤١) مبحوثاً ونسبتهم (٨,١٣%) وجاءت فئة (جميع ذلك مهم عندي) بواقع (٤٠) مبحوثاً ونسبتهم (٧,٩٤%) وبالمرتبة السابعة تغطية (خبر مع تقرير توثيقي - داخل الاستوديو) بواقع (٣٧) مبحوثاً ونسبتهم (٧,٣٤%) وبالمرتبة الثامنة تغطية (خبر مع مقابلة) بواقع (٣٥) مبحوثاً ونسبتهم (٦,٩٤%) وبالمرتبة التاسعة تغطية (خبر مع كرافكس) بواقع (٣٣) مبحوثاً ونسبتهم (٦,٥٥%) وبالمرتبة العاشرة تغطية (خبر مع فلم متحرك) بواقع (٢٧) مبحوثاً ونسبتهم (٥,٣٦%) وبالمرتبة الحادية عشرة تغطية (خبر مع صورة ثابتة) بواقع (٧) مبحوثين ونسبتهم (١,٣٩%) وبالمرتبة الثانية عشرة والاخيرة تغطية (خبر مجرد) بواقع (٤) مبحوثين ونسبتهم (٠,٧٩%)، ان تصدر الخبر مع تقرير حي (مباشر) وكذلك تقرير ميداني مسجل أولويات نشرات الأخبار في

الفضائيات العراقية أمر طبيعي كون ان التقارير الإخبارية يضعها المحترفون في غرف الأخبار ضمن أولوياتهم في التغطية الإخبارية اليومية للأحداث المهمة الجارية لأنها تجذب الجمهور للحدث وتعطيهم كماً هائلاً من المعلومات بشأنها كما تجعلهم مشاركين في الحدث عبر ما ينقله المراسل من انفعالاته وانطباعاته الآنية للحدث ذاته أو الأحداث المسجلة، وهذه المميزات تشكل العامل الرئيس لاختيار الجمهور لهذا النوع من التغطية ناهيك عن أهمية الأخبار التي يجري تحليلها داخل الاستوديو، ولكن بالمجمل تمثل أنواع التغطية أهمية بالغة لدى العاملين في مجال الأخبار وان التنوع فيها يهدف إلى القضاء على الرتابة والملل عند العرض لا سيما للجمهور المتابع، ينظر جدول (٢٨).

جدول (٢٨) انواع التغطية الإخبارية الأكثر اعتماداً ضمن أولويات الأخبار والنشرات

النسبة المئوية	التكرار	انواع التغطية
١٧,٠٦	٨٦	خبر مع تقرير حي (مباشر)
١٣,٨٩	٧٠	خبر مع تقدير ميداني مسجل
١٣,٦٩	٦٩	خبر مع تحليل من داخل الاستوديو
١٠,٩١	٥٥	خبر مع اتصال هاتفي
٨,١٣	٤١	خبر مع نافذتين (صورة المراسل مع مكان الحدث) أو (صورة متحركة مع صورة المراسل)
٧,٩٤	٤٠	جميع ذلك مهم عندي
٧,٣٤	٣٧	خبر مع تقدير توثيقي (داخل الاستوديو)
٦,٩٤	٣٥	خبر مع مقابلة
٦,٥٥	٣٣	خبر مع كرافيكس (خريطة، نسب وإحصاءات، كتابة بنود وفقرات، رسوم متحركة بالحاسوب)
٥,٣٦	٢٧	خبر مع فلم متحرك
١,٣٩	٧	خبر مع صورة ثابتة
٠,٧٩	٤	خبر مجرد
١٠٠	٥٠٤	المجموع

**ب. ابرز المجالات المكانية لتغطية الأخبار التي تقع ضمن أولويات النشرات الإخبارية وعلاقته بأماكن عرضها داخل النشرة:**

في هذا السياق جرى طرح تساؤل (اي المجالات المكانية للأخبار تقع ضمن أولويات النشرة الإخبارية وعلاقته بأماكن عرضها في سياق النشرة؟) جاءت النتائج على وفق الآتي:

١. **الأخبار المحلية:** أكد (١٤٧) مبحوثاً ونسبتهم (٨٠,٧٧%) ان مجال تغطية الأخبار يقع ضمن (بداية النشرة) الإخبارية وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين في هذا الشأن في حين أشار (١٩) مبحوثاً ونسبتهم (١٠,٤٤%) إلى ان مجال تغطية الأخبار يقع ضمن (وسط النشرة) وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الثانية، وبالمرتبة الثالثة احتل اختيار (يعرض حسب درجة الأهمية للحدث) بواقع (١٠) مبحوثين ونسبتهم (٥,٤٩%) في حين احتل مكان (نهاية النشرة) المرتبة الرابعة من إجابات المبحوثين بواقع (٦) مبحوثين ونسبتهم (٣,٣%).

٢. **الأخبار الإقليمية:** أوضح (١٠١) من المبحوثين ونسبتهم (٥٥,٤٩%) ان مجال تغطية الأخبار الإقليمية يقع في طبيعة الحال ضمن (وسط النشرة) وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين، وبالمرتبة الثانية احتل اختيار (نهاية النشرة) بواقع (٤٥) مبحوثاً ونسبتهم (٢٤,٧٣%) في حين احتل اختيار (بداية النشرة) المرتبة الثالثة بواقع (٢٤) مبحوثاً ونسبتهم (١٣,١٩%) اما في المرتبة الرابعة فقد احتل اختيار (يعرض حسب درجة الأهمية) بواقع (١٢) مبحوثاً ونسبتهم (٦,٥٩%).

٣. **الأخبار الدولية:** حدد (٩٧) مبحوثاً ونسبتهم (٥٣,٣%) ان مجال تغطية الأخبار الدولية يقع في طبيعة الحال في (نهاية النشرة) وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين في هذا السياق، وبالمرتبة الثانية حل اختيار (يعرض حسب درجة الأهمية للحدث) بواقع (٣٧) مبحوثاً ونسبتهم (٢٠,٣٣%) وبالمرتبة الثالثة احتل اختيار (وسط النشرة) بواقع (٣٤) مبحوثاً ونسبتهم (١٨,٦٨%) اما بالمرتبة الرابعة فقد جاء اختيار (بداية النشرة) بواقع (١٤) مبحوثاً ونسبتهم (٧,٦٩%).

٤. **الأخبار العربية:** أشار (٨٧) مبحوثاً ونسبتهم (٤٧,٨%) إلى ان مجال تغطية الأخبار العربية في طبيعة الحال يقع في (نهاية النشرة) وبذلك احتل هذا الاختيار



المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين في هذا السياق وبالمرتبة الثانية احتل اختيار (وسط النشرة) بواقع (٥٥) مبحوثاً ونسبتهم (٣٠,٢٢%) ثم بالمرتبة الثالثة اختيار (يعرض حسب درجة الأهمية للحدث) بواقع (٢٩) مبحوثاً ونسبتهم (١٥,٩٣%) وبالمرتبة الرابعة اختيار (بداية النشرة) بواقع (١١) مبحوثاً ونسبتهم (٦,٠٤%)، ويلاحظ ان هنالك أماكن ثابتة للأخبار المحلية والعربية والدولية في بداية ووسط ونهاية النشرة لكن يبقى العامل الحاسم هو أهمية الخبر فضلاً عن الرؤية والسياسة الإخبارية للقائمين على نشرة الأخبار، ينظر جدول (٢٩)

جدول (٢٩) مجالات تغطية الأخبار وعلاقته بأماكن عرض النشرة التي تقع ضمن أولويات العاملين في مجال الأخبار

الأخبار الدولية		الأخبار العربية		الأخبار الإقليمية		الأخبار المحلية		المجال المكاني للأخبار
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
٧,٦٩	١٤	٦,٠٤	١١	١٣,١٩	٢٤	٨٠,٧٧	١٤٧	بداية النشرة
١٨,٦٨	٣٤	٣٠,٢٢	٥٥	٥٥,٤٩	١٠١	١٠,٤٤	١٩	وسط النشرة
٥٣,٣	٩٧	٤٧,٨	٨٧	٢٤,٧٣	٤٥	٣,٣	٦	نهاية النشرة
٢٠,٣٣	٣٧	١٥,٩٣	٢٩	٦,٥٩	١٢	٥,٤٩	١٠	يعرض حسب درجة الأهمية
١٠٠	١٨٢	١٠٠	١٨٢	١٠٠	١٨٢	١٠٠	١٨٢	المجموع

ت. أولويات الأخبار الإقليمية ضمن نشرات الأخبار في الفضائيات العراقية: في هذا الشأن جرى طرح تساؤل (حدد أي من الدولتين إيران- تركيا) التي تقع ضمن أولويات تغطيتكم الإخبارية للأحداث الإقليمية رتبها بحسب الأولوية، أو اختر واحدة في حالة عدم تغطية أحداث الدولة الأخرى؟) جاءت النتائج على وفق الآتي فقد حدد (١٠٥) مبحوثين ونسبتهم (٥٧,٦٩%) ان إيران ابرز مجال تغطيتهم للأحداث الإقليمية وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين في هذا السياق، في حين أكد (٧٧) مبحوثاً ونسبتهم (٤٢,٣١%) ان ابرز مجال تغطيتهم للأحداث الإقليمية هو (تركيا) وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الثانية من إجابات المبحوثين، ينظر جدول (٣٠).

