

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

المستخلص

صناعة الخبر في الفضائيات العربية دراسة تطبيقية علي قنواتي (الجزيرة و سكاي نيوز عربية) في الفترة من (2014- 2017)

جيهان عوض الياس محمد نور

يتحدث البحث عن كيفية صناعة الخبر في فضائيتي الجزيرة و اسكاي نيوز عربية ، مع الاهتمام بتأثير تطور صناعة تقانة الاتصال في صناعة الخبر وسرعة نقله والبحث فيما وراءه وكذلك طريقة عرض الخبر ، وهدفت الدراسة الي معرفة مدى التزام القنوات بالمعايير المهنية والاخلاقية في صناعة الاخبار كما يهدف البحث الي معرفة مدى تأثير الفضائيات الإخبارية على مستوى الوعي السياسي للمجتمع العربي ، وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي وادوات بحث مختارة منها الاستبانة والملاحظة والمقابلة وتمثلت مجموعة من الخبراء الإعلاميين مجتمع البحث وتوصلت الدراسة الي عدد من النتائج أهمها رفع المستوى الإخباري والوعي السياسي للمشاهد العربي وحسن صناعة الخبر واستخدام التقنيات الحديثة وجماليات الشاشة خدمة لتوصيل الرسالة بشكلها الافضل ومن النتائج أيضاً سرعة التقاط الخبر من مصادره ووضح من النتائج ان الجمهور العربي يعتبر قنواتي الجزيرة و اسكاي نيوز هما المصدر الإخباري الأول أما التوصيات فأهمها ضرورة مواكبة ثورة الاتصالات حتى يتسنى أمر المنافسة والخروج من محاكاة الفضائيات الغربية كما يجب إعادة وصياغة سياسة البلد المضيف للقناة حتى تتأني عن التأثير الضار في صناعة الخبر ولا بد من مراعاة توصيل المزاج العربي وتكوين دوائر معرفية وصلماً للتضامن العربي المنشود وعلى ضوء متابعة الباحثة فإنه من الضروري اجراء بحوث أخرى حتى تكتمل الصورة حول هذا الموضوع ما هو واقع صناعة الخبر في الفضائيات السوداني ومقترح آخر يدور حول تأثير الفضائيات على الربط الاجتماعي واكساب مهارات حركية ووجدانية لدى الجمهوري .

Abstract

Study title: The industry of the news in the Arabic satellite channels, an empirical study on al-jazeera & sky news channels, during the period (2014-2017)

The researcher: Geihan Awad Alyas

E-mail: nonat2007@hotmail.com

The research tackled the industry of the news in al-jazeera & sky news channels with a concern on the affect of developing technology in producing and publishing the news ,the study aims to recognize the limitation of the two channels to words the principles and ethics in industry the news , in the same time the study aims to know the impact of these channels in the political awareness in the Arabic society .the researcher used the analytical descriptive approach through the tools , Questionnaire ,observation and interview to a group of informative experts and specializes from the research society.

The research outcomes to a number of **findings** the important ones are: raising the news level and the political awareness of the Arab viewers. Good news industry uses the modern technologies and the screen beauty to deliver the media messages, and also the speed in capturing the news from its main sources. It is clear from the findings that the Arab viewers consider al Jazeera and sky news as the first source of their news.

The research concluded a number of **recommendations** like: keep up with communication revolution for competition and out of tradition, formulation the news according to the host country's policy in ordered to avoid the negative effects, it is necessary to care about the Arab mood and to consist acknowledge circles in order to achieve the desired Arab solidarity ,further the research is necessary in this field , finally the researcher sees the importance of studying the effect If satellite channels on society and providing the viewers with dynamic and emotional skills.

المقدمة :

تمثل الأخبار جانبا مهما في الإعلام في عالمنا المعاصر ، وتبقي الاخبار دائما هي السبيل الفاعل في متابعة الأحداث وتطوراتها في خضم ذلك الكم الذي تتجاذبه وسائل الاتصال بمختلف اشكالها . ويمثل الخبر عنصراً مهماً و اساسياً في العملية الإعلامية سواء في مجال الصحافة أو الإذاعة أو قنوات التلفزة وشبكات البث الفضائي .

وقد شهدت صناعة الاخبار وأساليب إعدادها وإخراجها تطوراً كبيراً في سنوات العقد الاخير من القرن العشرين وامتد هذا التطور ليشمل لغة الخبر وطريقة صياغته وتحريره وقوالبه والشكل الذي يصل به الي المتلقي وما يفترض فيه من صيغ مهنية وشروط أهمها الحيادية والموضوعية . لذلك فقد اولي الباحثون وما زالوا هذا الموضوع أهمية خاصة انسجاما مع تلك التطورات الكبيرة التي تشهدها الصحافة في نظرتهم اليها كعلم وفن وصناعة . ومع اضطراد التطور التقني الكبير في وسائل نقل الاخبار عبر الفضائيات والشبكات العنكبوتية والصحف الالكترونية وغيرها وترافقها مع تطور الاحداث العالمية السياسية والاقتصادية والاجتماعية ازدادت الحاجة الي مهنية نقل الاخبار من كل مكان في العالم لما لها من تأثير علي العالم اجمع وبخاصة في مناطق النزاعات .

ان الخبر في الفضائيات لم يعد الخبر الصحفي الذي يعطي وصفا اعتياديا لحدث معين يحظي بالاهتمام بل اصبح صناعة مميزة لها سماتها واساليب عرضها ، وهذه الصناعة الصحفية تتفاعل معها اليوم عوامل عدة تسهم في تطور وسائل نقلها إلى المستقبلين وبالتالي تكوين الرأي العام تجاه أي قضية ولأن عملية جمع الأخبار وأعدادها دخلت مرحلة مهمة من التطور الذي رافق ثورة الاتصالات والمعلوماتية ، نجد العملية الإخبارية تعقدت تبعا لعالم مليء بالصراعات المختلفة

من ايدولوجية وثقافية واجتماعية واقتصادية وسياسية ، تركت اثارها واضحة في نتاج العملية الإخبارية .

ومن الملاحظ ايضا من خلال متابعة الاحداث اليومية وتناول وسائل الإعلام ان هناك تباينا من وسيلة الي اخري ومن مؤسسة الي اخري في تناول الاخبار وطريقة العرض لها ، فهناك من النشرات الاذاعية او التلفزيونية ما يهتم بموضوعات معينة ويتبع سياسة ما في طرح وترتيب الاخبار ، واخري تخالفها تماما في التوجه وحتى عرض الصور المرتبطة بالخبر ، اي انه يخضع الي نوع من التحديد فنشاهد صورا متباينة لخبر واحد من قناة الي اخري .

تعد النشرات الإخبارية الرئيسية من أهم التي تعول عليها المحطات التلفزيونية في تغطية احداث العالم وتطوراتها ، كما تعد مصدرا رئيسا للجمهور المتلقي يطلع من خلالها علي تفاصيل ما يجري سواء في اوطانها او في انحاء العالم المختلفة . وبالرغم من انه لا توجد وسيلة اعلام يمكن الوثوق بحياديتها بنسبة مئة بالمئة الا ان هناك فوارق في مدي استقلالية كل حالة بذاتها ، فعند المقارنة بين وسائل الإعلام الخاصة من قنوات تلفزيونية وصحف خاصة ووسائل اعلام اخري تابعة للحكومة سنجد هناك فروقا واضحة في نسبة الحيادية التيتمتع بها تلك الوسائل في قول الحقيقة قياسا بوسائل الإعلام الرسمية التي غالبا ما تكون مصاغة لصالح النظام الحاكم ورؤاه الايدولوجية لغرض تهيئة الرأي العام دائما لقبول جميع اجراءاته .

أهمية البحث :

- 1- تسليط اضاءات علي واقع الصناعة الخبرية في قناتي الجزيرة وسكاي نيوز عربية
- 2- تقديم نتائج وتوصيات قد تفيد في وضع حلول تقويمية لاماكن الخلل في الخبر التلفزيوني .

3- عكس تأثير التقنية الالكترونية على سرعة نقل الخبر

4- تقديم إضاءات حول كيفية صناعة الخبر

أهداف البحث :

- 1- يهدف هذا البحث إلي التعرف علي كيفية صناعة الخبر في فضائتي الجزيرة وسكاي نيوز عربية.
- 2- معرفة مدى التزام القناتين بالمعايير المهنية والاخلاقية في صناعة الاخبار.
- 3- يهدف البحث إلي معرفة مدى تأثير تقانة الاتصال علي الاخبار (طريقة جمعها ، وسرعة بثها ، والبحث فيما وراءها) .

مشكلة البحث

إن الخبر في الفضائيات لم يعد الخبر الصحفي الذي يعطي وصفاً اعتيادياً لحدث معين يحظى بالاهتمام بل أصبح صناعة مميزة لها سماتها وأساليب عرضها ، وهذه الصناعة تتفاعل معها اليوم عوامل عدة تسهم في تطور أساليب نقلها إلى المستقبلين .

من الملاحظ أيضاً من خلال متابعة الأحداث اليومية أن هناك تبايناً من وسيلة إلى أخرى في تناول الأخبار وطريقة التعرض لها فهناك من النشرات الإخبارية الإذاعية أو التلفزيونية ما يهتم بموضوعات محددة ويتبع سياسة ما في طرح وترتيب الأخبار وأخرى تخالفها تماماً في التوجه وحتى عرض الصور المرتبطة بالخبر ، أي أنه يخضع إلى نوع من التحديد فنشاهد صوراً متباينة لخبر واحد من قناة إلى أخرى ، كما تغيرت النظرة إلى الخبر وأصبحت عملية إعداده صناعة متقنة ومعقدة تجاوزت الوصف الاعتيادي إذ لم يعد الخبر وصفاً لحدث آني يحظى بالاهتمام ، بل بات نافذة يطل منها برأيه أو لتوظيف اتجاهاته مع أو ضد هذا الطرف أو ذاك أو لصالح هذه العملية أو تلك مما جرى ويجري في العالم .

لقد شككت أحداث العالم ميداناً واسعاً للقنوات التلفزيونية العربية والفضائية لإثبات القدرة والكفاءة ، وأعتبر البعض أن الفضائيات العربية أثبتت وجودها وأصبحت مصدراً للخبر ولم تعد على المصادر الأجنبية ، وأعتبر البعض الآخر أن ما حصل هو مجرد إيهام لهذا التحول لأن الفضائيات العربية تبث ما هو متوفر عن الحدث وليس الحدث فعلاً. فظهرت قناة الجزيرة كأول قناة عربية متخصصة في الأخبار ، في وقت كان الإعلام العربي يتجه فيه إلى البرامج الخفيفة والمنوعات فمنذ الأشهر الأولى اكتسبت قناة الجزيرة الشارع العربي وكان هذا النجاح الذي حققته دافعاً لإنشاء قنوات عربية إخبارية من ضمنها اسكاي نيوز عربية ، ولذا جاءت هذه الدراسة للبحث في : هل تصنع الأخبار في الفضائيات العربية (نموذج الجزيرة واسكاي نيوز) كسؤال رئيسي تسعى للإجابة عليه.

تساؤلات البحث

- 1) ما مدى تأثير التكنولوجيا المستخدمة في صناعة الخبر على شكل ومضمون الخدمة الإخبارية بالقنوات الفضائية.
- 2) ما مدى الحرية التي يتمتع بها صانع الخبر السياسي بالقنوات الفضائية.
- 3) كيف يتم تجاوز الخلل في صناعة الخبر في الفضائيات العربية (الجزيرة واسكاي نيوز عربية).
- 4) ما مدى الضبط الاجتماعي والأخلاقي وتداخله في التأثير على صناعة الخبر بالفضائيات.
- 5) ما حدود الموضوعية والتوازن الإخباري الخاص بصناعة الخبر في كل من قناتي الجزيرة واسكاي نيوز عربية.
- 6) ما مدي التميز الإخباري الذي تتمتع به قناتا الجزيرة واسكاي نيوز في صناعة الخبر.
- 7) ما الكيفية التي يصنع بها الخبر بقناتي الجزيرة واسكاي نيوز عربية حتى ينال رضا المتلقي ويحافظ عليه.

8) ما الأساليب الممارسة في صناعة الخبر بقناتي الجزيرة واسكاي نيوز عربية.

فروض البحث :

1- تميزت قناتنا الجزيرة واسكاي نيوز عربية بأسلوب خاص في صناعة الخبر انعكست في الأداء الإخباري.

2- الفضائيات العربية تصنع الخبر أكثر من أنها تنقل الخبر.

3- تطورات التقنية لها دور فعال في ازدياد المنافسة بين الفضائيات

منهج البحث :

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي لأنه الغالب في بحوث الإعلام والإنسانيات ولأنه يصف ماضي الظاهرة ويناقش حاضرها وقد يستقرئ مستقبلها .

مجتمع البحث :

يتمثل مجتمع البحث في الخبراء الإعلاميين بالقنوات الفضائية الإخبارية بمختلف تخصصاتهم ومواقعهم .

عينة البحث :

تتمثل عينة البحث في عدد من الخبراء الاعلاميين (اساتذة ، فنيين ، برامجيون ، اداريون) وجاء اختيارهم من محطات اعلامية مختلفة وبذلك تكون النتائج صادقة وموائمة لموضوع البحث.

مصطلحات البحث :

وهي مكونات موضوع البحث وقد عرفتها الباحثة كالاتي :

صناعة : تعني كل علم أو فن مارسه الإنسان حتى يمهر فيه ويصبح حرفة له.

الخبر في اللغة : هو ما ينقل ويتحدث به قولا وكتابة أو ما يحتمل الصدق والكذب لذاته .

الخبر في الاصطلاح : هو وصف موضوعي دقيق لحدث أو رأي أو موقف أو فكرة أو قضية وتتوفر فيه قيم إخبارية تجعل الإذاعة تقدمه لجمهورها

وترى الباحثة أن الخبر الصحفي لم يعد مجرد وصف اعتيادي لحدث معين يحظى بالاهتمام بل أصبح صناعة مميزة لها سماتها الخاصة , وهذه الصناعة الصحفية دخلت وتفاعلت فيها عوامل عدة أسهمت في تطور أساليبها ووسائلها وطرائق إيصالها للجمهور .

الفضائيات العربية : فضاء يعني حيز أو مجال أو مساحة أو متسع أو نطاق , والمقصود بالفضائيات العربية المحطات التلفزيونية العربية , أي القنوات الناطقة بالعربية والموجهة للجمهور العربي .

تطبيقية : تطبيق يعني إخضاع المسائل والقضايا لقاعدة علمية أو قانونية أو نحوها .

قناة الجزيرة : قناة تلفزيونية عربية متخصصة في الأخبار وتعتبر أولى قنوات شبكة الجزيرة , مقرها في العاصمة القطرية الدوحة , شعارها الرأي والرأي الآخر.

سكاي نيوز عربية : قناة فضائية إخبارية ناطقة باللغة العربية من العالم العربي واليه , مقرها الإمارات العربية المتحدة شعارها (الآن ومن كل مكان) .

الدراسات السابقة:

في مجال الدراسات الجامعية والبحوث في مجال الإعلام والتغطية الإخبارية والقنوات الفضائية على المستوى المحلي فقد تم إستعراض عدد من الرسائل في هذا الفصل بلغت خمس رسائل.

لقد استفاد هذا البحث عموماً من تلك الدراسات النظرية في مجال الإتصال والإعلام والقنوات الفضائية وتأثيرها على المتلقي خاصة على صعيد إستنباط المعايير وعناصر القياس لتتم الإستفادة منها ضمن الإطار النظري للبحث والإطار التطبيقي للدراسة الميدانية.

الدراسة الأولى:

دراسة عبدالرسول ، أحمد،(2010)، بعنوان: العوامل المؤثرة في إنتقاء المادة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية - دراسة تطبيقية لتلفزيون السودان وقناة الجزيرة في الفترة من 2008م-2010م ، رسالة دكتوراة غير منشورة من جامعة امدرمان الاسلامية .

تشتمل الدراسة على خمسة فصول تغطي بالتتابع الإطار المنهجي ثم القيم الإخبارية ثم التلفزيون العربي عموماً وقناتي السودان والجزيرة خصيصاً ثم الدراسة التطبيقية وأخيراً النتائج والتوصيات ، ومن أهداف الدراسة تسليط الضوء على القيم الإخبارية في التلفزيون والوقوف على الوظيفة الإخبارية في التلفزيون وإستعراض الجوانب التاريخية لنشأة وتطور التلفزيون . أما أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة فهي

أن السياسة الإعلامية تؤثر على إنتقاء الأخبار بتلفزيون السودان وقناة الجزيرة.

و أباتت الدراسة أن السلطات السياسية السودانية تؤثر في إنتقاء الأخبار في تلفزيون السودان بعكس قناة الجزيرة التي لا تعاني من تدخل السلطات القطرية في عمليات إنتقاء الأخبار.

وأكدت الدراسة أن الجمهور يؤثر على إنتقاء الأخبار في القناتين، وذلك أن القناتين تهتمان بإرضاء إحتياجات الجمهور من خلال تلبيةها لرغبات الجماهير. كما كشفت الدراسة أن وكالات الأنباء العالمية هي المصدر الأساسي في إنتقاء الاخبار في تلفزيون السودان من خلال إعتقاد تلفزيون السودان في إستقاء الأخبار من تلك الوكالات بينما لا تؤثر الوكالات العالمية على إنتقاء الأخبار في قناة الجزيرة على أن الجزيرة تعتمد على المراسلين في المقام الأول.أوضحت الدراسة أن الملكية والتمويل تأثران في إنتقاء الأخبار في تلفزيون السودان وذلك لأنه يمول من الخزينة العامة للدولة، بينما نجد أم الملكية والتمويل لا تؤثران في إنتقاء الأخبار في قناة الجزيرة لأنها تعد قناة مستقلة سياساً واقتصادياً عن دولة قطر، ولها سياسة تحريرية واضحة تحدد العلاقة بين السلطات والقناة . ووضعت الدراسة عدد من التوصيات أهمها

يجب على تلفزيون السودان وقناة الجزيرة أن يتحررا من القيود السياسية من خلال ميثاق شرف يحدد العلاقة المتبادلة بين السلطات السياسية والتلفزيون و ضرورة إتاحة الحرية للعاملين بتلفزيون السودان حتى يتمكنوا من التعبير عن القيم الإخبارية و على قناة الجزيرة أن تبتعد عن الإثارة والتشويق الذي يأتي دائماً على حساب الدقة والموضوعية ، كما أوصت الدراسة تلفزيون السودان بأن يكون حذرا عند تناول الأخبار الواردة من وكالات الأنباء

العالمية ، واوصت الدراسة القنوات الفضائية العربية أن تتبنى مشروع التدفق الإخباري من دول الجنوب إلى الشمال لمواجهة الخلل الإخباري في الأبناء. إتفقت هذه الدراسة مع هذا البحث في أنها تبحث في مجال الاخبار بقناة الجزيرة ، واختلفت معها في أنها تركز علي إنتقاء المادة الإخبارية وقيمها بينما هذا البحث يبحث في كيفية صناعة الخبر ومراحل تطوره والوقوف علي تأثير تطور التكنولوجيا في صناعة الخبر .

الدراسة الثانية:

دراسة العبيد ، ماجدة ، (2009) ، بعنوان : القنوات الفضائية العربية الإخبارية ودورها في طرح القضايا العربية "قضية دار فور نموذجاً" دراسة تحليلية على قناتي الجزيرة والعربية في الفترة ن 2006م- 2008م ، رسالة دكتوراة غير منشورة جامعة امدرمان الاسلامية .

تشتمل الدراسة على أربعة فصول تغطي بالتتابع الإطار المنهجي والبيث الفضائي العربي والقنوات الفضائية الإخبارية العربية والتناول الإعلامي لقضية دار فور والدراسة الميدانية وأخيراً النتائج والتوصيات تهدف الدراسة إلي التعرف على كيفية طرح الفضائيات الإخبارية العربية للقضايا العربية التي تشغل الرأي العام المحلي والإقليمي والدولي ، والتعرف على ملامح التناول العربي لقضية دارفور من خلال طرحها في قناتي الجزيرة والعربية ، و معرفة دور القنوات الفضائية الإخبارية في حياة المشاهد العربي ومدى قدرتها على تشكيل إهتمامه بالقضايا العربية وترتيب أولوياته في المشاهدة ، ومن ثم معرفة دور القنوات الفضائية الإخبارية العربية في خلق توازن دولي في تدفق المعلومات.

إستخدمت الباحثة في الدراسة الميدانية صحيفة الإستقصاء أو ما يسمى بالإستبانة وكذلك المقابلة . طبقت هذه الدراسة على عينة من الإعلاميين العاملين في الأجهزة الإعلامية المختلفة (صحافة - إذاعة- تلفزيون)، وأساتذة جامعات في مختلف الجامعات السودانية بمختلف تخصصاتهم ورجال الفكر والسياسة العاملين في مختلف مراكز البحوث وأعضاء الأحزاب السياسية بمختلف إنتمائهم وكذلك التربويين العاملين بالمدارس الحكومية والخاصة ومن أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة هناك نسبة عالية من المبحوثين (88%) يشاهدون القنوات الفضائية

العربية الإخبارية بانتظام ، وتحظى قناة الجزيرة بأعلى نسبة مشاهدة من قبل المبحوثين بنسبة بلغت (95%) وتليها العربية بلغت (90.8%) وهذا يدل على أنهما القناتان الإخباريتان الأكثر مشاهدة لدى عينة الدراسة. وهذا يتفق مع نتائج دراسات علمية أخرى ، أبانت الدراسة أن قناتي الـBBC والـCNN هما أكثر مشاهدة من بين القنوات الإخبارية الأجنبية الأخرى، وحازت قناة الجزيرة على أعلى نسبة من حيث الموضوعية والحياد في تناولها للقضايا العربية، وذلك في تغطيتها الخبرية وفي برامجها الحوارية، وبفارق كبير على قناة العربية، وهذا الفارق ربما كان لنتوع القضايا التي تناولتها قناة الجزيرة خلافاً لأولويات القضايا التي تناولتها قناة العربية ، حيث جاءت قضية دارفور في المرتبة الأولى من حيث متابعة أفراد العينة للقضايا العربية وذلك بحكم توفر القرب المكاني، والقرب المكاني هو أحد القيم الخبرية التي تهم المتلقي وقضية دارفور قضية سودانية في المقام الأول تهم كل الشعب السوداني فكانت نتيجة طبيعية. ومن أهم التوصيات التي وضعتها الدراسة هي السعي لتطوير العمل الإخباري والبرامجي ووضع خطط تستطيع الفضائيات من خلالها الرد على الهجمات التي تستهدف العرب وعقيدة المسلمين وتستههدف تشوية صورة المسلم وفكره وثقافته وحضارته وإرثه ، وكذلك التدقيق في القصص الإخبارية التي ترد من وكالات الأنباء العالمية والتي تحمل أجندة سياسية مضمنة في هذه القصة كما يجب إيلاء قضية دارفور الإهتمام الإعلامي وإبرازها بشكل موضوعي دون لبس لأن هناك الكثير من الإنطباعات والمفاهيم المغلوطة حول القضية.

إتفقت هذه الدراسة مع هذا البحث في كونها تتحدث عن الفضائيات العربية وتغطيتها الإخبارية ، ولكن اختلفت معها في أنها تبحث في التغطية الإخبارية

لل قضايا العربية ، بينما هذا البحث يتقصى في كيفية صناعة الخبر بصورة عامة (محلي ، اقليمي ، عالمي) دون تحديد لنوعية الخبر .

الدراسة الثالثة:

دراسة صالح ،غادة ،(2008) ، بعنوان ، دور فريق المراسلة التلفازية في إنتاج العروض الخبرية- دراسة تأصيلية تطبيقية على قناة العربية ، رسالة دكتوراة غير منشورة جامعة القران الكريم .

تشتمل الدراسة على أربعة فصول تغطي بالتتابع الاطار المنهجي والأخبار وتطورها والقيم الإخبارية والمعايير ومهام فريق المراسلة التلفازية وصفته وكذلك إنتاج العروض الخبرية والدراسة التطبيقية وأخيراً النتائج والتوصيات وكان من الاهداف الدراسة الوصول إلى منهج شرعي لإستقاء الأخبار ، وتقديم الأخبار بصورة علمية وموضوعية وفقاً للمعايير الإسلامية في القناة المختارة "موضوع الدراسة" ،ومن ثم كيفية إستغلال مقدرات التكنولوجيا في العرض الخبري . أما أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة فهي أن تعمل فرق التغطية الخبرية على تغطية الأحداث والأخبار وتعمل هذه الفرق بصورة جماعية وتعمل على تقديم خدمة إخبارية تحظى بإهتمام المشاهدين وأصبح من ذلك المراسل هو الفرد الشامل (متعدد المهارات) ، وتأكدت الدراسة من ان العرض الخبري يعتمد بصورة أساسية على تقارير المراسلين وتغطيتهم ، بينما يواجه المراسل عدة عوامل تؤثر في إختيار الأخبار منها طبيعة الخبر وتوجهات رؤساء العمل والسياسة العامة للدولة والإمكانيات المادية، وتقاليد المؤسسة الإعلامية والرأي الشخصي للقائم بالإتصال . أما أهم توصيات الدراسة فهي لأبد من

الإستفادة القصوى من المراسلين والعمل على تشجيعهم حتى يقدموا المزيد من الإبداع والإبتكار ، وعقد دورات تدريبية مستمرة للمراسلين في فنون العمل التلفازي و تشكيل لجنة تتولى مراجعة أوضاع المراسلين وتحديد إختصاصاتهم ووضع ضوابط وشروط لممارسة المهنة ، وضرورة أن تتوخى القنوات التلفازية سياسة الحياد والدقة والصدق والتوازن في عرض الأخبار وأن يخرج العرض من النمطية والرتابة.

إتفقت هذه الدراسة مع هذا البحث في أنها تطبق علي قناة عربية اخبارية وايضا تتفق معها في جزئية معينة في موضوع الدراسة وهي المراسل التلفازي ، بينما كان يتناول هذا البحث المراسل التلفزيوني كجزء من موضوع الدراسة فهي تتناول صناعة الخبر بطريقة اشمل واوسع .

الدراسة الرابعة:

دراسة الفادني ، أيمن ، (2007) ، بعنوان ، التخطيط لقناة إخبارية برؤية تأصيلية - دراسة وصفية إستشرافية لإدارة الأخبار بتلفزيون السودان ، رسالة دكتوراة غير منشورة ، جامعة القوان الكريم .

تشتمل الدراسة على خمسة فصول تغطي بالنتابع الإطار المنهجي وتاريخ التطور التقني للتلفزيون ونظم الأعمار والقنوات الدولية ومنظور الإعلام الإسلامي "إطار نظري للتأصيل" وتخطيط الأخبار والبرامج التلفزيونية (إطار منهجي للتأصيل) وكذلك القناة الإخبارية وأخيراً النتائج والتوصيات

تهدف الدراسة إلى وضع أطر نظرية لما ينبغي أن يكون عليه التخطيط الإخباري التلفزيوني في الإسلام والتعرف على واقع التطور الإخباري في التلفزيون

السوداني، مما يؤهله أن يتطور إلى قناة إخبارية متخصصة. أما أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة فهي إزدياد الحاجة للقناة الإخبارية المنتظرة لوضع خطة لمواجهة الأزمات إلى جانب الإستراتيجية ربع القرنية ، و إرتباط القناة الإخبارية المنتظرة في تمويلها الأساسي على الدولة في قمة رئاسة الجمهورية ومستشارية التأصيل ووزارة الخارجية والتعاون الدولي وخبراء من خارج السودان يساعدون في وضع الرؤية والتوجه نحو الأم. وكذلك إزدياد الحاجة لقيام القناة الإخبارية المنتظرة وفق التطور الذي حققه التلفزيون في مجال التبادل الإخباري، فضلاً عن تزايد حاجة الجمهور السوداني والإعلامي للأخبار كل يوم ، ومن ثم إعتقاد إدارة الأخبار في تمويلها على بند المرتبات والقطع الإنتاجية إضافة إلى موارد الإعلان التي تتخلل نشرات الأخبار والتي تؤول معظمها إلى وزارة المالية حسب النظم المالية لحكومة السودان. إتفقت هذه الدراسة مع دراستي في أنها تتحدث عن الاخبار ، واختلفت معها في كونها تبحث في كيفية إنشاء قناة اخبارية تعمل بمهنية عالية ، بينما تبحث دراستي في مدي المهنية التي تعمل بها الفضائيات العربية الإخبارية في مجال صناعة الاخبار .

الدراسة الخامسة:

دراسة ادريس ، فائزة ، (2007) ، بعنوان ، مجالات التغطية الإخبارية في الصحافة السودانية، دراسة تحليلية بالتطبيق على حرب أفغانستان أغسطس 1998- يوليو 2002م دراسة دكتوراة غير منشورة من جامعة أم درمان الإسلامية ، تهدف الدراسة إلى تحفيز همة القارئ يتبع قضايا الوطن (الأمة الإسلامية) وذلك بأن تكون المعلومة ذات أبعاد مليئة بالشفافية والنزاهة والحياد، وتؤدي إلى إشعال الحس الإسلامي ، وإيجاد بعض الحلول والمقترحات لإزالة أوجه

القصور في المادة المقدمة في الصحف تجاه الفرد حتى يكون ملماً بكل ما يدور من مخططات خارجية تجاه البلاد الإسلامية ، وأهم النتائج التي وردت في هذه الدراسة كانت أن التغطية الإخبارية الصحفية في الصحف السودانية تواجه عدة مشاكل قديماً وحديثاً تتمثل في هيمنة السلطة على المصادر سواء في العهد الإستعماري أم العهد الوطني وخاصة الحكومات العسكرية حيث أن مصداقية الصحفية لا تتوفر بالصورة المطلوبة إلا عندما تتم التغطية بواسطة محرري الصحيفة أنفسهم، فالصحيفة كلها كانت تتمتع بإمكانات بشرية ومادية إستطاعت أن تقدم التغطية بنفسها وإلا استضطر إلى نقل الأخبار إعتماً على مصادر أخرى. وهذا يعرض الصحيفة للوقوع في نشر خبر لم يتوخ فيه الدقة على أقل تقدير ، و احتلت القضية السياسية المرتبة الأولى من بين القضايا الأخرى وقد نالت نسبة 100% بالصحيفتين . وأوصت الدراسة بضرورة الإهتمام بمشكلات التغطية الإخبارية بالصحافة السودانية والمتمثلة في وجود إمكانيات الصحيفة المادية والبشرية والتي تعتبر المتحكم الأول والأخير في نقل الأخبار، وعدم الإعتقاد الكلي على المصادر العالمية لأنها لا تخلو من التحيز في كثير من الأحيان ، وكذلك ضرورة وجود مراسلين أو مراسل بالصحافة السودانية لتقصي الحقائق ومد الصحيفة بالأخبار والتقارير اليومية من موقع الحدث، وخاصة أخبار الحرب مثل أفغانستان، حيث أن مصداقية الصحيفة لا تتوفر الصورة المطلوبة إلا عندما تتم التغطية بواسطة محرري الصحيفة أنفسهم.

إتفقت هذه الدراسة مع دراستي في أنها تبحث في مجال الاخبار وتغطيتها ، ولكن إختلفت معها في أنها تتحدث عن الخبر الصحفي وضرورة الاهتمام بالتغطية الخبرية في الصحافة السودانية ، ولكن بحثت دراستي في صناعة الخبر بالفضائيات العربية بالتطبيق علي قناتي (الجزيرة وسكاي نيوز عربية) .

الفصل الثاني : الفضائيات العربية

المبحث الأول : تطور تقنية الاتصال.

المبحث الثاني : البث الفضائي العربي

المبحث الثالث : الفضائيات العربية النشأة والتطور.

المبحث الرابع : الفضائيات الخاصة.

المبحث الأول

تطور تقانة الاتصال

لاشك أن العالم يعيش أزهي عصوره العلمية والتكنولوجية ويحقق مستويات مميزة من التقدم التقني والعلمي بصورة مذهلة شملت معظم نواحي الحياة , ولا سيما التقدم الهائل في مجال الاتصالات وأنظمة المعلومات الالكترونية حتى أصبحت التكنولوجيا وصناعتها ضرورة من ضروريات العصر الحديث والمحرك الأساسي لأي تقدم إنساني في مختلف مجالات الحياة .

تعد اللغة هي أول وسيلة من وسائل الاتصال التي استخدمها الإنسان , واعتماده عليها كوسيلة اتصال أساسية أدت إلي تطوير بعض الحواس والمهارات لديه ليحقق أفضل اتصال ممكن فأصبحت حاسة السمع لديه في أقوى حالاتها , واستخدم الذاكرة في تخزين المعلومات والمعارف مما أدت إلي بلوغ مهارة الحفظ لديه وأصبحت للكلمة قوة تعبيرية كبيرة ولذلك فهي أول شكل من أشكال الإعلام والاتصال , حيث كانت الأخبار تنقل من الفم إلي الأذن , ثم جاءت الكتابة التي مرت بالعديد من مراحل التطور حتى وصلت إلي أبجدية لغوية علي يد الفينيقيين , ثم جاءت الطباعة التي بفضلها حدث تغير جذري في أساليب التعبير والاتصال , حيث بدأ الأفراد يعتمدون أساسا علي الرؤية والكلمات المطبوعة في الحصول علي معلوماتهم ثم جاء اختراع الراديو عام (1906) م , وتوالت بعد ذلك المخترعات والمكتشفات التي ما لبثت أن حققت ثورة اتصالية قلبت كل الموازين , وشكلت نقلة نوعية كبيرة في وسائل الاتصال الإنساني من خلال ظهور التلغراف والتلفون , ثم جاء التصوير الفوتوغرافي , فالفلم السينمائي , ثم التلفزيون وصولا

إلى الأقمار الإصطناعية والفاكس والفيديو والانترنت والهاتف الخليوي ، وفي ذلك من وسائل الاتصال والإعلام .

نلاحظ ان التطور التاريخي للاتصال يحدث بانتظام وترتيب ، لكنه يسير علي نسق النمط الحياتي وذلك في بطئه او ارتفاع ايقاعه ، فالمجتمعات البشرية القديمة بدأت تتلمس حاجاتها فيما يعني وسائل الاتصال وبدا الامر سازجا ثم تطورت الحقب البشرية ، وفي غضون ذلك تطورت تقانة الاتصال وصولا الي عهد النهضة واكتشاف ماركوني العظيم الذي لا يضاهيه الا اكتشاف الكتابة في أهميته .

وفقا للتطورات العلمية المذهلة واكتشاف الحاسوب حدثت عاصفة من التطور المتلاحق في تقنية الاتصالات اذ انه يمكن للفرد ان يدرك ما يحدث في الكون كله في غمضة عين ، فيما يحدث الان يغدو بعد ساعة تأريخا وهكذا نجد ان التطور التقني في علوم تطور الاتصال صار شرا او خيرا لاندرى كما تري الباحثة .