جدول (٣٠) أولويات تغطية الأخبار الإقليمية للفضائيات العراقية

الدولة	التكرار	النسبة المئوية
ايران	١٠٥	%٥٧,٦٩
تركيا	٧٧	%٤٢,٣١
المجموع	١٨٢	%١٠٠

ث. ايرز الدول العربية التي تقع ضمن أولويات التغطية الإخبارية للفضائيات العراقية للأحداث اليومية: في هذا الشأن تم طرح تساؤل (حدد أبرز ثلاث دول عربية تقع ضمن أولويات التغطية الإخبارية للأحداث اليومية في قناتكم؟) جاءت النتائج على وفق الآتي: فقد احتلت سوريا المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين التي كان مجموع الأوزان المرجحة لإجابات المبحوثين هو (٥٠٢) ومتوسط أوزانها المرجحة (٨٣,٦٧) في حين احتلت (اليمن) المرتبة الثانية من إجابات المبحوثين التي كان مجموع الأوزان المرجحة (٤٣٤) ومتوسطها (٧٢,٣٣) وبالمرتبة الثالثة (البحرين) بواقع مجموع الأوزان المرجحة بلغ (٤١٣) ومتوسطها (٦٨,٨٣) وبالمرتبة الرابعة (لبنان) التي كان مجموع الأوزان المرجحة لإجابات المبحوثين (٣٨٧) ومتوسطها (٦٤,٥) وبالمرتبة الخامسة (السعودية) بواقع (٣٣٥) لمجموع الأوزان المرجحة ومتوسطها (٥٥,٨٣) ، في حين حصلت باقي الدول وبحسب الأوزان المرجحة على المراتب الأخرى وعلى النحو الآتي: بالمرتبة السادسة (قطر) ومجموع أوزانها المرجحة (٣٢٠) ومتوسطها (٥٣,٣٣) وبالمرتبة السابعة (مصر) ومجموع أوزانها المرجحة (٣١٩) ومتوسطها (٥٣,١٦) ثمّ (لبيبا) بالمرتبة الثامنة ومجموع أوزانها المرجحة (٣٠٥) ومتوسطها (٥٠,٨٣) ثمّ (دول الخليج الأخرى) بالمرتبة التاسعة ومجموع أوزانها المرجحة (٢٨٨) ومتوسطها (٤٨) وبالمرتبة العاشرة (دول إفريقيا والمغرب العربي) ومجموع أوزانها المرجحة (٢٤٨) ومتوسطها (٤١,٣٣)، وتشير النتائج إلى أن الدول العربية التي تشهد أحداثاً جساماً أو هي منطقة صراعات سياسية وعسكرية قد تصدرت أولويات واهتمامات العاملين في مجال الأخبار في الفضائيات العراقية عبر تغطيتها للأحداث الجارية من تلك الدول وتدايعاتها، ينظر جدول (٣١).

جدول (٣١) أبرز الدول العربية التي تقع ضمن أولويات التغطية الإخبارية للفضائيات العراقية للأحداث اليومية

الدول العربية	المرتبة الأولى	المرتبة الثانية	المرتبة الثالثة	مجموع الأوزان المرجحة	متوسط الأوزان المرجحة
سوريا	١٤٤	٣٢	٦	٥٠٢	٨٣,٦٧
اليمن	٩٣	٦٦	٢٣	٤٣٤	٧٢,٣٣
البحرين	٨٥	٦١	٣٦	٤١٣	٦٨,٨٣
لبنان	٧٧	٥١	٥٤	٣٨٧	٦٤,٥
السعودية	٥٠	٥٣	٧٩	٣٣٥	٥٥,٨٣
قطر	٤٣	٥٢	٨٧	٣٢٠	٥٣,٣٣
مصر	٣٩	٥٩	٨٤	٣١٩	٥٣,١٦
ليبيا	٣٧	٤٩	٩٦	٣٠٥	٥٠,٨٣
دول الخليج الاخرى	٣٣	٤٠	١٠٩	٢٨٨	٤٨
دول افريقيا والمغرب العربي	١٧	٣٢	١٣٣	٢٤٨	٤١,٣٣

ج. أولويات تغطية الأخبار الدولية للفضائيات العراقية التي تقع ضمن أولويات نشراتهم الإخبارية للأحداث اليومية: في هذا السياق جرى طرح تساؤل (حدد أبرز ثلاث دول أجنبية تقع ضمن أولويات تغطيتكم الإخبارية للأحداث اليومية على المستوى الدولي؟) جاءت النتائج على وفق الآتي: احتلت (اميركا) المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين التي كانت مجموع الأوزان المرجحة لهذه الإجابات (٤٦٩) ومتوسط الأوزان المرجحة (٧٨,١٧) وبالمرتبة الثانية (روسيا) التي كانت مجموع الوزن المرجحة (٤٣٧) ومتوسطها (٧٢,٨٣) ثمَّ فرنسا بالمرتبة الثالثة التي مجموع أوزانها المرجحة (٤٢٣) ومتوسطه (٧٠,٥) وبالمرتبة الرابعة (ألمانيا) التي مجموع أوزانها المرجحة (٤٠٧) ومتوسطها (٦٧,٨٣) ثمَّ (الصين) بالمرتبة الخامسة التي مجموع أوزانها المرجحة (٣٩٥) ومتوسطها (٦٥,١٣) ثمَّ (دول المهاجرين العراقيين) بالمرتبة السادسة التي مجموع أوزانها المرجحة (٣٨٥) ومتوسطها (٦٤,١٧) ثمَّ اليابان بالمرتبة السابعة التي مجموع أوزانها المرجحة (٣٣٥) ومتوسطها (٥٥,٨٣) ثمَّ (دول جنوب شرق آسيا) بالمرتبة الثامنة التي مجموع أوزانها المرجحة (٢٩٣) ومتوسطها (٤٨,٨٣) ثمَّ بالمرتبة التاسعة (الدول الإفريقية الأخرى عدا العربية) ومجموع أوزانها المرجحة (٢٦٤)

ومتوسطها (٤٤) ثم بالمرتبة العاشرة (دول الامريكيتين عدا اميركا) التي مجموع أوزانها المرجحة (٢٥٩) ومتوسطها (٤٣,١٧)، ويلاحظ ان الدول التي تمتلك قراراً على الموقف الدولي قد تصدرت أولويات واهتمامات العاملين في مجال الأخبار في الفضائيات العراقية التي يضعونها ضمن نشراتهم اليومية، ينظر جدول (٣٢).

جدول (٣٢) أبرز الدول الاجنبية التي تقع ضمن أولويات التغطية الإخبارية للفضائيات العراقية

الدول الاجنبية	المرتبة الأولى	المرتبة الأولى	المرتبة الأولى	مجموع الأوزان المرجحة	متوسط الأوزان المرجحة
	٣x	٢x	١x		
امريكا	١١٩	٤٩	١٤	٤٦٩	٧٨,١٧
روسيا	٩٩	٥٧	٢٦	٤٣٧	٧٢,٨٣
فرنسا	٧٩	٨٣	٢٠	٤٢٣	٧٠,٥
المانيا	٦٨	٨٩	٢٥	٤٠٧	٦٧,٨٣
الصين	٦٣	٨٧	٣٢	٣٩٥	٦٥,١٣
دول المهاجرين العراقيين	٥٥	٩٣	٣٤	٣٨٥	٦٤,١٧
اليابان	٤٣	٧٧	٥٢	٣٣٥	٥٥,٨٣
دول جنوب شرق اسيا	٢٣	٦٥	٩٤	٢٩٣	٤٨,٨٣
الدول الافريقية عدا العربية	١٩	٤٤	١١٩	٢٦٤	٤٤
دول الامريكيتين عدا اميركا	١٨	٤١	١٢٣	٢٥٩	٤٣,١٧

ح. أبرز أنواع التغطيات الإخبارية التي يحرص العاملون في مجال الأخبار على متابعتها: في هذا السياق أشار (١٠٩) مبحثين وبنسبة بلغت (٢٦,٠١%) إلى ان (حدثاً يقع الآن وينقل بشكل مباشر - التغطية المباشرة والحية) هي من أبرز أنواع التغطية التي يحرصون على متابعتها وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحثين في هذا الشأن، اما بالمرتبة الثانية فقد حل اختيار (حدث وقع بالفعل وتنقل تداعياته بشكل مباشر - التغطية الما بعدية) فقد أكد له (٩١) مبحثاً (٢١,٧٢%) ، وبالمرتبة الثالثة تغطية (لحدث وقع بالفعل وينقل بعد فترة عبر

نشرات الأخبار- التغطية اليومية للأحداث) بواقع (٨٧) مبحوثاً ونسبتهم (٢٠,٧٦%) اما بالمرتبة الرابعة فقد حلت تغطية (لحدث سوف يقع وينقل بشكل مباشر- التغطية القبلية) بواقع (٧٢) مبحوثاً ونسبتهم (١٧,١٨%) وبالمرتبة الخامسة اختيار (جميع تلك التغطيات مهمة للقناة) بواقع (٦٠) مبحوثاً ونسبتهم (١٤,٣٢%)، ينظر جدول (٣٣).

جدول (٣٣) أبرز أنواع التغطيات الإخبارية التي يحرص العاملون في مجال الأخبار على متابعتها

النسبة المئوية	التكرار	نوع الحدث
٢٦,٠١	١٠٩	حدث يقع الآن وينقل بشكل مباشر (التغطية المباشرة Live)
٢١,٧٢	٩١	حدث وقع بالفعل وتنتقل نداعياته بشكل مباشر (التغطية الما بعدية )
٢٠,٧٦	٨٧	حدث وقع بالفعل وينقل بعد فترة عبر نشرات الأخبار (التغطية اليومية)
١٧,١٨	٧٢	حدث سوف يقع وينقل بشكل مباشر (التغطية القبلية )
١٤,٣٢	٦٠	جميع تلك التغطيات مهمة للقناة
١٠٠	٤١٩	المجموع

خ. أبرز الاعتبارات التي يضعها العاملون في مجال الأخبار عند تغطيتهم للأخبار المحلية: في هذا السياق فقد أكد (١١٢) مبحوثاً ونسبتهم (١١,٤٦%) ان من أبرز اعتبارات التغطية للأحداث المحلية هو اعتبار (تغطية أخبار الوضع الأمني - التفجيرات - الخروقات الأمنية) وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين في هذا الشأن اما بالمرتبة الثانية فقد احتل اعتبار (تغطية نشاطات الحكومة الرسمية) بواقع (١٠٧) مبحوثين ونسبتهم (١٠,٩٥%) وبالمرتبة الثالثة اعتبار (التغطية الحية والمباشرة للأحداث ضمن أولويات الأخبار في النشرة) بواقع (١٠١) من المبحوثين ونسبتهم (١٠,٣٤%) وبالمرتبة الرابعة اعتبار (تغطية نشاطات الحزب والكتلة السياسية التي تقود القناة لهم) بواقع (٩٩) مبحوثاً ونسبتهم (١٠,١٣%) ثم اعتبار (الأخبار العاجلة تكون من أولويات القناة في النشرة) بالمرتبة الخامسة بواقع (٩٧) مبحوثاً ونسبتهم (٩,٩٣%) وبالمرتبة السادسة (تسويق الشخصيات) بواقع (٩٥) مبحوثاً ونسبتهم (٩,٧٢%) وبالمرتبة السابعة اعتبار (حسب الأهمية ) بواقع (٨٩) مبحوثاً ونسبتهم (٩,١١%) ثم اعتبار (أخبار القوات الأمنية والعسكرية والحشد الشعبي في مقاتلتهم لداعش في جبهات

القتال) بالمرتبة الثامنة بواقع (٨٨) مبحوثاً ونسبتهم (٩,٠١%) وبالمرتبة التاسعة (الأخبار التي يتم تغطيتها عبر محلل متخصص من داخل الاستوديو أو عبر الأقمار الصناعية) بواقع (٨١) ونسبتهم (٨,٢٩%) وبالمرتبة العاشرة اعتباراً (أخبار المحافظات المحتلة من داعش) بواقع (٦٤) مبحوثاً ونسبتهم (٦,٥٥%) وبالمرتبة الحادية عشرة والأخيرة (تغطية أخبار النازحين) بواقع (٤٤) مبحوثاً ونسبتهم (٤,٥%)، وتشير النتائج إلى تصدر أخبار الوضع الأمني أولويات العاملين في مجال الأخبار عند تغطيتهم للأخبار المحلية باعتبار ان بغداد والمحافظات تشهد بشكل مستمر خروقات للوضع الأمني، وتلك الأخبار تمثل أولوية لدى الجمهور للتعرف على تداعياتها فضلاً عن تصدر تغطية نشاطات الحكومة الرسمية المتمثلة بالسلطة (التنفيذية، التشريعية، القضائية) التي تمثل النسبة الأكبر في نشرات الأخبار، ينظر جدول (٣٤).

جدول (٣٤) أبرز الاعتبارات التي يضعها العاملون في مجال الأخبار في تغطيتهم للأخبار المحلية

النسبة المئوية	التكرار	اعتبارات تغطية الأخبار المحلية
١١,٤٦%	١١٢	تغطية الوضع الأمني (التفجيرات، الخروقات الأمنية)
١٠,٩٥%	١٠٧	تغطية نشاطات الحكومة الرسمية
١٠,٣٤%	١٠١	التغطية الحية والمباشرة للأحداث ضمن أولويات الأخبار في النشرة
١٠,١٣%	٩٩	تغطية نشاطات الحزب والكتلة السياسية التي تعود القناة لهم
٩,٩٣%	٩٧	الأخبار العاجلة تكون من أولويات القناة في النشرة
٩,٧٢%	٩٥	تسويق الشخصيات من أولويات النشرة
٩,١١%	٨٩	بحسب الأهمية
٩,٠١%	٨٨	أخبار القوات الأمنية والعسكرية والحشد الشعبي في مقاتلتهم لداعش في جبهات القتال
٨,٢٩%	٨١	الأخبار التي يتم تغطيتها عبر محلل متخصص من داخل الاستوديو أو عبر الأقمار الصناعية
٦,٥٥%	٦٤	أخبار المحافظات المحتلة من داعش
٤,٥%	٤٤	تغطية أخبار النازحين
١٠٠%	٩٧٧	المجموع

د. أبرز أنواع المعادل الصوري المستخدم في عرض الأخبار ودرجة أهميته بالنسبة للعاملين في مجال الأخبار للفضائيات العراقية:

١. معادل صوري خاص بالحدث (جديد): حدد (١٧٢) مبحوثاً ونسبتهم (٩٤,٥١%) ان (معادلاً صورياً خاصاً بالحدث - جديداً) يكون (مهماً بدرجة كبيرة في عرض الأخبار ويقع ضمن أولويات الأخبار التي تعرض في النشرة وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين في هذا السياق، في حين احتل اختيار (مهم بدرجة متوسطة) المرتبة الثانية بواقع (٨) مبحوثين ونسبتهم (٤,٤%) ثم (مهم بدرجة قليلة) بالمرتبة الثالثة بواقع (٢) من المبحوثين ونسبتهم (١,١%).

٢. معادل صوري من الأرشيف: أوضح (٩٨) مبحوثاً ونسبتهم (٥٣,٨٥%) ان (معادلاً صورياً من الأرشيف) (مهماً بدرجة كبيرة) في عرض الأخبار ويقع ضمن أولويات النشرة وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين في حين احتل اختيار (مهم بدرجة متوسطة) المرتبة الثانية بواقع (٥٧) مبحوثاً ونسبتهم (٣١,٣٢%) ثم اختيار (مهم بدرجة قليلة) بالمرتبة الثالثة بواقع (٢٥) مبحوثاً ونسبتهم (١٣,٧٤%) ثم اختيار (غير مهم) بالمرتبة الرابعة بواقع (١٢) مبحوثاً ونسبتهم (٦,٥٩%).

٣. معادل صوري (كرافكس): أكد (٨٣) مبحوثاً ونسبتهم (٤٥,٦%) ان معادلاً صورياً (كرافكس) يكون (مهماً بدرجة كبيرة) في عرض الأخبار ويقع ضمن أولويات النشرات وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين في هذا السياق، في حين احتل اختيار (مهم بدرجة متوسطة) المرتبة الثانية بواقع (٦٣) مبحوثاً ونسبتهم (٣٤,٦٢%) وبالمرتبة الثالثة حصل اختيار (مهم بدرجة قليلة) بواقع (٢٢) مبحوثاً ونسبتهم (١٢,٩%) وبالمرتبة الرابعة اختيار (غير مهم) بواقع (١٢) مبحوثاً ونسبتهم (٦,٥٩%).

٤. معادل صوري من قنوات فضائية أخرى: أشار (٦٧) مبحوثاً ونسبتهم (٣٦,٨١%) إلى ان معادلاً صورياً من فضائية أخرى يكون (غير مهم) في عرض أخبار خاصة بالنشرة لفضائياتهم وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين، وبالمرتبة الثانية جاء اختيار (مهم بدرجة قليلة) بواقع (٥٦) مبحوثاً ونسبتهم (٣٠,٧٧%) ثم بالمرتبة الثالثة اختيار (مهم بدرجة كبيرة) بواقع (٤٤) مبحوثاً ونسبتهم (٢٤,١٨%) وبالمرتبة الرابعة اختيار (مهم بدرجة متوسطة) بواقع

(١٥) مبحثاً ونسبتهم (٨,٢٤%)، ويتضح من النتائج ان العاملين في مجال الأخبار يهتمون بشكل كبير للمعادل السوري للأحداث كونه يعطي المصادقية للحدث المنقول وعندما لا يتوفر يلجأون إلى المعادل السوري من الارشيف بشأن الموضوع ذاته، ينظر جدول (٣٥).

جدول (٣٥) انواع المعالج السوري المستخدم في عرض الأخبار ودرجة اهميته بالنسبة للعاملين في مجال الأخبار

المجموع		غير مهم		مهم بدرجة قليلة		مهم بدرجة متوسطة		مهم بدرجة كبيرة		نوع المعادل السوري للأخبار
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
١٠٠	١٨٢	-	-	١,١	٢	٤,٤	٨	٩٤,٥١	١٧٢	معادل سوري خاص بالحدث (جديد)
١٠٠	١٨٢	٦,٥٩	١٢	١٣,٧٤	٢٥	٣١,٣٢	٥٧	٥٣,٨٥	٩٨	معادل سوري من الارشيف
١٠٠	١٨٢	٦,٥٩	١٢	١٢,٠٩	٢٢	٣٤,٦٢	٦٣	٤٥,٦	٨٣	معادل سوري (كرافيكس)
١٠٠	١٨٢	٣٦,٨١	٦٧	٣٠,٧٧	٥٦	٨,٢٤	١٥	٢٤,١٨	٤٤	معادل سوري في قنوات فضائية اخرى

#### سادساً: محور اولويات القيم الاخبارية في الفضائيات العراقية في اخبار النشرة:

أ. أبرز القيم الإخبارية التي يضعها العاملون في مجال وغرف الأخبار ضمن أولوياتهم في ترتيب الأخبار في الفضائيات العراقية: في هذا السياق احتلت قيمة (الحالية أو الفورية) المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين وكان مجموع الأوزان المرجحة (٨٢٣) ومتوسط أوزانها المرجحة (٥٤,٨٧) اما في المرتبة الثانية فقد جاءت قيمة (الصراع) وكان مجموع الأوزان المرجحة لإجابات المبحوثين (٨١٣) ومتوسط الأوزان المرجحة (٥٤,٢) في حين احتلت قيمة الشخصيات البارزة (الصفوة أو الشهرة) المرتبة الثالثة وكان مجموع أوزانها المرجحة (٨١٢) ومتوسط أوزانها المرجحة (٥٤,١٣) اما قيمة (الضخامة) فقد مثلت المرتبة الرابعة من إجابات المبحوثين التي كان مجموع أوزانها المرجحة (٨١٠) ومتوسطها (٥٤) ومن ثم قيمة (الاهتمام الإنساني) بالمرتبة الخامسة التي كان مجموع أوزانها المرجحة (٧٩٣) ومتوسطها (٥٢,٨٧) أما قيمة (الأهمية) فقد احتلت المرتبة السادسة وكان مجموع أوزانها المرجحة (٧٧٧) ومتوسطها (٥١,٨) وبالمرتبة السابعة قيمة (الجدة) و مجموع أوزانها المرجحة (٧٧٥) ومتوسطها (٥١,٦٧)



ومن ثمَّ قيمة (التأثير المستقبلي المحتمل) بالمرتبة الثامنة وكان مجموع أوزانها المرجحة (٧٦٩) ومتوسطها (٥١,٢٦) اما بالمرتبة التاسعة فقد احتلت قيمة (الاستمرارية) التي كان مجموع أوزانها المرجحة (٧٣٥) ومتوسطها (٤٩) تلتها قيمة (السلبية) بالمرتبة العاشرة التي كان مجموع أوزانها المرجحة (٧١٨) ومتوسطها (٤٧,٨٧) ومن ثمَّ قيمة (الجنس) بالمرتبة الحادية عشرة التي كان مجموع أوزانها المرجحة (٧١١) ومتوسطها (٤٧,٤) ثمَّ بالمرتبة الثانية عشرة قيمة (القرب) و مجموع أوزانها المرجحة (٦٩٢) ومتوسط أوزانها المرجحة (٤٦,١٣) ثمَّ قيمة (الغرابية والدهشة) بالمرتبة الثالثة عشرة و مجموع أوزانها المرجحة (٦٨٥) ومتوسط أوزانها (٤٥,٦٧) وبالمرتبة الرابعة عشرة قيمة (الالفة) التي مجموع أوزانها المرجحة (٦٧٧) ومتوسطها (٤٥,١٣) وبالمرتبة الخامسة عشرة قيمة (الايجابية - التقدم والنجاح) وكذلك قيمة (المفاجأة) التي أوزانها المرجحة (٦٧٠) ومتوسطها (٤٤,٦٧) لكل منهما ومن ثمَّ قيمة (العدالة) بالمرتبة السادسة عشرة وكان مجموع أوزانها المرجحة (٦٦٥) ومتوسطها (٤٤,٣٣) واحتلت قيمة (التشكيل والتركيب - التوازن والتنوع في الأخبار) المرتبة السابعة عشرة التي كان مجموع أوزانها المرجحة (٦٤٩) ومتوسطها (٤٣,٢٧) وبالمرتبة الثامنة عشرة قيمة التوقع التي مجموع أوزانها المرجحة (٦٢٠) ومتوسطها (٤١,٣٣) ثمَّ قيمة (التأكد) بالمرتبة التاسعة عشرة التي مجموع أوزانها المرجحة (٦٠٠) ومتوسطها (٤٠) وبالمرتبة العشرين جاءت قيمة (التماثل) التي مجموع أوزانها المرجحة (٥٦٨) ومتوسط أوزانها المرجحة (٣٧,٨٧)، ويلاحظ من النتائج الواردة ان (قيم الفورية، الصراع، الشخصيات البارزة، الضخامة، الاهتمام الإنساني) قد تصدرت اهتمامات وألويات العاملين في الفضائيات العراقية بإعتبار ان هناك فريقاً من الباحثين يشير في أدبيات الإعلام إلى ان القيم تصنف إلى صنفين (الصراع، الاهتمام الإنساني) واسهم التطور التكنولوجي في الأعمار الصناعية إلى ظهور قيمة (الفورية أو الآنية) التي تمثل أولوية لدى الجمهور والعاملين في مجال الأخبار، ينظر جدول (٣٦).