ثم جاءت مرحلة الاتصال التفاعلي أو مرحلة الوسائط المتعددة التي تركز بعملها علي الحاسبات الإلكترونية والألياف الضوئية وأشعة الليزر والأقمار الإصطناعية وتزاوجت فيما بينها لتنتج نظام الاتصال الرقمي الذي أنجب عصرا ومجتمعا جديدا أطلق عليه أسم عصر أو مجتمع المعلومات .

بدأ استغلال الإنسان للفضاء مع إطلاق قمر إصطناعي للفضاء عام 1957، ومن ثم تطور المكوك الفضائي القادر على إطلاق القمر والعودة إلى الأرض مما يمكن من استخدامه أكثر من مرّة في عام 1981. ومع الوقت تطورت الاستعمالات الايجابية للأقمار الإصطناعية وبدأ استخدام الشبكات الفضائية التي مرت بمراحل عدّة من الاتصال المرحلي بداية من نقطة إلى نقطة ثم شبكات

التوزيع وحتى تطور أقمار البث المباشر. ثم تأسيس شبكات الاتصال العالمية (شبكة الاتصالات العالمية التابعة لشركة الاتصالات الأمريكية " الكومسات ") ومن ثم المنظمة الدولية للاتصالات الفضائية "الإنترنت سات" ومقرها في واشنطن) والانترسبونيك ومقرها في موسكو.

لقد وظف الإنسان فرصة إطلاق الأقمار الاصطناعية في الفضاء فاستخدمها في نقل المعلومات والأخبار صوتاً وصورة ، وسجل التاريخ بذلك للإنسانية نقلة كبيرة في عالم الاتصال ، وتحققت من خلال إطلاق الأقمار الاصطناعية أحلام الكثير من العلماء أمثال

العالم البريطاني (آرثر كلارك) الذي تكهن عام 1945 بان "فكرة الأقمار الاصطناعية ستمثل الجهاز العصبي للإنسان (ارفنك ، 1988: 33).

وما أن جاء العام 1962 حتى بدأت تلك الأحلام تتحقق بإرسال بث مرئي عبر الأطلنطي عن طريق أول قمر اصطناعي أمريكي أطلق عليه اسم (تليستار 1) وهكذا بدأت الثورة الحقيقية في عالم الاتصال الحديث، باستخدام الأقمار الاصطناعية في الاتصالات الهاتفية و البث المسموع والمرئي و التبادل الإخباري و نقل المعلومات بشكل فوري وبكم هائل. و"زاد من قدرة الأقمار الاصطناعية على نقل المعلومات، استخدام الحاسب الآلي في تخزين وعرض واسترجاع ونقل خلاصة ما أنتجه الفكر البشري طوال قرون عدة، في أقل حيز متاح، وبأسرع وقت ممكن ، فصار بإمكان الإنسان من خلال ذلك الحصول على المعلومات في أسرع وقت وأقل تكلفة وبشكل غزير، مما جعل العالم قرية صغيرة وصغيرة جدا.

إن البث عبر الأقمار الإصطناعية قلل من تكاليف استقبال البث وإرساله ووسّع نطاق التغطية وكسر الحواجز الجغرافية في العالم كله وهو ما أثار مخاوف بعض

المجتمعات من الغزو الثقافي على ثقافتها فيما أبدت الكثير من المجتمعات هذا الانفتاح الثقافي بين شعوب العالم .

إن انتشار وسائل الإعلام وتنوعها وقدرتها الكبيرة على نقل المعلومات بشكل فوري وسريع، وتأثيراتها الكبيرة على المتلقين، وعدم اعترافها بالحدود ولا الأقاليم، كانت من أبرز سمات القرن العشرين ، "فاتسعت مدارك الأفراد وإطارهم الدلالي بشكل لم يسبق له مثيل، بحيث لم يعد في الإمكان عزل الناس عقلياً أو سيكولوجياً عن بعضهم بعضاً، لأن ما يحدث في أي مكان من العالم وفي أي بقعة منه، يترك آثاره على الأجزاء الأخرى ، فالعالم اليوم هو قرية الأمس(الجمال ،1998 : 173)

وتقول الباحثة في ظل هذا التحول نلاحظ حقيقة غاية في الأهمية هي أن " القنوات الفضائية قد أثارت من المناقشات والجدل أضعاف ما أثارت وسائل الإعلام الأخرى . ويقول الصادق الرابح (إنه يمكن إدراك خطورة نمط الإعلام الفضائي)، ذلك أن العالم يشهد ميلاد بيئة إعلامية جديدة أبرز خصائصها التواصل الآني ، وتجاوز الحدود ، والانعتاق من الرقابة ، وتعددية في قنوات الاتصال مع تفاعل بين المادة الإعلامية والمستقبل.

لقد كان استخدام الأقمار الاصطناعية في الاتصال والإعلام "استجابة لضرورة عصرية ملحة نابعة من أهمية الإعلام والاتصال في عالم اليوم على النطاقين المحلي والعالمي . فقد برز الاتصال والإعلام وأصبح إحدى أهم قنوات التواصل والتفاعل بين شعوب العالم ودوله دون أدنى اعتبار للنطاقات الجغرافية أو الحدود السياسية أو السيادة الوطنية ، أو حقوق الدول في السيطرة على ما يقدم لشعوبها من معلومات عبر قنوات الاتصال المختلفة ، مما أدى إلى ظهور ظاهرة عالمية

الاتصال ، وانتشار القنوات الفضائية الحكومية والتجارية ، واحتدام المنافسة بينها في مجالي التسويق السياسي والتجاري . كما أدى إلى تجدد الدعوات لإقامة نظام إعلامي جديد على المستويين الوطني والدولي بعد أن أصبحت تحت تصرف الإنسان أنماط جديدة وقوية للاتصال (ماكفيل ، 2005 : 140).

وعن طريق استخدام الأقمار الاصطناعية ذات القوة الاتصالية العالية أمكن إرسال كم لا حصر له من المعلومات ، ساهم في التأثير في فهم الإنسان وقناعاته تجاه المواقف المختلفة : إيلغا ، وإقناعا ، وتوجيها ، وحوارا ، وبأشكالها المختلفة ، صوتا ، وصورة ، ونصا ، من مصدرها على الأرض إلى جهاز المستقبل مباشرة من غير اعتبار للزمان والمكان . وعلى ذلك فكل مجتمع من مجتمعات اليوم عرضة لاختراق الفضائيات لأجوائه حاملة مضامين إعلامية شرقية أو غربية دون إذن مسبق بتجاوز الحدود، مما مثل انفتاحا على العالم لم يسبق له مثيل . وما ذلك إلا ثمرة للرقي المتتابع في العلوم والتقنيات، وبخاصة علوم الفضاء وتقنيات الاتصال .

إن عالمنا اليوم هو عالم المعلومات والإعلام، إذ يتم "نقل حوالي 35 مليون كلمة يوميا . ويتم نقل عشرات الألوف من ساعات بث البرامج التلفزيونية من المحطات المختلفة فيالعالم، كما تنشر آلاف العناوين من المجلات والصحف والكتب. إن المعلومات التي يحصل عليها الإنسان حالياً خلال عقد واحد تعادل المعلومات التي حصل عليها خلال مئتاالسنين من القرون الماضية، فإلى ما قبل خمسين عاماً كانت تمضي أربعون سنة حتى تتضاعف معلومات الإنسان العلمية، أما في الوقت الحاضر فإنّ هذه الفترة قد تقلصت إلى أربع سنوات. قد يكون هذا هو السبب في

تسمية عالم اليوم بعالم المعلومات، وما يهمل اليوم كثيراً هو معرفة سبب الاتساع الذي لم يسبق له مثيل في حجم هذه المعلومات .

لقد استغلت السياسة الحديثة الإعلام بكل ما استطاعت من دهاء وقوة وعملت علي توظيف طاقتها لصالح الرأي السياسي والاهداف السياسية الخاصة والعامة ،مما أستدعى تطويره وجعله صناعة متقدمة. ونتيجة هذا الاستغلال فإن توم فنتون يقول: "إن أوضاعا سياسية تخالطها أوضاع اقتصادية ومؤسسية أفضت إلى تدهور مهنة الأخبار ، فكان أن افتقدت الموضوعية والحساسية الحرفية، وجنحت أكثر فأكثر نحو الإثارة والمزايدة والافتقار إلى دقة الخبر وأهمية تمحيصه وتقصي جوانبه. فجاءت المعلومات أقرب إلى الشعارات، وتحولت الأنباء إلى شذرات مشتتة ، وإلى لقطات وومضات تبعد عن أصول المهنة كما وضعها وبلورها روادها الكبار. وهو ما كان كفيلا بأن يفضي إلى أضرار بالغة وفادحة أصابت وعي الجماهير – ملايين المشاهدين- سواء بتعتيم هذا الوعي أو بتتميط هذا الوعي (فنتون ، 2006 :5) .

لقد تقدمت تكنولوجيا أقمار الاتصالات خلال الثلاثين عاماً الماضية تقدماً سريعاً، بحيث "طورت خلال هذه المدة الوجيزة ستة أجيال من الأقمار الإصطناعية، وكان الجيل الأول يستطيع نقل 240 مكالمة هاتفية وقناة تلفزيونية واحدة، والجيل الحالي من الأقمار الإصطناعية يستطيع نقل 12 ألف مكالمة هاتفية، وأكثر من قناة تلفزيونية. وكان عدد الأقمار الإصطناعية حسب التقويم الدولي للأقمار الإصطناعية عام 1993م ثمانية أقمار، زادت الآن إلى (24) قمراً منها (5) أقمار أمريكية وأهم هذه الأقمار TDF الفرنسي، و TV SAT الألماني، و TELE السويدي، و BSKYB البريطاني، وهوتبرد الأوروبي، وأتلانتيك بيرد، وإسبانيا

ونابلسات وغيرها. أما عن أقمار الخدمة الثابتة فيبلغ عددها عام 2005م إلى (160) قمراً تبث من خلالها (6000) قناة تلفزيونية و(3000) إذاعة، وهناك بعض القنوات تبث عبر أكثر من قمر إصطناعي.

إن عملية جمع الأخبار إعدادها وتوزيعها دخلت مرحلة مهمة من التطور الذي رافق ثورة الاتصالات والمعلومات ، وهكذا نجد أن العملية الإخبارية قد تعقد تتبعا لعالم مليئ بالصراعات المختلفة من إيديولوجية وثقافية واجتماعية واقتصادية وسياسية ، تركت أثرها الواضح في العملية الإخبارية ، وامتد هذا التأثير ليشمل صياغات الأخبار وقوانينها ولغتها وأساليبها .

ويرى أيمن محمد حبيب: " أن النظام العالمي الجديد للأخبار عزز أهمية الخبر التلفزيوني وكرس دوره في إدارة الأزمات والصراعات، وأصبح التحكم في مراكز الاتصال العالمية أحد مصادر القوة السياسية، فالشبكات الإخبارية العالمية، وإن بدت مستقلة في سياستها، إلا أنها في واقع الأمر تخضع لسياسات حكوماتها وما تريد أن تبثه وكيف تبثه، كما حدث إبان حرب الخليج الثالثة عام 2003م، عندما تم منع الشبكات الأمريكية من بث وقائع الحرب الحقيقية وأسقط أكذوبة حرية الإعلام الأمريكي، الأمر الذي يعد سابقة خطيرة في تاريخ الإعلام الأمريكي الحديث لم يسبق حدوثها بهذا الحجم السافر والمقبت إلا أثناء حرب التطهير الأمريكية في أفغانستان. ورغم أن حروب الأرض التي أوقدها النظام العالمي أشعلت حروب الفضائيات، وأحدثت انقلاباً في صناعة العمل الإخباري في القنوات التلفزيونية العالمية والعربية لمواجهة المنافسة المحتدمة في الأرض والسماء إلا أنه يبقى هناك تفاوت واضح بين الخدمات الإخبارية الفضائية والخدمات الأرضية الحكومية (محمد ، 1007 :89) .

ويعتقد محمد شومان (شومان، 1999: 151). أن " اخبار الفضائيات جعلت التلفزيون يسأهم في تكريس ونشر وعي سياسي حدائي، وذلك بترسيخ قيم الديمقراطية وحقوق الإنسان و حقوق المواطنة، وحرية التعبير، والحق في الاختلاف في إطار قيم الوحدة الوطنية والقومية والإنسانية...وغيرها من القيم السياسية الإيجابية .

المبحث الثاني

البث الفضائي العربي

لاحظ العرب أهمية التكنولوجيا الحديثة من جراء الانفجار الهائل في تقنيات الإتصال والإعلام والتحول إلى فكرة القرية الكونية واللاحق بركب ثورة المعلوماتية، الأمر الذي تطلب من دول العالم العربي الإستعداد لمواجهة المتغيرات الدولية الجديدة بالخطاب الإعلامي الذي يناسبها وبالأساليب التي من شأنها تحقيق الأهداف المرجوة.

وقد تراوح عمر إستخدام البث الأفضائي في المنطقة العربية ضمن عدة مراحل ما بين التحضير للإنتلاق ومن ثم الإنتلاق بشكل جزئي وعبر الإستفادة من تكنولوجيا الآخرين ليشبه فيما بعد الإنتشار الواسع الذي تمتاز به الفترة الحالية لأثر إطلاق القمرين الصناعيين العربي "عربسات" والمصري "الدليست" جاء إهتمام الدول العربية بفكرة الأقمار الصناعية وتوظيفها لخدمة أغراض البث الإذاعي والتلفزيوني منذ وقت مبكر، وقبل كثير من دول العالم الثالث، وذلك في البداية عبر الإستفادة من التكنولوجيا التي تمتلكها الدول المتقدمة(الهاشمي ، 2011 : 65-66) .

وفي ظل فقدان البنية التقنية العربية لمستلزمات هذه التجربة الضرورية والمهمة لمواكبة الركب الحضاري والتقني وظهر الإهتمام العربي بإمتلاك تقنية البث الفضائي التلفزيوني لأول مرة في عام 1967م عندما أوصى مؤتمر وزراء العرب المنعقد آنذاك في تونس بضرورة إستخدام التكنولوجيا الحديثة التي توفرها الأقمار الصناعية في تطوير وسائل الإعلام العربية. ومنذ ذلك الحين توالى الإجتماعات ورفعت التوصيات في هذل الصدد إلى أن أطلق القمر الصناعي العربي- عربسات- في فبراير 1985م معلناً دخول العرب في نادي الأقمار الصناعية كعضو يرتاد عصر الفضاء لأول مرة ومبشراً بإستخدام يعود بالإفادة والتطوير على جميع الدول العربية ومواطنيها جراء الإستفادة من إمكانيات وميزات البث الفضائي. ولقد تمت هذه الخطوة المهمة والجميع يحده الأمل في أن يؤدي

هذا القمر دوره في تفعيل وإثبات التبادل الإخباري والبرامجي بين الدول العربية وزيادة التعاون فيما بينهما على نحو يماثل التعاون الإعلامي والأوربي الذي يحققه النظام الإخباري لشبكة اليورفيزيون الأوروبية إضافة إلى كونه يعكس تواجداً عربياً على الساحة الفضائية بشكل أو بآخر.

ومن الأسباب التي أدت بالعرب إلى الإتجاه إلى إستخدام الفضائيات (الشريف ، 2004 : 9):

- البث العربي يتيح التواصل بين شعوب المنطقة العربية وتحقيق الإنسجان والتفاعل الأمتل بين أبنائها بما يخدم التقارب العربي والعمل العربي المشترك. ويمكن بعد إنتشار الفضائيات العربية توفير مادة تكون بديلة لما يتلقاه المواطن العربي من مصادر خارجية، وخاصة تلك التي توجه رسائلها لقطاع مهم وفاعل من الجمهور العربي، كالشباب والأطفال.
- إن البث الفضائي بما يمتلكه من فرص تجاوز الحدود والرقابة سيكون الحل الأمتل لمواجهة بعض الخلافات العربية التي تقف وراء منع التبادل الثقافي والمعلوماتي بين الأقطار العربية.
- يساعد البث الفضائي العربي في تقوية الخدمة التلفزيونية التي تعتبر من أهم الوسائل الإعلامية والمعرفية في الوطن العرب نظراً لتفشي الأمية على نطاق واسع.
- يسهم البث الفضائي العربي بشكل أو بآخر في نقل الصورة الصحيحة للشعوب العربية إلى العالم الخارجي والتي تحاول دوائر سياسية عدة أبرازها دوائر الكيان الصهيوني بأجهزته الإعلامية والأبواق التي يسخرها تشوية هذه الصورة.

● لقد كانت الحضارة الإسلامية من أهم الحضارات التي قدمت للثقافات العالمية وأخذت منها التجربة الإنسانية الواسعة، وسيفيد البث الفضائي من إستمرار هذا التلاحق الثقافي بين الأمة العربية والحضارات الإنسانية جمعاء.

● تشكل الجاليات العربية خارج حدود الوطن العربي أكبر التجمعات الإنسانية في دول العالم نظراً للظروف السياسية والأقتصادية التي مرت بها المنطقة العربية، وسيفيد البث الفضائي للدول العربية من التواصل مع أبنائها المهاجرين والإستفادة المثلى منهم إضافة لإستمرار ربطهم وأبنائهم بأوطانهم ولغاتهم وتقاليدهم وموروثها الثقافي.

كما أن هنالك مراحل تاريخية رافقت دخول العرب عصر الفضاء وكانت هنالك أهمية قصوى لولوج العرب فيه مما له من أهمية للأمة العربية وحاجتها الإستثنائية للإستفادة مما تتيحه تكنولوجيا البث الفضائي من خدمات وأغراض إعلامية ومن أهم هذه المتطلبات:

● جغرافية الوطن العربي المتسعة وتنوع تضاريسها حيث شهد العالم العربي خلال الثلاث عشرة سنة الأخيرة تطوراً كبيراً في مجال الإتصال الإلكتروني فقد أدى تطور تكنولوجيا البث بالأقمار الصناعية إلى حدوث تغييرات كبيرة في الثمانينيات في الولايات المتحدة وأوروبا في أنظمة الإتصال لم يتأثر بها العالم العربي بشكل ملموس إلا في التسعينيات وذلك لعدة أسباب منها:

أولاً: نشوب حرب الخليج الثانية، ومشاركة قوات أجنبية في الدفاع عن الكويت، وإهتمام وسائل الإعلام العالمية بالتغطية المكثفة للصراع، وتعرض المشاهد العربي لإرسال شبكة (سي، إن، إن) الإخبارية الأمريكية حيث قامت العديد من القنوات الأجنبية والعربية بإعادة بث إرسالها، وقد

أدى النجاح الكبير لهذه الشبكة إلى تطلع العرب إلى دخول سوق جديد للإرسال التلفزيوني لإشباع إحتياج الجماهير واقع القنوات التلفزيونية الفضائية العربية، والتغيير الذي أحدثته في مجال الإعلام العربي، والسمات التي تتسم بها وما ينتظرها من مستقبل خاصة أنه وقد أصبح لوسائل الإعلام المرئية حالياً دور كبير في التغيير الإجتماعي والثقافي وفي التأثير على إتجاهات الشعوب السياسية والإجتماعية، كما أصبح لها تأثير كبير على الرأي العام بطريقة مباشرة وعلى صانعي القرار، وأصبح صانعو القرار يعتمدون بشكل كبير على التلفزيون لإحكا سيطرتهم على الجماهير داخلياً وخارجياً. لذلك كان من الضروري معرفة التطورات العالمية في مجال الإتصال الفضائي وأساليب الصفوة الأقتصادية والسياسية الغربية في السيطرة والتحكم من خلال مصادر الأخبار للضغط السياسي وإملاء رؤيتهم على دول العالم الثالث.

ثانياً: أدى تطور تكنولوجيا الإرسال التلفزيوني بالأقمار الصناعية وإطلاق قمر عربسات عام 1985م، والتطور الجديد في التكنولوجيا ونجاح بعض قنوات التلفزيون الفضائية إلى تطلع الدول العربية لدخول هذا المجال للوصول إلى الدول الأخرى المجاورة لها أو الوصول إلى المهاجرين العرب في الخارج.

وقد جعلت التكنولوجيا الرقمية بث عدد كبير من القنوات في جميع انحاء العالم ممكناً وفتحت عهداً جديداً أصبح التنوع والتعدد الإعلامي فيه حقيقة لا يمكن الهروب منه، الأمر الذي أنهى فعلياً إحتكار الدولة للإتصال في الدول العربية.

ثالثاً: كان وجود الشبكة الإخبارية الأمريكية دافعاً لدول غربية أخرى لإنشاء شبكات إخبارية منافسة فأنشأت هيئة الإذاعة البريطانية خدمة إخبارية تلفزيونية، وأنشأت إحدى عشرة مؤسسة إذاعية أوروبية (في يناير 1983م) قناة يورو نيوز الإخبارية بعدة لغات كما لجأت الشبكات الأمريكية الثلاث إلى بث برامجها الإخبارية دولياً وكان من الطبيعي أن يؤثر هذا الوضع على العالم العربي، وحتم دخول الدول العربية في هذا المجال. وبهذا تحول التلفزيون من وسيلة وطنية ونادراً ما يعبر الحدود إلى وسيلة عالمية، وأصبح في إمكان أي دولة أن تصل بإرسالها إلى جميع أنحاء العالم مما أنهى العزلة الجغرافية، وسمح بتدفق المعلومات بشكل أكثر توازناً.

وجعلت هذه العوامل الدول العربية تتدفع في إنشاء قنوات تلفزيونية فضائية تعيد بث إرسال القنوات الأجنبية أو إنشاء قنوات لها طابع إقليمي من خارج الحدود العربية أو إنشاء قنوات تجارية تخضع لسيطرة القطاع الخاص أو لسيطرة جماعات سياسية أو لغوية كما سنرى في السطور المقبلة.

وكان لابد وفي ظل المنافسة الإعلامية الشديدة والتي تدعمها تكنولوجيا الاتصالات المتقدمة في مطلع القرن الحادي والعشرون أن يؤدي قطاع القنوات الفضائية دوره الحيوي الذي أنشئ من أجله، وتعزيزاً لريادته في المنطقة العربية في عصر الفضائيات وتحديات البث المباشر.

وقد حرصت القنوات الفضائية على زيادة وتنمية حجم مشاهديها في الوطن العربي والعالم في سباق المنافسة بين الفضائيات العربية والعالمية منفتحة على ثقافات العالم المختلفة وحضاراته محتفظة بهويتها ومثال لذلك نجد أن

بعض القنوات المصرية والعربية مرتكزة على عدة محاور هي : (العبيدي ،
محاضرات غير منشورة : 2011)

- إنتشار نطاق تغطية القنوات لتصل إلى الجمهور المستهدف على المستوى العالمي كالفضائية المصرية التي وصلت إلى شرق وجنوب آسيا وأستراليا، وعلى المستوى العربي والأفريقي والأوروبي .
- دعم التواجد في العواصم العربية المؤثرة لقنوات القطاع لتقوية روابط الصلة المباشرة بين القنوات ومشاهديها من الغنريين العرب بصناعة أحداث إعلامية وفنية وثقافية تغطيها القنوات من هذه العواصم منفردة أو الفضائية لهذه الدول.
- التوسع في إنتاج برامج البث المباشر المشترك مع الفضائيات العربية على المستوى الثنائي أو أكثر، تلبية لرغبات هذه القنوات، أو بمبادرة من الفضائيات الأخرى.
- توسيع نطاق التجربة الحديثة للقطاع بإنتاج برامج عن الأنشطة الثقافية والفنية والتجارية التي يتشدها العواصم العربية، من خلال إيفاد بعثات إعلامية من قنوات القطاع إلى هذه العواصم بالتنسيق مع أجهزتها المعنية، كما تم من إيفاد فريق عمل إلى الدول العربية المختلفة لتصوير برنامج بعنوان على سبيل المثال: المغرب بعيون مصرية، والبقية تأتي مع باقي العواصم العربية.
- التوسع في إنتاج البرامج والتغطيات، التي تربط المغنريين العاملين بالدول العربية والعرب في العالم، بوطنهم الأم، وتلبي رغباتهم التي عبروا عنها لبعثة مشتركة وزارات الداخلية والثقافة والخارجية والقوى العاملة.

- الإنتاج الكبير لعدد من برامج الحوارات الجماعية الساخنة التي تشترك كبار الخبراء وأوسع عدد من المشاهدين، في مناقشة قضايا الحياة والعربية المعاصرة.
- التحديث التكنولوجي المستمر لاستوديوهات قنوات القطاع وإمدادها بأحدث المعدات التي تعمل بالنظام الرقمي.
- التوسع في ترجمة الأفلام والمسلسلات والأغاني إلى الإنجليزية والفرنسية، خدمة للجيل الثالث من المغتربين، لتدعيم إرتباطهم الوجداني واللغوي بالوطن الأم.
- إنتاج مجموعة جديدة من الأفلام التسجيلية في شؤون السياحة والأقتصاد والصناعة والزراعة، والمنجزات، ورموز الحضارة والفكر المصري والعربي.
- تنشيط حركة الإيفاد التدريبي لكوادر القطاع، إلى دول البروتوكولات، تدعيماً لجودة الأعمال البرمجية لقنوات القطاع الثلاث .

أبرز المراحل التي مر بها إستخدام البث الفضائي في المنطقة العربية

وتم في هذه المرحلة (التوصيات والتخطيط النظري) رصد العديد من المؤتمرات العربية والإجتماعات الخاصة التي تهدف للإستفادة والتحضير لإطلاق هذا البث، وقد كان اولها كما سبق أن أشرنا لتوصيات مؤتمر وزراء الإعلام العرب المنعقد عام 1967م في مدينة بنزرت بتونس والتي نادى بضرورة إستخدام التكنولوجيا الحديثة التي توفرها نظم الأقمار الصناعية في تطوير وسائل الإعلام العربية وخدمات التعليم وما رافق ذلك من إنشاء المؤسسة العربية للإتصالات الفضائية وتطوير إتحاد الدول العربية وتوصية المؤتمرات اللاحقة التي عقدت بإشراف الجامعة العربية مرحلة الإنطلاق الفعلية وشملت هذه المرحلة:

(أ) إطلاق القمر الصناعي العربي " عربسات" بأجياله الثلاثة ابتداء من عام 1985م.

(ب) إطلاق القمر الصناعي المصري: "نايلسات" ابتداء من عام 1988م، ونجم عن هذه المرحلة ظهور القنوات الفضائية العربية على خارطة القنوات الدولية بشكل ظاهر وملحوس، حتى أضحت لكل دولة عربية قناة فضائية أو أكثر.

ودخل المال العربي مجال الإستثمار الفضائي إلى جانب القنوات الحكومية لتظهر القنوات الفضائية العربية الخاصة وتتنوع الخدمات التي تؤديها هذه الخدمات ما بين العامة والمتخصصة، وفي معظم مجالات الحياة كالثقافة والأخبار والأسرة والطفل والترويج السياحي والترويج الإعلاني والأقتصاد والرياضة والدراما والموسيقى والتي تراوحت خدماتها ما بين المتاح للعموم والمشفر للمشاركين ، ونتيجة لإحساس العرب بحاجتهم إلى من يخطو الخطوة الأولى باتجاه تأسيس قناة فضائية عربية تبث باللغة العربية، لتعبر وتنقل صورة العرب إلى الآخرين، كانت تجربة قناة الشرق الأوسط MBC التي بدأت بثها من لندن عام 1991، لتكون بذلك أول قناة فضائية عربية. ويرى باول كوشرين أن سبب أنطلاق MBC هو " الأحداث المتلاحقة والكبيرة التي سببها دخول قوات صدام حسين الكويت عام 1991(كوشرين 2005: 30) ويضيف " وكننتيجة لحرب الخليج عام 1991، قررت شخصيات مقربة من العائلة الملكية تدويل حضور المملكة الإعلامي، مطلقاً مركز إذاعة الشرق الأوسط (MBC) في لندن بدعم من والد زوجة الملك السعودي في ذلك الوقت وليد إبراهيم (مجموعة من الباحثين ، 2008 : 23) .

بدأت MBC بثها فكانت مثار اهتمام المشاهدين العرب للتقنية العالية التي تستخدمها والبرامج المتنوعة التي تقدمها، فبدت متكاملة، فضلاً عن أنها لم تكن

تمثل نظاما سياسيا عربيا بعينه. لذلك فقد استقطبت هذه القناة أعدادا كبيرة من المشاهدين في الأقطار العربية التي كانت تسمح لمواطنيها بالإستفادة من الإرسال الفضائي للتلفزيون . كما " واجهت القناة الكثير من المعوقات من الحكومات العربية التي كانت ترى أنها تبتث وعياً سياسياً مبطناً، فاستخدموا ضدها شتى الوسائل والأساليب لمنع وصولها إلى المشاهد، فمنعوا الصحون اللاقطة، ورفعوا أسعار الستالايت في محاولة لحجب المعلومة عن الناس، مقدمين لذلك أعدارا وحججاً واهية أخفت في الحقيقة وراءها فشل الإعلام الحكومي وعجزه في إقناع مواطنيه بما تقدمه له من برامج(جريدة الرياض ، 2006 : 1256) وفي حلقة دراسية حول (العولمة ووسائل الإعلام والاتصال الجديدة في العالم العربي) والتي عقدت الندوة في مدينة ليون الفرنسية فقد قيّم المشاركون ظهور الفضائيات العربية بالنسبة للجمهور العربي وأثنوا عليها وبخاصة فيما يخص نشراتها الإخبارية حيث رأوا أنها " جمعت بين التحقيقات الميدانية والتقارير والتحليل والمقابلات (مريميه ،2003: 210) .

ونتيجة للضرورة التي يملها التطور السريع في العالم وفي ميدان الاتصالات تحديداً، لم تمر عدة سنوات حتى غدت معظم الأقطار العربية تمتلك قنوات فضائية، وبعض تلك الأقطار لها أكثر من قناة. وفي حين كان أغلب المشاهدين العرب لايتابعون غير قناتين إحداهما رسمية والثانية شبه رسمية، "بات الآن أكثر من 400 محطة جميعها في متناول اليد (مجموعة من الباحثين ،2008 :123) .

في العام 1992 بدأت قناة أخرى بالبت هي مجموعة art. وقد بدأت هذه المجموعة بداية قوية، فقدمت للمشاهد العربي في أنحاء العالم خمس قنوات متخصصة في الرياضة والأطفال والمنوعات والموسيقى والأفلام.

وكان ترتيب إنشاء القنوات الفضائية في الوطن العربي على التوالي في، الكويت والإمارات ومصر، ثم لبنان والسودان والمغرب وسوريا وتونس وليبيا وموريتانيا والأردن وباقي الأقطار العربية. أما العراق صاحب أول محطة تلفزيونية عربية أرضية، فقد تأخر في إطلاق فضائته بسبب " الظروف السياسية والأقتصادية التي كانت تحيط بالعراق كالحصار الأقتصادي والثقافي وغيرها (الجمال، 1991: 18). كل هذه القنوات هي قنوات تمثل الإعلام الرسمي العربي بعضها قنوات محلية طورت لتكون فضائية، وبعضها الأخر قنوات خاصة مثل mbc و art و ann والمستقلة وغيرها.

وفي المراحل الأولى لانطلاق الفضائيات العربية ، لم يقتنع المشاهد بما كان يراه على تلك القنوات ، فقد كان البعض منها نسخاً من القنوات الأرضية، وظلت تحمل معها أخطاء الماضي من أهمال للمشاهد وتعامل فوقي معه، فضلاً عن الاستمرار في تقديم "أخبار المسؤولين الرسميين والقضايا البروتوكولية الخاصة بالرؤساء والوزراء وتكرار الخطاب الإعلامي ، متجاهلين أو غير منتبهين إلى ما يحدث حولهم في عالم متغير شديد الانفتاح (انطاكي ، 2005 : 23) ومع وجود مطالبات متزايدة بتوسيع دائرة الحرية الممنوحة للفضائيات العربية، وعدم تقييدها بضوابط رسمية، إلا أنه " في ظل وجود 500 محطة فضائية عربية عبر نايل سات وعرب سات تبث إلى أكثر من 300 مليون مواطن عربي، نحتاج لاعادة تنظيم وضبط، لان الوطن العربي سوف يشهد وجود 2000 قناة فضائية في عام، 2012 وهذا التدفق الفضائي يفرض ضرورة الوعي التام بأبعاد هذه المشكلة، لاسيما وان الإعلام الفضائي له ابعاد متشابكة في النمو والاستثمارات بالمليارات والمهارات البشرية الكبيرة (المنتدي العربي للبحث الإعلامي ، 2008).

لقد خلصت بعض الدراسات الإعلامية المتخصصة"إلى أن إجمالي ما تم إنفاقه على القنوات الفضائية العربية يقارب ستة مليارات دولار (الشلبي والعياري ، 2003 : 97) وهو ما يرى محمد سعيد انه " ليس رقماً كبيراً قياساً بالمردود الضخم الذي تمثل في تغيير نمط الحياة لدى كافة شعوب المنطقة (ابراهيم ، 2000 : 68).

وفي رأي الباحثة ان تطور الفضائيات العربية تم بسرعة بالغة في تقنيته والمعدات المتطورة ، ولا بد ان نشير هنا - في ظن الباحثة -هو جهد لا عربي أو عربي فهو نتاج فكر علمي عربي متطور وما لنا الا ثقة الاشتهلاك ويبقى التطور المعني هو في الاساليب البرمجية فيما يلي الاعداء والافكار الجديدة وتعدد صورها اما فيما يلي الجانب الفني الابداعي من جماليات الشاشة والمونتاغ واستخدام الجرافيك الافتراضي ، فان المشاهد العربي قد جذبته بعض هذه الفضائيات وتري الباحثة ان نجاح هذه الفضائيات نتج عن توفر الاموال في ايدي اصحاب الفضائيات ، واكثر ما تخشاه الباحثة النظرة التجارية لهذا العمل الابداعي .

(المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية) (عربسات)

تم إنشاء المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية (عربسات) كمؤسسة مستقلة في نطاق جامعة الدول العربية بغية توفير وإستثمار قطاع فضائي عربي للخدمات العامة والمتخصصة في مجال الإتصالات السلكية واللاسلكية لجميع الدول الأعضاء في جامعة الدول العربية وفقاً للمعايير الفنية والأقتصادية المعمول بها عربياً ودولياً، وكانت أهداف نشأتها تتمثل في:

- مساعدة الدول العربية فنياً في تصميم وتنفيذ المحطات الأرضية.
- إجراء البحوث والدراسات الخاصة بعلم وتكنولوجيا الفضاء.

- تشجيع إنشاء الصناعات اللازمة لتجهيزات القطاع الفضائي والمحطات الأرضية في الدول الغنية.
- القيام بعمل النقل التلفزيوني والإذاعي بين الإدارات والهيئات المختصة في البلاد العربية عن طريق الشبكة العربية الفضائية وكذلك وضع قواعد إستعمال القنوات المخصصة للتلفزيون والإذاعة بما يحقق المطالب المحلية والجماعية للدول العربية (الشريف ، 2004 : 9-10) .