جدول (٣٦) ابرز القيم الإخبارية التي يضعها العاملون في مجال الأخبار ضمن أولوياتهم في

ترتيب الأخبار

القيمة	المرتبة الأولى	المرتبة الثانية	المرتبة الثالثة	المرتبة الرابعة	المرتبة الخامسة	مجموع الأوزان المرجحة	متوسط الأوزان المرجحة
الحالية أو الفورية	١٤١	١٨	١١	٩	٣	٨٢٣	٥٤,٨٧
الصراع	١٢٢	٣٣	٢٠	٤	٣	٨١٣	٥٤,٢
الشخصيات البارزة (الصفوة) أو الشهرة	١٢٣	٣١	١٧	١١	-	٨١٢	٥٤,١٣
الضخامة	١١٩	٣٥	١٩	٩	-	٨١٠	٥٤
الاهتمام الانساني	١١٥	٣٧	١٥	١٠	٥	٧٩٣	٥٢,٨٧
الأهمية	١٠٢	٤٥	٢٢	٨	٥	٧٧٧	٥١,٨
الجدة	١٠١	٤١	٢٤	١٢	٤	٧٧٥	٥١,٦٧
التأثير المستقبلي المحتمل	١٠٠	٤٦	٢١	١٣	٢	٧٦٩	٥١,٢٦
الاستمرارية	٨٢	٤٩	٣٠	١٨	٣	٧٣٥	٤٩
السلبية	٧٥	٤٧	٣٩	١٧	٤	٧١٨	٤٧,٨٧
الجنس	٦٩	٥٨	٣٤	١١	١٠	٧١١	٤٧,٤
القرب	٧٧	٤٥	٢٣	٢١	١٦	٦٩٢	٤٦,١٣
الغرابية والدهشة	٦٦	٤٨	٣٣	٢٩	٦	٦٨٥	٤٥,٦٧
الالفة (التعاطف الوجداني مع الأحداث القريبة من المجتمع أو المشاهد)	٦٥	٥٠	٢٩	٢٧	١١	٦٧٧	٤٥,١٣
التقدم والنجاح (الإيجابية)	٦٣	٤٥	٤١	١٩	١٤	٦٧٠	٤٤,٦٧
المفاجأة	٦٠	٥١	٣٣	٢٩	٩	٦٧٠	٤٤,٦٧
العدالة	٥٦	٤٦	٤٧	٢٧	٦	٦٦٥	٤٤,٣٣
التشكيل والتركييب (التوازن والتنوع في الأخبار)	٤٧	٥٩	٤٠	٢٢	١٤	٦٤٩	٤٣,٢٧
التوقع	٣٩	٥٧	٤٣	٢٥	١٨	٦٢٠	٤١,٣٣
التأكد	٣٢	٥٥	٤٢	٤١	١٢	٦٠٠	٤٠
التماثل	٢٣	٥٤	٤٩	٣٤	٢٢	٥٦٨	٣٧,٨٧

**ب. أبرز القيم الوطنية التي يضعها العاملون في مجال الأخبار ضمن أولوياتهم عند تغطيتهم للأحداث اليومية في الفضائيات العراقية:**

في هذا الشأن احتلت قيمة (التنمية الوطنية الشاملة) المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين بواقع (٨٩) مبحوثاً ونسبتهم (٢٩,٤٧%) ثم قيمة (المصالحة الوطنية) بالمرتبة الثانية بواقع (٦٧) مبحوثاً (٢٢,١٩%) وبالمرتبة الثالثة (تغطية القضايا الوطنية ومعرفة تداعياتها) بواقع (٥٤) مبحوثاً ونسبتهم (١٧,٨٨%) وبالمرتبة الرابعة (المسؤولية الاجتماعية في نقل الأحداث) بواقع (٤٩) مبحوثاً ونسبتهم (١٦,٢٣%)، ويرى الباحث ان كثيراً من الفضائيات العراقية لا سيما تلك التي ترتبط بالجهات السياسية للحكومة أو الأحزاب والكتل التي لها وزارات في الحكومة تضع ضمن أولوياتها واهتماماتها القيم الوطنية للأخبار التي تنقل إنجازات الحكومة بهدف كسب ود الشارع العراقي، ينظر جدول (٣٧).

جدول (٣٧) ابرز القيم الوطنية التي يضعها العاملون في مجال الأخبار عند تغطيتهم للأحداث اليومية

المرتبّة		القيم الوطنيّة
النسبة المئوية	التكرار	
٢٩,٤٧	٨٩	التنمية الوطنية الشاملة (حاجات التنمية والخدمات في المجتمع) التكامل الوطني
٢٢,١٩	٦٧	المصالحة الوطنية
١٧,٨٨	٥٤	تغطية القضايا الوطنية ومعرفة تداعياتها
١٦,٢٣	٤٩	المسؤولية الاجتماعية في نقل الأحداث
١٤,٢٤	٤٣	التنقيف بمصالح الوطن
١٠٠	٣٠٢	المجموع

**سابعاً: محور المواقف التي يتعرض لها المبحوثون في عملهم اليومي اثناء تغطيتهم للأحداث الجارية ومدى الاتفاق بشأنها:**

في هذا السياق تم وضع مقياس يحتوي مجموعة من الفقرات والمواقف التي يتعرض لها العاملون في غرف ومجال الأخبار أثناء تغطيتهم اليومية للأحداث الجارية وتدابيرها على وفق مقياس (اتفق بدرجة كبيرة ، اتفق بدرجة متوسطة، اتفق بدرجة قليلة ، لاتفق اطلاقاً وجاءت النتائج على وفق الآتي:

١. تكون الأولوية للأخبار التي مصدرها داخلي (مندوب ، مراسل ، موفد): أكد (١٢٠) مبحوثاً ونسبتهم (٦٥,٩٣%) انهم يتفوقون (بدرجة كبيرة) مع هذا الموقف وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين في هذا السياق وبالمرتبة الثانية جاء اختيار اتفق (بدرجة متوسطة) بواقع (٤٥) مبحوثاً ونسبتهم (٢٤,٧٣%) وبالمرتبة الثالثة حل اختيار اتفق (بدرجة قليلة) بواقع (١٢) مبحوثاً ونسبتهم (٦,٥٩%) اما بالمرتبة الرابعة فقد حل اختيار (لا اتفق اطلاقاً) مع هذا الموقف بواقع (٥) مبحوثين ونسبتهم (٢,٧٥%).

٢. الأولوية دائماً تكون للأخبار التي يكون فيها معادل صوري جديد عن الحدث ذاته: حدد (١١١) مبحوثاً ونسبتهم (٦٠,٩٩%) انهم يتفوقون (بدرجة كبيرة) مع هذه الفقرة وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين وبالمرتبة الثانية احتل اختيار اتفق (بدرجة متوسطة) بواقع (٦٥) مبحوثاً ونسبتهم (٣٥,٧١%) اما بالمرتبة الثالثة فقد جاء اختيار اتفق (بدرجة قليلة) بواقع (٦) مبحوثين ونسبتهم (٣,٣%).

٣. يتم ترتيب الأخبار بالدرجة الأساس على وفق درجة أهميتها: أشار (٩٧) مبحوثاً ونسبتهم (٥٣,٣%) إلى انهم يتفوقون (بدرجة كبيرة) مع هذا الموقف وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى ومن ثمَّ اختيار اتفق (بدرجة متوسطة) بواقع (٨٠) مبحوثاً ونسبتهم (٤٣,٩٦%) وبالمرتبة الثالثة جاء اختيار اتفق (بدرجة قليلة) بواقع (٥) مبحوثين ونسبتهم (٢,٧٥%).

٤. يتم التحقق من صدقية الأخبار ومصادرنا قبل تحقيق السبق الإخباري : أوضح (٩٠) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٤٩,٤٥%) انهم يتفوقون (بدرجة كبيرة) مع هذا الموقف وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين وبالمرتبة الثانية حل اختيار اتفق (بدرجة متوسطة) بواقع (٧١) مبحوثاً ونسبتهم (٣٩,٠١%) واختيار اتفق (بدرجة قليلة) بالمرتبة الثالثة بواقع (١٥) مبحوثاً ونسبتهم (٨,٢٤%) وبالمرتبة الرابعة جاء اختيار (لا اتفق اطلاقاً) بواقع (٦) مبحوثين ونسبتهم (٣,٣%).

٥. يتم تقبل بعض الآراء والأفكار من المراسل الذي غطى الحدث عن أهميته بالنسبة للجمهور: أكد (٨٨) مبحوثاً ونسبتهم (٤٨,٣٥%) انهم يتفوقون (بدرجة كبيرة) مع هذا الموقف وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين في هذا الشأن وبالمرتبة الثانية حل اختيار اتفق (بدرجة متوسطة) بواقع (٦٦) مبحوثاً

ونسبتهم (٣٦,٢٦%) ومن ثمَّ اختيار (اتفق بدرجة قليلة) بواقع (٢١) مبحوثاً ونسبتهم (١١,٥٤%) وبالمرتبة الرابعة جاء اختيار (لا اتفق اطلاقاً) بواقع (٧) مبحوثين ونسبتهم (٣,٨٥%).

٦. لا تلتزم في كثير من الاحيان بالتعليمات الخاصة بترتيب الأخبار بل يتم التعامل حسب الموقف: حدد (٨٤) مبحوثاً ونسبتهم (٤٦,١٥%) انهم يتفقون (بدرجة كبيرة) مع هذا الموقف وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين في هذا السياق اما بالمرتبة الثانية فقد حل اختيار (اتفق بدرجة قليلة) بواقع (٤٥) مبحوثاً ونسبتهم (٢٤,٧٣%) وبالمرتبة الثالثة اختيار (اتفق بدرجة قليلة) بواقع (٤١) مبحوثاً ونسبتهم (٢٢,٥٣%) وبالمرتبة الرابعة جاء اختيار (لا اتفق اطلاقاً) بواقع (١٢) مبحوثاً ونسبتهم (٦,٥٩%).

٧. يشاهد بشكل متواصل بعض النشرات الإخبارية لقنوات إخبارية مهمة وتمتيزة بهدف التعرف على أبرز المعالجات والأولويات في التغطية الإخبارية: أشار (٨٣) مبحوثاً ونسبتهم (٤٥,٦%) إلى انهم يتفقون (بدرجة كبيرة) مع هذا الموقف وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين اما بالمرتبة الثانية فقد حل اختيار (اتفق بدرجة متوسطة) بواقع (٥٧) مبحوثاً ونسبتهم (٣١,٣٢%) وبالمرتبة الثالثة اختيار (اتفق بدرجة قليلة) بواقع (٣١) ونسبتهم (١٧,٠٣%) وبالمرتبة الرابعة حل اختيار (لا اتفق اطلاقاً) بواقع (١١) مبحوثاً ونسبتهم (٦,٠٤%).

٨. الأحداث غير المتوقعة تكون ضمن أولويات النشرة: أوضح (٨٢) مبحوثاً ونسبتهم (٤٥,٠٥%) انهم يتفقون (بدرجة كبيرة) مع هذا الموقف وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين ومن ثمَّ اختيار (اتفق بدرجة قليلة) بالمرتبة الثانية بواقع (٥٥) مبحوثاً ونسبتهم (٣٠,٢٢%) وبالمرتبة الثالثة اختيار (اتفق بدرجة متوسطة) بواقع (٤٠) مبحوثاً ونسبتهم (٢١,٩٨%) اما بالمرتبة الرابعة فقد حل اختيار (لا اتفق اطلاقاً) بواقع (٥) مبحوثين ونسبتهم (٢,٧٥%).

٩. أحياناً يتم تقديم بعض الأخبار عن طريق تعليمات وتوجيهات من الجهات العليا المالكة للقناة: أكد (٨٠) مبحوثاً ونسبتهم (٤٣,٩٦%) انهم يتفقون (بدرجة كبيرة) مع هذا الموقف وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين وبالمرتبة الثانية جاء اختيار (اتفق بدرجة قليلة) بواقع (٦٢) مبحوثاً ونسبتهم (٣٤,٠٧%) وبالمرتبة الثالثة جاء اختيار (اتفق بدرجة متوسطة) بواقع (٣٢)

مبحوثاً ونسبتهم (١٧,٥٨%) وبالمرتبة الرابعة جاء اختيار (لا اتفق اطلاقاً) بواقع (٨) مبحوثين ونسبتهم (٤,٤%).

١٠. يتقبل المسؤولون في غرفة الأخبار الآراء والنقاشات بشأن ترتيب بعض حالات تغطية الأخبار: حدد (٧٧) مبحوثاً ونسبتهم (٤٢,٣١%) أنهم يتفقون (بدرجة كبيرة) مع هذا الموقف وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين وبالمرتبة الثانية حل اختيار (اتفق بدرجة قليلة) بواقع (٤٥) مبحوثاً ونسبتهم (٢٤,٧٣%) وبالمرتبة الثالثة جاء اختيار (اتفق بدرجة متوسطة) بواقع (٣٩) مبحوثاً ونسبتهم (٢١,٤٣%) وبالمرتبة الرابعة اختيار (لا اتفق اطلاقاً) بواقع (٢١) مبحوثاً ونسبتهم (١١,٥٤%).

١١. يتم التفكير والشروع بأساليب جديدة لتغطية الأحداث وطرق معالجة الأخبار وترتيبها في النشرة: أكد (٨٢) مبحوثاً ونسبتهم (٤٥,٠٥%) أنهم يتفقون (بدرجة متوسطة) مع هذه الفقرة وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين في هذا السياق وبالمرتبة الثانية جاء اختيار (اتفق بدرجة كبيرة) بواقع (٧٢) مبحوثاً ونسبتهم (٣٥,٥٦%) وبالمرتبة الثالثة حل اختيار (اتفق بدرجة قليلة) بواقع (٢٠) مبحوثاً ونسبتهم (١٠,٩٩%) أما بالمرتبة الرابعة فقد حل اختيار (لا اتفق اطلاقاً) مع هذا الموقف بواقع (٨) مبحوثين ونسبتهم (٤,٤%).

١٢. ليس بالضرورة الرجوع إلى المسؤولين المباشرين في كل الحالات والمواقف بل يعتمد على الخبرة المتراكمة لترتيب الأخبار واختيارها: حدد (٧٠) مبحوثاً ونسبتهم (٣٨,٤٦%) أنهم يتفقون (بدرجة كبيرة) مع هذا الموقف وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين وبالمرتبة الثانية احتل اختيار (لا اتفق) بواقع (٥٠) مبحوثاً ونسبتهم (٢٧,٤٧%) أما بالمرتبة الثالثة فقد جاء اختيار (اتفق بدرجة قليلة) بواقع (٣٩) مبحوثاً ونسبتهم (٢١,٤٣%) وبالمرتبة الرابعة احتل اختيار (اتفق بدرجة متوسطة) بواقع (٢٣) مبحوثاً ونسبتهم (١٢,٦٤%).

١٣. الأخبار ذات المصادر السرية الخاصة بالقناة تكون ضمن الأولويات: أشار (٨٥) مبحوثاً ونسبتهم (٤٦,٧%) إلى أنهم يتفقون (بدرجة متوسطة) مع هذه الفقرة وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى ومن ثمَّ اختيار (اتفق بدرجة كبيرة) بواقع (٦٩) مبحوثاً ونسبتهم (٣٧,٩١%) وبالمرتبة الثالثة جاء اختيار (اتفق بدرجة قليلة) بواقع (١٩) مبحوثاً ونسبتهم (١٠,٤٤%) أما بالمرتبة الرابعة فقد حل اختيار (لا اتفق اطلاقاً) مع هذا الموقف بواقع (٩) مبحوثين ونسبتهم (٤,٩٥%).

١٤. نضع بعض الاعتبارات والمعالجات في اللحظات الاخيرة من بث النشرة: أوضح (٦٦) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٣٦,٢٦%) انهم يتفقون (بدرجة متوسطة) مع هذا الموقف وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين وبالمرتبة الثانية حل اختيار اتفق (بدرجة كبيرة) بواقع (٦٤) مبحوثاً ونسبتهم (٣٥,١٦%) واختيار اتفق (بدرجة قليلة) بالمرتبة الثالثة بواقع (٣٨) مبحوثاً ونسبتهم (٢٠,٨٨%) وبالمرتبة الرابعة جاء اختيار (لا اتفق اطلاقاً) بواقع (١٤) مبحوثاً ونسبتهم (٧,٦٩%).

١٥. احيانا يجري تقديم الأخبار الإقليمية والعربية ذات الأهمية القصوى على الأخبار المحلية: أكد (٦١) مبحوثاً ونسبتهم (٣٣,٥٢%) انهم يتفقون (بدرجة كبيرة) مع هذه الفقرة وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين في هذا الشأن وبالمرتبة الثانية حل اختيار اتفق (بدرجة متوسطة) بواقع (٥٧) مبحوثاً ونسبتهم (٣١,٣٢%) ومن ثمَّ اختيار (اتفق بدرجة قليلة) بواقع (٥٣) مبحوثاً ونسبتهم (٢٩,١٢%) وبالمرتبة الرابعة جاء اختيار (لا اتفق اطلاقاً) بواقع (١١) مبحوثاً ونسبتهم (٦,٠٤%).

١٦. يتم النقاش بين الزملاء في غرفة الأخبار بشأن ترتيب الأخبار ولا توجد سياقات ثابتة: حدد (٧٩) مبحوثاً ونسبتهم (٤٣,٤١%) انهم (لا يتفقون اطلاقاً) مع هذا الموقف وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين في هذا السياق اما بالمرتبة الثانية فقد حل اختيار (اتفق بدرجة كبيرة) بواقع (٥٩) مبحوثاً ونسبتهم (٣٢,٤٢%) وبالمرتبة الثالثة اختيار (اتفق بدرجة متوسطة) بواقع (٢٥) مبحوثاً ونسبتهم (١٣,٧٤%) وبالمرتبة الرابعة جاء اختيار (اتفق بدرجة قليلة) بواقع (١٩) مبحوثاً ونسبتهم (١٠,٤٤%).

ويتضح من البيانات الواردة في جدول (٣٨) ان المبحوثين قد اتفقوا مع اغلب المواقف وال فقرات الخاصة بالمقياس ولكن بنسب ودرجات متفاوتة بإستثناء فقرة (يتم النقاش بين الزملاء في غرفة الأخبار بشأن ترتيب الأخبار ولا توجد سياقات ثابتة) اذ كانت النسب الاكثر لاختيار (لا اتفق اطلاقاً) وبذلك يمكن القول ان الأولوية في التغطية للأخبار التي مصدرها داخلي (المنذوب، المراسل، الموفد) فقد اتفق اغلب المبحوثين بشأنها بإعتبار ان هؤلاء العاملين يعملون لصالح القناة ويتم ارسالهم وفق تصاريح عمل لأماكن الاحداث بهدف تغطيتها لذلك تكون المعلومات ذات مصداقية عالية تختلف بكثير عن الأخبار التي مصدرها مواقع الالكترونية او قنوات فضائية اخرى فان الأخبار تخضع فيها لسياسة المؤسسة واجنداتها ، اما المعادل الصوري الحديث للحدث يعطي مصداقية وواقعية للحدث الذي تغطيه القناة بإعتبار ان هنالك عدد