وتعد مدينة الرياض بالسعودية المقر الرئيسي للمؤسسة وتوجد محطة التحكم الرئيسية (ديراب) في السعودية ومحطة التحكم المساندة في (الدخيلة) بتونس. كما تعد المزود الرئيسي لإتصالات الأقمار الصناعية في العالم العربي، وقد تأسست من أجل خدمة إحتياجات قطاعات الإتصالات، المعلومات، الثقافة والتعليم. تأسست عربسات في عام 1976 من قبل 21 من الدول الأعضاء في جامعة الدول العربية، وتقدم عربسات خدمة الإحتياجات المتزايدة للعالم العربي أكثر من 30 عاماً ويعد الآن واحدة من أكبر مشغلي السواتل وخدمات الأقمار الصناعية في العالم العربي، بما تحمله من عدد كبير من القنوات التلفزيونية والمحطات الإذاعية، والتي بلغت عشرات الملايين من المنازل في أكثر من 100 بلد في مختلف أنحاء الشرق الأوسط وأفريقيا وأوروبا، ولها أكثر من 164 مليون مشاهد داخل البلدان العربية.

وتعد عربسات القمر الوحيد في المنطقة لتقديم مجموعة كاملة من البث، والإتصالات السلكية واللاسلكية وخدمات الحزمة العريضة، مما يعني تملك القدرة على الإنتشار في مساحة كافية لتوفير عدد أكبر من أي لاعب في المنطقة من التلفزيون والبث الإذاعي والخدمات وحلول شبكات البيانات، والإتصالات الهاتفية والعمود الفقري لربط خطوط الربط الرئيسية للملكية الفكرية، والوصول إلى شبكة

الإنترنت عريضة النطاق ووسائل الإعلام وشركات الترفيه، او عملاء من الشركات والكيانات الحكومية.

ولعربسات أيضاً شراكات إستراتيجية مع معظم دول العالم الرائدة في الشركات التابعة، وتجميع وتغليف وتعبئة الخدمات، والخدمات ذات القيمة المضافة المتكاملة، مما يتيح للعملاء للوصول إلى أبعد من أوقت مضى.

وعربسات ملتزمة بالبقاء في صدارة أرقى الخدمات الساتلية في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا، وباستمرار توسيع نطاق الحلول الموجهة للعملاء بصورة لا مثيل لها مع مستوى الجودة والإعتمادية، وإدخال التكنولوجيا الحديثة، وتوفير أكبر مبلغ قدرة من أي وقت مضى مع توسع أقدم لتلبية الإحتياجات المتغيرة والمنتامية لعملائها من أنحاء العالم العربي. وعلى نحوأبعد لدعم هذه الطموحات أعلنت عربسات في عام 2007م أنه وابتداء ن عا 2008م ستطلق القمر الجديد واحد من كل عام على مدى أربع سنوات مع الجيل الثاني الـ4 الساتلية، وبالفعل بدأت في منتصف عام 2008م بين بدر 6 وثلاثة من الجيل الـ5، وسيطلق على مدى السنوات الثلاث التالية : (العبيدي ، محاشرات غير منشورة : 2011)

مراحل تاريخية لعربسات:

1967: طرح وزراء الإعلام والثقافة الرعب في إجتماعهم في بنزرت بتونس فكرة إنشاء شبكة إتصالات فضائية عربية.

1967: تأسيس عربسات.

1978: تم توقيع الخدمات الإستشارية بإنشاء نظام عربي إقليمي للإدارات الخاصة بالمؤسسة.

1979: طرح عطاءات لتصنيع أقمار عربسات.

1980: طرح عطاءات لتصنيع ثان لتصنيع أقمار عربسات.

- 1981: تم التعاقد مع شركة ايروسباسيال الفرنسية لتصميم وتصنيع ثلاثة أقمار عربسات.
- 1981: تم التعاقد مع شركة ناسا الأمريكية لإطلاق القمر العربي الثاني ووضعه في المدار.
- 1983: تم التعاقد مع شركة NAC اليابانية لتصميم وتنفيذ محطتي التحكم الرئيسية والمساندة.
- 1985: تم إطلاق القمر العربي الأول بواسطة شركة ايريان الأوروبية (8 فبراير 1985).
- 1985: تم إطلاق القمر العربي الثاني بواسطة ماكوك الفضاء الأمريكي (17 يونيو 1985).
- 1985: بدء التشغيل الرسمي لنظام عربسات في (22 أغسطس 1985) وذلك ببدء شعائر الحج والتحكم في الأقمار بواسطة المهندسين والفنيين العرب والإستغناء عن كل الخبرات الأجنبية إعتبار من 1/1/1988م.
- 1990: تم التعاقد مع شركة كومسات الأمريكية لتنفيذ تمديد عمر القمرين العربيين الأول والثاني في المدار.
- 1990: طرح عطاء تصنيع الجيل الثاني.
- 1991: تم التعاقد مع شركة ايريان الأوروبية لإطلاق القمر الثالث.
- 1991: تم التعاقد مع شركة ديتاكوك الألمانية للإشراف ومراقبة تصنيع أقمار الجيل الثاني لعربسات.
- 1992: تم إطلاق القمر العربي الثالث في 26 فبراير 1992.
- 1993: تم التعاقد مع شركة ايروسباسيال الفرنسية لتصنيع أقمار الجيل الثاني (ابريل 1993).

1993: تم شراء القمر الرابع (أ-د) ووضعه في المدار وتشغيله من قبل عربسات في أغسطس 1993م.

1995: تم شراء القمر الرابع البديل (أ-د) وتشغيله ونقل الحركة إليه من القمر الرابع (أ-د) في 26/1/1995م (عبد الله، 2004: محاضرات غير منشورة).

القمر الإصطناعي المصري (نايلسات)

نايل سات هو إسم الشركة المصرية للأقمار الصناعية، تأسست عام 1988م، وهو المسئول عن تشغيل سات نايل سات 101 هو أول قمر صناعي مصري كما أنه أول قمر صناعي مملوك لدولة أفريقية أو عربية. وهو قمر صناعي مخصص لأغراض الإتصالات الفضائية 101 ونايل سات 102 يعمل الساتل (القمر الصناعي) للإتصالات والبث الأرضي، ويحتوي على مجموعة كبيرة من القنوات العربية المجانية والمشفرة (أكثر من 600 قناة). الآن هناك زهاء 512 قناة مرناة (تلفزيون) منهم 101 مشفرة للشبكتين art و showtime و101 قناة إذاعية.

وتعد قنوات النيل المتخصصة في مصر باقة من القنوات في مجالات الأخبار، الدراما، الرياضة، الثقافة، المنوعات، التعليم والبحث العلمي وهي تعد محاولة جادة لتقديم برامج متنوعة بأشكال فنية جديدة تتميز بالإيقاع السريع والمضمون الهادف .

تصنيف القنوات الفضائية العربية بناءً على أنواع الملكية للقنوات الفضائية العربية:

القنوات الفضائية الحكومية (الرسمية):

وهي قنوات تمتلكها الدولة وتديرها وزارات الإعلام في الحكومات العربية. الدولة تمويل هذه القنوات من ميزانيتها بالإضافة إلى مصادر تمويل أخرى كالإعلانات، كما تشرف الدولة على البرامج والمضامين لهذه القنوات.

من هنا نرى أن هذه القنوات تعبر عن سياسة الدولة حيث يحاول النظام من خلالها مخاطبة مواطني الدولة والجمهير العربية عامة والتعبير عن سياسته ومصالحه وموقفه تجاه القضايا الجماهيرية المختلفة. بعض الدول تمتلك قناة فضائية حكومية واحدة وأخرى تمتلك عدة قنوات.

القنوات الفضائية الخاصة:

وهي قنوات تمتلكها وتديرها رؤوس الأموال العربية (رجال أعمال، أصحاب مؤسسات تجارية، شخصيات عامة- سياسية ، دينية). ظاهرة القنوات الخاصة في العالم العربي كان لها دورها في كسر إحتكار الدولة للإعلام مما أدى إلى تنوع كبير في البرامج والمضامين. وتحتل هذه القنوات المراتب الأولى لدى المشاهدين العرب، ومن ميزاتها بشكل عام: مستوى تكنولوجي مرتفع، كوادر بشرية مدربة ومهنية، سرعة التغطية الإخبارية، إرتفاع مستوى حرية الصحافة والتعبير. هذه القنوات تعتمد في تمويلها على رؤوس الأموال والإعلانات.

1-بناءً على أنواع البرامج:

- القنوات العامة: تتميز بتقديم مضامين متنوعة للجمهور كالأخبار، البرامج الثقافية، البرامج الترفيهية، المسلسلات والأفلام وغيرها.
- القنوات المتخصصة: وهي القنوات التي تسعى لمخاطبة جمهور محدد من خلال تقديم مضامين إعلامية مخصصة. وهناك نوعان من القنوات المتخصصة:
- قنوات متخصصة من حيث المضمون: أي قنوات متخصصة من حيث المضامين والمواد التي تقدمها مثل قنوات الأخبار، الأفلام، الرياضة، الموسيقى، المسلسلات.

- قنوات متخصصة من حيث نوعية الجمهور المتلقي: أي القنوات التي توجه مضامينها وموادها لشريحة إجتماعية معينة كقنوات الأطفال أو المرأة.
- مرحلة التخصص هي إحدى سمات التطور والإنفتاح الإعلامي وقد مرت وسائل الإعلام بمراحل مختلفة من ناحية مخاطبتها الجمهور:
 - مرحلة الصفوة (Elite) أي أن وسائل الإعلام تخاطب الأفراد الأكثر تعليماً وثراء.
 - مرحلة الحشد (Mass) أي أن وسائل الإعلام تخاطب جميع القطاعات وشرائح المجتمع.
 - مرحلة التخصص (Specialization) أي أن وسائل الإعلام تخاطب قطاعات إجتماعية خاصة ومحددة لإرضاء إحتياجاتها.
 - مرحلة التفاعل (Interactivity) وهي المرحلة التي يستع فيها الجمهور المتحكم في نوعية المضامين المقدمة عبر القناة وإختيارها بناءً على نوعية البث ، وهناك قسمان للفضائيات العربية :
- القنوات الفضائية المفتوحة: وهي القنوات التي يستطيع الجمهور إستقبالها عن طريق إمتلاك أقمار الإستقبال المباشر وبدون دفع رسوم مقابل المشاهدة. غالبية القنوات الفضائية العربية لإستقبال المباشر تبت إرسالها بشكل مفتوح من أجل التواجد على الساحة الإعلامية وجذب المشاهدين من مختلف المستويات إليها.
- القنوات العربية المشفرة: وهي القنوات التي لا يستطيع الجمهور إستقبالها ومشاهدتها إلا بعد دفع رسوم مقابل المشاهدة، وغالباً يستطيع المشاهد إمتلاك باقة من القنوات التابعة للشبكة وليس ملزماً بإمتلاك جميع قنوات الشبكة .

تصنيف الفضائيات:

يقسم عبدالرحمن عزي في الفصل الخامس من الكتاب "الرأس مال الرمزي الجديد" الفضائيات العربية لثلاثة أقسام من حيث علاقتها بالتنشئة الاجتماعية في المنطقة العربية: الفضائيات الإخبارية ذات الصلة بالمجال السياسي، والترفيهية ذات الصلة بالمجال الثقافي، والدينية ذات الصلة بالمجال الديني.

فأما الفضائيات شبه المستقلة- غير الحكومية - التي تتحرك في المجال الإعلامي السياسي، فيرى الباحث أن ما يميزها هو غياب البيولوجية، أي الرؤية التي تشكل الإنسان وفق منظور ذي أبعاد إجتماعية أو فلسفية أو حضارية، وبذلك نجدها لا تشكل إزعاجاً كبيراً للنظام السياسي في المنطقة العربية، وبخاصة لأن العملية الإخبارية تتحرك بقدر أكبر في دائرة القضايا العربية العامة البعيدة عن الواقع المحلي المعاش.

وأما الفضائيات الترفيهية فيرى أن ما يميزها هو غياب القيمة وتركزها على الخطاب الغريزي- غناء، وطرب، ورقص، ولهو- الذي يستهدف الفئة الشابة في المجتمع، وهو خطاب يتساق مع الخطاب السياسي البعيد عن الأيديولوجية، ويتناغم مع خطاب العولمة الداعي إلى التعديل الثقافي وإبعاد الفئات الناشئة عن التطرف وغيره مما يتعارض معه من الإتجاهات.

وأما الفضائيات الدينية فتقوم- كما يرى الباحث -على الاعتدال وتهدة أو ترويض الفئات الإجتماعية الجديدة التي تكاد تقلت من قبضة المؤسسات التقليدية والرسمية القائمة، وما يميز النص الديني لدى هذه الفضائيات هو خلوها من الحراك الإجتماعي والسياسي، وانه كثيراً ما يتحول إلى نص ذي طبيعة فقهية بحتة، كما في حالة الفتاوي (الحديثي، 2008 : محاضرت غير منشورة).

السمات الرئيسية لتلك القنوات:

تتسم القنوات الفضائية العربية التلفزيونية بعدة سمات منها:

1. إن غالبية القنوات الفضائية التلفزيونية العربية هي قنوات مفتوحة غير مشفرة (ما عدا إستثناءات قليلة).
2. أنها تقوم ببث البرامج المقدمة على القنوات الأرضية مع بعض التعديلات الطفيفة.
3. إن القنوات العربية المشفرة مثل الأوائل وواربت تخضع للملكية الخاصة.
4. إن أغلب القنوات الفضائية بدأت كقنوات عامة ولكن بدأ الإتجاه حالياً يزداد نحو إقامة قنوات متخصصة لجذب جماعات جمهور محددة وكذلك لجذب المعن خاصة القنوات الإخبارية والرياضية وقنوات الأفلام والطفل والقنوات الاقتصادية. وسوف تكون هناك قنوات في كل مجالات الإهتمام المهنية والترفيهية التي يمكن تصورها. ولكن لن تحقق غالبية تلك القنوات النجاح وسيؤدي وجودها إلى تجزئة السوق وإزدياد التجزئة الإجتماعية وسوف تستمر القنوات العامة في العمل ولكن سيكون الوصول لجماعات محددة من الجمهور هو مفتاح النجاح لأغلب القنوات الفضائية.
5. تعتمد جميع القنوات الفضائية العربية على الإعلان لتغطية تكاليفها جزئياً. وقد زاد حجم الإنفاق الإعلاني في الشرق الأوسط في عام 1998 عن 93.1 مليون دولار. وهذا يشكل زيادة بنسبة 21% عن العام السابق. وقد زاد دخل القنوات الفضائية الإقليمية من هذا النمو بنسبة 46 ولكن ما زال التمويل الحكومي ضرورياً لهذه القنوات فغالبية القنوات الفضائية العربية تعاني من خسائر مادية ولا تحقق الربح. وهذا يتفق مع الإتجاه العالمي، فالقنوات الدولية لا تحقق في أغلب الأحوال أرباحاً، ولكنها تستمر على أمل تحقق الأرباح في المستقبل.

6. لا يشعر المتابع للشركات والقنوات الفضائية العربية أن هناك فكراً معيناً تسعى للترويج له، وليس هناك إيديولوجية واضحة عند كل قناة فهناك تماثل شديد فيما تقدمه من مضمون، والبرامج جميعها ستمدة من مصادر محددة هي مصر وسوريا والأردن ولبنان والكويت وكان المفروض أن تنمو مؤسسات الإنتاج في العالم العربي لتواكب الزيادة الضخمة في عدد القنوات الفضائية ولكن هذا لم يتحقق حتى الآن فجميع القنوات تقدم نفس المضمون ومضموناً لا يختلف كثيراً عن المحطات الأجنبية.

7. برزت خلال السنوات الماضية بعض القنوات الإخبارية التي جذبت جماهير عريضة خاصة من المثقفين، وأشبعت إحتياجاً فعلياً لمصدر عربي يقدم الحقائق بسرعة كما يقدم التفسير والتعليق بشكل متوازن. ولقد كان لقناة الجزيرة القطرية فضل الريادة في هذا المجال وقد أثرت على العديد من الدول ودفعتها لإنشاء قنوات إخبارية متخصصة فظرت القناة الإخبارية المصرية وقناة أبو ظبي والعربية نجاحاً كبيراً خاصة خلال الغزو الأمريكي للعراق، في مارس 2003م كما أن قناة الجزيرة كانت مصدراً أساسياً للأخبار قبل غزو القنوات الأمريكية لأفغانستان.

8. أدى ظهور بعض قنوات التلفزيون التجارية الخاصة مثل تلفزيون المستقبل وقناة.. ج اللبنانية إلى ظهور العديد من الخدمات الفضائية التي تقلد النموذج اللبناني الجذاب الذي يعتمد على البرامج الخفيفة والمنوعات، يتفق هذا مع التوجه العام لترك قوى السوق تحدد مضمون البرامج. ويقوم هذا التوجه على سياسة إعطاء الجمهور ما يريد وليس بالضرورة ما يحتاج إليه وذلك لجذبه للمشاهدة، وبالتالي جذب المعن وزيادة الدخل.

9. وقد أدى تحدي القنوات الفضائية لإحتكار الدولة إلى ظهور عدد من القنوات الخاصة من بعض الدول العربية ويشكل خاص مصر التي ظهر بها قناتا المحور ودريم ومزيكا كما ظهرت قنوات خاصة في لبنان، مما يشير إلى إحتمال إزدياد الإتجاه نحو خصخصة الخدمات التلفزيونية والإذاعية. وبالرغم من ذلك لم تقل سيطرة الدولة على الإعلام، فمزالخدمات التلفزيونية الأرضية تعمل بنفس النظام القديم وتتعرض لنفس القيود مما يجعل المواطن ينصرف عنها ويعتمد أكثر على الإعلام الوافد. وبالرغم من هذا فقد أظهرت الدراسات أن المشاهد يفضل الترفيه المقدم بلغته الوطنية والذي يعكس القيمة الثقافية والإجتماعية ولذلك نادراً ما تقدم البرامج المستوردة في وقت إرتفاع المشاهدة في القنوات العربية.

الإدارة والتمويل في القنوات العربية:

تختلف القنوات الفضائية من قناة إلى قناة وهناك قنوات ضخمة وإمكاناتها كبيرة جداً مثل قناة mbc والأوربت و art والجزيرة وهناك قنوات متوسطة الإمكانيات مثل المستقبل والوطن والرأي ودريم وهناك قنوات ضعيفة جداً لذلك تختلف طرق إنشاء القنوات الفضائية حسب الإمكانيات والغايات⁽¹⁾.

أولاً: القنوات القوية:

ملاك القنوات الضخمة يضعون أموالاً ضخمة لإنشاء قنواتهم وغالباً ما تكون فوق 100 مليون ريال حيث يعملون دراسات جدوى قبل إنشائها لتوضح لهم كل التفاصيل وبعد عمل الدراسات وتحديد هوية القناة مثلاً قناة عامة أو رياضية أو

إخبارية أو باقي التخصصات يختارون مقرأ لها يحتوي غالباً على الآتي: مكاتب واستديو إنتاج، استديو ربط على الهواء، مكسرات فيديو، مركز مونتاج فيديو وصوت، كمبيوترات، جرفكس، كاميرات، استديو، كاميرات محمولة للتصوير الخارجي، وورشة ديكور أو يكتفي بالتعاقد مع ورش خارجية وأحياناً تمتلك بعض القنوات سيارة نقل خارجي تسمى obvan لنقل المباريات والحفلات الخارجية. ومن الأجهزة المهمة جداً جهاز الدش الناقل لبث القناة من مقر القناة إلى القمر الصناعي ويسمى uplink ويكون لها مكاتب فرعية ومراسلون، تتعاقد هذه القنوات مع القمرين عربسات والنايلسات وأحياناً تتعاقد مع القمر الأوروبي هوت بيرد فتأخذ حزمة بث بقوة 4 ميغا لتكون صورة البث قوية ونقية، تكاليف هذه القنوات تتراوح بين 100 مليون، و 500 مليون ريال (العبيدي ، محاضرات غير منشورة : 2011).

ثانياً: القنوات المتوسطة

تمتلك مقرأ لها في بلدها يحتوي على استديو صغير وكاميرات ثابتة ومحمولة وكمبيوتر جرافكس وأجهزة مونتاج فيديو وصوت ومكسرات وفيديوهات وأجهزة إضاءة ومايكات غالباً ليس لها مراسلون ولا مكاتب فرعية تتعاقد مع أحد القمرين عربسات أو النيل سات وأحياناً تبث على القمرين سوياً فتأخذ حزمة بقوة بث 2.5 أو 3 ميغا وأحياناً 4 ميغا تكون صورة البث بقوة 2 أو 3 ميغا ليست نقية وصافية تكاليف هذه القنوات تتراوح بين 30 مليون و 80 مليون ريال.

ثالثاً: القنوات الضعيفة:

هي قنوات هدفها الربح المادي بالدرجة الأولى حيث تحاول صرف القليل من المال وجني الكثير منه وغالباً لا يكون لها مقر حيث يديرها مالكوها بالهاتف حيث أنه

يستأجر مكتباً صغيراً في إحدى المدن الإعلامية ويحتوي على الآتي (العبيدي ، محاضرات غير منشورة : 2011):

مكتب داخل حرم المدينة الإعلامية لغايات التحكم والمتابعة مجهز بجهاز كمبيوتر موصول مع خط إنترنت لإستقبال الرسائل القصيرة التي تظهر أسفل الشاشة، وجهاز كمبيوتر للتحكم بظهور الشاشة وإضافة شعار القناة وتغيير شكل الأشرطة أسفل الشاشة وإظهار النصوص المتحركة وغيرها. بالإضافة إلى جهاز MIXER وجهاز PLAY BOX وخط هاتف، وتكون أجهزة بث أشرطة الفيديو (إختيارية) ويترك عملية البث لموظفي مركز الخدمة في المدينة الإعلامية وثلاثة موظفين ومدير بث أما بالنسبة لمدير القناة أو مدير البث فلا يهم كثيراً وجوده هو فقط لتسيير إدارة القناة وتأمين تواصل الإدارة مع إدارة المدينة الإعلامية وتلقي الخطابات والتقارير اليومية منها، أما بالنسبة لمالك القناة فالأمر لا يحتاج إلا مكالمة هاتفية يومية للإطمئنان على سير الأمور بصورة سليمة وهذه المحطة تتعاقد مع أحد القمرين العربيين لأخذ حزمة بث ضعيفة ذات صورة رديئة بقوة بث 1.5 ميغا، تكاليف هذه القنوات تتراوح بين 1.5 مليون و 3 ملايين ريال.

هناك ثلاث مدن إعلامية عربية في مصر ودبي والإمارات تستخرج للمستثمر كافة التصاريح اللازمة لبث قناة فضائية وتوفر مكاتب صغيرة ومجهزة بأجهزة البث اللازمة مع موظفين لإدارة القناة نيابة عن مالكيها حيث يتصل بهم مالك القناة بالهاتف وهم ينفذون رغباته الترددات الموجودة على الأقمار... مثل المدن الإعلامية العربية مثل الأردنية والإماراتية (مدينة دبي الإعلامية) وهناك أيضاً واحدة في مصر وأيضاً مركز بث في لبنان وتونس وشركة نور سات في البحرين وغيرها... بحيث تقوم هذه الشركات بأخذ باقة واحدة أو مجموعة باقات ومن ثم

تأجيرها للقنوات الصغيرة مقابل مبلغ معين يختلف من شركة لأخرى(العبيدي ، محاضرات غير منشورة : 2011).

المستجدات على مستوى البث الفضائي العربي:

من المستجدات التي في ساحة القنوات العربية هي رقمنة التبادلات التلفزيونية على القناة المستأجرة وعلى القناة الإقليمية لعربسات، حيث يستخدم إتحاد الإذاعات العربية في مجال التبادلات التلفزيونية الرقمية وتقوم بتوفير ست قنوات تلفزيونية رقمية، منها أربع على الحزمة C-BAND، واثنان على الحزمة KU-BAND على نفس الساتل عربسات (2ب). وخطط الإتحاد لإستخدام تقنيات جديدة (نظام DVB- 2S) إعتباراً من بداية عام 2007م مما مكنه من زيادة عدد قنواته لتصبح 10 بدلاً عن 6 قنوات بإستخدام نفس السعة الساتلية المستأجرة من عربسات .

ونجد أن العرب وهم يشاهدون تسارع تطور مجال التقنيات الرقمية في المجال السمعي البصري وعلى الأخص في مجال إستخدام تقنيات إندماج الوسائط التي تعتمد إستخدام بروتوكول الأنترنت (IP Technology) ومساهمته في التطور في توفير تقنيات جديدة في مجال التبادل الإذاعي والتلفزيوني والوسائط المتعددة رأوا ضرورة الإتجاه في طريقه، خاصة وأن من أبرز مزاياه هو(العبيدي ، محاضرات غير منشورة : 2011):

- إنخفاض كلفة المحطات الثابتة والمتحركة وصغر حجمها.
- سهولة التعامل مع هذه التقنيات بسبب بساطة تصميمها وموائمتها للحاجة الفعلية للمستخدمين.
- سهولة إدارتها وتشغيلها.
- نظام مؤمن ومحكم.
- لإضافة خدمات جديدة أساسية ومساعدة وبكلفة مقبولة.

- تحسين الجودة التقنية للإشارة المرئية والصوتية.

- استخدام تقنيات وأنظمة جديدة بمميزات تقنية وإقتصادية متعددة

ومن أجل الإستفادة القصوى من هذه التطورات والمعطيات في مجال التبادل التلفزيوني والإذاعي في المنطقة العربية، استكملت اللجنة الهندسية واللجان الدائمة الأخرى بالإتحاد الدراسات الضرورية التي أفضت إلى أن يتولى إتحاد إذاعات الدول العربية إنشاء نظام إتصال جديد متعدد الوسائط والخدمات عبر الساتل -MENOS (ASBU Multimedia Exchange Network Over Satellite) .

ونسبة لما تؤديه هذه القنوات من خدمات جلية وتوفير للمعلومات في المجالات كافة في ظل هذا التطور المتسارع وبالأخص فيما يتعلق بمجريات الأحداث (الأخبار) مثار إهتمام الباحث فإن الباحث يلقي الضور في الفصل الثالث على مقارنة بين وسيلة عربية وأجنبية لكيفية تناولها وتغطيتها للأحداث في منطقة الشرق الأوسط إلى جانب إستعراض السياسة التحريرية المستخدمة لكل منهما إضافة إلى توضيح المنطلقات التي تركزان عليها لصياغة الخبر ومن ثم بثه..

• تقريب اللهجات العربية المختلفة للجماهير العربية وتعزيز اللغة العربية الفصحى .
واقع القنوات الفضائية في العالم العربي (المنتدى الإعلامي العربي ، دبي ،
2009):

تشير الإحصائيات، إلى أن عدد القنوات الفضائية العربية وتصنيفها كالاتي:
عدد الهيئات العربية التي تبث قنوات فضائية أو تعيد بث قنوات فضائية على شبكاتها تبلغ حوالي 250 هيئة منها:

- 24 هيئة حكومية.

- 226 هيئة خاصة.

- وتبث هذه الهيئات على شبكاتها حوالي 520 قناة متعددة الغايات والأهداف واللغات منها:

حوالي 130 قناة ذات البرمجة المتنوعة أو ما يسمى عادة بالقنوات الجامعة.

حوالي 390 قناة متخصصة في الأصناف التالية:

واقع القنوات الفضائية في العالم العربي

القطاع الخاص	القطاع الحكومي	العدد التقريبي	أصناف القنوات
90	41	131	جامعة (ذات برمجة متنوعة)
117	2	119	موسيقى / منوعات
55	3	58	سينما / دراما / مسلسلات
40	11	51	رياضة
24	1	25	تجارية / اقتصادية / تسوق
23	3	26	أخبار
20	1	21	أطفال
13	10	23	ثقافية / تعليمية
12	0	12	وثائقية
11	0	11	تفاعلية / interactive
10	3	13	دينية
3	1	4	سياحية

وتعتمد جل هذه القنوات على نظام البث المفتوح ويكون بث بعض القنوات مشفراً عندما يكون ضمن باقة من القنوات.

التغطية الجغرافية:

- يغطي بث هذه القنوات أساساً المنطقة العربية.
- ويغطي جزء كبير من هذه القنوات مناطق شاسعة من أوروبا.
- بينما أرتفع عدد القنوات التي تغطي أمريكا وأستراليا ونيوزيلندا وأفريقيا وأمريكا الجنوبية وأجزاء من آسيا.
- تبث جل هذه القنوات برامجها على قمري عربسات والنايلسات.
- في حين تبث باقي القنوات برامجها على أقمار:

- EUTELSAT, EUTELSAT II F ,NOORSA, EURO BIRD7,NSS 806NSS , 701 705 , 703INTELSAT , HOTBIRD2ASIASAT 5 TELESATAR 3, OPTUS C1HISPASAT 4.3.2 ,PANAM SAT PAS ORIONECHOSTAR 35, ASIASAT , TIACO.

وارتفع هذا العدد حتى بلغ عدد القنوات الفضائية العربية 696 قناة متنوعة نهاية العام 2009م، حيث تشكل القنوات الغنائية ما نسبته حوالي 23% لتحتل الصدارة بين القنوات العربية المتخصصة.

وقال المدير العام لإتحاد إذاعات الدول العربية صلاح الدين معاوية، خلال مؤتمر صحفي عقده بتونس لعرض نتائج التقرير السنوي للجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية، إن البث الإعلامي الفضائي العربي شهد خلال العام الماضي تطوراً نوعياً وكمياً، حيث تزايد عدد الفضائيات بوتيرة متسارعة.

وأبان التقرير أن عدد الهيئات العربية التي تبث أو تعيد بث قنواتها الفضائية على شبكتها، خلال العام الماضي بلغ نحو 398 هيئة، منها 26 هيئة حكومية، و 372 هيئة خاصة، وتستعمل لذلك 17 قمراً صناعياً منها "عربسات" و "نايلسات" و"نورسات"، بالإضافة إلى الباقية العربية الموحدة، وتشتمل الشبكات الحكومية على 97 قناة، ومنها 49 جامعة و48 متخصصة، أي نسبة زيادة 28% عن تقرير 2008/2007، بينما تضم شبكات الخاضعة 599 قناة، منها 161 قناة جامعة و 438 قناة متخصصة، أي بنسبة زيادة 40%(العبيدي ، 2011 : محاضرات غير منشورة).

وتصدر القنوات التي تهتم بالموسيقى والمنوعات بأعلى نسبة من مجموع القنوات الفضائية المتخصصة في البث الفضائي العربي، إذ بلغ عددها 115 قناة، أي بنسبة 23.4%، ويستأثر قطاع الدراما من سينما ومسلسلات بعدد مرتفع من القنوات الفضائية، أي بنسبة 13.8%، فيما وصل عدد القنوات الرياضية إلى 56 قناة من مجموع القنوات المتخصصة، أي بنسبة 11.4%. فيما بلغ عدد القنوات الفضائية الإخبارية 34 قناة أي بنسبة 7%، في حين بلغ عدد القنوات الدينية والعقدية 39 قناة، أي بنسبة 8% وتتركز بين 4 هيئات خاصة من عمالقة البث الفضائي العربي، هي "شبكة راديو وتلفزيون العرب" (88 قناة)، شبكة "شو تايم" (48 قناة) ، شبكة "أوربت" (33 قناة)، وشركة "المجد" للبث الفضائي (13 قناة).

وتستخدم القنوات الفضائية العربية لغات عدة منها العربية، بنسبة 74% (515 قناة)، والإنجليزية بنسبة 20% (142 قناة)، والفرنسية بنسبة 2% والهندية (14 قناة)، والأمازيغية (4 قنوات)، والإسبانية (3 قنوات)، والعبرية (قناتان)، والفارسية (قناتان)، والأوردو (قناة واحدة)، والماليزية (قناة واحدة).

وعزا صلاح الدين معاوية أسباب إرتفاع القنوات إلى عاملين أساسيين هما أولاً فتح المجال والتسهيلات التي توفرت في العالم العربي لبث القنوات الفضائية، وخاصة على مستوى المدن الإعلامية الحرة، وثانياً توجه رجال الأعمال العرب إلى الإستثمار في الإعلام.

وأضاف أن المنطقة العربية باتت تستقبل أيضاً العديد من القنوات الفضائية الأجنبية الناطقة باللغة العربية والموجهة خصيصاً للمشاهد العربي منها قناة (الصين) و (بي بي سي) العربية والإيطالية والألمانية والروسية، وغيرها من القنوات الأخرى، مما يعكس الأهمية الإستراتيجية للمنطقة العربية (العبيدي ، محاضرات غير منشورة : 2011).

لغة البث:

تبث معظم هذه القنوات برامجها باللغة العربية (حوالي 70%) في حين تبث بعض القنوات برامجها كلياً باللغتين الإنجليزية والفرنسية وبعض اللغات الأخرى (كالإسبانية والهندية والفارسية).

وتعتمد بعض القنوات الأخرى على بث جزء من برامجها باللغات الأجنبية إضافة إلى اللغة العربية.

ونجد أن القناة الفضائية المصرية كانت أول قناة فضائية تبث برامجها في العالم العربي، وقد بدأت إرسالها في ديسمبر هام 1990م على قمر عربسات خلال حرب الخليج الثانية. وقد تلاها مباشرة تلفزيون الشرق الأوسط في 18 سبتمبر عام 1991م، وكام بيت إرساله من لندن ويخضع للملكية السعودية وقد أدى وجود هاتين القناتين إلى توالي ظهور القنوات الفضائية العربية. وكان غالبها يخضع للسيطرة الحكومية ويعيد بث برامج المحطات الأرضية. وقد ظهرت قناتا دبي والكويت في أكتوبر عام 1992م وقناة أبوظبي في نوفمبر عام 1992م، والقناة التونسية، والقناة

الأردنية في يناير 1993م، وقناتا المملكة المغربية وسلطنة عمان في نوفمبر عام 1993م، ثم توّلى ظهور القنوات فلم تعد هناك دولة عربية لا تبث قناة فضائية، وبعض الدول تبث أكثر من قناة، فحالياً تبث جمهورية مصر العربية أكثر من ثلاثين قناة فضائية متخصصة، ودولة الإمارات تبث العديد من القنوات من الإمارات المختلفة، كما أن لبنان تبث العدي من القنوات من أهمها قناتا المستقبل والـ بي بي سي.

القنوات العربية المشفرة:

هناك شبكتان عربيتان لهما طابع إقليمي تبثان برامجهما إلى العالم العربي وتتعتمدان في تمويلهما على الإستراكات في الإعلان وهما تخضعان للتمويل السعودي الخاص وهما شبكتا الأوائل و أوربت. وإلى جانب هاتين الشبكتين ويملك إتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري 40% من أسهمها والبقية يملكها مستثمرون أجانب وبعض البنوك المصرية وسنتحدث باختصار هنا عن تلك الشبكات.

شبكة الأوائل:

بدأت شبكة الأوائل (راديو وتلفزيون العرب سابقاً إرسالها في أكتوبر عام 1993م من روما بأربع خدمات متخصصة، زاد عددها تدريجياً وضمت إليها قنوات تلفزيونية أخرى حتى وصل عددها حالياً إلى 37 قناة تلفزيونية متخصصة. ولم تهتم شبكة الأوائل منذ البداية بتقديم مضمون إخباري ولكنها إهتمت أكثر بالقنوات الترفيهية والرياضية، وتستخدم حالياً أربع لغات هي العربية والإنجليزية والهندية والفرنسية. وتسعى الشبكة لتغطية تكاليفها عن طريق الإستراكات والإعلان، ولكنها تعاني من مشكلات مالية كبيرة.