لايستهان به من المتابعين للأخبار لديه القدرة في تمييز الصورة الحديثة للحدث من صورة الارشيف ومن ثمّ فلا يوجد مبرر لاستغلال المشاهدين كونه يؤثر على مصداقية القناة ، في حين تشترك معظم القنوات في مسألة ترتيب الأخبار وفق درجة اهمية الأحداث والأخبار فهي تُعدّ قاعدة ذهبية يعمل بها جميع العاملين في مجال الأخبار، كما ان التحقق من دقة ومصداقية المعلومات والبيانات والاحصاءات في الأخبار تُعدّ من المسلمات في العمل الإخباري قبل تحقيق فائدة السبق الإخباري والصحفي بإعتبار ان الخطاء في ذلك يعرض القناة للمساءلة القانونية والمهنية ، والمراسل الميداني لديه القدرة على تشخيص مكامن القوة والضعف في اهمية الأخبار التي يكلف في تغطيتها وهو في تماس مباشر مع الاشخاص والمتخصصين وشهود العيان والسياسيين لذلك تقبل القناة الاراء والافكار بشأن اهمية الأخبار والأحداث من مراسليها الميدانيين، في حين يتم التعامل مع التعليمات السابقة بشأن ترتيب الأخبار وفق مواقف متعددة ومتنوعة كون المواقف ونوعية التغطية لا تتشابه في كثير من الحالات لذلك يتم التعامل معها وفق مواقف معينة يجري الاتفاق عليها بحسب الموقف بلحاظ ان هناك تعليمات ثابت لحالات محددة، وهناك كثير من القنوات العراقية تستمد افكار المعالجة الإخبارية وترتيب اخبار نشراتها من قنوات اخرى مميزة بمعالجتها المهنية والفنية والتقنية ، ويلاحظ ان اغلب القنوات الإخبارية تتفق بشأن ان اغلب الأخبار غير المتوقعة تكون ضمن اولويات نشراتها، وبالرغم من ان اغلب العاملين في مجال الأخبار يتقبلون التعليمات التي تصدرها الجهات المالكة للقناة لكن هنالك فسحة من الحرية في تقبل بعض المقترحات بشأن ترتيب الأخبار من العاملين فيها كما ان للخبرة المتراكمة للعاملين اليد الطولى في معالجة كثير من الحالات دون الرجوع الى المسؤولين ، كما ان للأخبار ذات المصادر السرية للقناة اولوية في النشرات والهدف هو بالتأكيد تحقيق السبق الصحفي والخروج من نمطية الاخبار التي تغطيها القنوات الفضائية ، وبالرغم من ان الأخبار العربية والإقليمية تحتل وسط ونهاية النشرة في كثير من الحالات لكن يجري تقديمها في بداية النشرة وفي عناوينها حسب درجة اهمية الأحداث. ينظر جدول (٣٨) ادناه.



جدول (٣٨) مدى اتفاق المبحوثين بشأن بعض الفقرات والمواقف التي يتعرضون لها أثناء عملهم في غرف ومجال الأخبار

المجموع	لا اتفق اطلاقاً		نمط الاستجابة						العبارات أو الموقف	
			اتفق بدرجة قليلة		اتفق بدرجة متوسطة		اتفق بدرجة كبيرة			
			ت	%	ت	%	ت	%		ت
١٠٠	١٨٢	٢,٧٥	٥	٦,٥٩	١٢	٢٤,٧٣	٤٥	٦٥,٩٣	١٢٠	تكون الأولوية للأخبار التي مصدرها داخلي (منسوب ، مراسل ، موقد)
١٠٠	١٨٢	-	-	٣,٣	٦	٣٥,٧١	٦٥	٦٠,٩٩	١١١	الأولوية دائماً تكون للأخبار التي يكون فيها معادل صوري جديد عن الحدث ذاته
١٠٠	١٨٢	-	-	٢,٧٥	٥	٤٣,٩٦	٨٠	٥٣,٣	٩٧	يتم ترتيب الأخبار بالدرجة الاساس وفق اهميتها
١٠٠	١٨٢	٣,٣	٦	٨,٢٤	١٥	٣٩,٠١	٧١	٤٩,٤٥	٩٠	نتحقق بشكل كبير من صدقية الأخبار ومصادرها قبل تحقيق السبق الإخباري
١٠٠	١٨٢	٣,٨٥	٧	١١,٥٤	٢١	٣٦,٢٦	٦٦	٤٨,٣٥	٨٨	نتقبل بعض الآراء والأفكار من المراسل الذي غطى الحدث عن أهمية بالنسبة للجمهور
١٠٠	١٨٢	٦,٥٩	١٢	٢٤,٧٣	٤٥	٢٢,٥٣	٤١	٤٦,١٥	٨٤	لا نلتزم في كثير من الاحيان بالتعليمات الخاصة بترتيب الأخبار بل يتم التعامل حسب الموقف
١٠٠	١٨٢	٦,٠٤	١١	١٧,٠٣	٣١	٣١,٢٢	٥٧	٤٥,٦	٨٣	يشاهد بشكل متواصل بعض النشرات الإخبارية لفتوات إخبارية مهمة ومتميزة بهدف التعرف على المعالجات والأولويات
١٠٠	١٨٢	٢,٧٥	٥	٣٠,٢٢	٥٥	٢١,٩٨	٤٠	٤٥,٠٥	٨٢	الأحداث غير المتوقعة تكون ضمن أولويات النشرة
١٠٠	١٨٢	٤,٤	٨	٣٤,٠٧	٦٢	١٧,٥٨	٣٢	٤٣,٩٦	٨٠	احيانا يتم تقديم بعض الأخبار عن طريق تعليمات وتوجيهات من الجهات العليا المالكة للقناة
١٠٠	١٨٢	١,٥٤	٢١	٢٤,٧٣	٤٥	٢١,٤٣	٣٩	٤٢,٣١	٧٧	يتقبل المسؤولون عن غرفة الأخبار الآراء والنقاشات بشأن ترتيب بعض حالات تغطية الأخبار
١٠٠	١٨٢	٤,٤	٨	١٠,٩٩	٢٠	٤٥,٠٥	٨٢	٣٥,٥٦	٧٢	يتم التفكير والشروع بأساليب جديدة لتغطية الأحداث وطرق معالجة الأخبار وترتيبها في النشرة
١٠٠	١٨٢	٧,٤٧	٥٠	٢١,٤٣	٣٩	١٢,٦٤	٢٣	٣٨,٤٦	٧٠	ليس بالضرورة الرجوع إلى المسؤولين المباشرين في كل الحالات والمواقف بل يعتمد على الخبرة المتركمة لترتيب الأخبار واختيارها.
١٠٠	١٨٢	٤,٩٥	٩	١٠,٤٤	١٩	٤٦,٧	٨٥	٣٧,٩١	٦٩	الأخبار ذات المصادر السرية الخاصة بالقناة تكون ضمن الأولويات
١٠٠	١٨٢	٧,٦٩	١٤	٢٠,٨٨	٣٨	٣٦,٢٦	٦٦	٣٥,١٦	٦٤	نضع بعض الاعتبارات والمعالجات في اللحظات الاخيرة من بث النشرة
١٠٠	١٨٢	٦,٠٤	١١	٢٩,١٢	٥٣	٣١,٢٢	٥٧	٣٣,٥٢	٦١	احيانا يجري تقديم الأخبار الاقليمية والعربية ذات الأهمية القصوى على الأخبار المحلية
١٠٠	١٨٢	٣,٤١	٧٩	١٠,٤٤	١٩	١٣,٧٤	٢٥	٣٢,٤٢	٥٩	يتم النقاش بين زملاء في غرفة الأخبار بشأن ترتيب الأخبار ولا توجد سياقات ثابتة

## قراءة في أبرز النتائج:

١. أعرب (٥٨,٢٤%) من المبحوثين المشاركين في البحث عن اتفاقهم مع السياسة الإعلامية والإخبارية للقناة ولكن بدرجات متفاوتة ومتباينة في حين أشار (٤١,٧٦%) إلى أنهم لا يتفقون مع تلك السياسة وهي نسبة ليست بالقليلة ولأسباب عدة يأتي في مقدمتها (السياسة غير واضحة ومتغيرة حسب المواقف) بواقع (٢٥,٢٧%) ومن ثمَّ سبب (اعتقد غير ملائمة لطبيعة العمل وظروف البلد) بواقع (١٣,٧٤%) وأخيراً (فيها إشكاليات مهنية) بواقع (٢,٧٥%).
٢. أكد (٨٧,٩١%) من المبحوثين ان لديهم قراراً في تغيير أو انتقاد سياسة القناة من غرف الأخبار ولكن بدرجات متفاوتة في حين أوضح (١٢,٠٩%) من المبحوثين أنهم لا يملكون اي قرار في ذلك.
٣. أشار (نصف) المبحوثين المشاركين في البحث إلى أنهم لم يستفيدوا من القنوات الفضائية الأخرى في بناء أفكار وسياقات عمل لا سيما في ترتيب أولويات واختيار الأخبار في حين أكد نصف المبحوثين أيضاً أنهم بالفعل استفادوا من القنوات الفضائية الأخرى في ذلك المحور تحديداً ولكن بنسب ومراتب مختلفة ومتفاوتة.
٤. الاتفاق العالي من المبحوثين مع التوجيهات والتعليمات والإرشادات الصادرة من المسؤول المباشر في العمل داخل القناة وعدم معارضتها فقد أشار إلى ذلك (٨١,٣٢%) من المبحوثين ولأسباب عدة يأتي في مقدمتها (اجدها صحيحة ومهنية) و (لأنها تلائم توجهاتي واعتقاداتي السابقة).
٥. أوضح (٦٤,٨٤%) من المبحوثين ان إدارة القناة والمسؤولين المباشرين تقبل بتقديم بعض المبادرات والملاحظات والاقتراحات بشأن تطوير نمط السياسة الإعلامية والإخبارية في غرف الأخبار ولكن بنسب ودرجات متفاوتة في حين أكد (٣٥,١٦%) من المبحوثين ان إدارة القناة لا تقبل تقديم ذلك ولأسباب عدة يأتي في مقدمتها (لوجود سياقات عمل) ومن ثمَّ سبب (لا جدوى من تقديمها) وسبب (لا تلائم توجهاتهم).
٦. تصدر موقف (الموافقة بعد إجراء بعض التعديلات) وبنسبة (٤٤,٩٢%) من بين مواقف المسؤولين المباشرين تجاه تقديم المبحوثين بعض المقترحات والملاحظات لتطوير العمل ونمط السياسة الإعلامية وبالمرتبة الثانية موقف (الموافقة عليها)