شبكة أوربت:

بدأت شبكة أوربت الفضائية بثها في 25 مايو عام 1994م باستخدام البث الرقمي. وتملكها مجموعة الموارد السعودية، وهي مجموعة تحت إدارة الأمير خالد بن عبدالله. وتقدم هذه الشبكة خدمات متخصصة تتسم بالتنوع ويتم إستقبال قنواتها من خلال نظام تشفير خاص للمشاركين في الدول العربية. وبالإضافة إلى ما تقدمه شبكة أوربت من برامج باللغة الإنجليزية، تبث برامج ترفيهية باللغة العربية وتقدم شبكة أوربت أيضاً برامج مختارة من شبكة ستار كم فس، وهي جزء من خدمة ستار للتلفزيون الموجهة للشرق الأوسط. وهي توفر أساساً برامج أمريكية تهدف للوصول إلى المواطنين الغربيين الذين يعملون في دول الخليج، وأيضاً لرجال الأعمال السعوديين، وفي عام 1998م كانت شبكة أوربت تصل إلى ما يزيد على 180 ألف مشترك منها العديد من الفنادق. وتقدم حالياً شبكة أوربت 37 قناة تلفزيونية متخصصة و 24 قناة إذاعية.

تأثير القنوات الفضائية

الاتصال هو نوع من التفاعل الذي يتم عن طريق الرموز، وقد تكون هذه الرموز حركية أو مصورة أو تشكيلية أو منطوق، أو أيه رموز أخرى تعمل كمثير لسلوك لا يثيره الرمز ذاته ما لم تتوافر ظروف خاصة لدي الشخص المستجيب له.

ويشمل الاتصال كل أشكال التعبير التي تخدم أغراض التفاهم المتبادل. أي الغاية الأساسية للمرء هي تعديل العلاقة الأصلية بين كيانه وبين البيئة التي يجد فيها نفسه. وعلي وجه التحديد يستهدف المرء أساساً تقليل احتمال تحوله إلي مجرد هدف تصوب إليه القوي الخارجية. فغاية المرء الأساسية من الاتصال هي أن يصبح عاملاً في الآخرين وفي بيئته المادية وفي نفسه عاملاً حاسماً يحسب له

حساب. و خلاصة القول أننا نتصل بالآخرين للتأثير فيهم عن عمد (ماكبرايد و اخرون ، 1978 : 575) .

العلاقة بين التلفزيون والمجتمع كانت دائماً مثار جدل، ولكن في السنوات الأخيرة أصبحت في موقف أقوى وأفضل، حيث صار التلفزيون الوسيلة الاتصالية الأولى، وذلك لاشتماله علي خصائص متفردة، فهو الإذاعة الإعلامية بمعناها الواسع، بما فيها الدعائية Propaganda broadcasting التي تغري الناس بشراء البضائع والسلع والأخبار، وتخبر الناس بما يجري حولهم من أحداث ذات تأثير مباشر، بالإضافة إلي أن للتلفزيون تأثيراً مباشراً كما أن له تأثير علي المشاهدين أقوى من الكلمة المنطوقة أو المكتوبة(شمو، 2014 : 23) . و لديه كفاءة عالية وقدره علي ممارسة ضغوط هائلة وتأثير علي المشاهدين الذين يجلسون أمام شاشات التلفزيون الساعات الطويلة، وهذا لتأثير يمكن أن يكون إيجابياً أو سلبياً ويتوقف ذلك علي من يملك ويدير التلفزيون و أي مصلحة يعبر عنها ولمن؟

ولذلك نجد أن بعض الحكومات في أقطار عديدة، وبعد اقتناعها بقدرة التلفزيون علي التأثير علي المجتمع وإحداث التغيير الذي تنشده قد أبدت بعض التحفظ والتردد خصوصاً بعد التطور الهائل في بث الرسالة الإعلامية عبر التلفزيون إلي المنازل مستفيدين من الأقمار الصناعية، وهذا التخوف والقلق لم يكن قاصراً علي دول العالم الثالث فحسب، وغنما طال دول العالم الأول أيضاً.

فالتلفزيون بفضل الأقمار الإصطناعية والبث المباشر، يعتبر جهازاً مؤثراً وقوياً، وذلك لاستخدامه أقوى الحواس عند الإنسان، التي تمكنه من الإلمام بكل أبعاد الرسالة شكلاً وبعداً ولوناً وصوتاً، ولقد استطاع التلفزيون أن ينمو وفي وقت

وجيز، بمعدل لم تسبقه إليه أي وسيلة من وسائل الاتصال الدولية الأخرى، وذلك بفضل نقله للأحداث في أي زمان ومكان في الكرة الأرضية.

لقد اكتسب التلفزيون شهرة اتصالية أكثر من بقية وسائل الاتصال الأخرى، وأصبح تأثيره علي المشاهد كبيراً لعدة اعتبارات كقلة التكلفة والبساطة وصغر الحجم وسرعة نقل المعلومات. وقوة تأثيره الواقعي علي الملثقي لرسالته بالصورة والصوت والحركة(عبد الرحمن ، 2005 : 36) .

أن التعرض للمضامين التي تقدمها القنوات الفضائية، يمكن أن ينتج عنه تأثيرات ايجابية ومقبولة، ومرغوب فيها من جانب المجتمع، وتكون لها فائدة بطريقة أو بأخرى علي الأفراد أو الجماعات عامة، وذلك تبعاً لطبيعة المضمون الذي يتم التعرض له، وقد يكون تأثير المضمون الايجابي أقوى من تأثير المضمون السلبي، لان السلوك الايجابي أكثر، اتساقاً مع المعايير الاجتماعية القائمة. ومن التأثيرات الايجابية ما يلي (مصطفي ، 2007 : 68) .

1. تأثيرات الترفيه: أن الناس يستخدمون القنوات الفضائية بطرق ذات قيمة نفسية، لإدارة حالتهم المزاجية وينتقون المضمون الاتصالي الذي يثيرهم، عندما يشعرون بالملل، و يهئهم عندما يشعرون بالضغوط النفسية و التوتر.

2. تأثير التعليم من خلال الترفيه : يتم تضمين المعلومات بشأن القضايا الاجتماعية داخل المادة الإعلامية ذات المضمون الايجابي، أو المتسق معي القيم الاجتماعية، وتكون عادة في الدراما و المسلسلات و تستخدم في بعض الدول كعامل مساعد في حدوث التغير الاجتماعي الايجابي، وتوجد بصورة كبيرة في بعض دول آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية.

3. تعدد القنوات الفضائية العربية أدى إلى المنافسة وتطور العمل الإعلامي وتنوع المضامين أمام المشاهد العربي.

4. القنوات الفضائية الإخبارية أدت إلى كسر هيمنة القنوات الغربية في مجال الأخبار ووفرت للجمهور العربي تغطية أحداث وأخبار بمستوى رفيع من ناحية التقنيات والمضامين، وأصبحت أحد المصادر الأساسية للأخبار على المستوى الإقليمي والعالمي.

5. التخصص في القنوات والتزايد المستمر في عدد القنوات المتخصصة أدى لتوسيع مجال الإختيار أمام المشاهد العربي وإلى تلبية إحتياجاته المتنوعة. فبالإضافة للقنوات المتخصصة في مجالات الأفلام، المسلسلات، الأخبار، القنوات الفذغنائية، الدينية، التعليمية وغيرها بادرت القنوات الفضائية العربية بدخول مجالات جديدة كالسياحة العربية، الطهي، الشعر العربي، الصقور وغيرها من التخصصات الخاصة بالواقع العربي.

6. تطور تكنولوجيا الأقمار الصناعية والهوائيات أدى إلى إنخفاض أسعار الهوائيات مما يزيد حجم الجمهور المتلقي للقنوات ويقلل من إعتاد الجماهير العربية على الإعلام الحكومي.

7. إرتفاع مستوى أداء القنوات الفضائية الخاصة لما تتمتع به من مستوى أوسع للحريات حيث تطرح وتناقش هذه القنوات العديد من الموضوعات التي كانت محرمة للنقاش في ظل الإعلام الحكومي ولذا نرى أن القنوات الفضائية الخاصة تحتل مراتب المشاهدة الأولى عند المشاهد العربي.

8. تحقيق مبدأ التعددية بعد زمن طويل سيطرت فيه الرقابة على الآراء المطروحة وذلك من خلال الإعلام الحكومي الرسمي. الفضائيات العربية حدثت من قدرة الأنظمة العربية في السيطرة على مصادر المعلومات وحجب

المعلومات عن المواطنفأصبح للمواطن العربي الحرية في إختيار القناة والمعلومات.

9. البث الفضائي أدى إلى إقامة وتطوير مدن الإنتاج الإعلامي العربية الثلاث في القاهرة ودبي وعمان. وهذه المدن توفر تكنولوجيا متطورة جودة خدمة وتسهيلات مما جذب مئات القنوات الفضائية العربية للبث منها وبعضها انتقل لهذه المدن الإعلامية بعد أن بدأ البث خارج الوطن العربي كشبكة MBC التي انتقلت من لندن إلى دبي وشبكة ART التي انتقلت من روما إلى عمان.

10. ربط الجاليات العربية في الخارج بالأوطان العربية كذلك ربط عرب إسرائيل بالعالم العربي من خلال اللغة والموسيقى وتغطية أخبارنا على شاشات القنوات الفضائية خاصة الإخبارية منها.

11. تقريب اللهجات العربية المختلفة للجماهير العربية وتعزيز اللغة العربية الفصحى

للبيث المباشر أثر عقدي وأثر ثقافي مثل تعرض الفرد للبيث الفضائي لساعات طويلة تطرح هذه القضايا خيارات عديدة من القنوات الفضائية ترسل ثقافات متعددة مما يؤثر علي ثقافة الفرد وسلوكه.

وكذلك للبيث الفضائي أثر سياسي يمكن تسميته (الاستعمار الإلكتروني). حيث يسأهم بأفلامه و مسلسلاته و برامجه في تحقيق أهداف القوى السياسية و الاستعمارية.

أن أخطر ما يحمله هذا البيث المباشر تفتيت المجتمعات، وتقليل أهميه وسائل الإعلام المحلية ودورها.

وكذلك للبت الفضائي المباشر أثر أمني لأن السيادة الإعلامية جزء لا يتجزأ من سيادة الدولة فوق أراضيها، وهذا الأثر الأمني يظهر في عدة صور منها:

1. الارتباط بالمخابرات الأجنبية.

2. الاضطرابات

3. الحرية.

أما الأثر الأخلاقي حيث يعمل هذا البث علي تفجير الغرائز. و البحث عن السبل غير الشرعية لتصريفها مما يؤدي إلي شيوع الرذيلة وسهولة ارتكابها.

أما الآثار الاجتماعية فيقول إبراهيم أمام:

أن الخطر يكمن في محاولات بث الاغتراب بين الشباب وهي روح تنم علي اليأس ورفض الثقافه الإسلامية و الشعور بفقدان الذات و محو الهوية أو تذويبها (النشال ، 1994 : 210).

يقوم التلفزيون ببناء الاتجاهات عن طريق البرامج الثقافية و الترويجية، عند الأسرة تغيير كذلك العادات الشرائية، فبرامج التلفزيون كثيرا ما تؤدي إلي انطباعات متباينة عن اتجاهات الجمهور علاقتهم، وكذلك علي الأخلاقيات والقيم وأنواع السلوك. وتعمل القنوات الفضائية علي توعية الجمهور بواجبات السياسية ومشاركته فيها.

أما عن أثر القنوات الفضائية علي المشاهدين أو المساعدة علي الانحراف فقد اتضح أن المشاهد المنحرف توجد لديه ميول انحرافية أو مشاكل في حياته تقوم مشاهد العنف أو المشاهد الإباحية بتدعيم تلك السلوكيات الموجودة أصلاً.

كما أن القنوات الفضائية لا تؤثر في حياة و سلوك الفرد لوحدها وإنما هنالك عوامل أخرى يكون تأثيرها تراكميا كما ناستمر لمدة طويلة علي المشاهد (اسماعيل ، 2006 : 177) .

ومما سبق يتضح أن تأثير القنوات الفضائية علي المشاهد تتداخل معه عوامل أخرى تؤثر علي الجماهير، كما أن القنوات الفضائية تدعم الاتجاهات الموجودة أصلاً أكثر من أن تغيرها أو تحولها. وهذا التأثير يختلف باختلاف طبيعة التعرض المباشر وحجمه.

إن للبت الفضائي تأثيراً كبيراً علي المشاهدين ويعمل علي تنمية شخصيتهم وتكوين آرائهم و توجيه سلوكهم تجاه القضايا المطروحة. حيث أثبتت الدراسات أن البث التلفزيوني يؤثر علي سلوك المشاهد نتيجة لتعريضه لبرامج الرعب و العنف.

كما تؤثر القنوات الفضائية علي المجتمع بعدة نواحي منها(عطوان ، 2009 :93):

1. الترفيه و التسلية: ارتبط في ذهن الناس أن القنوات الفضائية وسيلة للترفيه و التسلية ولا شك أن التلفزيون يهتم الكبار و الصغار علي حد سواء.
2. التنقيف: يري البعض أن القنوات الفضائية تحد من التنقيف لأنها تتنافس النشاطات الثقافية الأخرى كالقراءة و السينما و الصحف.

مما سبق يمكن القول أن القنوات الفضائية هي جزء مهم من الحياة الثقافية مما يعني حتمية الربط بين السياسة الثقافية و السياسة الإعلامية .

للقنوات الفضائية تأثير كبير علي المتلقي لرسالتها تكمن في سرعة نقل الأحداث من موقعها وتغطيتها بالدقة و السرعة المطلوبة. وسرعة الوصول إلي موقع الحدث والتعرف عليه بالصوت و الصورة أو كليهما معا مما يعزز قناعة الفرد بأهمية الخبر ومصداقيته.

تعدد القنوات الفضائية الموجودة يعطي الفرصة للفرد لاختيار القناة و الإذاعة التي يرغب في متابعتها الاستماع إليها والاستمتاع بها (الدلمي ، 2004 : 53).

هنالك عدة قطاعات تتحكم في تدفق الرسالة الإعلامية في الفضائيات مثل الأحزاب السياسية ومجالس الشعب وقادة الرأي السياسي من مؤثرون علي رأي الشعب في قضية ما أو موضوع ما. وكذلك الشركات الكبيرة يكون لها تأثير علي المتلقي للرسالة الإعلامية وذلك عن طريق إنطاقها علي الإعلانات التجارية في القنوات الفضائية مما تؤثر عليها (عطوان ، 2009 : 159).

للبث المباشر عبر القنوات الفضائية آثار سلبية و أخرى موجبة. من عدة جوانب و من هذه الآثار الموجبة التي جاءت نتيجة لانتشار الفضائيات، و التي تحوي العديد من هذه البرامج الثقافية و التعليمية والدينية التي تلعب دوراً هاماً في تثقيف الفرد و المجتمع من أهم الجوانب الايجابية في البث المباشر ما يلي(البيب ، 1997 : 15) :

1. تجديد الثقافة الوطنية الراكدة في بعض الأحيان ونشر التسامح الثقافي بين الأمم والشعوب.

2. تطوير وسائل الاتصال المحلية وبالاخص التلفزيونات الحكومية حيث تفرض عليها المنافسة مع القنوات العالمية.

3. اختفاء السيادة الإعلامية التي كانت تتمسك بها بعض الدول. الأمر الذي يتضمن مزيداً من الدعوة إلي التحرير والإطلاق.

4. بروز مدن البث والانتاج الإعلامي ، والتي تمكن المستثمر من الفضائي من الدخول الي أثير الفضاء بفضل ما توفره من تسهيلات ، والاتفاع مستوي جودة الخدمة وتدني اسعار التشغيل في تلك المدن .

5. تحقيق نوع من من الترابط الفكري والحضاري بين الشعوب مع بعضها البعض ، حيث اصبحوا أكثر قربا وفهما لبعضهم البعض .
وترى الباحثة أن الفضائيات جعلت العالم في غرفة واحدة ، فهي تفتت المشاهد وربطته بالعالم الخارجي ، هذا بالإضافة للاستفادة من البرامج المقدمة ، وبكثرة عددها وفرت له خيار التنقل هنا وهناك حسب الرغبة.

وإذا كان المناصرين للبث المباشر قد عددوا مزاياه فإن المناهضين والمعتدلين يرون أن لهذا البث آثار سلبية يمكن ذكر بعضها في الآتي التالي (احمد ، 2008 : 95) .

1. تحمل هذه القنوات العديد من الرسائل الدعائية السياسية والتي من الممكن أن تؤثر علي أمن واستقرار الدول التي تستقبلها.

2. التأثير علي قيم وثقافة الشعوب التي تستقبل هذه القنوات، وذلك من خلال عرض القيم الغربية علي أساس إنها الأصل الواجب تقليده لكي تنعم الشعوب بالراحة والاستقرار.

3. نقل الأنماط الاستهلاكية في العالم للدول النامية مما يحط من نفسية المواطن في هذه الدول وذلك عندما يقارن واقعه بما ينعم به المستهلكين في الدول الأخرى.

وبصورة أكثر تحديداً يمكن تناول الآثار السلبية للبث الفضائي علي النحو التالي

الآثار الاجتماعية:

تؤدي وسائل الإعلام الغربية دوراً خطيراً في التأثير الاجتماعي علي أفراد المجتمع مستقلة في ذلك سيطرتها علي إقرار البث التلفزيوني المباشر. قمع انتشار القنوات الفضائية التي يمكن استقبالها . وازدياد المنافسة فيما بينها في بث وترويج برامج ترفيهية تحمل بين طياتها مضامين هابطة. وقعت المجتمعات تحت تأثير الثقافات الوافدة بعاداتها وتقاليدها وأعرافها وقيمها بكافة جوانبها الاجتماعية.

1) مشكلات العلاقات الاجتماعية:

اعتقد الناس في الأيام الأولى لدخول التلفزيون حياتهم ونتيجة لما تنشره في تلك الفترة من حقائق وأحاديث دينية أنه عامل مهم في توثيق الروابط الاجتماعية ولكن بمرور الوقت أصبح التلفزيون لا يساعد علي تقوية الأواصر الأسرية، حيث ترتب علي بعض المشاهد ضعف التفاعل بين أعضاء الأسرة. فنتيجة لقيام كل فرد بالمشاهدة كما لو كان منفصلاً عن الآخر. وقد زادت المشكلات الاجتماعية بين أفراد الأسرة الواحدة. حيث يحدث صراع بين الأبناء بعضهم البعض ومنافسته علي أن البرامج التي يمكن أن يشاهدها. وكثيراً ما يحدث اختلاف بينهم.

2) الآثار الاقتصادية:

تسعي الدول المتقدمة من خلال بثها للمضامين والبرامج الإعلامية التي تقدمها القنوات الفضائية في التأثير علي المستهلك وتغيير أنماطه الاستهلاكية التي تتعارض مع سلوكه أنماطه الاستهلاكية في المجتمع الغربي.

ومن هذه الآثار الاقتصادية السلبية علي المجتمع المتلقي للرسالة إعلامية ما يلي:

1. تشغل الدول المتقدمة والشركات المتعددة الجنسيات وكذلك الشركات الإعلامية عبر شاشاتها علي أن المنتج المستورد من الدول المتقدمة علي أنه عالي الجودة وذلك علي حساب المنتج المحلي.
2. تسعى الدول المتقدمة إلي تحقيق أهدافها الاستعمارية وفرض سيادتها الاقتصادية علي الدول النامية وذلك عن طريق ما تبثه من إعلانات وبرامج وافدة من خلال أقمار البث التلفزيوني المباشر والتي تسهم في نشر الثقافة الاستهلاكية في كثير من الدول والتركيز علي الاستهلاك كهدف في حد ذاته وربطه بأسلوب الحياة. وبالتالي بأن الإعلان يلعب دوراً هاماً في تعميق التنشئة الاستهلاكية لدي الأفراد في الدول النامية حتى يتعودوا علي أنماط استهلاكية ترفيهية تختلف عن الأنماط الاستهلاكية التي يدعو لها مجتمعهم.

الآثار التعليمية:

علي الرغم من الأهمية التي يلعبها التلفزيون في العملية التعليمية إلا أنه توجد بعض السلبيات التي تصاحب العملية في التلفزيون ومنها:

1. إضعاف مستوي التعليم لدي أفراد الأمة.
2. شيوخ الخمول والكسل وعدم الجدية نظراً للإغراء التلفزيوني أثناء وقت الدراسة.
3. أن فيض المعلومات التي تقدمها القنوات الفضائية تعطل القدرات التأملية الخلاقة لدي الأطفال.

الآثار العقائدية والفكرية:

نتيجة للغزو الثقافي والعقائدي الذي تتعرض له الدول في ظل نظام البث المباشر. و تحكم الدول المتقدمة في انحراف الدول النامية بفكرها الزائف التي تستهدف إفساد وحضارة ومجتمع ومفاهيم الدول النامية في مجال التربية والنفس والعقائد ومن أخطر ما يتوقع أن يجلبه البث الفضائي المباشر علي العقائد ما يلي : (احمد ، 2008 : 96)

1. إضعاف عقيدة الولاء والبر والحب والبغض في الله وذلك باستمرار مشاهد من الحياة الغربية وإبراز ذلك بشتى الطرق.
 2. إظهار بلاد الغرب بأنها بلاد الحرية والديمقراطية والعدالة وذلك ما لا يتاح للفرد في الدول الأخرى.
 3. استخدام أشكال الدراما الأجنبية والتهريج في الدعوة المخالفة للإسلام عبر البث المباشر.
- (3) الآثار السياسية:

استخدمت الدول الكبرى أساليب أخرى للتأثير علي المجتمع عن طريق البث المباشر وذلك لتستمر في استعمارها وسيطرتها علي الشعوب والعقول. و تتعدد الآثار السياسية السلبية للبث المباشر، والتي لا تقتصر علي زيادة معرفة الفرد ببلد المصدر الإعلامي أكثر مما يعرف عن بلده ووطنه وما قد يترتب عليه من اغتراب وضعف الانتماء. بل أن البث المباشر له آثاره الخطيرة في مجال التشكيك السياسي، وتشويه المعلومات والأخبار التي يمكن الاعتماد عليها في اتخاذ القرارات. هذا بالإضافة إلي التبعية السياسية للدول المسيطرة علي وسائل الدعاية السياسية (احمد ، 2008 : 151).

أما في رأي الباحثة فإن بعض القنوات الفضائية تسيرتقديم بتقديم البرامج حسب
رغبة الجمهور وليست حسب حاجته لها ، لذلك لابد لها تضع حوجة الجمهور
للبرامج التوعوية والتعليمية والتنثيفية في قائمة أولوياتها ، ومن ثم تقديمها بطريقة
جاذبة ومشوقة حتي تضمن متابعتها من قبل الجمهور وبالتالي تعم الفائدة .

المبحث الثالث

الخبر التلفزيوني

المفهوم والخصائص والمميزات

للخبر مفاهيم عدة إلا أنها تصب في معني واحد ، حيث عرف الخبر بأنه سرد موقوت لأحداث وآراء وأمور من اي نوع ، تؤثر في القرار وتثير إهتمام الجمهور ، أو يعرف بأنه يشمل جميع أوجه النشاط الجاري التي تثير إهتمام أكبر عدد ممكن من المتلقين أو كل ما هو مجهول وأصبح معلوماً (الهيئي ، 2007 : 21) .

الخبر في المجتمعات الليبرالية يرتكز علي عنصر الإثارة وهو تعبير موضوعي عن الفلسفة الليبرالية التي سادت الحياة السياسية والإجتماعية في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية ، وهو رد فعل طبيعي لدور الفرد في الفلسفة الليبرالية وأعتبره خير حكم علي الأفعال التي تعود عليه بالنفع ، أما مفهوم الخبر في ضوء نظرية المسؤولية الإجتماعية فيرتبط بشكل اساسي بمدى تأثيره ، في حين أن الأخبار كانت تعني الدول ذات الفكر الإشتراكي الباقي منها الآن (الصين وكوريا وكوبا).

كانت تعني عملية التقاط المعلومات الإجتماعية وتفتيحها ونشرها لخدمة المجتمع (خالد ، 2005 : 24) .

أما المفهوم العربي للخبر ، فيرى دكتور فاروق أبو زيد أنه كان يعني الكلام الذي يحتمل الصدق والكذب ، وهذا هو التعريف السلفي للخبر وهو التعريف الضال له ، لأن الخبر يجب ألا يحتمل إلا الصواب وإلا لفقد مكانته كخبر ولكن مع التطور الكبير الذي شهدته الأخبار التلفزيونية في العالم العربي وقدرة

بعض قنواته في منافسة كبريات الشبكات الإخبارية الغربية في نقل الخبر يجعل العربي يختلف ويتواءم مع التغيرات العالمية التي تشهدها الميديا ، بصفة عامة ، ويمكن ان يعرف الخبر بأنه تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء ، وهي تثير إهتمامهم بقدر ما تساهم في تنمية المجتمع وترقيته (أبو زيد ، 1998 : 49-66-83).

المفهوم الماركسي للخبر :

الخبر في المفهوم الماركسي هو : " النوع الرئيسي في الإعلام الصحفي والاساس المكون للصحافة وهو الذي يقوم بنقل معلومات معينة بشكل ملتزم حول وقائع ملموسة أو يعكس أحداثا معينة بأسلوب مكثف وبأسرع طريقة ممكنة " . أما والالتزام فهو الخاصة التي تميز الخبر في الصحافة الاشتراكية ، والخبر في المفهوم الماركسي يقوم علي اربعة ضوابط هي :

- 1-الأهمية الواقعية للحدث من اجل المجتمع بأكمله .
- 2-ايجاد نسبة بين مضمون الاخبار وبين احتياجات المجتمع وهي ما تسمى بالمتطلبات الإعلامية .
- 3-مراعاة الجدل برصد العلاقات المتغيرة بين الخاص والعام في الخبر .
- 4-ايجاد نسبة صحيحة بين الاخبار الواردة من المحافظات والاقاليم وبين الاخبار الواردة من العواصم .(ابو زيد ، 2000 : 25-26) .

مفهوم الخبر في الدول النامية :

لابد من الاعتراف بأن العالم النامي لم يستطع حتي اليوم ان يصيغ مفهوما متاكملا للخبر يتلاءم مع واقعه ويلبي احتياجاته .. وان كان هذا لاينفي وجود محاولات لصياغة هذا المفهوم ظهرت ارهاصاتها في بعض المؤلفات الحديثة التي نشرت في عدد من الدول النامية ، ويجب ان يقوم مفهوم الخبر في العالم النامي علي الاسس التالية :

أولا : انه مفهوم لايرفض الاثارة في الخبر .. ولكن يعطي للثارة معني مختلفا عما هو موجود في ظل المفهوم الليبرالي للخبر .

ثانيا : ان الخبر ليس وصفا لحادث ما وانما هو تقرير عن هذا الحدث يتضمن الحدث نفسه مع الوعي المسبق بأهمية هذا الحدث لجمهور القراء من ناحية وأهميته بالنسبة لتنمية المجتمع وترقيته من ناحية .

ثالثا : لابد أن يتحلي الخبر بصفة الصدق أو الصحة أو الدقة والموضوعية ، اضافة الي عنصر الاثارة او الجدة او الفائدة ، لذلك يعرف الخبر في البلاد النامية بأنه : " تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء وهي تثير اهتمامهم بقدر ما تسأهم في تنمية المجتمع وترقيته " . (ابو زيد ، 2000 : 27-28) .

هناك متغيرات تؤثر في صياغة ومضمون أي تعريف للخبر ، اذ ان تعريف الخبر يختلف من فرد الي فرد ، ومن مجتمع الي مجتمع ومن فترة زمنية الي اخري ، ومن وسيلة اتصال الي وسيلة اتصال اخري . اصف الي ذلك الاختلاف في اسس تعريف الخبر ، فهناك من يركز علي المدلول اللغوي ، ومن يركز علي

المدلول العلمي التطبيقي ، وهناك من يركز علي قيم اخبارية يراها اشد أهمية دون غيرها ، كل هذا الاختلاف بين الذين حاولوا تعريف الخبر ادي الي تعدد واختلاف تعريفاتهم له . (معوض وعبد العزيز ، 2000 : 8-9).

تعريف الخبر :

إذا كان الاتصال هو المفهوم الأسبق فيما يتعلق بالإطار النظري لفنون أو علوم الإعلام كما ورد سابقاً فإن النمط الاتصالي التكاملي للفرد والمجتمع يقوم على الأخبار وذلك على اعتبار أن أي عملية اتصالية تستلزم وجود عنصر الأخبار بوصفه الأساس أو الغرض من إجراء أية عمليات اتصالية .

وقد اجتمع الإعلاميون على وضع تعريفات للخبر وإدراجه ضمن منهج علمي وأكاديمي بهدف البحث والدراسة وللتأكيد على أهمية ما يقوم به الخبر وانعكاساته على جوانب الحياة الاجتماعية والسياسية بشكل عام وتأثيره الكبير .

لذا كان لابد من رصد بعض من هذه التعريفات والتي تجاوزت المائة من أجل إلقاء مزيد من الضوء على تعريفات الخبر والتي اتفقت في معظمها حول المضمون ، ومنها على سبيل المثال لا الحصر :

1. "الأخبار هي التاريخ في حالة سرعة" .
2. "الأخبار هي كل شيء لم تعلم به الأمس" .
3. "كل ما يهم الجماهير العريضة من الناس ويلفت نظرهم" .
4. "بعض أوجه النشاط الإنساني التي تهم الرأي العام وتوجهه وترشده وتسليه وتعلمه" .

5. "كل ما يخرج عن محيط الحياة العادية والمألوفة ويكون مدار حديث العامة والخاصة".
6. "الخبر هو شيء يحدث ويهتم به الناس".
7. "الخبر هو الاستطلاع الدقيق للأحداث الإنسانية والكشوف والآراء التي تهتم الناس وتؤثر فيهم".
8. "الخبر هو كل ما يحدث وكل ما توحى به الأحداث وكل ما ينجم عنها".
9. "الخبر هو الوقائع الأساسية التي تتعلق بأي حدث أو مناسبة أو فكرة تستحوذ على اهتمام الناس وتؤثر على الحياة وعلى السعادة البشرية".
10. "هو معلومات جديدة للأحداث الجارية".
11. "الخبر يتكون من التفاصيل ، والشيء غير العادي في النواحي المألوفة يبرز غالباً في الأخبار".
12. "كل ما تلوكه الناس ، وكلما أثار الخبر مزيداً من التعليقات زاد أهميته".
13. "الخبر هو كل ما يحدث من أمور ، وكل ما توحى به الأحداث وكل ما يترتب على مثل تلك الأحداث".
14. "الأخبار هي أغلب الأحوال حقيقة ما يجري".
15. " إنها تقرير عن الأفكار المستمرة والحوادث وألوان الصراع التي يهتم بها الناس".

التعريفات السابقة على اختلاف صياغتها إلا أنها تتفق في أن الخبر عبارة عن حدث أو معلومة جديدة لم تكن معروفة لدى المتلقي وأن يتصف بشيء من الطرافة وهذا ما ذهب إليه أقدم تعريف للخبر والذي قدمه اللورد نورث كليف ونشره عام 1865م حيث قال : " إن الخبر هو الإشارة والخروج عن المؤلف فعندما يعرض الكلب رجلاً فليس هذا بخبر ولكن عندما يعرض الرجل كلباً فهذا هو الخبر "

أقترح محمود أدهم تعريفاً جديداً يهدف من خلاله للوصول إلى أبرز جوانب الاتفاق والاختلاف بين هذه التعريفات وبين أصحابها من نظريين وتطبيقيين والذي أورده في كتابه "فن الخبر" المتضمن للمائة تعريف السابق ذكرها .

أما التعريف المقترح من قبله فهو : "الخبر وصف موضوعي دقيق تطلع به الصحيفة أو المجلة قراءها في لغة سهلة وواضحة وعبارات قصيرة على الوقائع والتفاصيل والأسباب والنتائج المتاحة والمتابعة لحدث حالي أو رأي أو موقف جديد أو متجدد لأفت للنظر أو فكرة أو قضية أو نشاط هام وقعت غالباً أو مستمرة في الوقوع أو تأكد إنها ستقع جميعها بمجتمعهم وأفراده وما فيه أو بالمجتمعات الأخرى كما تسهم في توعيتهم وتنقيفهم وتسليتهم وتحقق الربح المادي لها" .

وتعرف الباحثة الخبر بأنه : هو حدث جديد مثير للإهتمام ويستحق الوقوف عنده والبحث فيما وراءه ومتابعة حيثياته والتنبؤ بما يحدث بعد حدوثه ، وقد يكون هذا الحدث طريف او مخيف او عادي او غير عادي ،وقد يكون خبرا مهما محليا او اقليميا او عالميا او حتي شخصيا .

ووصولاً للأنماط الإعلامية الحالية التي باتت تشكل أهمية قصوى وضرورة ملحة لربط العالم بعضه ببعض وهو ما عرف لاحقاً بالقرية الإلكترونية الصغيرة لعل هذا ما يفسر ما تكهن به الكتاب في تفسير كلمة (News) أخبار وقولهم بأنها في الأصل ترجع إلى أن كل حرف منها يمثل اتجاهاً من الاتجاهات الأربعة :

N تعني الحرف الأول من كلمة الشمال North

E تعني الحرف الأول من كلمة الشرق East

W تعني الحرف الأول من كلمة الغرب West

S تعني الحرف الأول من كلمة الجنوب South

وهو تفسير شامل للخبر من حيث المصطلح والمعنى كما أنه يخدم جيداً طبيعة وعمل الوسائل الإعلامية المختلفة من صحافة ورايو وتلفزيون غير أنه لا يلغي ما سبق من تعريفات بقدر ما يجعلها تحت دائرة الضوء ويدعم أفكارها .

عناصر الخبر

في كثير من الكتب المنهجية التي تدرس في المعاهد والجامعات في العالم تباينت عناصر أو شروط الخبر فقد ذكر الألماني كاسبر ستيلر في عام 1695م العناصر التالية في كثير من الكتب:

1- الجدة والطرافة.

2- قرب المكان.

3- التأثير.

4- الأهمية.

5- السلبية.

ومن أكثر الدراسات التي تناولت عناصر الخبر جدلاً هو ما ذهب إليه كالتونك وماري روج في الدراسة التي نشرت في كتاب (صناعة الأخبار) لمؤلفيه كوهين وبونك .. وهذان الباحثان النرويجيان يريان أن هناك احتمالاً أكبر لنشر الأحداث إذا كانت تلبي أياً أو بعضاً أو عدة معايير من المعايير الآتية :-

1. نسبة الحدث: وهي تتعلق بالوقت الذي يستغرقه وقوع الحدث بشكل يتناسب مع وقت الوسيلة الإخبارية فحدث اغتيال مثلاً أكثر جدارة صحفية من تقدم بطئ لأحد بلدان العالم الثالث.