- وقبولها كما هي وتعميمها) بواقع (٢٤,٥٨%) ومن ثمّ موقف (المناقشة والمحاورة بشأنها عن طريق الاجتماعات) بالمرتبة الثالثة وبنسبة بلغت (٢٢,٨٨%).
٧. تصدر (مدراء الأخبار) بَعْدَهم المسؤولين عن اختيار الأخبار داخل النشرة بنسبة بلغت (٥٣,٣%) وبالمرتبة الثانية (سكرتير التحرير) بواقع (٢١,٤٣%) وبالمرتبة الثالثة (الاتفاق مع جميع هؤلاء) بواقع (١٠,٤٤%).
٨. أوضح (٦٨,٦٨%) من المبحوثين ان كلاً من (مدير القناة ومدير الإنتاج) لا يتدخلان في سياسة النشرة الإخبارية لا سيما في ترتيب الأخبار.
٩. أكد (٤٨,٩%) من المبحوثين المشاركين في البحث انهم لا يعارضون بعض التوجيهات والإرشادات الصادرة من المسؤولين لاسيما التي تتعارض مع أخلاقيات المهنة.
١٠. تصدر (توجيهات مباشرة من رؤساء العمل) وبنسبة بلغت (٥١,٦٤%) من بين ابرز انواع طبيعة (شكل ، صيغ ، نوع) التدخلات التي يفرضها المسؤولون المباشرون على العاملين في غرف ومجال الأخبار وبالمرتبة الثانية (اشراف عام على سياسة القناة من مدير القناة أو من ينوب عنه) بنسبة بلغت (١٧,٨٥%) وبالمرتبة الثالثة (رقابة ومتابعة دائمية ومسبقه) بنسبة شكلت (١١,٥٤%).
١١. اكد (٥٧,١٤%) من المبحوثين المشاركين في البحث ان المسؤولين المباشرين لا يحجبون عرض أو بث مضمون اخباري (خبر ، تقرير، تحقيق) ولأسباب عدة من أبرزها (بوجهني المسؤول قبل العمل بما يتوافق مع سياسية القناة) ومن ثمّ (مسؤولي يحترم تغطياتي واسلوبي في التعامل مع الأحداث) وكذلك سبب (موضوعاتي تلائم توجيهات المسؤول والقناة).
١٢. تصدر سبب (لا يتوافق مع سياسة القناة) المرتبة الأولى بواقع (٢٣,٠٨%) من بين الأسباب التي يتم حجب عرض أو بث المضمون الإخباري من قبل المسؤول المباشر وبالمرتبة الثانية (لا يوجد معادل صوري جديد مناسب ما يضعف المضمون) بواقع (١٤,١%) وبالمرتبة الثالثة (دوافع ذاتية ونفسية للمسؤولين) بواقع (١٢,٨٢%).
١٣. تصدر (تأثيرات رؤساء العمل) بَعْدَها أبرز الاعتبارات التي يضعها العاملون عند صياغة وترتيب الأخبار في النشرة بواقع (٢٨,٢١%) وبالمرتبة الثانية (السياسة

الإعلامية للقناة) بواقع (٢٠,٣٦%) ومن ثمّ (القيم الإخبارية ) بالمرتبة الثالثة بواقع (١٩,٦٤%).

١٤. احتلت (تأثيرات القائمين أو مالكي القناة) المرتبة الأولى بعدها من أبرز الضغوط أو الكوابح والمعوقات التي تعيق العاملين في مجال الأخبار بواقع (١٩,٣٧%) وبالمرتبة الثانية (يتم ترتيب الأخبار في غرفة الأخبار على وفق تعليمات وإرشادات صادرة) بواقع (١٦,٨٥%)، ومن ثمّ (التأثيرات السياسية العامة والخارجية) بالمرتبة الثالثة بواقع (١٥,٧٦%) وبالمرتبة الرابعة (التأثيرات الاقتصادية- الراتب ، الحوافز، المكافآت) بواقع (٩,١٥%).

١٥. عدّ المبحوثون عامل (المنافسة بين وسائل الإعلام لتحقيق - السبق الإخباري ) من أبرز العوامل المؤثرة في اختيار الأخبار بواقع (٨,٩٦%) وبالمرتبة الثانية عامل (وجود مادة فلمية للأخبار من عدمه تكون مناسبة وجديدة) بواقع (٨,٥٨%) وعامل يكون الخبر (يمس مصالح البلد بأكمله) بواقع (٨,٢١%) وبالمرتبة الثالثة (قرب أو بعد الخبر عن الحزب والكتلة التي تدعم القناة) وكذلك عامل (لأنه حديث الساعة بين أوساط الجمهور) بواقع (٨,٢١%) لكل منهما وبالمرتبة الرابعة (اكتمال العناصر الإخبارية للأخبار من عدمه - الموضوعية- الصدق والصحة ، الدقة، الشمول) بواقع (٧,٨٣%).

١٦. أكد أكثر من نصف المبحوثين ان قنوتهم تلتزم في بث الأخبار ذات الطابع الايجابي بشكل عام وبالمرتبة الثانية جاء اختيار (بحسب الموقف) بواقع (٢٤,٧٣%) ومن ثمّ (غير محددة بين بين) بواقع (١٨,١٢%).

١٧. احتلت (الموضوعية) صدارة المعايير والسمات التي يجب ان تتسم بها الأخبار التي يختارها العاملون لنشرة الأخبار بواقع (٢٤,١٨%) ومن ثمّ سمة (الصدق والصحة - المصادقية) بالمرتبة الثانية بواقع (٢١,٤٣%) وبالمرتبة الثالثة (الدقة) بنسبة بلغت (١٩,٢٣%).

١٨. احتل (مصدر داخلي للقناة - مندوب ، مراسل ، موفد) المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين في سياق ابرز المصادر التي يعتمدها العاملون في مجال الأخبار في الفضائيات العراقية وعدّوه يؤثر كثيرا في مجال عملهم وبواقع (٩٠,١١%) وبالمرتبة الثانية مصدر(الكيبل الإخباري) وعدّوه يؤثر كثيرا في عملهم وبواقع

١٩. (٨٢,٩٧%) وبالمرتبة الثالثة (الفضائيات الأخرى) وعدّوها ايضاً تؤثر كثيراً في عملهم بكونها من ابرز مصادر الأخبار في التغطية الإخبارية .

١٩. حدد (٦٤,٢٩%) من المبحوثين انهم يعتمدون الأخبار مجهولة المصدر في كثير من الأحيان، في حين أشار (٣٥,٧١%) من المبحوثين إلى انهم لايعتمدونها. وان ابرز أسباب اعتمادهم كانت بالمرتبة الأولى (بهدف تحقيق سبق الإخباري بشأن حدث وقع تواتراً) وبواقع (٢٤,٧٩%) وبالمرتبة الثانية سبب(عندما لا تكون لدينا مصادر للمعلومات بشأن حدث معين ) بواقع (٢١,٣٧%) ومن ثمّ سبب(لاستكمال محاور الأسئلة التي ستوجه إلى محلل تتم استضافته داخل النشرة بشأن السيناريوهات المحتملة للحدث) بالمرتبة الثالثة بواقع (١٦,٢٤%). اما أسباب عدم اعتماد الأخبار مجهولة المصدر فكان بالمرتبة الأولى سبب (بهدف عدم المساءلة القانونية والقضائية للقناة) بواقع (٢٦,١٥%) وبالمرتبة الثانية سبب(لدينا عدد كبير من المندوبين والمراسلين والموفدين يغطون للقناة في اغلب مناطق العراق) بواقع (٢٣,٠٨%) وبالمرتبة الثالثة (انسجاماً مع موثيق وأخلاقيات المهنة الإعلامية والصحفية) بواقع (٢١,٥٤%)

٢٠. تصدر فئة (خبر مع تقرير حي ومباشر) المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين بشأن ابرز أنواع التغطيات الأكثر اعتماداً ضمن أولويات الأخبار والنشرات وبواقع (١٧,٠٦%) ومن ثمّ (خبر مع تقرير ميداني مسجل) بالمرتبة الثانية وبواقع (١٣,٨٩%) وبالمرتبة الثالثة تغطية (خبر مع تحليل داخل الاستوديو) بواقع (١٣,٦٩%) وبالمرتبة الرابعة تغطية (خبر مع اتصال هاتفي ) بواقع (١٠,٩١%).

٢١. حدد (٨٠,٧٧%) من المبحوثين المشاركين ضمن عينة البحث ان الأخبار المحلية تقع بشكل أساسي في بداية النشرة بعدّها من ابرز المجالات المكانية لتغطية الأخبار التي تقع ضمن أولويات النشرات الإخبارية وعلاقتها بأماكن عرضها داخل النشرة ، في حين أوضح (٥٥,٤٩%) ان الأخبار الإقليمية تقع في واقع الحال في وسط النشرة، اما الأخبار الدولية فقد أشار لها (٥٣,٣%) من المبحوثين وأكدوا انها تقع في نهاية النشرة، بينما اكد (٤٧,٨%) من المبحوثين ان الأخبار العربية تقع في نهاية النشرة ايضاً.

٢٢. تصدرت (إيران) المرتبة الأولى ضمن أولويات التغطية لأخبار الدول الإقليمية التي تقع ضمن أولويات نشرات الأخبار في الفضائيات العراقية بواقع (٥٧,٦٩%) وبالمرتبة الثانية (تركيا) بواقع (٤٢,٣١%).

٢٣. احتلت (سوريا) المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين بشأن ابرز الدول العربية التي تقع ضمن أولويات واهتمامات التغطية الإخبارية للفضائيات العراقية للأحداث اليومية التي كان مجموع أوزانها المرجحة (٥٠٢) وبالمرتبة الثانية (اليمن) ومجموع أوزانها المرجحة (٤٣٤) ومن ثمّ (البحرين) بالمرتبة الثالثة و(لبنان) بالمرتبة الرابعة و(السعودية) بالمرتبة الخامسة وكان مجموع أوزانها المرجحة على التوالي (٤١٣) و(٣٨٧) و(٣٣٥).

٢٤. تصدرت (امريكا) المرتبة الأولى ضمن اهتمامات وأولويات العاملين في مجال وغرف الأخبار للفضائيات العراقية عند تغطيتهم للأحداث والأخبار الدولية اليومية التي كان مجموع أوزانها المرجحة (٤٦٩) وبالمرتبة الثانية (روسيا) ومن ثمّ (فرنسا) بالمرتبة الثالثة و(ألمانيا) بالمرتبة الرابعة و(الصين) بالمرتبة الخامسة وكان مجموع أوزانها المرجحة وعلى التوالي (٤٣٧) و(٤٢٣) و(٤٠٧) و(٣٩٥).

٢٥. احتلت فئة (تغطية الوضع الامني- التفجيرات ، الخروقات الأمنية) المرتبة الأولى ضمن ابرز الاعتبارات التي يضعها العاملون في مجال الأخبار عند تغطيتهم الأخبار المحلية بواقع (١١,٤٦%) ومن ثمّ عدّ (تغطية نشاطات الحكومة الرسمية) المرتبة الثانية بواقع (١٠,٩٥%) وبالمرتبة الثالثة عدّ (التغطية الحية والمباشرة للأحداث ضمن أولويات الأخبار في النشرة) بواقع (١٠,٣٤%) ومن ثمّ (تغطية نشاطات الحزب أو الكتلة السياسية التي تعود القناة لها) بواقع (١٠,١٣%).

٢٦. تصدرت فئة (معادل صوري خاص بالحدث - جديد) ضمن أولويات العاملين في مجال الأخبار من بين ابرز أنواع المعادل الصوري المستخدم في عرض الأخبار وعدّوه (مهماً بدرجة كبيرة) في عرض الأخبار بواقع (٩٤,٥١%) ومن ثمّ (معادل صوري من الأرشيف) بالمرتبة الثانية بواقع (٥٣,٨٥%).