2. الضخامة: كلما كان الحدث أكبر كان افضل وكلما كان دراماتيكيًا كلما زادت قوة تأثيره وتحقيقه لما يسمى بانديفاع الجمهور.

3. الوضوح: كلما كانت الأحداث واضحة ومحددة كلما سهل على الجمهور ملاحظتها وسهل على المراسلين التعامل معها.

4. الإلفة: وهذه الخاصية الخبرية تتعلق بالجماعة وبالقرب الثقافي وبما يتناغم مع الجمهور المتلقي فالأشياء القريبة منا تعيننا أكثر من سواها.

5. التماثل: هذا يعني درجة التقاء الأحداث مع توقعات الجمهور وتنبؤاته.

6. الدهشة المفاجئة: لا بد أن يكون الحدث مفاجئاً وغير متوقع أو نادراً ليكون الخبر جيداً.

7. الاستمرارية: وهذه الخاصية تفترض أن يكون الخبر جديداً ليقع في عناوين الصحف ونشرات الأنباء وأن تستمر جدارته الصحفية حتى عندما تتضاءل ضخامته.

8. التشكيل/التركيب: إن الحاجة في تحقيق التوازن في نشر الأخبار تجعل المحرر أو الناشر يطرح بعض العناصر المتناقضة، مثل نشره بعض الأخبار المحلية إذا كانت غالبية الأخبار المنشورة في الصحيفة هي أخبار خارجية أو أن تنشر بعض الأخبار الحقيقية والمشوقة إذا كانت نسبة الأخبار التي تبعث على التساؤم عالية .

وفي كتابه المشهور (الرأي العام) الذي صدر عام 1922م ذكر وولتر ليبمان

العناصر التالية :-

(أ) وضوح الحدث.

(ب) الغرابة والدهشة.

(ت) القرب الجغرافي.

(ث) التأثير الشخصي.

(ج) الصراع.

وقد سرد الباحثون العناصر الأساسية المعتمدة في صحافة العالم الثالث والتي تؤكد على التنمية الاقتصادية والثقافة الوطنية وإبراز صورة مشرقة عن العام الثالث وهي (واي لان ، 1988 : 5) :-

1. التنمية.

2. المسؤولية الاجتماعية.

3. التكامل الوطني.

4. التنقيف.

5. قرب المكان.

6. الاهتمام الشخصي.

وتتجلى هذه العناصر في طريقة عرض الأخبار في صحافة العالم الثالث حيث يتم إبراز الأخبار الايجابية وإنشاء المشاريع والمصانع وحملات التطعيم ضد الأوبئة ومحو الأمية ونشاطات زعماء هذه الدول .. كما يتم حجب أخبار العنف والجريمة والفساد والفضائح والسياسات الخاطئة.

ومن الناحية العملية فهناك عناصر أساسية تدخل في تشكيل بنية الخبر وتتكامل داخل هيكله العام بشكل متجانس يعطي خبراً وهي:-

1- أن يكون الخبر حقيقياً، أي وقع فعلاً:

وبهذا يجب أن تكون المعلومات والوقائع والأسماء والأمكنة والتواريخ والأشخاص أو المؤسسات التي يتناولها الخبر دقيقة بأقصى ما يمكن وأن أي خلل في إيراد الواقعة الإخبارية من حيث دقتها يزلزل الخبر أساساً وينسف الثقة لدى الشخص المتلقي بالجهة التي أوردت الخبر.

2- أن يكون مثيراً أو يهّم أكبر عدد ممكن من الناس:

وهذا يعني أن الخبر لا يعطي الوقائع أو الحقائق جامدة أو بلغة روتينية بل أنه يهتم بالملاحم المشوقة بخصوص الوقائع التي ينطوي عليها .. ولكي تهّم الأخبار أكبر عدد ممكن من الناس يفترض أن تعبر بالدرجة الأولى عن مصالحهم أو أفكارهم أو عواطفهم. وعليه يجب أن تكون الأخبار واقعية تتضمن حقائق ملموسة صلبة قاطعة لكي تكسب اهتمام الناس.

3- أن تكون لغته بسيطة وموجزة لكنها متينة البناء:

إن هذه الميزة ضرورية للأخبار بما يجعلها قريبة إلى مدارك الناس وعقولهم. وعلى العموم فإن الصحفيين يكتبون بلغة يفهمها خريج الدراسة المتوسطة كمعدل.

4- الجودة أو الحدّثة:

إن عنصر الجودة أساسي للغاية في الأخبار فهي - أي الأخبار ثقلها وأهميتها في الأغلب عندما تكون قديمة. وتمثل الجودة في الأخبار عنصر استقطاب اهتمام الشخص المتلقي (قارئ ، مستمع ، مشاهد).

وفي جو تنافسي بين الصحافة في الداخل او مع الصحافة العربية والأجنبية يكون عنصر الجودة ذا أهمية قصوى لكسب التنافس، فالشخص المتلقي يهمل طبعاً الصحيفة أو الاذاعة أو القناة التي تقدم له أخباراً معروفة ، ويكون أكثر حرصاً علي متابعة المحطة التي تهتم بعنصر الحداثة كما تري الباحثة.

مصادر الخبر:

يقصد بمصدر الخبر الصحفي الإشارة إلى الأداة التي تحصل من خلالها الوكالة أو الصحيفة أو القناة أو أي مؤسسة اعلامية على الخبر الصحفي. وهذا المصدر قد يكون شخصاً مثل كبار الشخصيات الرسمية أو الشعبية والاجتماعية أو كبار الشخصيات الأجنبية التي تزور البلاد وغير ذلك من المصادر الحية وقد يكون هذا المصدر جهة مثل وكالات الأنباء والإذاعات المحلية والأجنبية والصحف المحلية والأجنبية والإعلانات والنشرات الرسمية والشعبية والوزارات والهيئات والمؤسسات العامة والخاصة وغير ذلك من المصادر.

لهذا فيمكن إجمال مصادر الأخبار فيما يلي :-

أولاً: المندوب الصحفي:

يعتبر المندوب الصحفي من أهم المصادر الإخبارية التي تميز وكالة أو صحيفة بما يحقق لها من النجاح والسبق الصحفي ويتوقف على جهوده وقدرته على العمل ما يحققه في هذا المجال.

فتميز وكالة ما عن وكالة أخرى يعتمد على جهود وثقافة وذكاء وامكانية مندوبيها ومحرريها وكذلك بالنسبة لأية جريدة عند تمييزها عن جريدة أخرى فيها نفس المادة الصحفية ونفس المعلومات لكن تتميز بطريقة عمل مندوبيها ومحرريها

وصياغتهم للخبر والأخبار الفريدة التي استطاع أن يحصل عليها وينفرد بها في جريدته.

وقوة النفوذ ترجع إلى نشاط المندوب الصحفي ومهارته في اكتساب صداقة الناس. وهنا تدخل العلاقات وأهميتها في تحديد علاقات المندوب اضافة إلى ذكائه ومقدرته على تحمل مشاق العمل الصحفي. ويتوقف حصوله على الأخبار على ما لديه من حاسة صحفية ورؤية صحيحة للأحداث المهمة. ومن هنا نجد ان نجاح صحيفة دون غيرها إنما يتوقف على فاعلية مندوبيها في مناطق عملهم.

وهناك صفات لا بد من توفرها في المندوب الصحفي حتي يرتقي بالمؤسسة التي ينتمي لها وهي (موقع مركز الرائد للتدريب والتطوير الإعلامي) :-

1. النظر والسمع الجيد.
2. تدوين الملاحظات.
3. ايجاد المعلومات.
4. إثارة الاسئلة.
5. تدقيق المعلومات وتحديدھا.
6. تحليل وتفسير المعلومات.
7. أن يكون سريع الحركة قادراً على ان ينتقل إلى أماكن الأحداث في وقت وقوعها في أسرع وقت.
8. أن يكون قوي الملاحظة سريع البديهة يلتقط بإذنه وعينه ما لا يستطيع الإنسان العادي أن يلاحظه.
9. أن يكون لديه موهبة الأسلوب .

وتري الباحثة لابد للمندوب الصحفي ان يتمتع بعلاقات واسعة ، وبالضرورة أن يكون مثقفا وبالاخص يجب يكون مطلعاً علي ثقافة المنطقة التي يعمل فيها، وعلي ابرز سماتها ورموزها المختلفة ، هذا فضلا عن الالمام بسياسة المؤسسة التي يعمل فيها ، والسياسة في مفهومها الاشمل هي الموقف من قضية أو قضايا معينة .

ثانياً: وكالات الأنباء:

تعمل وكالات الأنباء من خلال شبكة واسعة من المندوبين والمراسلين المنتشرين في جميع أنحاء العالم وهي بذلك توفر للصحف كمية كبيرة من الأخبار العالمية ما كانت تستطيع أي صحيفة الحصول عليها بوسائلها الذاتية(مور ، 1983 : 32) .

لأنه لا توجد صحيفة في العالم مهما بلغت قوة امكانياتها تستطيع ان تغطي جميع مناطق العالم بالمراسلين.

من أشهر وكالات الأنباء العالمية (اليونايته برس) و (اسيوشينته برس) الأمريكيتان ووكالة الصحافة الفرنسية (روبيرتز).. وقد ظهرت بعد الحرب العالمية الثانية العديد من وكالات الأنباء الوطنية بحيث يكاد يكون لكل دولة وكالة أنباء وطنية.

ثالثاً: الإذاعات المحلية والأجنبية:

تعتبر الإذاعات المحلية والأجنبية مصدراً مهماً من مصادر الأنباء وخاصة في تلك الدول التي تخضع فيها الإذاعة لإشراف الحكومة وسيطرتها حيث تعبر الإذاعة عن الاتجاهات الرسمية للدولة.

ولأهمية الإذاعات الأجنبية كمصدر للأخبار قامت الوكالات والصحف الكبرى بإنشاء قسم للاستماع يضم أجهزة استقبال إذاعية وأجهزة تسجيل دقيقة جداً وعن طريقها يتم استقبال وتسجيل ما تذيعه جميع محطات الإذاعة في العالم.

رابعاً: الصحف المحلية والأجنبية:

في أحيان كثيرة تنفرد بعض الصحف أو المجلات المحلية أو الأجنبية بنشر خبر مهم أو وثيقة خطيرة قد تنقلها الصحف الأخرى أو تتوسع فيها وتضيف إليها من مصادرها الخاصة أو انفرادها بإجراء عدد من الأحاديث الصحفية مع الزعماء المحليين أو الأجانب. وقد يحوي الحديث تصريحات مهمة ترى بعض الصحف الأخرى نقلها عنها.

خامساً: النشرات:

للعديد من الوزارات والمصالح الحكومية والشعبية والهيئات الدولية والسفارات والمكاتب الثقافية والصحفية والمحلية والأجنبية نشرات خاصة تصدر دورية أو بشكل غير منتظم تضمنها أخبار الجهة التي تصدر عنها هذه النشرات قد تكون في بعض الحالات مصدراً للعديد من الأخبار الصحفية المهمة.

سادساً: المؤتمر الصحفي:

المؤتمر الصحفي مصدر للأخبار التي تدلى بها إحدى الشخصيات في حضور أكثر من صحفي لشرح سياسة جديدة أو قوانين أو مناقشة قضية تهم الرأي العام.

والمؤتمرات الصحفية يعقدها كبار المسؤولين أو الوزراء أو الزعماء حين تكون هناك حاجة عاجلة لشرح سياسة معينة أمام أكبر عدد من الصحفيين لكي تصل حقائق الموضوع إلى نسبة كبيرة من الرأي العام الذي تخاطبه الصحف التي

يمثلونها .. كذلك فإن الحاجة إلى عقد المؤتمر الصحفي تكون في حالة صعوبة قيام المسئول بمقابلة كل صحفي على حدة وهذا يحدث كثيراً أثناء زيارات الملوك أو الرؤساء أو كبار الشخصيات السياسية لبعض البلاد الأجنبية حيث لا تمكنهم فترة الزيارة القصيرة من مقابلة كل الصحفيين الذين يطلبون تحديد مواعيد لاجراء أحاديث صحفية لجرائدهم، عندئذ يكون المؤتمر الصحفي هو الحل البديل.

سابعاً: الوزارات والهيئات الرسمية والشعبية:

هناك العديد من الأخبار التي تحصل عليها الصحف تأتي من الوزارات والهيئات الرسمية والشعبية ومن الشركات والمؤسسات العامة والخاصة ومن أقسام الشرطة والمحاكم والنقابات العمالية والمهنية والمستشفيات واستوديوهات الإذاعة والتلفزيون والسينما والمسرح والفنادق والملاهي والمطارات ووسائل النقل.

ثامناً: مصادر أخرى:

تري الباحثة ان المصادر التي سبق ذكرها هي ليست وحدها المصادر الإخبارية فهناك مصادر للأخبار تختلف وتتنوع حسب طبيعة كل صحيفة وتخصصها ولونها السياسي وسياستها التحريرية بالإضافة للمصادر التالية.

(أ) أصدقاء وزملاء ومعاونو الشخصيات البارزة في المجتمع.

(ب) الحفلات والمهرجانات واللجان الرسمية والشعبية.

(ت) المجالات المتخصصة.

(ث) الإعلانات.

(ج) رسائل القراء.

(ح) الإشاعات والأخبار غير المؤكدة.

(خ) المواطن الصحفي

(د) وسائل التواصل الاجتماعي

الصدفة فإن كثيراً من الأخبار المهمة قد يقع عليها الصحفي في حياته اليومية دون أن يكون قد خطط للحصول عليها .

وبالإضافة الي المصادر السابقة تقول الباحثة مع التطور التكنولوجي تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا لا يستهان به فهي تمتاز بالسرعة في ايصالها للأخبار ، كما يعتبر المواطن الصحفي مصدرا أساسيا للخبر فهو غالبا ما يكون شاهد عيان لحدث ما ، وخصوصا في مناطق النزاعات والحروب التي يصعب علي المندوب الصحفي الوصول اليها إما بسبب بعد المسافة أو الحذر والخوف من المخاطرة او قد تكون سياسة الدولة مكان الحدث تمنع الإعلاميين من تغطية بعض الاخبار .

أنواع الأخبار:-

بالنظر لتعدد العملية الإخبارية وتعدد جهات النظر إلى مفهوم الخبر في ضوء المعطيات العصرية الجديدة وما أفرزته صناعة الأخبار التي تمر بمرحلة حاسمة من التطور، فقد تدارس علماء الصحافة وكتاب الأخبار والباحثون الإعلاميون واقع الخبر في ظل المنافسة الصحفية والتحول الثقافي والاقتصادي والسياسي الذي يشهده العالم اليوم. وعقدت عدة حلقات دراسية وندوات علمية في الولايات المتحدة وأوروبا وبعض دول العالم الثالث قدمت فيها دراسات ألفت شيئا من الضوء الجديد على مفهوم الخبر وصناعته.

وخلص الباحثون إلى طرح أربعة نماذج للأخبار ذات ملامح وخصائص مميزة وتجسد نظرة حرفية متطورة للعملية الإخبارية وطرائق اعداد الأخبار لتكون صالحة للاستعمال من قبل وسائل الإعلام الإخبارية المختلفة.. وكل نموذج من هذه النماذج يكشف عن القوى المؤثرة في صناعة الخبر، ولكل واحد من هذه النماذج تأثيره ووقعه الخاص في غرف الأخبار لا بل حتى عند جمهورها.

1-نموذج المرأة:

يذهب أنصار هذا النموذج إلى أن الخبر يعكس كمرآة واقعاً معيناً بل عليه أن يؤدي هذه المهمة.

فالصحفيون والمراسلون يراقبون ويتأملون في العالم الذي حولهم ويروون ما يشاهدونه بدقة وموضوعية قدر الإمكان مثلما تكون المرأة صادقة في عكس الصورة التي تقف أمامها.

أنصار هذا النموذج يدافعون عن وجهة نظرهم بالقول "نحن لا نصنع الخبر بل ننقله فقط (كتاب ، 1984 :7) .

ومعنى هذا أن القائمين بالأخبار ما هم إلا قناة معلوماتية ينتجها غيرهم وهم يعكسون أي شئ يقع عليه نظرهم وليس لهم أن يقوموا بصياغة بأي شكل من الأشكال والواقع أن هذا النموذج للخبر تتميز به وسائل الإعلام السكسونية أو الناطقة بالانجليزية التي تعتمد الموضوعية في التغطيات الإخبارية وتقول بأن الصحفي يصف الحدث ولا يفسره ولا يشارك فيه.

2-النموذج الحرفي:

أصحاب هذا الاتجاه من دارسي الاخبار ينظرون إلى صناعة الاخبار على انها محاولة يقوم بها محترفون ماهرون يقومون بتوليف الأخبار التي يتم اختيارها حسب أهميتها واجتذابها لجمهور وسائل الإعلام. ولأسباب

اقتصادية، فإن التوجه نحو الجمهور له الاعتبار الأول.. وهذا ما يجعل الجمهور الفيصل الأول في اختيار الموضوع او الموضوعات التي تحظى بالنشر، وهذا معناه أن جمهور وسائل الإعلام هم حراس البوابة فما يقبلونه يرى النور وما يرفضونه يهمل أو يموت.

ومن المعروف ان الصحفيين المحترفين تمرسوا في كيفية مخاطبة الجمهور وتلبية طلباته واجتذاب اهتمامه.. والصحفي المحترف يقاوم الكثير من الضغوط الداخلية والخارجية التي تسعى إلى اخراج الخبر أو الموضوع بالشكل الذي يزيده خدمة لمصالحها وأهدافها ولكن ذلك يجافي الأعراف الصحفية والتقاليد الراسخة في غرف الأخبار.. الصحفي المحترف يرى الخبر بضاعة متطورة خاضعة للمنافسة فضلاً عن كونه خدمة اجتماعية المستفيد الأول منها هو الجمهور.

إن أخلاقيات المهنة وتقاليد الصحافة العالية ومبادئ الاحتراف تعمل عملها في ذهن كاتب الخبر المحترف وهو يحول الأحداث إلى اخبار لها بناؤها وصياغتها ولها جمهورها الذي يتلطف لتلقيها.

3- النموذج المؤسسي:

يقوم هذا النموذج على نظرية المؤسسة وتقاليدها وتعليماتها وطرائق تعاملها مع الأحداث والأخبار .. ويرى أنصار هذا النموذج الإخباري أن اختيار الموضوع يبرز من خلال الضغوط التي تخضع لها أهدافها الإخبارية ولها أهميتها الخاصة والتي تظهر من خلال الضغوط النابعة عن العملية الفنية لإنتاج الأخبار واعتبارات الكلفة نحو تحقيق الربح وتطبيق الأنظمة القانونية. ويبرز الأثر المؤسسي في الخبر من خلال الدليل الاسلوبي الذي تعتمده كل مؤسسه إخبارية أو صحفية واسعة الانتشار.

ويتضمن هذا الدليل الذي يسمى احياناً كتاب اليد تعليمات لغوية واسلوبية وطرائق معتمدة في التعامل مع الأحداث على اختلاف أنواعها وتقاليدها الوسيلة الإخبارية في اعداد الأخبار وتوزيعها.

هناك بعض الصحف التي تعتمد الدليل الاسلوبي كوكالة أنباء اسوشيتد برس (AP) والذي ترك أثراً واضحاً في أسلوب كتابة الخبر، وقد توالفت طباعته منذ الستينات وانتشر استخدامه في وسائل الإعلام المختلفة.

إن شيوع استخدام الدليل الاسلوبي إنه يدل على حرص المؤسسة الإخبارية والصحيفة على التمييز واتقان صنعها الإخبارية ومراعاة قواعد الكتابة والمعايير الاسلوبية. وهذا المسعى في حد ذاته مؤشر على أن كتابة الأخبار أصبحت صناعة متقنة ودقيقة ولها خصائصها المميزة.

النموذج السياسي:

يرى اتباع هذا النموذج من الأخبار ان الخبر في أي مكان هو نتاج الميول الايديولوجية للقائم بالأخبار فضلاً عن ضغوط البيئة السياسية التي تعمل في ظلها المؤسسة الإخبارية.

فحين يكون المحيط السياسي ديمقراطياً راسمالياً ذا توجهات تتعلق بالرعاية الاجتماعية فإن هذه القاعدة الأيديولوجية تلقي بظلالها على النظرة إلى العالم بشكل مناسب في تضاعف كل موضوع فعلي او متخيل.. فأنصار النظام القائم مثلاً يصورون على أنهم اشخاص أخيار أما خصومهم فهم سيئون، وتقوم وسائل الإعلام بمتابعة الشخصيات ذات الشأن وكذلك المؤسسات الكبرى. أما الخارجون عن النظام أو ذو المواقع الدنيا فيتم أهملهم عموماً.

ويتضح هذا النموذج في الأخبار التي تنشرها وسائل الإعلام في الدول الاشتراكية حيث يكون هدف الخبر هو تشكيل الرأي العام وفق مبادئ الاشتراكية، وفي هذه الدول تكون مهمة الصحفي مساعدة الدولة أو الحزب الحاكم في تنفيذ السياسات التي تخدم الاشتراكية وتساعد في تنفيذ الثورة.

والواقع أن النماذج الإخبارية الأربعة تجسد في نظرتها المختلفة تعقد العملية الإخبارية وتشابك العوامل المؤثرة في إعداد الخبر وتوزيعه في صيغته النهائية.. كما تصور كذلك النظرات المتباينة للخبر كبضاعة معروضة في السوق وكنوع من الخدمة الاجتماعية تقوم بها وسائل الإعلام. وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على أن فن كتابة الخبر على درجة عالية من الدقة والمسؤولية وتقتضي مهارات وخبرات كبيرة قادرة على استيعاب ابعاد العملية الإخبارية والعوامل المؤثرة فيها.

أنواع عناوين الخبر:

تتم صياغة عناوين الخبر بعدة طرق حسب نوع الخبر (ابو زيد ، 1985 : 34) :

- العنوان المختصر: يقدم موجزاً لوقائع الخبر.
 - عنوان الكلام المقتبس: يقوم على اختيار المحرر احدى الجمل أو العبارات المهمة التي تتردد على لسان صانه الخبر.
 - العنوان الوصفي: الذي يؤكد فيه المحرر على وصف بعض جوانب الأهمية في الخبر ويعتبر إجابة على أداة استفهام.
 - عنوان التساؤل: الذي يقوم على طرح أبرز ما في الخبر على شكل سؤال.
 - العنوان المقارن: الذي يعتمد على عنصر المقارنة بين حقيقتين أو أكثر من الحقائق المتضمنة في صلب الخبر.
 - العنوان المفسر: الذي يقدم تفصيلات الخبر كتلك الخاصة بالجراءات.
 - العنوان الساخر أو الطريف: الذي يثير اهتمام القراء وتلعب الطرافة دوراً واضحاً فيه.
 - العنوان الذي يقدم في كلمة واحدة أو جملة واحدة: ويأخذ شكل سطر واحد أو عدة اسطر متساوية في بدايتها ونهايتها .
- وفي ظن الباحثة ان عنوان الخبر لا بد ان يكون جذاباً ومعبراً عن الخبر بحيث يجعل المتلقي حريصاً علي متابعة الخبر .

التقرير الإخباري

يعتبر التقرير الإخباري أحد الأشكال الإذاعية المهمة في مجال العمل المسموع والمرئي. فإن التقارير الإخبارية تهتم بما وراء الخبر ، وتقدم تفاصيل لا

يتسع لها الوقت المخصص للنشرات الإخبارية ، وفي التقرير الإخباري اختلاف عن الخبر من حيث التحرير ، حيث ان المحرر أو معد التقرير يتدخل بشخصيته في اثناء صياغة التقرير . ولا يعني هذا الامعان في التحليل او العمل علي تغيير الاحداث بل ان المعد من الممكن ان يستنتج وان يربط بين الاحداث بمفرداته الاذاعية الخاصة المعبرة عن فحوي الاحداث دون ان يبتعد عن تفاصيلها او حقيقتها ودون ان يخرج تحليله العارض عن اساس المعلومات المعطيات المتوفرة لديه .

وغالبا ما يأتي التقرير الإخباري في نشرة اخبارية او برنامج اخباري لالقاء الضوء علي حدث ما . ويتطلب هذا التقرير من قارئه أداء سريعا وعليه ان يكتف الزمن المستغرق في تقديمه .

وينبغي أن يكون عنوان التقرير معبر وموجز وواضح ويبين طبيعة التقرير وجوهره الفكرة الرئيسية فيه ، ولا بد من معرفة الهدف من التقرير وحدوده ثم التوصل الي نتائج وقناعات معينة بعد الاستنتاج والتحليل ويوصي فيه غالبا بمراعاة الخلفية العلمية للشخص الذي سيوجه اليه التقرير ، كما يجب جمع المعلومات بدقة وموضوعية .(العياري ، 2012 : محاضرات غير منشورة) .

وتنقسم التقارير إلي عدة أنواع رئيسية علي النحو التالي :

- التقرير الوصفي:

وهو تقرير إخباري صوتي من مكان الحدث يؤكد علي وجود المندوب في موقع الحدث ،حيث يتضمن التقرير رؤية ذاتية للمراسل الإذاعي وانفعالات الموقف والوصف الحي للحدث في موقعه الأصلي ، وهو أمر يعجز كاتب التقرير

الإخباري المتواجد في غرفة الاخبار عن التعبير عنه وتقديمه بالقوة والحيوية والصدق كأداء المراسل في موقع الحدث .

ويسمح للمراسل أو المندوب كاتب التقرير الإخباري استخدام ضمير المتكلم الفرد، للتعبير عن أحاسيسه وانفعالاته إزاء الموقف الذي هو بصدد التعبير عنه (زلطة، 2005: 84).

- التقرير التحليلي:

يتميز عن التقرير الوصفي في أنه لا يقدم مجرد وصف شخصي للحدث ، بل بل يضيف إليه تحليلا شخصيا لوجهة نظر المراسل كاتب التقرير ، إذ لا يجب علي المراسل التوسع في إبداء آرائه ووجهات نظره ، بقدر ما يجب عليه تقديم تقرير يتسم بالتوازن والموضوعية والصدق والأمانة في العرض (زلطة ، 2005: 84) .

- التقرير الشامل:

هو خليط من التقرير الإخباري ، والصورة الواقعية حيث يبدأ المراسل برواية وقائع الحدث ثم يقوم أحد المشتركين في هذا الحدث بالتعليق أو التصريح . ويتم إعداد وتسجيل مقدمة التقرير الشامل في موقع الحدث ، أما مقدمة الصورة الصوتية فقد يتم إعدادها في غرفة أو مركز الأخبار . ويؤكد الخبراء أن التقرير الشامل من أثر أنواع التقارير تعقيدا ، لإحتوائه علي قصة إخبارية مكتملة العناصر .

- تقرير تقصي الحقائق :

يقصد بها تلك النوعية من التقارير التي تتطوي علي التعمق وعرض وجهات نظر القائم بالإتصال . وتبحث هذه التقارير عما وراء الإخبار من خلفيات وتفاصيل ،

فهي كما يقول الخبراء تزيح الغطاء عن المساوي التي لم تكن تكتشف لولا البحث والتقصي ، وتحتاج هذه النوعية من التقارير إلي جهود ضخمة ومعلومات مؤكدة يمكن الإستناد إليها الإنطلاق منها لكشف جوانب الغموض في الخبر . والهدف النهائي لتقارير تقصي الحقائق هو كشف الأخطاء والتغيير نحو الأفضل (زلطة ، 2005 : 86) .

التعليق :

ينتمي هذا الشكل إلى عائلة صحافة الرأي ويتمثل في الإعلان الصريح عن رأي وعن وجهة نظر إزاء حدث من الأحداث . ويتولى المعلق الدفاع عن صواب رأيه باعتماد الحجج ، ويمكن أن يكون المعلق صحفيا أو طرفا خارجيا .

إن الأخبار وظيفة أساسية للعمل الصحفي تجعل الجمهور ملما بالمهم والجديد من الأحداث التي تحدث من حوله ، لكن الأخبار المجردة قد لا تعني شيئا إذا لم يقع تطعيمها وإثراؤها بتفسير وإغناء و آراء تساعد الجمهور على الفهم الجيد لأهم الحثيات والملابسات وتيسر عليه إتخاذ موقف معين إزاءها . ولا يقتنع الجمهور عادة بمعرفة ما حدث بل هو يريد أن يعرف لماذا حدث ؟وماذا يعني ما حدث؟ وما هو تأويله وماهي النتائج والآثار المتوقعة للحدث ؟

إن ما تقدم أسس لقاعدة مفاهيمية للمعالجة الخبرية السليمة والخاضعة للضغوطات المهنية . لكن هذه المعالجة الخبرية تجد نفسها في صراع دائم مع التوجهات السياسية والأيدولوجية وغيرها والنابعة أساسا من هوية مالكي أو من تعود بالنظر إليهم .

خبر التلفزيون :

يقول دليل (cbc) وهو دليل معلوماتي علي الصفحة العنكبوتية إن خبر التلفزيون هو صورة الخبر، مهمته أن يجعل المشاهدين يرون الحدث، وهذا يعني أن علي كاتب الخبر التلفزيوني أن يدع الصورة تصف الحدث لجمهور المشاهدين. والخبر التلفزيوني هو خبر متميز، إذ يقترن بالصورة المتحركة إلي جانب الوصف الصوتي للحدث (صورة ناطقة) مما يجعله براقاً.. فهو يصف الواقع كما يجري أو الواقع كما يجري، أي وصول جوهر الأحداث مباشرة إلي حس المشاهدين.. فالصورة التلفزيونية أصبحت عامل الحسم في اتجاهات المتلقين للبحث عن الخبر الواقع المقترن بالحقيقة. ويمكن أن نعرف الخبر التلفزيوني بأنه: "أساس نشرات الأخبار التلفزيونية وعنصرها الأول، وهو خبر مسجل أو حي ينشأ في موقع الحدث ويتولي طاقم التغطية الإخبارية تغطيته من جميع جوانبه، ويتكون من مجموعة من اللقطات المصورة واحدة تلو الأخرى مرتبطة معاً.. ويعتمد الخبر التلفزيوني في الدرجة الأساسية علي الصورة المتحركة والصوت، ويقدم أحداثاً وحقائق تهم عدداً مهماً من الناس، ويتعامل مع أكثر من حاسة، مما يزيد من مقدرته علي الجذب والوصول والتأثير في عصر أطلق عليه (عصر الصورة)، وهو ما يدفعنا إلي التأكيد علي ضرورة الانتباه إلي أن عملية الكتابة إلي التلفزيون يجب أن تكون للعين والأذن، فالصورة تخاطب العاطفة والكلمات تجتذب العقل، وفي هذا التطابق مفتاح نجاح محرري أخبار التلفزيون.. لأنهم متى ما أيقنوا أن التلفزيون يعتمد في المقام الأول علي القيم المرئية التي تتميز بقدرتها الفائقة علي توليد العواطف دون وسائل الإعلام الأخرى فإنهم سيتمتعون بدرجة عالية من النجاح، لأن القصة الإخبارية في التلفزيون قد تدفع المشاهد إلي الغضب

أو الكراهية وهي عواطف لا تستطيع الوسائل الأخرى أن تثيرها بسهولة(الجابري ، 2005 :57).

إن القيمة الجديدة التي أضافها التلفزيون إلي الخبر هو أنه أتاح لنا فرصة الاستماع ومشاهدة المتحدث شخصياً، ومشاهدة الأحداث كما هي، مما خلق نوعاً من الرابطة مع المذيع هي أقوى بكثير من الرابطة التي تربطها مع مذيع الراديو الذي تكون صورته في أذهاننا مجرد خيال نحن صنعناه.

و تعتبر الأخبار في القناة الفضائية بمثابة نافذة يطلع فيها المشاهدون وهم في منازلهم علي العالم، فالفضائية من خلال شاشتها الصغيرة ترض العالم الكبير والأحداث المختلفة وشتي مظاهر الحياة ومن كل مكان من هذه الأرض.

ولأن الإنسان (نفس إعلامية) تتغذي بالخبر وتنمو بالفكر وتصح باللحن الجميل، فإن الإعلام حاجة من الحاجات الضرورية للإنسان، وتمتاز القناة الفضائية كوسيلة إخبارية بالسرعة وبلوغ جماهير عريضة ولها قدرة علي خلق الوعي والتزويد بالمعلومات، ومن هنا تتزايد أهمية الأخبار المرئية يوماً بعد يوم وبصورة كبيرة كنتيجة مباشرة لما تحقق من تقدم كبير في مجال الأقمار الاصطناعية علي نحو لم يسبق له مثيل في تاريخ البشرية، وبهذا أصبحت الإذاعة المرئية أسرع الوسائل الإعلامية في نقل الأخبار بصورة واقعية بل تفوقت في هذا المجال تفوقاً كبيراً، والصحافة بشكل عام كما في الإذاعة المرئية تعني عرض الأخبار المصورة. و صحافة اليوم هي صحافة الخبر، إنها تعرض أحداث اليوم في كلمات موجزة مدعمة بالصورة والحركة واللون. وتهدف القنوات الفضائية الإخبارية - وهي إحدى وسائل الاتصال الجماهيري بشكل خاص إلي تحقيق هدف رئيس وهو الإعلام. ولكي تستطيع تحقيق هذا الهدف يجب أن توفر عنصرين هما

الإخبار والتفسير، بمعنى إخبار المشاهدين بكل ما يجري من حولهم داخل مجتمعهم أو خارجه، وهو ما اعتبرته الدساتير والمواثيق حقاً من حقوق الإنسان تقوم به وسائل الإعلام، وأثناء الأخبار بشكل واضح للمشاهد تسهيلاً لاستيعابها ومن ثم المساهمة في تكوين وجهة نظر خاصة تجاه موضوع الخبر.

ويقول دكتور ياسر محجوب لابد من الالتزام بالمعايير الأساسية في تناول الخبري للفضائيات والالتزام بالثوابت الأساسية والمتمثلة في الحيادية والموضوعية والمهنية والصدق وضرورة التزام محتواها المسؤولية الاجتماعية، حيث لا توجد حرية مطلقة في التنازل، ونلاحظ أيضاً عدم الالتزام بالمعايير أعلاه يتسبب في وجود مؤسسات إعلامية يسيطر عليها الجانب التجاري والذي يرتبط عادة بالمصالح الاقتصادية كما حال بعض الحلف الأمريكية الكبرى.

ونجد أن القنوات الفضائية الحكومية العربية انشغلت بالصراع في المنطقة وخالط عملها أيضاً المنافسة وانحرفت عن أداء مهنتها الرئيسية وانه لذلك لابد من وجود ميثاق شرف مهني يحافظ علي ما ينشر ويبيث عن المنطقة العربية إلي جانب وضع إستراتيجية إعلامية عربية تراعي مصلحة المنطقة كما نلاحظ كان للقنوات العربية دور في ثورات الربيع العربي مما يلاحظ بأن بعض منها تعرض للتشويش.

وبالرغم من أنه لا توجد عالمياً وسيلة لإعلام يمكن الوثوق بحياديتها بنسبة مائة في المائة إلا أن هناك فوارق في مدى استقلالية كل حالة بذاتها؛ فعند المقارنة بين وسائل الإعلام والصحف المستقلة التابعة لأي حكومة ووسائل الإعلام الخاصة من قنوات تلفزيونية وصحف خاصة سينجد هناك فروقاً واضحة في نسبة الحيادية التي تتمتع بها تلك الوسائل في قول الحقيقة قياساً بوسائل الإعلام

الرسمية التي غالباً ما تكون مصاغة لصالح النظام الحاكم ورؤاه الأيدلوجية لغرض تهيئة الرأي العام دائماً لقبول جميع لإجراءاته.

و نلاحظ أن الفضاء الإعلامي أصبح مغترباً في ظل غياب الضوابط والمعايير المهنية والأخلاقية الذي لا يبد وأن تعمل فيه إطاره القناة التليفزيونية، وأنه لا بد من وجود نقابة للإعلاميين لتحاسب من يخالف ضوابط المنظومة.

ويشير دكتور حسن عماد مكاوي وكيل كلية الإعلام لشئون الإعلام والطلاب، جامعة القاهرة، إلي عدم التزام القنوات الفضائية الموضوعية في نقدها وبالتالي فإنها كثيراً ما تتال من الدول والحكومات والشعوب التي تعمل في إطارها بما يؤدي إلي إحداث تضليل وتزييف إعلامي لا يستهدف غير الإثارة تحت ستار الحرية الإعلامية مما يؤدي الإضرار بمصالح الدول العربية والتأثير سلباً علي علاقاتها ومصالحها بالدول الأخرى وإثارة القلاقل والفتن التي تصنعها الحروب الإعلامية.

وأكد مكاوي أن الحرية مطلب أساسي في التنازل الإعلامي والممارسة الإعلامية وأنه لا بد من إتاحة المعلومات داخل وخارج المجتمع في المنطقة العربية والتخلص في نفس الوقت من سيطرة الحكومات، وقد عزي مكاوي ظهور بعض الإشكاليات الإعلامية إلي العولمة التي اعتبرها سبباً رئيسياً حيث أدت إلي إحداث تشابكات تمخضت عن كسر الإعلام الفضائي الخاص للتابوهات المتعارف عليها المتمثلة في الدين والسياسة والجنس، لذا فقد طالب بإحداث وقفة تتعهد بالالتزام الأخلاقي للأداء المهني بما يخدم عادات وتقاليد المجتمع من خلال رفع كفاءة الرقابة الذاتية بعيداً عن رقابة الدولة وضرورة تبني دعوة أصحاب القنوات الفضائية إلي وضع مقاييس شرف مهني قابل للتنفيذ والتطبيق بواسطة لجنة من الخبراء لوضع آليات حقيقية أكثر تفعيلاً (الجابري ، 2005: 57) .

خصائص الصورة الإخبارية:

1. وسيلة من وسائل التعبير الجمالي.
2. يجب أن تنطلق بلسان واحد وهو الفكرة الأساسية المحورية أو الحدث المراد إخبار الناس به.
3. لا يجوز النقاط التفاصيل التي تشتت الذهن.
4. الابتعاد عن الصور الجامدة والمصطنعة والمتكلفة.
5. يجب أن تتسم الصورة الإخبارية بالوضوح.
6. يجب أن تتسم الصورة الصحفية الجيدة بالدقة والواقعية و الصدق.
7. يجب أن تكون الصورة متفقة مع سياسة المؤسسة الإعلامية.
8. يجب أن تثير انتباه المتلقي وتجعله يهتم بمحتواها دون أن تؤذي الذوق السليم.

والمصور الناجح هو الذي يشعر بمسئوليته الكبرى تجاه الرأي العام وسلامة المجتمع الذي يعيش فيه.

وفي رأي الباحثة ان الصورة الإخبارية هي الخبر نفسه وقد تكون معبرة وناقلة للخبر أكثر من الجمل والعبارات ، وخصوصا الصورة التي يصاحبها صوتها فهي بالتأكيد لا تحتاج الي تفسير. ويجب علي المحطة التلفزيونية ان تراعي مشاعر المشاهد عند عرضها للصور المؤلمة أي ان يكون إختيار الصورة الخبرية دقيقا ، هذا بالاضافة الي أهمية عرض الصور الحقيقية للحدث ولا بد لكل خبر ان تصطحبه صورة تعبر عنه وفي عدم توفر الصورة تجب الاستعانة بالرسومات والخرائط المكانية .

أهمية الألوان في أخبار التلفزيون:

استيعاب المعلومات بوضوح عند تزويدها بالخرائط و الرسوم البيانية المتحركة وقد عرفت في الخمسينات في أمريكا.

الفورية في أخبار التلفزيون:

- تغطي الأحداث فور وقوعها كرحلات الفضاء وهو مرآة تعكس المجتمع و متابعه الأحداث بالدقيقة واستخدام كاميرات التصوير الإلكتروني المحمولة علي الكتف لنقل الأحداث بدلاً من العربات وتوفير الجهد.
- انتشار استخدام التجمع الإلكتروني للأخبار: الوسيلة السائدة لتغطية الأخبار و هي وسيلة نادرة في أمريكا و بريطانيا.
- أخبار التلفزيون مصدر مهم للأنباء والمعلومات: وسيلة أساسية لاكتساب للمعلومات في شكل حي وأقرب لموقع وهو أوثق مصادر الأنباء.
- معدل مشاهدة أخبار التلفزيون: يعتمد علي تاريخ البث و مواعده و الخدمة التي يقدمها و مشاهديها في الغالب الساعة الثامنة و التاسعة مساء.
- تغطية الأخبار في التلفزيون: يعقد اجتماع صباحي بين المدير و رئيس تحريرها و المندوبين و المحررين و المخرجين و مدير التصوير و ذلك لاختيار أهم الأخبار.
- أطقم التغطية الإخبارية: المندوب و المصور و مسجل الصوت و موزع الإضاءة و مساعد الإضاءة و مساعد الكاميرا و المسئول الأول هو المندوب.

المندوب المتخصص:

يقوم بتغطية موضوعات معينة مثل الشؤون الزراعية أو الصناعية أو السياسية أو الاقتصادية أو غيرها.

و يتواجد المندوبون في المواقع و يتميزون بأنهم يعملون في تخصصهم. و تعتبر أخبار التلفزيون العالمية هي أخبار المندوب و يجمع بين التحرير التوليف و التصوير و الإخراج و أن يكون سريع البديهة و مهذباً و له ثقة بالنفس.

مصور التلفزيون:

مكمل لعمل المندوب عليه أن يختار اللقطات التي تخدم القصة الخبرية، وعمله شاق فقد يرافق سرباً من الطائرات الحربية وأن يكون في الصف الأول وهاتفه يدق باستمرار وسريع الحركة ويتميز بقوة الملاحظة ويراعي عامل الوقت ومتعدد الخبرات في التصوير الفيلمي أو الإلكتروني بكل أنواعه ويعرف كيفية التعامل مع القمر الاصطناعي في إرسال اللقطات وإرسال الصور المعبره الذي تهز مشاعر المشاهدين ويجب عليه معرفة أنواع العدسات وان يكون ملماً بها.

مسجل الصوت:

يرافق مندوب الأخبار إلي الموقع ويعد وجود الصوت مع الصورة ضرورياً في هذا المقام و قد يفقد المشاهد إحدى سماته إذا لم يكن هناك صوت.

و مسجل الصوت هو المسئول الأول عن كل النواحي الصوتية ويضفي مزيداً من الواقعية علي الصورة. (الجابري ، 2005 : 18)

والخبر التلفزيوني شأنه شأن خبر الراديو لا يكتب لكي يمكن اختزاله من النهاية أو من أي نقطة أخرى بل انه وحدة متماسكة وبناء معلوم متجانس الأجزاء له مقدمة و متن و خاتمة وإذا حذف أي جزء منه يصبح لا معني ،تماما مثلما لو حذف الفصل الأخير من مسرحية متقنة الصياغة ..و وجود الصورة إلي جانب الكلام الموجز الذي يرافقها قد جعل كاتب الخبر التلفزيوني يتوخى الإيجاز بأقصى درجاته و لكن هذا الإيجاز يجب أن يكون وافيا و هذا يعني أن كاتب الخبر التلفزيوني أن يدع الصورة تصف الحدث لجمهور المشاهدين.. و هذا يعني إن خصائص الخبر الإذاعي هي ذاتها خصائص الخبر التلفزيوني الذي كتب للمشاهدين و ليس للمستمعين فقط حيث تؤدي الصورة مهمة كبيرة في إيضاح الفكرة الأساسية للموضوع.

و من أهم النقاط الأساسية التي لا بد أن يقف و يتأمل فيها كاتب الخبر التلفزيوني أكثر من غيره هي:

1. الإيجاز.
2. خلفية الخبر.
3. التعبير المجازي.
4. لباقة الحديث.
5. التطابق بين الصورة و الصوت.
6. أكثر الكلمات للمذيع و أقلها للصورة.
7. مشاهدة تربط الفيديو قبل كتابة الخبر.
8. الإفادة من الصوت الطبيعي.
9. توافق النص مع منطق الصورة.

وبذلك يتضح ان القصص الإخبارية تكتب للراديو و التلفزيون لأذن المستمع ، و ليس لعين القارئ كما هو الحال في الكتابة في الجريدة.

ويتعين علي الكتاب أن يكتبوا الخبر الذي يمكنهم قراءته بصوت مرتفع:

خبر واضح يقدم بلغه بسيطة ويفهم بسهولة. وبعكس قراءة الجريدة أو الانترنت فان جمهور البث لا يستطيع الرجوع لإلغاء نظرة ثانية أو لمعاودة الاستمتاع لقصة إخبارية لم يفهمها في المرة الأولى، وقد كتب (إد بليس) محرر الأخبار في شبكة سي بي إس (الكلمات تنطق، وبعد أن يتم النطق بها، لا يمكن استرجاعها). ويكتب صحفيو البث بأسلوب أكثر إيجازاً من أسلوب زملائهم في الصحف، و هم مضطرون إلي ذلك، فالمادة المطبوعة لنشره أخبار طولها نصف ساعة لن تملأ أكثر من صفحة أو اثنتين في الجريدة، ولا يمكن لافتتاحية النشره أن تغطي جميع النقاط الأساسية الست أي (من، متى، وماذا، لماذا، وكيف)، لأنها ستصبح طويلة جداً وستصعب متابعتها، ويختار كتاب الأخبار المبتوثة أو المذاعة، عوضاً عن ذلك، أهم نقطتين أو ثلاث نقاط أساسية ليستخدموها في الجملة الافتتاحية، ويغطوا النقاط الأخرى في الجملة التالية.

وتميل تقارير الأنباء المذاعة أيضاً إلي إغفال بعض التفاصيل، كالأعمار والعناوين التي توجد بشكل روتيني في الصحافة المطبوعة، ويكتب المذيعون جملاً أقصر لكي يتمكنوا من قراءتها بصوت عال في نفس واحد دون لهاث أو انقطاع نفس.

ويتعين علي الصحفيين في الراديو والتلفزيون أن يكونوا قادرين علي تحسس وقع الكلمات التي يستخدمونها علي السمع، وهم متيقظون دوماً علي غرار الشعراء للسرعة والإيقاع، فكر في هذه الجملة من نص لـ (إدوارد آر مرو) مراسل شبكة سي بي إس الشهير الذي غطي الحرب العالمية الثانية من لندن "يمتد انقطاع

الكهرباء من بيرمنغهام إلي بيت لحم، ولكن السماء في بريطانيا صافية هذا المساء"
هذه جملة كتبت لسماعها لا لقراءتها، فكلماتها بسيطة ونهايتها واضحة جازمة.

يجب علي كتاب البث أن يحذروا اللغة التي قد تكون صحيحة في الصفحة المطبوعة، ولكنها تبدو سخيفة عندما تقرأ بصوت عال، وعندما توفيت الممثلة الأمريكية والكوميديا التلفزيونية (لوسيل بول) وصفتها قصة إخبارية في الصحافة المطبوعة بأنها بول أي (الكرة بالعربية) البالغة الثالثة والثمانين من العمر، وجاء في الخبر المذاع في الراديو "كانت لوسيل بول في الثالثة والثمانين من العمر" (وبذلك تجنبت التشويش الناجم عن المعاني الأخرى لكلمة بول باللغة الإنجليزية).

يجب علي كتاب البث أن يتفادوا استخدام الكلمات متشابهة اللفظ مختلفة المعني، ففي اللغة الإنجليزية يمكن الخلط بسهولة بين كلمة (Miner) أي عامل منجم، وكلمة (Minor) أي قاصر أو موضوع ثانوي، ويجب استخدام مثل هذه الكلمات في السياق المناسب لكي يكون معناها واضحاً، ويعود الصحفيون العاملون في بث أنفسهم علي قراءة تقاريرهم بصوت عال قبل قراءتها علي الهواء لاكتشاف مثل هذه المشكلة، واكتشاف المعاني المزدوجة المحتملة المحرجة التي لا تكون واضحة علي الورق، وعند تغطية خبر مباراة غولف يخصص ربعها للأعمال الخيرية فإنك لا تريد أن تقول "لعب جولة مع رئيس الوزراء" (الخلط المحتمل هنا هو بين Played a round وتعني تلميحاً "أساء التصرف").

ومع أن نصوص البث مكتوبة لكي تقرأ بصوت عال فإن أهمية التهجئة الصحيحة فيها

لا تقل عما هي عليه في الصحافة المطبوعة، وكثيرا ما تؤدي التهجئة غير الصحيحة إلي

تلغثم أو خطأ في اللفظ علي الهواء. ولكي يضمن الصحفيون العاملون في البث أنهم سيلفظون الكلمات الصعبة لفظاً صحيحاً فإنهم كثيراً ما يضمنون نصوصهم تهجئته لفظيه للكلمة. ومما زاد من أهميته التهجئة الصحيحة في هذه الأيام كون الكثير من المحطات تقدم قصصها الإخبارية علي الانترنت، كما أن لدي البعض المحطات التلفزيونية برمجيات في أجهزة الكمبيوتر تحول النصوص المقروءة أوتوماتيكياً إلي جمل تظهر علي الشاشة كخدمة للمشاهدين الصم، وفي كلتا الحالتين تعطي التهجئة صورة سلبية عن الصحفيين والمحطة.

وتكتب أخبار الراديو والتلفزيون بأسلوب أبسط وأقرب إلي أسلوب الحديث مما هو الحال في الصحافة المطبوعة، وبعبارة أخرى يتعين علي الصحفيين العاملين في البث أن يكتبوا بالطريقة التي يتحدثون بها، وقد تقول القصة الإخبارية في الجريدة "فر الرجل في شاحنة تويوتا حمراء، بحسب ما قالت الشرطة" ولكن الفرار يأتي في البداية في حالة البث، لذا يقال النص المذاع في الراديو أو التلفزيون "تقول الشرطة أن الرجل فر في شاحنة تويوتا حمراء" وللمحافظة علي أسلوب المحادثة لا يحتاج الإذاعيون إلي استخدام الأسماء والألقاب كاملة في القصص الإخبارية، ويمكن القول بشكل عام أن الأحرف الأولى للاسم الأوسط لا تستخدم علي الهواء ما لم يكن ذلك الحرف جزءاً أساسياً من الاسم، وفي بعض الأحيان قد لا يكون حتى الاسم ضرورياً (مركز قناة الجزيرة للتدريب والتطوير ، 2006).

ويوجه (فانك) نصيحة لمحرري الخبر الإذاعي والتلفزيوني فيقول: إذا لم تكن هناك حاجة لكلمة معينة احذفها.. وإذا لم تضيف الجملة في توصيل المعلومة شيئاً احذفها.. الحشو ما هو إلا إعادة للتفكير، لا تحاول أن تكتب كل شيء متوفر عن

شخص أو حدث أو فكرة إنك لا تستطيع وإذا استطعت فمن يرغب في سماع ذلك (هانك، 1980 : 24)

فهذه الكلمات تلخص القاعدة الأساسية في التحرير وهي الإيجاز وحسن الاختيار ومراعاة رغبة الجمهور وطبيعته.

وقد اتضح من ذلك أن هنالك تشابهاً كبيراً بين الخبر الإذاعي والخبر التلفزيوني، ذلك أن الإذاعة قد سبقت الشاشة الصغيرة في تقديم في تقديم الأخبار بحوالي عقدين من الزمن واستطاعت أن تؤسس تقاليداً وممارستها الصحفية وتطور لها أسلوباً مميزاً عن أسلوب الجريدة.. وحين ظهر التلفزيون أفاد كثيراً من الفن الإذاعي الذي يشترك معه في مخاطبة الأذن.. وهنا نستطيع القول إن الخبر التلفزيوني يعتمد كثيراً على قواعد كتابة الأخبار الإذاعية مع الأخذ في الحسبان وظيفة الصورة ومكانتها العظيمة في النشرة الإخبارية.

تحرير الخبر:

يعد تحرير الخبر عنصراً أساسياً في صناعتها ما دامت وسائل الإعلام المختلفة تتعامل مع السيل المتدفق من الأخبار حسب فلسفتها وطبيعتها جمهورها ومواعيد صدورها.

فالخبر الذي يصل القارئ والمستمع والمشاهد يشبه أية بضاعة أخرى وصلت إلى السوق أو أيدي الزبائن بعد أن مرت بمراحل تصنيع مختلفة. فبعد أن يصل الخبر إلى مكاتب التحرير وأقسام الأخبار يخضع إلى عملية مراجعة دقيقة وتتجاذب أقلام مختلفة بالتشذيب والصقل وإعادة الصياغة.

إن التنافس بين وسائل الإعلام الإخبارية لتقديم أفضل الخدمات لزيائنها قد جعلها تتسابق في ابتداع الأساليب الحديثة التي تجذب اهتمام الجمهور بمادتها الشفافة. وكانت عملية التحرير هي الميدان الرئيسي الذي يجري فيه التنافس وهكذا فقد أخذت كل صحيفة أو إذاعة أو شبكة إخبارية تتبنى أسلوباً أو صياغة مميزة لأخبارها. وقد أدى هذا إلى وجود قوالب صحفية جديدة ولغة إخبارية لها خصائصها المميزة التي تقتضي من محرر الأخبار مهارة لغوية عالية لالتقاط الألفاظ والعبارات المناسبة للغة المقصودة.

ولما كان العمل الصحفي ككل فنا يعتمد على الذوق السليم للمبدع والموهبة الفطرية مقروناً بالثقافة الواسعة يشكل تزاوجها مع بعضها القدرة المتمكنة ضمن الإطار العام مع الإلتزام بالقواعد والأسس الآلية فإنه (مور ، 1983 : 32) :-

1. يتحتم على المحرر الصحفي أن يستوعب الموضوع استيعاباً كاملاً بكل وقائمه قبل الشروع في الكتابة.
2. أن يعطي الموضوع حجمه الطبيعي دون تهويل أو إنقاص وتجنب السرد الدرامي العنيف والمفتعل بل التناول الموضوعي الهادئ.
3. أن يتم إعطاء المفردات اللغوية اللازمة والمناسبة للتعبير عن الموضوع بوضوح كامل وبأقل عدد من الكلمات التي تستطيع أن تترجم الأحاسيس والحقائق المراد التعبير عنها وفق مبدأ (خير الكلام ما قل ودل).
4. في التعامل مع أخبار الشخصيات يتوجب أن تكون هناك حدود معينة تميز المستويات الوظيفية والمواقع القيادية لهذه الشخصيات.. فمثلاً الصيغة التي نتناول فيها خبراً يتعلق برؤساء الوزارات هي غير الصيغة التي نتناول خبر يتعلق بأحد المسؤولين الآخرين وما دونهم من مواقع.

5. العمل الصحفي يقبل التحرك المرن الواسع في نطاق غير محدود وهذه الميزة توفر حرية العمل للمحرر الصحفي في إبداع متناهٍ دون تقييد سوى المبادئ والأسس العامة السالفة الذكر.

وتضيف الباحثة أن من المهم جدا صياغة الخبر بطريقة تشويقية جاذبة تجعل المتلقي أكثر حرصا علي متابعة الخبر .

ولابد من الإشارة إلى أن تحرير الأخبار في الصحافة الكبرى والمتقدمة يتم على أيدي ثلاثة أنواع من المحررين(هوفس ،1995: 45).

(أ) المحرر معيد الكتابة.. وتتخلص مهمته في إعادة الأخبار وفق الهياكل الضرورية وتخليصها من الأخطاء اللغوية والسياسية والصحفية وإعدادها لتكون جاهزة أمام المحرر.

(ب) المحرر.. المحرر هو الذي يضع الأخبار بصيغتها شبه النهائية لتكون جاهزة للبث أو النشر فهو معروف بكفاءته الصحفية ومقدرته على بناء الخبر بناءً محكمًا.

(ت) المحرر الذواق: إن هذا النوع النادر من المحررين متميز فعلاً ومهمته تنحصر في مراجعة الأخبار والتقارير الإخبارية ليحذف منها أو يستبدل الكلمات والتعبيرات غير اللائقة أو التي تمس المشاعر العامة والذوق العام.

إن الصحافة الملتزمة أو الجادة تبتعد عن عنصر الإثارة كأسلوب سهل ورخيص في كسب المتلقي بما ينطوي عليه من مداعبة الاحاسيس والنوازع التي تتصف بالحيوانية أو التفاهة لكن هذا الابتعاد ينبغي أن لا يشمل الأحاسيس والنوازع الإنسانية المشرقة والمتقدمة.

فالأخبار التي تثير المشاعر الإنسانية تبعد صناعة الأخبار عن الجمود والاصطناع.. كما أنها تنمي شخصية المتلقي وتترك آفاق الحياة مفتوحة أمامه.

وعملياً فإن الأخبار الموجزة والقصيرة مقروءة أكثر من الأخبار والتقارير الإخبارية المطولة لأن قراءتها سهلة مما يجعلها في مقدمة المواد الصحفية التي يشغف القارئ بمتابعتها. ولما كانت الصحافة شأنها شأن الفنون الأخرى فهي من أكثر الفنون تطوراً بحكم طبيعتها القائمة على رصد حركة الشارع ومسيرة الأحداث ومواكبة التطورات في مجالات الحياة كافة.. إن هذه الطبيعة الخاصة للصحافة جعلتها مرآة جلية تجسد الواقع المتغير وترصد ملامحه المميزة بدقة وموضوعية فعكست لنا التحولات الكبرى التي شهدتها المجتمع بأساليب متنوعة تتناسب مع هذا التحول وطرائق التعبير عنه.. وقد أكد الكتاب والمحررون منذ البداية أن الصحافة حرفة مادتها الكتابة ولذلك كانت العناية بالمفردة الدقيقة المنتقاة وبالعبارة المجسدة للمعنى وبالبلابة الواضحة التي تجعل الجملة الصحفية تؤدي مهمتها في إيصال المعلومة إلى القارئ بوضوح.

إن ضرورة التنوع والتجدد هذه دفعت كتاب الأخبار والمراسلين والمحررين إلى التفتيش عن أفضل الوسائل والأساليب في صياغة الأخبار بشكل يواكب التحول في الذوق العام للقراء وفي فنون الصحافة ذاتها.. ومن هذا المنطلق تعرضت الأساليب القديمة إلى هزة قوية نفضت عنها الغبار ووضعتها وجهاً لوجه أمام مسيرة التطور والتجدد والتنوع فظهرت أنماط وأساليب وقواعد جديدة منها ما هو مبتدع جديد ومنها ما هو شكل متطور عن شكل قديم.

يتصف الخبر بمعايير ومتطلبات محددة يعرفها الإعلاميون في متنوع اطر الإعلام المقروء والمسموع والمشاهد مع اختلاف الاستجابة غير ان هناك استجابة كما هو واضح .

فالخبر المقروء رغم انه يتصف بالايجاز لكنه يوظف المفردة للقاريء كما ينبغي وهنا تسيطر حاسة الثقافة والاطلاع لدي القاريء ، وقد تلاحظ ان قناتي (الجزيرة وسكاي نيوز عربية) لا تقدمان الخبر الا اذا استوفي معاييرها والبحث في جذوره ومسبباته ، غير ان الباحثة تدرك ان مهارات وخبرات الكوادر العاملة في هاتين القناتين تعتبر من أهم اسباب النجاح في صياغة الخبر السياسي ويبقى العنصر البشري هو المؤثر الأول في نجاح صناعة الخبر .

بناء النشرة الإخبارية :

تتكون نشرة أخبار التلفزيون من مجموعة من القصص الإخبارية التي أصبحت الشكل السائد للخدمات الإخبارية المصورة ، يتخللها مجموعة من الأخبار القصيرة والمتفرقة والتي يتم ترتيبها بشكل متسلسل ، ويتعتبر تنسيق الأخبار وترتيبها داخل نشرة أخبار التلفزيون بمثابة المفتاح الذي يكسبها فعالية وأهمية فائقة ، وللنشرة الإخبارية إيقاع وإسلوب وشخصية خاصة (معوض ، 1986م : 145) .

وتبدأ نشرات الأخبار بالتلفزيون (بنتر) مصور مصحوب بلحن موسيقي يهدف الي تمييزها عن البرامج الأخرى ، وكذلك لإثارة إهتمام المشاهد لمتابعة نشرة الأخبار ، كما يضيف اليها عنصر التشويق ، وللنشرة الإخبارية بداية ووسط ونهاية .

وتلعب العناصر والقيم الإخبارية دوراً مهماً في بناء نشرات الأخبار ولكل نشرة إخبارية تلفزيونية قصة خبرية مهمة تنصدرها ، وتغطي وحدة درامية واحدة في بنائها ، وتتبع في العادة تسلسل مكون من ثلاثة أجزاء : الذروة والسبب ثم الأثر .

وترتب النشرة الإخبارية حسب أهمية أخبارها ، بمعنى ان تبدأ بالأخبار التي تهم المشاهدين ، وتعتبر مقدمة النشرة أهم خبر مصور فيها (معوض وعبدالعزيز ، 2000-160) .

إن النظرية الأساسية في ترتيب نشرة الأخبار أن تكون عرضاً كأى برنامج ، وليس مجرد خليط من الأخبار لا يربط بينها رابط ، وإنما بناء عضوي له كيان مكتمل ويجب ان يوزع الأخبار الهامة بين فقرات النشرة المختلفة ، والهدف من ذلك شد إنتباه المشاهدين ومتابعتهم للنشرة (كرم شلبي ، 1973 : 74) .

ولابد أن تكون هناك فترة راحة بين الأخبار الجادة التي تتطلب تركيزاً من المتلقي ، فتزاحم الأخبار يؤدي الي إرهاق المشاهد فلا بد من أخبار خفيفة تتخلل الأخبار الجادة (الحسيني ، 2005 : 103) .

لا نستطيع أن نقول الكثير عن شئ واحد فمن الأفضل أن نقول القليل عن أشياء كثيرة وهذا يعني أن النشرة الإخبارية في التلفزيون لا تستطيع التعمق في التفاصيل وإنما تكون أكثر التزاماً بالجوهري ، لذلك أشتهرت الصحيفة الأمريكية (بول هوايت) في كتابة وبناء النشرة الإخبارية في الراديو والتلفزيون والتي تنص :
علي :

1/ قل لهم ما ستقوله لهم

2/ قل لهم

3/ قل لهم ماذا قلت لهم

أي إعداد موجز في البداية ، وماذا سيرد في النشرة من أخبار وكذلك موجز في النهاية ، وعرض مفهوم القصة الخبرية في المتن ، وهذا يجعل النشرة الإخبارية سهلة وجذابة مع مراعاة البساطة والوضوح ، وأن تبدو الأخبار كما لو أنها تحدث الآن من خلال الفورية المطلقة وإستخدام الفعل المضارع (شلبية 2000 : مجموعة محاضرات غير منشورة) .

تستخدم leona hood منتجة الأخبار السابقة في محطة kusa-tv من شبكة abc الامريكية مبدأ عندما تكتب نشرة تلفزيونية ، أي ما الذي يخصني في النشرة ويرمز الي المشاهد ، تقول هود (أهم شئ في البث هو ان لدي الناس فرصة واحدة فقط لسماع ما تقوله . فإذا فاتك شئ فأمامهم العديد من الخيارات في أيام تعدد فيها القنوات ، لذلك يجب أن تتضمن كل جملة شيئاً يثير إهتمامهم ، قل شيئاً عن هذا الخبر يجعلهم يبدون إهتماماً .

وتقول أيضاً حتي إذا كنت تصل الي آلاف المشاهدين حاول ان تتحدث اليهم علي مستوي فردي.

وإن إحدى طرق الكتابة الشفافة هي أن تكتب جملاً بسيطةً أجعل الفاعل قريباً من فعله ، وتجنب ذكر العبارات والجمل الزائدة عن الحاجة ، إن تبسيط الأشياء للمشاهدين ليس بالعمل السهل بالنسبة للكاتب ، فأنت تجمع من المعلومات أكثر بكثير مما تستخدم ، تقول هود (في كتابة التلفزيون أحد القرارات أهمية هو ليس

ما ستضعه بالخبر إنما ما الذي ستهمله ، إن عملك هو إعطاء الجوهر من أهم الأشياء

يدير مقدم النشرة العرض الإخباري ويقوم بالربط بين خبر وآخر ومقدم النشرة هو الشخصية الأساسية والعنصر الوحيد الذي لا يمكن الإستغناء عنه في أخبار التلفزيون وهذه الشخصية الأساسية يجب ان تكون غير متكلفة حتي لا يملها المشاهد ولا يكتفي قارئ النشرة ان يتمتع بصوت جيد بل إن العنصر المهم هو أن يكون بارعاً في البساطة وقراءة النص بإسلوب يوحي للمشاهدين أنه هو صاحبه ومعه (مرزوق ، 1981 : 201) .

وتري الباحثة من المهم جدا أن يكون مذيع الاخبار ذو كاريزما خاصة ومميزة ، هذا فضلا فهمه وإلمامه بطبيعة المادة التي يقدمها وإجادته للغة العربية الفصحى ، ولابد أن يهتم بطريقة تقديم كل خبر حسب نوعيته كأن يقدم خبر عن وفاة طفل بطريقة حزينة أو زواج مسنة بطريقة طريفة .

صياغة الأخبار السياسية في قناة الجزيرة وسكاي نيوز عربية:

تعتمد قناة الجزيرة وسكاي نيوز عربية في إنتاج حصصها الإخبارية على مصادر ذاتية وغير ذاتية وتنتهج سياسة محددة في التعامل مع المصادر وتتبع من الآتي :

1. ينسب

2. كل (خبر/رأي/رواية) إلى مصدر معلوم وموثوق به ولا يكون هنالك استثناء

إلا في حالة أسباب تقتضيها خصوصيات المصدر نفسه .

3. عند رفض المصدر الكشف عن هويته ينبغي التحقق من دوافعه ومبرراته فإذا

كانت خالية من الشبهات يجب احترام رغبته مع التنويه إلى ما يؤكد الثقة فيه.

4. عدم تعريض المصادر للمخاطر أو المضايقة أو الملاحقة أو المساءلة وتوفير الحماية والكتمان لها إذا كان الكشف عنها سيعود عليها بمتاعب .

5. المصادر الرسمية وغير الرسمية تتمتع بنفس القدر من الأهمية وتأسيساً على هذا فإن المادة المذاعة لا تكتسب أهميتها من أسماء الشخصيات اللامعة التي ترد فيها وعليه لا يجوز إغفال أو أهمال خبر أو تقرير يهيم الرأي العام لمجرد أن أطرافه أو رواته من غير المشاهدين .

6. عدم الثقة بالمصادر غير المعتمدة وغير المتعارف عليها والتي تطلب مقابلاً مالياً نظير توفير المعلومات .

تقوم الجزيرة وسكاي نيوز عربية بتقديم النشرات الإخبارية على مدار الساعة في شكل عناوين أو نشرات مفصلة خلال اليوم معتمدة في ذلك على أسلوب جديد في تقديم النشرة يتمثل في عناوين مصورة في المقدمة وهو ما يطلق عليه Bumpers أو قبل الفقرة الإعلامية التي تتخلل النشرة وهو الـ Teasers تتبعها أخبار وتقارير مصاحبة لها وتتميز الأخبار في النشرات الإخبارية في قناة الجزيرة وسكاي نيوز عربية بالتعقيد والطول وعرض وجهات نظر عديدة .

وتستخدم الجزيرة وسكاي نيوز عربية أسلوب عالمي في تقديم الأخبار يتمثل في وضع ملخصات تبين قائمة بكل القصص الإخبارية التي سترد في النشرة للتذكير المشاهد بالقصص الإخبارية الواردة من ناحية وتشويقه من ناحية كي تضمن متابعته لبقية القصص الإخبارية الواردة في النشرة .

القوالب الإخبارية للصياغة :

هي قوالب يوضح فيها الخبر قبل وصوله للمتلقي وهي كالاتي :

أولاً : قالب السرد ويعد أيسر الطرق الفنية على الإطلاق ويصاغ فيها الخبر على صورة الهرم المقلوب بمعنى أن يكون للخبر صدر Lead وجسم Body فالصدر تكتب فيه خلاصة الأخبار بعبارات قصيرة تتطوي على شيء من الإثارة أما الجسم فتتم فيه كتابة الحقائق الواحدة بعد الأخرى حتى النهاية .

ثانياً : قالب الحديث المنقول وهي واحدة من طرق كتابة الخبر والتي يكون مصدرها الخطب والبيانات والرسائل وتكون منقولة حول موضوع معين حيث يتم تقطيع هذا الحديث إلى أجزاء يستقل كل جزء منها بفكرة من الأفكار المتصلة بالموضوع والمتبوعة بشيء من التخليص والشرح وتعرف هذه الطريقة أيضاً بطريقة المستطيلات الكبيرة والصغيرة كالاتي :



وهكذا ...

ثالثاً : قالب القصة الخبرية ويتفق مع قالب السرد في استخدامه للهرم المقلوب حيث يتألف من جزأين هاميين :

المصدر The lead والذي يجب أن تتوافر فيه الشروط التالية :

اشتماله على أهم النقاط الرئيسية في القصة الخبرية .

1. أن يكتب في جملة واحدة أو قصيرة على أن تكون مثيرة دون الالتزام بأدوات للربط بينها

2. أن يكون إجابة واضحة عن الأسئلة المعروفة وهي: (من ، ماذا ، متى ، أين ، كيف ، لماذا ؟) بمعنى من الذي اشترك في القصة ؟ وماذا حدث فيه ، ومتى كان ذلك ؟ وأين هذا الحدث ؟ وما الطريقة التي تم بها ؟ .

3. أن تكون ملامح القصة الخبرية واضحة في صدرها إذا أراد المتابع الاكتفاء ، وضاق وقته عن تكملتها .

رابعاً : القالب غير الفني ، دعا لهذا القالب بعض العلماء الذين يرون أن من الجائز صياغة الخبر صياغة غير فنية بمعنى أن يكون بدون عنوان وبدون خطة وشرح الأمر الذي يجعل متابع هذا الخبر ربما يضطر إلى قراءته كاملاً مما يساعد في جعل معلومات هذا المتابع كافية حول الموضوع الذي تطرق إليه الخبر.