٢٧. حصلت قيمة (الحالية أو الفورية) المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين بشأن ابرز القيم الإخبارية التي يضعها العاملون في مجال وغرف الأخبار في الفضائيات العراقية ضمن أولوياتهم واهتماماتهم عند تغطية الأحداث اليومية وتداعياتها التي

كان مجموع أوزانها المرجحة (٨٢٣) ومن ثمّ قيمة (الصراع) بالمرتبة الثانية وقيمة (الشخصيات البارزة - الصفوة أو الشهرة) بالمرتبة الثالثة تلتها قيمة (الضخامة) بالمرتبة الرابعة وبالمرتبة الخامسة (الاهتمام الإنساني) وكان مجموع أوزانها المرجحة على التوالي (٨٢٣) و(٨١٣) و(٨١٢) و(٨١٠).

٢٨. أكد (٢٩,٤٧%) من المبحوثين ان قيمة (التنمية الوطنية الشاملة) تُعدّ من ابرز القيم الوطنية التي يضعونها ضمن أولوياتهم عند تغطية الأحداث اليومية وبالمرتبة الثانية قيمة (المصالحة الوطنية) بواقع (٢٢,١٩%).

٢٩. أوضح (٢٦,٠١%) من المبحوثين ان تغطية (حدث يقع الآن وينقل بشكل مباشر - التغطية المباشرة) يكون ضمن أولويات واهتمامات أنواع التغطيات الإخبارية التي يحرص العاملون في مجال الأخبار على متابعتها وبالمرتبة الثانية تغطية (حدث وقع بالفعل وتنتقل تداعياته بشكل مباشر - التغطية الما بعدية ) بواقع (٢١,٧٢%).

٣٠. تصدرت المواقف (تكون الأولوية للأخبار التي مصدرها داخلي - مندوب ، مراسل ، موفد) و(الأولوية دائما تكون للأخبار التي يكون فيها معادل صوري جديد عن الحدث ذاته) و(يتم ترتيب الأخبار بالدرجة الأساس على وفق أهميتها) المراتب الثلاث الأولى اذ اتفقوا بشأنها و بدرجة كبيرة وواقع (٦٥,٩٣%) و(٦٠,٩٩%) و(٥٣,٣%) على التوالي وعدّوها تقع ضمن أولوياتهم عند عملهم اليومي في غرف ومجال الأخبار.

## قائمة المصادر

- (١) حسين دبي حسان الزويني ، الخصائص المهنية للقائم بالاتصال في القنوات التلفزيونية لشبكة الاعلام العراقي ، دراسة ميدانية اطروحة دكتوراه غير منشورة جامعة بغداد ، كلية الاعلام ، قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية ٢٠٠٩ .
- (٢) سندس عبد الوهاب حسين ، الضغوط المؤثرة على القائم بالاتصال في الاذاعات العراقية ، رسالة غير منشورة جامعة بغداد ماجستير غير منشورة ، جامعة بغداد، كلية الاعلام ، قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية ٢٠١٣ .
- (٣) سيف سعدي عفتان الدليمي ، مهارات القائم بالاتصال في الاعلام المرئي العراقي ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الجنان، كلية الاعلام ، قسم الاذاعة والتلفزيون ، لبنان طرابلس، ٢٠١٤ .
- (٤) محمد عودة، أساليب الاتصال والتعبير الاجتماعي، ط٢، (الكويت، ذات السلاسل للطباعة والنشر، ١٩٨٩)، ص ٥.
- (٥) حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط٥، (القاهرة، الدار المقررة البنانية، ٢٠٠٤)، ص ٢٤.
- (٦) سليمان صالح، الإعلام والاتصال في المجتمعات المعاصرة (الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩)، ص ٩.
- (7) Dominick, J.R. The Deynamics of mass communication (New York: The McGraw hill Company 1996) P. 17
- (٨) خضرة عمر المفلح ، الاتصال –المهارات والنظريات وأسس عامة،(عمان، دار الحامد، للنشر، ٢٠١٥)، ص ٣٢
- (٩) محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، عمان: دار أسامة للنشر، ٢٠٠٦، ص ٢٩٩ .
- (١٠) أسما حسين حافظ، القائم بالاتصال في الصحافة الاقليمية، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، دورية علمية محكمة تصدر عن كلية الإعلام، - جامعة القاهرة، العدد العاشر، كانون الثاني - اذار ٢٠٠١، ص ١١٣ .
- (١١) سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام، (القاهرة، عالم الكتب ، ١٩٨٤)، ص ١٥٣ .
- (١٢) منال هلال المزاهرة ، نظريات الاتصال ، (عمان ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، ٢٠١٢) ص ٤٢-٤٣
- (١٣) حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مصدر سابق، ص ٤٥-٤٦ .
- (١٤) حسن عماد مكاي ،ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، المصدر نفسه، ص ٤٦
- (١٥) رحيمة الطيب عيساني، مدخل إلى الاتصال، (الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠١٤) ، ص ١٢١-١٢٤ .
- (١٦) عبد الغفار رشاد، دراسات في الاتصال، (القاهرة مكتبة نهضة الشرق- جامعة القاهرة، ١٩٨٤)، ص ١٨٧ – ١٨٩ .



- (١٧) عطا الله احمد شاكر، ادارة المؤسسات الإعلامية، (عمان، دار أسامة للنشر، ٢٠١١)، ص ٨٢. نقلاً عن: سندس عبد الوهاب حسين ، الضغوط المؤثرة على القائم بالاتصال في الإذاعات العراقية، رسالة ماجستير غير منشورة ، مصدر سابق ، ص ٤٠
- (١٨) نبيل راغب، العمل الصحفي المقروء والمسموع والمرئي (القاهرة ، الشركة المصرية العالمية للنشر- لونجمان، ١٩٩٩)، ص ١٣٢.
- (١٩) كرم شلبي، الخبر الإذاعي "فنونه وخصائصه، (جدة، دار الشروق للنشر، ١٩٨٥)، ص ٢٢١.
- (٢٠) محمود قلندر ، نظريات الاتصال – من عصر الجماعة إلى عصر الجماهير، (الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠١٦) وص ١٨٢
- (٢١) حسن ابراهيم مكي، وبركات عبد العزيز محمد، المدخل إلى علم الاتصال ( الكويت ، منشورات ذات السلاسل ، ١٩٩٥)، ص ١٠٠ وما بعدها.
- (٢٢) محمد بن سعود البشر، ايدولوجيا الإعلام، (الرياض، دار غيناء للنشر، ٢٠١١) ص ٣٣-٣٤.
- (٢٣) خضرة عمر المفلح ، الاتصال – المهارات والنظريات وأسس عامة، (عمان ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، ٢٠١٥)، ص ١٣٦
- (٢١) محمود قلندر ، نظريات الاتصال ، مصدر سابق، ص ١٨٤
- (٢٢) للمزيد ينظر كل من :
١. منال هلال المزاهرة ، نظريات الاتصال ، مصدر سابق ، ص ٢٧٠-٢٧٣
٢. حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، مصدر سابق ، ص ١٧٧-١٨٤
٣. محمود قلندر ، نظريات الاتصال ، مصدر سابق ، ص ١٨٥-١٨٩
- (٢٦) حسن ابراهيم مكي وبركات عبد العزيز محمد. المدخل إلى علم الاتصال ، مصدر سابق ، ص ١١٥.
- (٢٧) ينظر كل من :
١. محمد قلندر ، نظريات الاتصال ، مصدر سابق ، ص ١٩٣
٢. سعود ال سعود، الاتصال والإعلام السياسي، (الرياض، القنوات للنشر، ٢٠٠٧)، ص ١١٩-١٢٠)
- (٢٨) منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، مصدر سابق، ص ٢٣٠.
- (٢٩) حسن عماد مكاوي، وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مصدر سابق، ص ٢٩٣ وما بعدها
- (٣٠) محمود قلندر ، نظريات الاتصال ، مصدر سابق ، ص ١٩٥-١٩٦
- (٣١) للمزيد ينظر كل من :
١. نهى عاطف العبد ، صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي ، ( القاهرة ، الهيئة العامة لدار الكتب والوثائق القومية ، ٢٠٠٧) ص ٧٥.
٢. محمود قلندر ، نظريات الاتصال ، مصدر سابق ، ص ١٩٦-١٩٧.
٣. عبد الستار جواد ، فن كتابة الأخبار ، (عمان ، دار مجدلأوي للنشر والتوزيع ، ٢٠٠١)، ص ١٥-٥٣

- 
- (٣٢) سامي عزيز، الصحافة مسؤولية وسلعة (القاهرة، دار التعاون للطبع والنشر، ١٩٨١)، ص ١٧ .
- (٣٣) عبد الستار جواد، اللغة الإعلامية، (اربد، دار الهلال للترجمة، ٢٠٠٣)، ص ٨٦.
- (٣٤) محمود ادهم، مقدمة في التحرير الإخباري، (القاهرة، دار نشر الثقافة، ١٩٨٤)، ص ٤١.
- (٣٥) سليمان صالح، إشكالية الموضوعية في وسائل الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الثالث، ايلول ٢٠٠١، ص ١٣٥.
- (٣٦) عبد الفتاح عبد النبي، سوسيولوجيا الخبر الصحفي، دراسة في انتقاء ونشر الأخبار، (القاهرة، المطبعة التجارية الحديثة، ١٩٨٤)، ص ٦٦.
- (٣٧) قيس الياسري، حميد جاعد، الخبر الصحفي دراسة نظرية وتطبيقات، (بغداد، دار الحكمة، ١٩٨٧)، ص ١٤.
- (٣٨) إسماعيل علوان عبيد، المعالجة الإخبارية في القنوات الفضائية التلفزيونية العراقية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد -كلية الإعلام، ص ٢٠٠٩، ص ٣١ .
- (٣٩) محمود ادهم، مقدمة في التحرير الإخباري، مصدر سابق، ص ٥٢٥ - ٥٢٨ .
- (٤٠) محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، (القاهرة، الدار المصرية للبناء، ٢٠٠٣)، ص .
- (٤١) محمد العمر وإبراهيم زغير، الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، (دمشق، منشورات - جامعة دمشق، ٢٠٠٤)، ص ٣٤.
- (٤٢) وسام فاضل راضي، محاضرات في التحرير الإذاعي والتلفزيوني، المرحلة الثالثة، قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية، كلية الإعلام، جامعة بغداد، ٢٠٠٧ - ٢٠٠٨، ص ٢٩ - ٣٠.