صار استخدام القالب غير الفني في وسائل الإعلام أمراً شائعاً خاصة في القنوات التلفزيونية الإخبارية التي تعني عناية كاملة بتقديم نشرات إخبارية على مدار اليوم يرجع ذلك إلى أن تطبيق على مدار اليوم يرجع ذلك إلى أن تطبيق هذا القالب يحقق الاستخدام الواضح والمباشر للمعلومات وصياغتها في جمل قصيرة مباشرة وهو أمر يطلبه المتابع العادي ويرغب فيه .

ومن العناصر المشتركة بين القوالب الفنية لصياغة الخبر هو العنوان ليعرف الخبر ويدل عليه ولكي تتم كتابته يجب توافر بعض الشروط مثل :

1. المطابقة الكاملة بين الخبر وموضوعه .
2. الإثارة ولكن البعيدة عن التهويل الكاذب والخداع .
3. القصر بمعنى أن يكون الخبر قصيراً بقدر الإمكان دون أن يفقد قوة دلالاته على فحوى الخبر .

يرجع اختلاف تحرير وصياغة الأخبار للتلفزيون عن وسائل الإعلام الأخرى يرجع إلى أنها تكون للعين والإذن معاً على اعتبار ان الصور تخاطب العاطفة والكلمات تجذب العقل ويعتبر هذا الاختلاف مفتاحاً في العمل الإعلامي لأنه يراعي شخصية الوسيلة الإعلامية والكيفية التي يتلقى بها المتابع خدمته الإعلامية والإخبارية منها على وجه الخصوص .

4. يعتمد محررو النشرات الإخبارية في التلفزيون بوجه عام في صياغتهم للأخبار على البدء بالعناصر المهمة وهو أمر يتطلب مهنية عالية تستطيع أن تجذب المشاهد منذ بداية الخبر وحتى النهاية لذا يقتضي تحرير الفقرات الافتتاحية للقصص الإخبارية وقتاً طويلاً على اعتبار أن أسلوب المقدمة وصياغتها يتوقف عليه نجاح القصة كلها .

تشتمل المقدمة على عدد من الفقرات والتي تعد جوهر المقدمة كما أن للمقدمات الإخبارية أشكال وتراكيب جديدة وغالباً ما تجيب على واحد أثنين من الأسئلة المعروفة : (من ، لماذا ، ماذا ، متى ، أين ، كيف) على أن توزع الإجابات على باقي القصة الخبرية ويتبع الترتيب جسم القصة الخبرية ترتيباً منطقياً.

ما يميز لغة التلفزيون إنها لغة الحياة العملية التي تهتم فئات متباينة ومتنوعة من المشاهدين وبأسلوب يتسم بالوضوح والبساطة ومخاطبة المشاهدين باللغة المباشرة

والواقعية التي يفهمونها بسرعة لذا لا توجد طريقة واحدة لعرض القصص الإخبارية لأنها تقوم بعرض القصص الإخبارية من جوانب مختلفة .

أساليب صياغة وتحريـر القصص الإخبارية :

تقوم صياغة وتحريـر القصص الإخبارية على ثلاثة أساليب هي : أسلوب أدوات الاستفهام الستة ويعرف أيضاً . بأسلوب أدوات التفسير interpretation ويعتمد في بناءه على الترتيب الزمني في صياغة القصص الإخبارية المثيرة للاهتمام فهو بمعلومة تعمل على جذب الاهتمام للمشاهدين ثم مقدمة مختصرة فـجسم القصة الخبرية المتضمنة للموضوع والنتيجة وصولاً لنهاية الإخبارية ويتم كل ذلك في شكل الإجابة على الأدوات الستة كالتالي :

1. من ؟ ويتضمن الشخصية أو الشخصيات المحورية في القصة الإخبارية .
2. ماذا ؟ ويتضمن الحدث الذي تدور حوله القصة الإخبارية .
3. أين ؟ ويتضمن المكان الذي وقعت فيه القصة الإخبارية .
4. متى ؟ ويقصد بها الفترة الزمنية التي وقعت خلالها القصة الإخبارية على افتراض أن الجمهور سيعرف ان الخبر وقع اليوم نظراً لفورية بث الأخبار .
5. لماذا ؟ يعني تفسير خلفيات القصة الإخبارية ، ويرى بعض المختصين إن أي قصة إخبارية لا يجب أن تتضمن أكثر من ثلاث عناصر فقط حتى يسهل تذكرها .
6. كيف ؟ وتعني الكيفية التي حدثت بها القصة الإخبارية سواء أن كانت حادثة أو موقف ما أو أي شيء آخر ، هذا الأسلوب المتدرج بالحدث تصاعدياً في شكل صورة درامية شيقة ومثيرة للاهتمام دفع بالمختصين على تسميته أيضاً بأسلوب الهرم المعتدل (Upright pyramid) .

2) أسلوب الذروة أو القمة climax الذي يعمل على ترتيب الحقائق حسب الأهمية وبسرعة منذ بداية الخبر على أن توضع العناصر الأقل أهمية بعد ذلك لأن المختصين لاحظوا أن المشاهدين يركزون على متابعة عناوين الأخبار ومقدماتها فقط لذا صاروا يضمنوها العناصر الأكثر أهمية ويمكن بعدها إلغاء الجزء الأخير من الخبر الذي يحتوي على التفاصيل إن استلزم الأمر وذلك دون أن يتأثر السياق العام للخبر وقد درج المختصون على تسمية هذا الأسلوب بالهرم المقلوب The Inverted pyramid .

3) أسلوب العصف الذهني brain storming يعد من أهم الأساليب المستخدمة في إنتاج القصص الإخبارية وهو عملية إبداعية تعتمد على الترابط اللغوي لاستطلاع الأوجه المختلفة لموضوع القصة الإخبارية حيث يتم رسم شجرة للموضوع ثم يتم سرد الأفكار ذات العلاقة به كالأغصان لهذه الشجرة.

4) القصة الكلمة the word story وهو شكل تتفرد به صناعة الأخبار التلفزيونية حيث يعتمد على قراءة المذيع للخبر بكلمات بسيطة ومختصرة تشرح الحدث بمصاحبة لقطات فيلمية كثيرة توضح القصة الإخبارية بشكل تفصيلي .

5) القصة المكونة من مقدمة وتقرير مصاحب لها standuq-story وهو شكل يعتمد على قارئ النشرة الذي يقوم بقراءة القصة الإخبارية ثم ينتقل إلى مراسل في الميدان الذي يزوده بتقرير متضمن لتفاصيل أكثر حول القصة الإخبارية ويتميز هذا الأسلوب بتوفيره لمعالجة عميقة للحدث.

6) القصة المكونة من قراءة نص يعقبه مادة فيلمية voiceover startup يعتمد هذا الأسلوب على المذيع الذي يقوم بقراءة القصة الإخبارية معقوبة بمادة فيلمية حول الحدث مع صوت المذيع Voiceover وهو يكمل قراءة القصة الإخبارية ، وهناك شكل آخر مستخدم يغني عن اللقطات الفيلمية في حال عدم توافرها حيث

يقوم بقراءة القصة الإخبارية بمصاحبة رسوم جرافيك شرح الحدث تتضمن أحياناً خرائط أو صور افتراضية لمعارك .

أما ما فرضته الظروف وطبيعة الأحداث المتلاحقة على صياغة وعرض الأخبار هو الشريط الإخباري the news reel الذي يكون في أسفل الشاشة ويظهر آخر المستجدات والأخبار في جمل قصيرة وذلك على مدار اليوم ، والجديد من هذه الأخبار وتطوراتها لحظة بلحظة ويتوقف هذا الشريط فقط خلال الفترات الإعلانية ، هذا الشريط ابتدعته قناة CNN الإخبارية الأمريكية خلال حرب افغانستان في عام 2001م ثم قامت بعد ذلك بتطبيقه معظم القنوات التلفزيونية حول العالم إن لم تكن كلها.

الفصل الثالث : الخبر في الفضائيات العربية:

المبحث الأول : الخبر التلفزيوني الخصائص والمميزات.

المبحث الثاني : أساليب جمع الخبر في الفضائيات.

المبحث الثالث : صناعة الخبر التلفزيوني

صناعة الخبر التلفزيوني

تمثل الأخبار جانبا مهما في عالم الإعلام خاصة في عالمنا المعاصر وتبقى على الدوام السبيل الفاعل في متابعة الأحداث وتطوراتها في خضم ذلك الكم الهائل منها الذي تتجاذبه وسائل الاتصال بمختلف أشكالها. ويمثل (الخبر) عنصرا أساسيا في العملية الإعلامية سواء في مجال الصحافة أو الإذاعة أو قنوات التلفزة وشبكات البث الفضائي.

ويعتبر عبد الله المحرزي الخبر "العمود الفقري وحجر الزاوية في العمل الصحفي التلفزيوني. ويكاد ينحصر التنافس بين القنوات التلفزيونية سواء كانت جامعة أو متخصصة حكومية أو خاصة في عصر المعلومات الذي نعيشه في مجال تحقيق سبق الصحفي وشد المشاهد بشتى الطرق التي قد تجعل الإعلام بجانب الحقيقة(المحروي، 2005 : محاضرات غير منشورة) .

ويرى جلال الخوالدة إنَّ "صناعة الأخبار التلفزيونية وأساليب إعدادها وإخراجها قد شهدت تطورا كبيرا في سنوات العقد الأخير من القرن الماضي وقد امتد هذا التطور ليشمل لغة الخبر وطريقة صياغته وتحريره وقوالبه والشكل الذي يصل به إلى المتلقي. لذلك فقد أولى الباحثون وما زالوا هذا الموضوع أهمية خاصة انسجاما مع تلك التطورات الكبيرة التي تشهدها الصحافة في نظرتنا إليها كعلم وفن وصناعة ، ويضيف الخوالده أن هناك " مهمتان أساسيتان في التغطية الخبرية للتلفزيون هما جمع المعلومات ثم صب هذه المعلومات في قالب صحفي منطقي.

و لا يمكن تطوير المعالجة الخبرية التلفزيونية دون توفير الإمكانيات من تجهيزات تقنية حديثة ودعم مالي ومراسلون جيّدون لدخول عالم المنافسة والاقتراب من

الجمهور عبر اعتماد طرائق علمية لتحديد الجمهور المتلقي ولمعرفة درجة تفاعله مع المادة الإخبارية المقدمة.

وتذهب الباحثة إلى أن من شبه المستحيل أن تتحقق الصفات الرئيسة للأخبار والتي من أبرزها الدقة والصدق والموضوعية بشكل مطلق فلكل قناة تلفزيونية خطها السياسي وجمهورها المستهدف ومواقفها من القضايا المطروحة ويؤثر كل ذلك أيضا على قرار بث الخبر من عدمه وعلى طريقة تناوله وعلى التفاصيل التي يجب التركيز عليها دون غيرها وإن أي خبر تلفزيوني لا يمكن أن يجد له مكانا ضمن أخبار النشرات التلفزيونية ما لميحترم أبرز مقومات الخبر التلفزيوني وفي مقدمتها الجودة والأنية والسرعة في بث الخبر.

وتشير الباحثة الي ان الخبر هو القيمة الاساسية لوظيفة الفضائيات ولكن قد تمر ساعات أو اكثر ولا نلمس حدوث اخبار جديدة وبالتالي صناعة الخبر تقتضي البحث عن مصدر أو حدث خبري وهذا يتطلب مهارات البحث والاستقصاء لدي الكوادر المعينة في صياغة الخبر وهذا بالضرورة يعتمد علي الثقافة والالمام .

أخلاقيات الإعلام

يعرفها أندرسون بأنها "المعايير التي توجّه عمل المشاركين في النشاط الاتصالي والتي يستخدمها الناقد في الحكم على أخلاقيات العمل (حمزة، 2006: 32). أما كوهين، إليوت فيرى أن " أخلاقيات الإعلام أخلاق مهنية تتناول المشكلات المتصلة بسلوك الصحفيين والمحررين والمصورين وجميع من يعملون في إنتاج الأخبار وتوزيعها . في حين يعرفها ريتش بأنها "الاختيارات التي تواجه الصحفيين حول الطرق التي يتصرفون بها(علي والحديدي ، 2004 :

11). بينما يرى السيد أحمد مصطفى عمر أن أخلاقيات الإعلام هي "منظومة من المبادئ والمعايير التي تستهدف ترشيد سلوك الصحفيين خلال قيامهم بأعمالهم ، واتخاذ قراراتهم بما يتناسب مع وظيفة المؤسسات الإعلامية و يضمن الوفاء بحقوق الجمهور (عمر ، 2008 : 102).

وترى الباحثة أن أخلاقيات الإعلام هي عملية صنع الاختيار في وسائل الإعلام بمعنى أن القرار الذي يتخذه الصحفي ، يجب أن يقوم على مبادئ أخلاقية وان ينبنى على المعرفة والحرية وتقبل النقد واحترام آراء الآخرين .

الحيادية :

تعني أن " نشر المواد الإعلامية وخاصة الأخبار يتم دون تدخل من مصدر هذه الرسالة الإعلامية والذي قد يكون قناة تلفزيونية ، إذاعية ، صحيفة، تقرير إعلامي، برنامج حوارى.. الخ (القحص ، 2005 : 12).

وشبهه خالد القحص عمل وسائل الإعلام و الإعلاميين (كما يقتضيه مفهوم الحيادية) بالمرآة العاكسة" فوسائل الإعلام تنقل (و تعكس) الأحداث و الوقائع و الأخبار التي تحدث في العالم و تنقل وجهات النظر في القضايا المتنازع عليها بين الناس والشعوب دون تدخل من هذه الوسائل (القحص ، 2005 : 13).

وترى الباحثة بأن الحيادية هي : ألا يشعر المشاهد أو المستمع أو القارئ بوجود المحرر في الخبر أو الكشف عن اتجاهاته ومواقفه ويسري ذلك على اللغة المستخدمة وأسلوب القراءة أو التعليق على الصورة أو المادة الفيلمية المرافقة للخبر.

الموضوعية :

وهي من أهم شروط التغطية الإخبارية الجيدة وأحدى أهم القيم المهنية للعاملين في الصحافة الإخبارية . وقد استخدمت مفردة الموضوعية كثيرا في تعريف معنى الإعلام ومعنى الخبر وعدّها البعض في المرتبة الثانية على قائمة أهم قضايا الإعلام في العالم بعد حرية الصحافة. كما أنها تمثل أحد أهم المعيير العالمية في تصنيف وسائل الإعلام الجيدة . ويرى محمد بن سعود البشر أن الموضوعية " تتسم بالسعي من أجل أهداف عديدة منها فصل الرأي عن الحقيقة احتراماً لحق الجمهور في أن يعرف الحقائق المجردة أي الحياد بدلا من التدخل والمشاركة بالرأي والتوازن بنزاهة في إعطاء الأطراف المختلفة فرصا متكافئة لإبداء وجهات نظرها (البشر، 2006، 29) بينما يضيف كل من ميليفين ل. ديفلير، وساندرا بول روكيتش إلى مفهوم الموضوعية هذا فيقولان انه يعني " التجرد والنزاهة والتوازن والاهتمام بمصالح الجمهور (ديفلير، 1999، 414-415) .

وتذهب الباحثة إلى تعريف بيفرلي هيلز بأن الموضوعية تركز على مفهومين أساسيين أولهما التجرد ويعني الحياد والتوازن والآخر الارتكاز على الحقائق التي تعني الاستناد إلى الصدق وطريقة اختيار الأخبار الأكثر ارتباطا بالجمهور . وعلى هذا الأساس فإن الكثير من الممارسات تتناقض مع مفهوم الموضوعية منها : تحريف المعنى من خلال اختيار بعض التفاصيل التي رغم كونها حقيقة إلا أنها تذكر بسبب ما تقدمه من دعم أو رفض لوجهة نظر معينة ، التحيز اللغوي والأخطاء اللغوية كاستخدام مفردات غير ملائمة أو استخدام لغة متحيزة كاستخدام مفردات مثل "زعم" بدل "قال" أو "صرح" أو "أكد"، وتقديم الآراء على أنها حقائق

والعناوين المضللة أو الصور المتحيزة أو التركيز على الجوانب السلبية فقط (هيلز، 1990: 63).

تمثل المؤسسة الإعلامية بعامة والقنوات الفضائية بخاصة أحد أهم المجالات المؤثرة في الرأي العام، وبخاصة فيما يتعلق بالشأن العراقي، وذلك لسببين متلازمين، أولهما هو أن الفضائيات تعد من أهم وسائل الاتصال الجماهيري على الإطلاق، وخاصة بالنسبة للمنطقة العربية من خلال دورها المحوري في تشكيل الرأي العام، لاسيما السياسي منه. هذا فضلاً عن دورها التثقيفي والتوعوي والحضاري. وثانيهما هو طبيعة المرحلة الحرجة والدقيقة للغاية التي يمر بها العراق منذ أكثر من خمسة أعوام والمتمثلة بحالة الاحتلال الأمريكي وما خلفه من تداعيات خطيرة شملت مختلف نواحي حياة العراقيين سواء السياسية أو الاجتماعية أو الثقافية أو الحضارية أو غيرها ليس في حاضرهم فحسب بل وفي خياراتهم المستقبلية أيضاً. وسنتناول في هذا الباب خصوصية الأخبار التلفزيونية والدور الإخباري للفضائيات ثم بيان تأثيرات الأخبار في أحداث العراق أثناء الغزو والاحتلال بشكل عام.

وفي اعتقاد الباحثة تأتي صفة الاخلاقيات كجوهر اساسي في ممارسات الحياة في كل ضروبها، فالالتزام بالاخلاقيات يعني إكساب مصداقية لدي المتلقي، فالإعلام يتشابه مع النهج التعليمي ويكاد يتطابق مع اساسياته ونري ذلك في ان العملية التعليمية المنهجية تتصف بالمحتوي ثم وسائل توصيل هذا المحتوي (طرق التدريس) تم التقويم والمعلم والبيئة وهذا ما يحدث بالضبط في العملية الإعلامية، ففيها المحتوي الذي يقدمه المذيع الذي يكون بمثابة المعلم عبر وسائط فنية، وفيه التقويم (التغذية الراجعة) وبالتالي فالمعايير الاخلاقية امر لازم فلا بد ان يبتعد

الإعلام عن الجهوية والمناطقية واثارة النعرات والعمل علي دعم الوحدة والسلام ومتطلباته .

وهناك خصائص عديدة تتعلق بذات الخبر التلفزيوني ومنها : (جورج ، 1990 :
(117

أولا : الإيجاز :

يضرب فيليب تايلور مثلا في الرئيس الأميركي الراحل جون كنيدي الذي كان بارعا في استخدام الوسيط التلفزيوني فيقول إنه " ذو قدرة فائقة في العثور على عبارات موجزة ونافذة أمام آلات التصوير (تايلور ، 2000 : 379) . ولكن الإيجاز هنا لا يعني تغييب الحقائق كما في الحالة العراقية ، إذ يحاول البعض أن يجعل من ضحايا العنف في العراق قضية بلا عواطف إنسانية، فيوجز ما يحصده العنف في العراق من خلال تركيزه على التنازع السياسي على السلطة هناك، وعلى صنع الفتنة الطائفية من العدم، وحصر الإسلام في ثقافة العنف والعصبية وبثالفرقة بين مختلف الأديان والمذاهب .

ثانيا : التطابق بين الصورة والصوت :

يعتمد الخبر التلفزيوني على عنصرين : الصورة سواء كانت هذه الصورة فيلما أو صورة ثابتة أو رسوما بيانية أو صورة من المصدر والعنصر الثاني الصوت الذي لها تأثيره الخاص وسحره على النفوس، "ويمثل الصوت العامل الثاني للصحفي التلفزيوني والعامل الأول بالنسبة للصحفي الإذاعي(شرف ، 1988 : 35)، وإيقاع الصوت يتغير حسب نوعية الخبر، "فعندما نكون بصدد إلقاء خبر مفرح أو التعليق على مقابلة رياضية مثلا يكون إيقاع الصوت سريعا

وقويا، وعندما ننتقل للحديث عن خبر محزن كوفاتشخصية مهمة وعزيزة على المشاهدين نخفض من إيقاع الصوت ومن سرعته ويكون الصوت منخفضا وحزينا، ولا بد أن يظهر الحزن على تراسيم الوجه لكي يكون هناك تفاعل بين الصوت والصورة .. وهكذا" أي أنه يجب في مجال التلفزيون أن يتناسب الكلام مع محتوى الصورة (شرف، 1988 : 37).

ثالثا : البساطة والوضوح :

تعد البساطة إحدى خصائص الخبر التلفزيوني المهمة . ولكن هذه البساطة لا يجب أن تكون على حساب الحقيقة، فالمشاهد العربي الذي قد "يفر من إعلام تقليدي يتميز بالرتابة وتكرار المادة الإعلامية (تركستاني ، 2004 : 49)، يتلقفه النظام الإعلامي الجديد الذي "يخفي تحت اسم الحرية والديمقراطية أهدافاً خبيثة تسعى إلى تغيير الحقائق والمفاهيم والقيم الاجتماعية للبلدان الأخرى، كأن تحذف من قاموسنا السياسي اعتبارات وقيما وتأتي بأخرى، مثل مصطلحات تحاول التبسيط ولكنها في الحقيقة تفضي إلى تشويه ممارسات شرعية وتكريس مفاهيم جديدة عنه (العياضي ، 1999 : 49) .

رابعا : استخدام المجاز :

يساعد الإعلام في تركيز الإدراك وبلورة المعنى وخاصة " في الأخبار التلفزيونية، إذ يستخدم الأسلوب والتعبير المجازي الذي قد يختلف بين محطة تلفزيونية وأخرى (فيليبس ، 2007 : 91) . ومع أن الإيجاز يشكل أحد الخصائص الرئيسة للخبر التلفزيوني، فقد استغل هذا النوع من الإعلام " لإغراق الجمهور في دوامة من الأحداث والتدفق والإغراق لخلق حالة من الوعي المبرمج

والمعد مسبقا باتجاه واحد مرسوم(صلاح ، 2007 : 23) وتجسد ذلك في التركيز على صور متكررة ومعدة بشكل جيد لخلق صور ذهنية نمطية عن أشخاص ودول كما هو الحال مع مفردة " طالبان" في أفغانستان و صدام حسين في العراق .

خامسا : مراعاة ان تكون القصة الخبرية وحدة درامية متماسكة . والتلفزيون بطبيعته وسيط قادر على الإقناع، وتكمن قوته في أنه يسبك الرأي ويقول به حسب صياغة خاصة (الياسري ،1987 : 12).

الشروط الواجبة عند صناعة الخبر التلفزيوني:

1. تطابق مضمون النص مع محتوى المادة الإخبارية المصورة وإمكانية تقليص عدد الكلمات المصاحبة للصورة لأقل عدد ممكن واختبار المعلومات التي تضيف فقط للصورة ولا تكرر ما جاء فيها.

2. أن تكون القصة الإخبارية بسيطة ذات وحده درامية لا ينتابها أي لبس او غموض .

3. الإيجاز والوضوح والمباشرة في تقديم المعلومات .

4. الحرص علي سلامه لكل فقرة واستخدام الألفاظ المألوفة .

5. التأكد من خلو القصة الإخبارية من أي تحيز سواء في طريقه سرد الأحداث او الألفاظ المستخدمة في صياغتها .

والتحيز عده أنواع تظهر بوضوح في القصص الإخبارية وهي :

(1-5) التحيز المنسوب Attribution bias وهو أن تنسب القناة الخبر لنفسها

رغم اعتمادها علي مصادر غير ذاتيه في الحصول عليه

(2-5) التحيز الوصفي Adjective bias من خلال استخدام كلمات تعظيم ومبالغه في وصف الأشخاص الوارد ذكرهم في القصة الإخبارية أو استخدام كلمات تحفيز تنطوي على تحفيز الأشخاص الوارد ذكرهم في القصة الإخبارية وهذا النوع كان مستخدماً قبل عصر الفضائيات عندما كانت التلفزيون المحلية والقومية هي المسيطرة على الإعلام .

(3-5) تحيز الحال Adverbial Bias ويتم عبر استخدام مجموعه من الكلمات تصف حال الشخصيات المحورية في القصة الإخبارية كأن تقول : (أضاف الوزير باستهزاء) ، حيث إن عبارة كهذه تعتبر كرأي شخصي لا يجب أن يرد في الخبر لأنها تقدم صورة سلبية .

(4-5) تحيز السياق contextual Bias ويعني التحيز الكامل لأطراف القصة الإخبارية من خلال تفاصيلها وطريقة سردها .

(5-5) التحيز الصريح Outright Bias من خلال إذاعة التصريحات المباشرة في إطار المساندة أو المعارضة لشيء ما أو لشخص ما .

(6-5) التحيز التصويري photographic Bias من خلال توظيف التصوير المعروف والمصاحب للمادة المقروءة بهدف إعطاء انطباعات سلبية أو ايجابية حول شخص أو مؤسسة أو حدث ما .

درج استخدام نوع أو أكثر من أنواع التحيز في التلفزيونات القومية منذ انطلاقتها واعتمادها على قالب التقليدي لصياغة الأخبار الذي يبرز ايجابيات وانجازات المؤسسات الحكومية والشخصيات ذات العلاقة الوثيقة مع الدولة الأمر الذي أفرز بطبيعة الحال فبدأ تلقائياً على صياغة الأخبار ذو طابع سياسي يميل بدفة التحرير

أو الصياغة إلى جانب الحكومة طوال الوقت وفي كل المناسبات وهو ما يؤكد ما ذهبت إليه تساؤلات الدراسة في الباب الأول من هذا البحث عن إمكانية وجود قالب تقليدي لصياغة الأخبار وإن كان مفعّل إلى الآن وعن حقيقة القيود السياسية الممارسة على صياغة الأخبار .

أما بالنسبة للشروط أو القواعد الواجب الالتزام بها ومراعاتها عند كتابة القصص الإخبارية على الرغم من اتفاقها مع الشروط المراعاة في صياغة الأخبار غير أن للقصص الإخبارية قواعد إضافية خاصة بها وتنقسم إلى :

أ. قواعد عامة توجب الآتي :

1. الالتزام بالصدق قبل السبق .
2. الابتعاد قدر الإمكان عن إثارة المخاوف والذعر أو العزف على أوتار الإثارة لدى المشاهدين .
3. الالتزام بالمسئولية الاجتماعية وضرورة الاهتمام بالتوازن والتوقيت من خلال طرح القصص الإخبارية للموضوعات المختلفة .
4. يفضل كتابة الرموز symbols في شكل كلمات وليس اشارات حتى يسهل قراءتها بشكل صحيح من قبل المذيع بهدف تقليص احتمالات الخطأ .
5. تقريب وتبسيط الأرقام numbers حتى يسهل على المشاهد تذكرها .
6. عدم ذكر الأعمار ages في القصص الإخبارية إلا إذا كانت ذات مغزى .
7. استخدام التواريخ dates في أضيق الحدود لأنها صعبة التذكر وإن اضطر المحرر لكتابتها يجب أن يحاول تكرارها مرتين على الأقل في النص الإخباري حتى يتذكرها المشاهد .

8. الالتزام بالكتابة بأسلوب المبني للمعلوم وليس للمجهول حتى يستطيع المشاهد متابعة القصة الإخبارية المقدمة وفهمها بسهولة كما يفضل الالتزام بذكر القائل قبل القول لأنه إذا تأخر الأسناد إلى النهاية قد تبدو كأنها رأي المراسل ، ويفضل استخدام عبارات وصفية Descriptive phrase قبل الاسم خاصة عندما لا تكون شخصية معروفة مع استخدام عدد من الضمائر .

ب. هنالك مجموعة من القواعد الخاصة بموعد وزمن النشرات الواجب مراعاتها في مجال نشرات الأخبار التلفزيونية وهي :

1. ضرورة تحديد موعد ثابت ومحدد للنشرة حتى يتذكرها المشاهد وتخلق لديه "عادة اتصالية" تجعله يحافظ على هذا الموعد لمتابعة النشرة وينقل لديه الإحساس بالالتزام والاحترام من قبل القناة مما ينعكس إيجاباً على رؤية وعلاقته بهذه القناة .

2. ضرورة الالتزام بزمن محدد للنشرة طبقاً للسياسة التحريرية التي تنتهجها القناة وبما يوافق أهدافها ونوعها سواءً كانت قناة عامة أو قناة إخبارية متخصصة .

3. في أوقات الأزمات والحروب وبسبب سرعة التغطية الإخبارية تحدث بعض الأخطاء غير المقصودة لذا يجب الاعتراف بها حتى لا ينال ذلك من مهنية ومصداقية القناة .

4. الاهتمام بتوزيع فريق من المراسلين الإخباريين في المناطق الساخنة والمنشآت الحيوية .

5. الاهتمام بإعداد وبث التقارير والتعليقات والتحليلات الإخبارية الشارحة للأحداث .

6. تقديم مادة وثائقية تسجيلية لمزيد من التفسير والتحليل للحدث .

ويحتاج إعداد القصص الإخبارية في أوقات الأزمات والحروب بشكل سريع لمجموعة من الخطوات والمتمثلة في الحصول على بعض المعلومات المتعلقة بالقصة الإخبارية وتحديد افتتاحيتها Opening the story ويطلق عليها البعض Stand-upper good بالإضافة إلى تحديد المادة الفيلمية المصاحبة للنص المقروء choose good pictures وذلك لصياغة القصة في شكلها النهائي good writing and organizing for the story وبما أن الأخبار تعد مضموناً جافاً لأنها تدور حول أحداث ذات موضوعات متكررة وحول نفس الشخصيات المحورية كل يوم مع بعض الاختلاف في التفاصيل لهذا توجب على المحرر الإخباري التعامل مع الخبر أو الحدث بحرفية ومهنية عالية لتحويله إلى مضمون جذاب لذا يعتبر تحرير القصص الإخبارية فناً صحفياً بالدرجة الأولى إلا أنه مع ظهور التلفزيون تغيرت كتابة القصص الإخبارية وصار لها مكونات خاصة بها وهي :

1. مقدمة إخبارية مختصرة summary news lead تعطي للمشاهد معلومات أساسية حول الحدث وتكون في العادة فقرة واحدة تركز على الحدث ومكان وقوعه وتعمل هذه المقدمة على جذب اهتمام المشاهدين لمتابعة القصة الإخبارية، وهناك أنواع من مقدمات الأخبار منها :

أ. مقدمة الأخبار الجادة the hard news lead وتتميز باستخدام كلمات مباشرة ومحدده ودقيقة .

ب. مقدمة الأخبار الخفيفة the soft news lesd وتتميز بأنها تحاول جذب انتباه المشاهدين بطرق مبتكرة أكثر من مقدمة الأخبار الجادة .

ج. المقدمة المظلة وتجمع بين أكثر من خبر .

2. بيان الفائدة Benefit statement وهي عبارة تعقب المقدمة وتشير باختصار لأهمية وقيمة الخبر المباشر للجمهور مستعرضة الجانب الذي يهمله في الخبر بشكل أساسي .

3. التفاصيل الثانوية Secondary details وهي تفاصيل أقل نسبياً في الأهمية مما سبقها من معلومات وتكون مختصرة وهي مستخدمة أكثر من الوسائل المطبوعة.

4. خلفيات الحدث Background information وتوفر معلومات مفسرة للحدث من خلال شرح خلفيات تاريخية له وتداعياتها على التطورات الحالية وأثارها المستقبلية للحدث .

5. بيان الفعل Action statement وهي عبارة تتميز بها القصص الإخبارية التلفزيونية حيث تعطي مؤشراً للمشاهدين حول كيفية المشاركة والتفاعل في الحدث حتى يصبح جزءاً منه ، وهو يشبه إلى حد كبير بيان الفائدة .

تعتمد كتابة القصص الإخبارية في القدرة على تنظيم عناصر القصة بجانب مهارة الكتابة حيث يتم دمج الحقائق مع الاقتباسات الصوتية للضيوف في نسيج متماسك وواضح ومرتب زمنياً ومكانياً ويتبع في ذلك خطوات معينة وهي :

أ. تحديد الجملة الابتدائية Initial statement وهي تعطي فكرة عن مضمون القصة الإخبارية ويجب أن تصاغ بشكل يجذب انتباه المشاهد .

ب. جملة التكرار أو التدعيم Reinforcement statement وهي تكرر المعنى الوارد في المقدمة بكلمات مختلفة وتفاصيل أكثر لمساعدة المشاهد على الفهم .

ج. الجملة الانتقالية Transitional statement تهيئ المشاهد ليُعرف تفسيراً أوضح لموضوع الخبر الوارد في المقدمة .

د. جملة الفعل أو النتيجة Action and Result تقوم باقتراح الفعل الذي يجب اتخاذه أو ما تم اتخاذه بالفعل بشأن القضية محور الخبر .

أما بالنسبة لكتابة قصة إخبارية حول الصراع أو الحروب فيتم إتباع نفس الخطوات المستخدمة في كتابة القصة الإخبارية المتعارف عليها ولكن مضافاً إليه بعض التشويق وبعض الخطوات الأخرى مثل :

1- مقدمة إخبارية News lead وهي جملة تصوير للموقف حيث تعطي فكرة مبدئية عن الصراع وهناك نوعان للمقدمة الإخبارية هي :

أ) المقدمة الخفيفة soft lead ويقصد بها البدء بجملة تمهيدية تصف الحدث قبل الوصول إلى ذروته وهي مناسبة للتقارير الإخبارية من مكان الحدث .

ب) المقدمة الصلبة Hard lead وهي الدخول مباشرة إلى الحدث ووصفه بدون تمهيد وهي مناسبة للقصص الإخبارية التي تعد وتذاع من داخل الاستديو .

2- الفعل المصاعد Rising Action توضح بعض التعقيدات الإضافية التي تمهد للحدث الرئيسي .

3- الذروة Climax وهي قمة الفعل ونقطة التحول بالنسبة له .

4- الحدث المتداعي Falling action وهو الجزء الذي يبرز ردود الأفعال التي تشرح تأثير الذروة على الموقف .

النتيجة outcome هي المحصلة النهائية في القصة وردود أفعال أبطالها نحو الحدث .

مقاييس ترتيب الأخبار:

هناك عدة مقاييس أساسية يجب مراعاتها عند ترتيب الأخبار وتتمثل هذه المقاييس في (أبو زيد، 2000: 185-186) :

- الأهمية :

من المفروض أن تبدأ النشرة الإخبارية التلفزيونية بأهم خبر سواء كان داخليا أو خارجيا ، وقد يكون هذا حدثا مفصلا أو خبرا قصيرا . وقد يكون الخبر ذا طابع سياسي أو رياضي أو إقتصادي أو إجتماعي ، وتعد مسألة الأهمية مسألة نسبية لأن ما هو مهم بالنسبة للمحطة التلفزيونية معينة التي تتوجه إلى جمهور معين لا يكون مهما بالنسبة لقناة أخرى تخاطب جمهورا مختلفا. وذلك رغم أن القنوات الفضائية تخاطب الجمهور الدولي ولكن مع ذلك يظل هناك الجمهور المستهدف بالأخبار التلفزيونية .

- تماسك وترابط موضوعات النشرة الإخبارية :

يتم ترتيب الأخبار حسب تسلسل منطقي موضوعاتي حتى يبدو الانتقال من خبر إلى خبر إنتقالا طبيعيا .

- البحث عن شدة الإنتباه بإستمرار :

إن النشرة الإخبارية الناجحة هي التي تتمكن من شد إنتباه المشاهد خلال العرض ، ويتحقق ذلك عبر طرق تحرير العناوين ومقدمات الأخبار وتفاصيلها وطرق تقديمها . كما يمكن شد الإنتباه بتوزيع الأخبار توزيعا يضمن تواترا جيدا للأحداث وبالإخراج الجيد للنشرة الإخبارية . وتتدخل في عملية إختيار الأخبار المهمة وترتيبها سياسة الهيئة التلفزيونية التي تسعى إلى تفويق الإهتمام بملف عن

الإهتمام بملف آخر وإلى التعتيم عن بعض المواضيع وتضخيم أخرى . ويرتبط نجاح النشرة الإخبارية في إختيار الأخبار المهمة وترتيبها ترتيبا منطقيا باحترام مجموعة من الضوابط التي يخضع لها الخبر التلفزيوني والنشرة الإخبارية عموما ، و تحتل الصورة في الخبر التلفزيوني المرتبة الأولى في الأهمية ، في حين يحتل الكلام أو التعليق المصاحب لها المرتبة الثانية ، فالكلام أو التعليق ليس عامل مساعد في توضيح تفاصيل الحدث الذي يجري في الصورة. هناك فارق جوهري بين الخبر الصحفي المصور والخبر التلفزيوني المصور...فالصورة الفوتوغرافية (الصحفية) لا تستطيع أن تسجل وقائع معينة من الحدث وذلك لأنها صورة ثابتة غير متحركة. أما الخبر التلفزيوني فهو يتميز بأنه يمكن أن يسجل وقائع الحدث بتفاصيله الكاملة وبالجو المحيط به وذلك لأنه يتكون من صور متحركة .

الفصل الثالث

الدراسة التطبيقية

أولاً: نبذة تاريخية عن قناة الجزيرة (النشأة والتطور)

ثانياً: نبذة تعريفية عن قناة سكاي نيوز عربية

ثالثاً: الاجراءات المنهجية

رابعاً: الرصد والتحليل

خامساً: النتائج والتوصيات

قناة الجزيرة الإخبارية

أولاً : نشأة قناة الجزيرة الإخبارية العربية:

في العقد الاخير من القرن العشرين بدأت القنوات الفضائية العربية في الظهور والانتشار لتأخذ مكانها الطبيعي في فضاء التلفزيون العربي والذي كانت تحتله القنوات الغربية التي سبقتها في تجربته البث الفضائي.

هذه الانطلاقة الفضائية كانت بمثابة الميلاد الحقيقي للقنوات ذات التمويل الخاص ويشهد المجتمع العربي لأول مره {انسلاخا} عن عباءة التلفزيون القومي أو المحلي من قبل القنوات الفضائية الوليدة ، ربما تكون مفردة {انسلاخ} قاسيه في معناها غير أن المتابع لهذا التطور يستطيع بسهولة أن يلاحظ الجهد الذي تبذله هذه القنوات في تقديم رسالة إعلاميه بشكل مختلف عندما كان سائداً من قبل في محاوله لتطبيق النظام الغربي ولكن بمنظور عربي يشكل المعايير المهنية ومجموعه القيم التي تخدم أفكار هذه الفضائيات والسابق وورودها ضمن ثنايا هذه الدراسة وبما يخدم أيضاً تطلعات المشاهد العربي ولكن من جهة أخرى ، والتواق بشده لكل ما هو جديد وبعيد عن سيطرة الحكومات خاصة فيما يتعلق بالإخبار لأنه كان يعتقد دائماً انه لكي يعرف الخبر الصحيح والمجرد الذي تحكمه المعايير المهنية بعيدا عن التأثيرات السياسية للحكومات المحلية فلا بد له أي المشاهد العربي في سبيل ذلك من السعي وراء الإذاعات العالمية أو الصحف المستقلة للحصول عليه لذا فقد كان المشاهد العربي مهياً تماماً لكل ما هو جديد ومختلف وأيضاً كان الوقت مناسباً لذلك ولعل الأحداث السياسية الكبيرة والمتسارعة التي شهدتها منطقه الشرق الأوسط في هذه الفترة هيأت المناخ العام لذلك ومهدت الطريق أمام الفضائيات العربية لتقف جنباً إلي جنب مع مثيلاتها الأجنبية في

تغطيه الأحداث العالمية خاصة بعد حرب الخليج الأولي والتي رصدتها قناة CNN الأمريكية بعيون غريبه كان من خلالها المجتمع العربي يتابع ما يحدث في محيطه.

لذا كان اختيار قناة الجزيرة الإخبارية العربية كحاله لخدمه أغراض هذا البحث نظرا لأنها الأقدام من بين القنوات العربية المتخصصة في مجال الأخبار ونظرا لتحقيقها نسبة مشاهده عاليه طبقا للدراسات الأكاديمية التي رصدته تجربتها رغم ما يثار حولها من تساؤلات بشأن ملكيه القناة ومصادقيتها وجدوى ما تقدمه وهذا ما سيتم تناوله في هذا المبحث.

نشأة قناة الجزيرة :

تأسست قناة الجزيرة الإخبارية بموجب قرار أو مرسوم أميري من دولة قطر صدر في 8 فبراير عام 1996م ينص على أن تكون القناة مؤسسة قطرية عامة مستقلة مقرها الدوحة ، تعمل على أسس تجارية مع مراعاة للقيم والعادات الإسلامية على أن تقوم دولة قطر بتمويل البنية الأساسية لهذه القناة بواقع 30 مليون دولار سنوياً لمدة الخمس سنوات الأولى تقوم القناة بعدها بالاعتماد على مواردها الذاتية مثل :

1. رفع الإشارة التلفزيونية للكثير من المحطات العربية والأجنبية التي لا تصل تغطيتها إلى المساحة التي تغطيها الجزيرة .
2. بيع الصور التلفزيونية للوكالات الأجنبية والتشفير في أمريكا اللاتينية والولايات المتحدة وأستراليا وشرق آسيا .
3. تقديم خدمة عبر الكيبلز لعدد كبير من المشتركين بالدول الأوروبية وبعض الدول العربية .

استطاعت قناة الجزيرة فعلياً الاعتماد على نفسها مالياً وتقديم خدماتها الإخبارية بواسطة شبكة المراسلين المنتشرين حول لعالم والبور السياسية الساخنة وانفرادها إعلامياً بنقل أحداث سياسية هامة لنقلها لحرب أفغانستان

بالمعايير المهنية على الرغم من أنها قامت بتغذية القنوات العربية والعالمية بأحداث الحرب أولاً بأول وذلك بموجب اتفاقات أبرمتها معها ، ومنها على سبيل المثال اتفاقية أبرمتها مع قناة فوكس نيوز الأمريكية والتي قدرت بحوالي 10 ألف دولار شهرياً وكان هذا الرقم يعتبر الأكبر إعلامياً خلال فترة الحرب ، وهناك أيضاً الصور والمقابلات التي كانت الجزيرة تقوم بتسويقها للقنوات الأخرى حصرياً والتي اعتبرت مكسباً مادياً وسبقاً صحفياً للقناة ومن هذه المقابلات الانفرادية الحوار الذي أجراه مراسل القناة تيسير علوني مع أسامة بن لادن زعيم تنظيم القاعدة فقد أخذت محطة NBC الأمريكية منه 15 دقيقة في مقابل 300 ألف دولار أمريكي .

وقد فتح هذا الأمر الباب واسعاً أمام زيادة حجم الإعلانات في القناة والتي تدر عليها أيضاً قدرأً من الأرباح هذا بجانب القيام ببيع برامج ومواد القناة الإعلامية في شكل شرائط فيديو وتدوين الوثائق منها في كتب واستغلال الشهرة التي حصدها في إطلاقها شعارها تجارياً كماركة تجارية مسجلة على بعض السلع الكمالية .

تمكنت القناة من خلال استخدام كل ما سبق من موارد من بلوغ نسبة 85 . 90% في سداد ميزانيتها التشغيلية .

ومثلها كانت حرب أفغانستان مصدراً للأرباح بالنسبة للجزيرة فقد تسببت كذلك في تكبدها لخسائر كبيرة فقد نقلت قناة الأنباء الألمانية (DPA) عن مجلة الفوربس

الألمانية الأسبوعية في عددها الصادر في مارس 2002م أن قناة الجزيرة خسرت نتيجة بثها شرائط الفيديو الخاصة بين لادن عقب هجمات الحادي عشر من سبتمبر إعلانات بقيمة أربعة ملايين دولار أي ما يعادل ربع إيراداتها السنوية وذلك نتيجة لضغوط مورست على الشركات المعلنة بشأن إعلانها على شاشة الجزيرة وذلك على اعتبار أن الجزيرة قامت بتغطية الحرب على أفغانستان بصورة مؤيدة لزعيم تنظيم القاعدة أسامة بن لادن .

تطور قناة الجزيرة :

انطلق البث من القناة عبر القمر الاصطناعي عربسات AZ وبيوتلسات WZ في يوم السبت الأول من نوفمبر عام 1996م .

بدأت الجزيرة عملها كقناة إخبارية عربية متخصصة تبث لمدة 6 ساعات يومياً وفي أوائل عام 1997م زاد البث إلى تسع ساعات ثم إلى 12 ساعة حتى أكملت عامها الأول بوصول البث فيها إلى 18 ساعة يومياً إلى أن أصبح الإرسال طوال الـ 24 ساعة ابتداءً من فبراير 1999م .

تعتمد الجزيرة في بثها على النظام الرقمي عبر استخدام تقنيات البث والإنتاج التلفزيوني العالمي الحديث وتغطي بذلك كل مناطق الشرق الأوسط والشمال الأفريقي والأمريكتين وأستراليا .

يقوم بالعمل في الجزيرة فريق من الفنيين والإعلاميين ممن عملوا في تلفزيون BBC ومدارس صحيفة عالمية أخرى .

وتقوم القناة بتقديم خدمات مختلفة كتزويد المشتركين بالأخبار العاجلة عن طريق أجهزة النقال وقد تم إطلاق هذه الخدمة في عام 2003م .

وافتحها مركزاً للتدريب والتطوير الإعلامي في عام 2004م وفي عام 2005م أطلقت قناة جديدة تنقل الأحداث حال وقوعها دون تدخل تحريري وهي الجزيرة مباشر ثم توالى القنوات التابعة لها كالجزيرة للأطفال وهو مشروع مشترك مع مؤسسة قطر للتربية والعلوم وتنمية المجتمع وقناة ناطقة بالانجليزية إلى أن تحولت الجزيرة رسمياً إلى شبكة إعلامية تضم القنوات والمؤسسات التالية:

(الجزيرة ، الجزيرة مباشر ، باقة الجزيرة الرياضية ، الجزيرة الانجليزية ، الوثائقية ، الجزيرة للأطفال ، الجزيرة نت ومركز التدريب ، والتطوير ومركز الدراسات)

التوجيه السياسي والفكري لقناة الجزيرة :

قوبلت الجزيرة منذ انطلاقتها الأولى بالكثير من علامات الاستفهام وانقسمت الآراء بشأنها فمنهم من قال بأن الجزيرة مخطط أمريكي لضرب الحكومات العربية عن طريق الإعلام وآخر يقول أنها ذريعة لفرض الهيمنة الغربية على العقول العربية وهناك تيار آخر له وجهة نظر مختلفة تعتقد أن قيام دولة قطر بإطلاق قناة الجزيرة كان هدفاً منها في التحول الديمقراطي حيث يعتقد جون ألترمان الخبير بالمعهد الأمريكي للسلام بواشنطن أن قناة الجزيرة تجعل من قطر قوة إقليمية .

ولعل هذا قد ظهر بشكل واضح خلال الفترة الماضية عندما قامت الدوحة بدور الوسيط في عدد من القضايا السياسية العربية بين الفرقاء السياسيين في لبنان من جهة وبين الحكومة السودانية والفصائل المتمردة في دارفور في جهة أخرى ، وقد جعل هذا التشكيك المستمر المدير السابق لقناة الجزيرة محمد جاسم العلي يقول أن "مسألة تبعية القناة للخارجية القطرية إشاعة مصدرها بعض المسؤولين أو بعض

المقربين من السلطات في الدول الأخرى التي تبدو غير مرتاحة إلى توجه قناة الجزيرة مؤكداً على أن الجزيرة أولاً وأخيراً مؤسسة تجارية حصلت على قرض من الحكومة القطرية وهذه شيء طبيعي " .

ذكرت نشرة أمريكية أن إنشاء قناة الجزيرة كان بهدف تعويض نقص نفوذ دولة قطر في المنطقة وتضيف أن أسرة آل ثاني الحاكمة تستخدمها لتأمين مستقبلها السياسي في الخليج ، أما قناة الجزيرة فإنها تصف نفسها بالقناة الإخبارية عربية الانتماء وعالمية التوجه تقدم خدماتها الإعلامية تحت شعار الرأي والرأي الآخر وأنها منبراً تعددياً لنشر الحقيقة ملتزمة في تحقيق ذلك بالمبادئ المهنية في إطار مؤسسي .

الأجندة الفكرية لقناة الجزيرة :

لمعرفة الأجندة الفكرية لقناة الجزيرة لابد من الإجابة على عدة أسئلة منطقية وهي :

- أ. من الذي يضع أجندة وسائل الإعلام ؟
 - ب. كيف تعمل هذه الأجندة وكيف تقوم بدورها في انتقال الأثر ؟
 - ج. هل تعمل بمفردها أم أن هناك عوامل بسيطة تسهم أو تسرع بنقل الأثر ؟
- أما الإجابة فهي كالتالي أن تحديد أجندة وسائل الإعلام لا يقف عند حدود انتقاء الموضوعات أو القضايا فقط ولكن يمتد إلى اختيار مفردات النشر والإذاعة ووسائل العرض والإبراز وتكرار النشر والإذاعة بالشكل الذي يوفر تراكماً في المعلومات يسمح بجذب الانتباه ثم إثارة الاهتمام وإدراك الموضوعات أو القضايا بنفس درجة الاهتمام التي تضعها لها الوسيلة الإعلامية وهو ما يشير تلقائياً بناءً على وجهة نظر الكثير من الباحثين والخبراء إلى مفهوم حارس

البوابة وإطار السياسات والضغوط الاجتماعية والنفسية التي يعمل بداخلها وذلك على اعتبار أن الوقائع والأحداث تحمل في ديناميكية حدوثها وعلاقتها درجة من درجات الاحمية في علاقاتها بالإفراد والجماعات والمجتمع مما يجعلها تفرض نفسها على أجندة وسائل الإعلام دون تدخل ملموس من حارس البوابة .
وهناك خطوات وضعها الباحثان (G. Elang and k. Lang) لبناء أجندة وسائل الإعلام وهي :

1. تلقى الوسيلة الإعلامية الضوء على بعض الأحداث وتجعلها بارزة .
 2. تحتاج بعض القضايا إلى قدر أكبر من التغطية لتثير الاهتمام.
 3. وضع القضايا أو الأحداث التي تثير الاهتمام في إطارها الذي يضى عليها المعنى ويسهل فهمها وإدراكها .
 4. اللغة المستخدمة في وسائل الإعلام يمكن ان تؤثر على من مدركات الجمهور لأهمية القضية .
 5. تقوم وسائل الإعلام بالربط بين الوقائع والأحداث التي أصبحت تثير الاهتمام وبين بعض الرموز الثانوية التي يسهل التعرف عليها على موقع الخريطة السياسية ، فالناس تحتاج إلى أساس لاتخاذ جانب من القضية (الثقة في الحكومة - المصادقية)
 6. بناء الأجندة يتم بسرعة وتزايد عندما يتحدث بعض الأفراد الموثوق فيهم في قضية ما .
- وهناك آليات أخرى تعمل بها وسائل الإعلام لزيادة اهتمام المتلقي بالقضايا التي يتعرض لها مثل :

أ. رؤية وسائل الإعلام لمجرى الأحداث مما يجعلها أكثر قوة ويضفي عليها القيمة النسبية .

ب. التغطية المتزايدة للأحداث غير العادية .

ج. التقرير الانتقائي لقيمة الأخبار .

د. الأحداث المستعارة أو تصنيع الأخبار ذات القيمة .

هـ. تلخيص الأحداث أو تقديم الأحداث غير ذات القيمة في صورة الأحداث ذات القيمة .

غير أن هذه الآليات التي وضعها فانكهوسر للتأثير في أدراك الجمهور لأهمية الأخبار لا يمكن تعميمها على كل وسائل الإعلام في كل الأوقات لما قد يعبر عنه من اتجاه مهني أو تصنيف معين للوسائل في علاقاتها بالممارسة المهنية في مقابل عدم نقد لوظيفة الأجنحة وذلك لأن الوظيفة تنقل التأثير من الوسيلة إلى الجمهور دون النظر إلى النوايا أو الأهداف ونجاح الوسيلة في نقل التأثير من خلال الأجنحة بجعل جماعات الضغط أو جماعات المصالح الخاصة تحاول أن تضع قضاياها على أجنحة وسائل الإعلام وإن كان هذا التأثير غير ملموس في الدول النامية حيث تتصدر الحكومات والأحزاب الحاكمة كافة المؤسسات في ترتيب أجنحة وسائل الإعلام .

غير أن الإعلاميون بناءً على منظومة القيم والمعايير المهنية للعمل الإعلامي السابق ذكرها في أحد فصول هذه الدراسة بإمكانهم تحديد أجنحة الجمهور وتحديد ما يصلح أن يذاع أو ينشر كقصة إخبارية وما لا يصلح حيث يقوم هؤلاء الإعلاميون بالانتقاء من بين الكثير من القصص الإخبارية عدداً محدوداً منها حول الأحداث الداخلية والخارجية وما بين القصص الإيجابية والسلبية .

وهو الأمر الذي ينطبق بشكل عام على أداء قناة الجزيرة حتى وان كان هناك أهدافاً مخفية تسعى لتحقيقها فان لها أهدافاً حددتها وأعلنتها منذ بداياتها وهذه أهدافاً مخفية تسعى لتحقيقها فان لها أهدافاً حددتها وأعلنتها منذ بداياتها وهذه الأهداف المعلنة هي :

- 1- تقديم خدمة إخبارية للمشاهد العربي كبديل عن القنوات الأجنبية .
- 2- مخاطبة المواطن العربي في جميع الدول العربية من الناحية وأن تكون جسراً إعلامياً حضارياً بين الشرق والغرب من ناحية أخرى .
- 3- رفعها لشعار "الرأي والرأي الآخر" رغبة منها في منافسة القنوات الأجنبية في المجال الإخباري من حيث الشكل والمضمون فهب تهدف لتقديم نشرة إخبارية ذات إيقاع سريع يعتمد على الصورة أكثر من الخبر المقروء بالإضافة إلى نقل الخبر على الهواء مباشرة من موقع الحدث عن طريق شبكة المراسلين المنتشرين في العالم .
- 4- تقديم خدمة إخبارية تهتم بتقديم مضمون إعلامي موضوعي تصاحبه صور فيلمية مناسبة بإيقاع سريع .
- 5- الابتعاد عن المحلية والإقليمية كي تتيح للمواطن الاطلاع المستمر على آخر المستجدات في العالم .
- 6- نشر الوعي العام بالقضايا التي تهم الجمهور حتى تكون جسراً بين الشعوب والثقافات مما يعزز حق الإنسان في المعرفة .
- 7- إضافة أبعاد جديدة لصناعة الأخبار والبرامج الحوارية في العالم العربي التي يتعاطم فيها الاهتمام بالإعلام الترفيهي على حساب تقديم خدمة إخبارية وثقافية موضوعية وجريئة ومتحررة من القيود الحكومية .

كما صاغت القناة لنفسها ميثاقاً للشرف المهني ودليلاً للسلوك والضوابط التي تحكم وتنظم عملها الإعلامي ، يلزم جميع العاملين بها على التقيد به والعمل ضمن موجهاته راجع ميثاق الشرف الإعلامي ودليل السلوك المهني للقناة ضمن ملاحق هذه الدراسة .

ثانيا : قناة سكاي نيوز عربية :

إن سكاي نيوز عربية هي ثمرة شراكة بنسبة خمسين بالمائة بين شركة أبوظبي للاستثمار الإعلامي و (بي سكاي بي) المؤسسة الرائدة في مجال تلفزيون الكابل في بريطانيا .ويعد منصور بن زايد آل نهيان وزير شؤون الرئاسة في دولة الإمارات هو الشريك الأساسي من جانب الإمارات في هذا المشروع , جاءت سكاي نيوز عربية من أجل جيل جديد من المشاهدين العرب , الذين يرغبون في تكوين وجهات نظرهم من خلال الأخبار التي يستقبلونها , وتوفر القناة منصات متعددة ووسائل مختلفة لتغطية الأخبار العاجلة . كما أنها تهدف الي تقديم أكثر التغطيات سبقا وشفافية وسرعة واستمرارا , للأخبار الإقليمية والعالمية , وذلك من قلب الحدث وبأسلوب حديث متميز

بدأت سكاي نيوز عربية بثها حيث انتهى الآخرون في السادس من مايو عام 2012 م تحت شعار الان ومن كل مكان إذ أنها قدمت أول نشرة علي الهواء مباشرة دون أن تذكر أنها قناة جديدة ,وكانت الأخبار التي قدمتها في هزه النشرة متكاملة ونقلت أحداثها من مواقعها عبر مراسليها في أنحاء العالم , وتعتمد القناة علي البث المباشر في تغطيتها للأحداث بسرعة وموضوعية وحيادية تامة , وتتسم القناة بأن لها نهجا تمازج به بين تغطية الأخبار لحظة حدوثها في أي لحظة وفي

أي مكان ، وروح ريادتها وسمعتها باعتبار أنها تتبوأ مرتبة المقدمة بين المؤسسات العاملة في مجال الأخبار بخبرة تزيد علي عشرين عاما.

انطلاقاً من إستديوهاتها في أبو ظبي ، وعن طريق مراسليها المنتشرين في المنطقة وشتي أنحاء العالم ، فإن سكاى نيوز عربية ترمي إلي تسليط الضوء علي العالم العربي من قلب ذلك العالم العربي . إن جيل الشباب الذين يعملون بالقناة يمثل أفراده كافة البلاد والثقافات في منطقتي الشرق الأوسط والمغرب العربي و يبلغ عددهم أكثر من 350 شخصا في استوديوهات ابوظبي ومكاتب القناة في جميع أنحاء العالم .

ويصف الأستاذ طارق التجاني مدير مكتب سكاى نيوز بالخرطوم مرتكزات عمل القناة منذ بداية تشغيلها بأنه كان هناك وعي بضرورة تجنب السقوط في الشعبوية أو النخبوية من جهة أخرى ، حيث أدركت القناة أن الواقع العربي شديد التنوع ولا ينبغي فيه الانحياز إلي فئة دون الأخرى ولا إلي مكون ثقافي أو عرقي أو مذهبي دون الآخر . حيث تهتم القناة بضرورة تكامل الخبر أي بمعني لا يتم بث خبر أو تقرير تتقصه إفادة من الجهة المسئولة أو المعارضة أو المحلل السياسي المحايد مهما كانت أهمية الخبر (التجاني - ديسمبر 2014).

تتطلع سكاى نيوز عربية إلي المقدمة ، وتطمح في أن تكون الوسيلة الأولى للأخبار ، سواء كان ذلك عن طريق التلفزيون أو الهاتف المحمول أو الايباد .

ويقول نارت بوران المدير التنفيذي لفضائية سكاى نيوز عربية إن القناة تعتمد على الإعلام الجديد ومنصاتها الرقمية المتعددة للوصول إلي جمهورها الواسع . لافتا إلي أن النمو الهائل لوسائل التواصل الاجتماعي وشعبيتها الواسعة بين

مختلف الفئات الاجتماعية قد غيرت من مفهوم الصحافة التقليدية بطرق عديدة، لكن جودة المحتوى تبقى العامل الأهم في التميز.

وقال: أعتقد بأن الصحافة الاستقصائية هي جوهر الصحافة، وهو ما تحرص القناة على تطبيقه في عملها من خلال برامج تلفزيونية متخصصة . مضيفاً أن تطور الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي قد ساهم إلى حد بعيد في تغيير نظرتنا للأمور، لكن لا يزال البث التلفزيوني التقليدي مهماً وسيبقى كذلك دائماً، وخاصة في ما يتعلق بتحقيق العوائد.

ويعتقد أنه ليس من المهم أن تكون متصلاً بالإنترنت أو أن تشاهد التلفزيون، ففي نهاية المطاف، المحتوى والمعلومة هما العنصر الأهم، وطالما أنك تحصل على المعلومة، تبقى الوسيلة ثانوية.

وأشار بوران بكل ثقة واثقاً من أن سكاي نيوز عربية تستقطب المزيد من المشاهدين العرب بفضل جودة محتواها، ليس على شاشة التلفزيون وحسب، بل عبر وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيس بوك وتويتر ويوتيوب.

واضاف: «انطلقت سكاي نيوز عربية في العام 2012 ورغم أنها لا تزال مؤسسة إخبارية حديثة العهد نسبياً في المنطقة، إلا أنها رسخت مكانتها كواحدة من أبرز وأهم المنصات الإخبارية في العالم العربي بفضل ما تقدمه من محتوى فائق الجودة سواء على شاشة التلفزيون أو المنصات الإلكترونية أو وسائل التواصل الاجتماعي .

وفي رأي الباحثة (سكاي نيوز عربية قناة فضائية ناجحة بإمتياز وهذا من أول بث لها ، فهي لن تقوم بعمل بث تجريبي مثل القنوات الاخرى فقد كانت

بدايتها مبهرة وناضجة ، وفي اول بث لها قامت بتقديم أخبار علي الهواء مباشرة ومن تلك اللحظة اصبح المشاهد يثق بما تقدمه هذه القناة لقناعاته بمؤهلاتها لتكون قناة اخبارية عربية تغطي كل أحداث العالم ، وما جعل المشاهد أكثر إرتباطا بها هو طريقتها الغير مملة في طرح القضايا ، هذا فضلا عن استخدامها لوسائل التواصل الاجتماعي) .

ثالثا : إجراءات البحث

يستعرض هذا الفصل الاجراءات التي قامت بها الباحثة للوصول الي اجابات علمية تتسم بالدقة المطلوبة للاجابة عن اسئلة الدراسة كما ذكرت في الفصل الأول من الدراسة وتضم هذه الاجراءات كيفية تحديد مجتمع الدراسة والطريقة التي تم فيها اختيار عينة الدراسة بما يضمن تمثيلها لمجتمعها والمبررات التي جعلته يختارها بهذه الطريقة كما يتناول تعريفها بأداة التحليل وكيفية بنائها واختيارها والمحاور التي تضمنتها فضلا عن عرض وحدات التحليل والخطوات المتخذة لاجراء التحليل بما يضمن دقة النتائج .

مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع البحث في الخبراء الإعلاميين بمختلف تخصصاتهم ومواقعهم وكان ذلك في الإعلام المقروء (الصحافة) والمسموع (الراديو) والمرئي (التلفزيون) وكان أمر التواصل مع مجتمع البحث شاقاً ومضنياً، وذلك لإختلاف ظروف المستهدفين من مجتمع البحث رغم تعاونهم التام بربوح عالية، قمت في البدء بتقديم إستمارة البحث ثم أمهلت المبحوثين فترة حتى يكون المردود وافياً من غير إستعجال ثم عدت وإستلمت الإستمارات بعد ملئها وكان عدد الإستمارات ثمانين إستمارة، وقد لاحظت أن ما يقارب العشرة إستمارات تم إستبعادها لعدم إيفائها

للمطلوب، وقد لاحظت الباحثة تناسق الإجابات وإتفاقها في الكثير من المحاور مما سهل إيجاز الجداول وبالتالي تفسيرها.

الصدق والثبات:

إتباعاً لمنهجية البحث العلمي وإنجاحاً للعمل الإحصائي فقد إلتزمت الباحثة بهذا الأسلوب ، وقد تم ذلك بنجاح ويدل على ذلك توافقها مع معطيات الجداول وإحصائياتها ونتائجها ، الجدول التالي يبين معامل الصدق والثبات .

الجدول يوضح معامل الصدق والثبات

معامل ألفا	معامل الصدق
.964	.930

يلاحظ من الجدول أعلاه أن معامل الصدق والثبات أكبر من (0.50) الأمر الذي يؤكد ثبات وصدق الدرجة الكلية لكل سؤال ، مما يدل على أنها تتسم بدرجة ثبات وصدق مقبولة .

عينة البحث :

تتمثل عينة البحث في عدد من الخبراء الاعلاميين (اساتذة ، فنيين ، برامجيون ، اداريون) وجاء اختيارهم من محطات اعلامية مختلفة وبذلك تكون النتائج صادقة وموائمة لموضوع البحث . إختارت الباحثة قناتي (الجزيرة) و(سكاي نيوز عربية) لأسباب ودوافع منطقية منها الشخصي ومنها المهني، اما الدوافع الشخصي فالباحثة مداومة على مشاهدة القناتين بصفة خاصة. وذلك لتفوقها في صناعة الخبر والجهد المهني والصرف المالي الواضح في المنتج الإخباري، أما الدوافع العامة فهي إنشغال الناس عموماً بهاتين القناتين وما قدمتاها على وجه الخصوص في الأحداث العالمية الكبرى بدءاً بحادث مركز التجارة العالمي قامت الجزيرة بتغطيته وثورات الربيع العربي. وقد كان وجودها الأفضل بين كل القنوات

الإخبارية، ولعل المشاهد قد تابع هاتين القناتين بشغف شديد، ولعلنا نذكر هنا أحداث ميدان التحرير وماحدث في طرابلس وبنغازي وسرت، وما يحدث الآن في سوريا واليمن ويبقى هناك ظل وملاحظة حول التأثير السياسي على هاتين القناتين.

رابعاً : عرض وتحليل وتفسير البيانات
أولاً: التوزيع التكراري لخصائص أفراد عينة الدراسة:

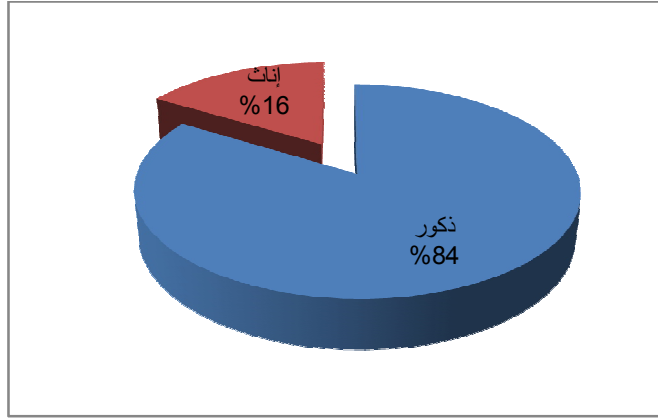
النوع

جدول رقم (1)

التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب النوع

النسبة المئوية	التكرار	البيان
84%	67	ذكور
16%	13	إناث
100%	80	المجموع

الشكل رقم (1-1): يوضح النوع



يوضح الجدول (1) والشكل (1-1)، أن أعلى تكرار أفراد العينة الاستطلاعية في النوع (67) وبنسبة (84%) للذكور، ثم الاناث بتكرار (13) وبنسبة (16%). وذلك يدل علي أن الخبراء المخصصين في الإعلام أغلبهم من الذكور.

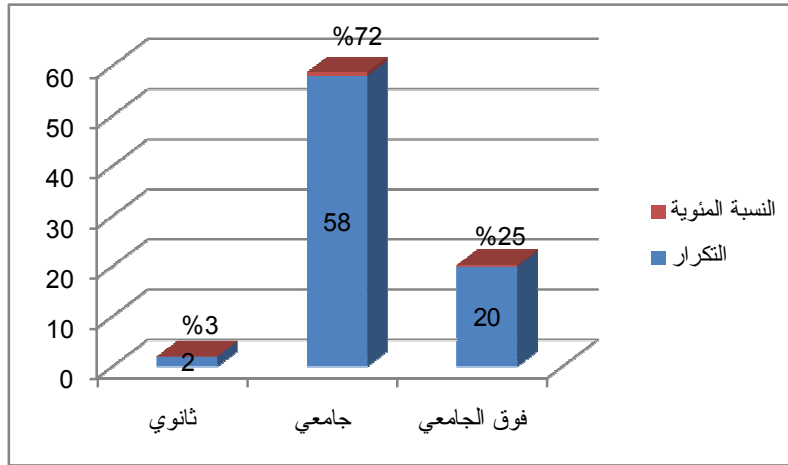
المستوى الأكاديمي

جدول رقم (2)

التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب المستوى التعليمي

أفراد العينة	التكرار	النسبة المئوية
ثانوي	2	3%
جامعي	58	72%
فوق الجامعي	20	25%
المجموع	80	100%

الشكل رقم (1-2): يوضح المستوى التعليمي



يوضح الجدول (2) والشكل (1-2) أن أعلى تكرار أفراد العينة الاستطلاعية في المستوى التعليمي (58) وبنسبة (72%) للجامعي، ثم فوق الجامعي (20) وبنسبة (25%)، وأخيراً ثانوي بتكرار (2) وبنسبة (3%).

وهذا يعني أغلبية أفراد العينة ذوو مؤهلات جامعية وفوق الجامعية مما ينعكس علي إجابات الأفراد .

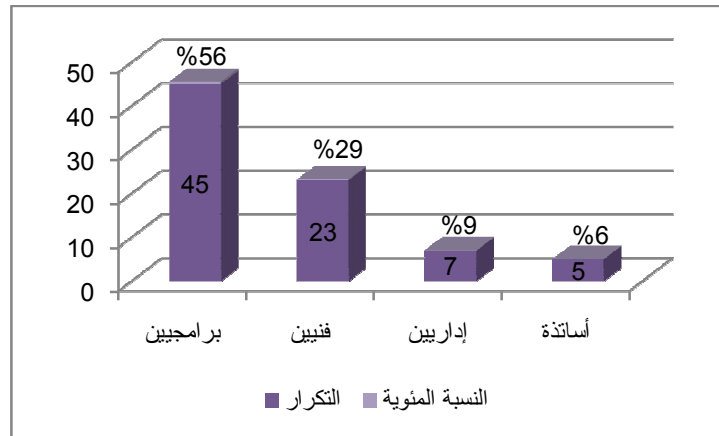
التخصص

جدول رقم (3)

التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب التخصص

أفراد العينة	التكرار	النسبة المئوية
برامجيين	45	56%
فنيين	23	29%
إداريين	7	9%
أساتذة	5	6%
المجموع	80	100%

الشكل رقم (1-3): يوضح التخصص



يوضح الجدول (3) والشكل (1-3) أن أعلى تكرار لأفراد العينة الاستطلاعية في التخصص (45) وبنسبة (56%) للبرامجيين، ثم فنيين بتكرار (23) وبنسبة (29%)، بينما إداريين بتكرار (7) وبنسبة (9%)، وأخيراً أساتذة بتكرار (5) وبنسبة (6%).

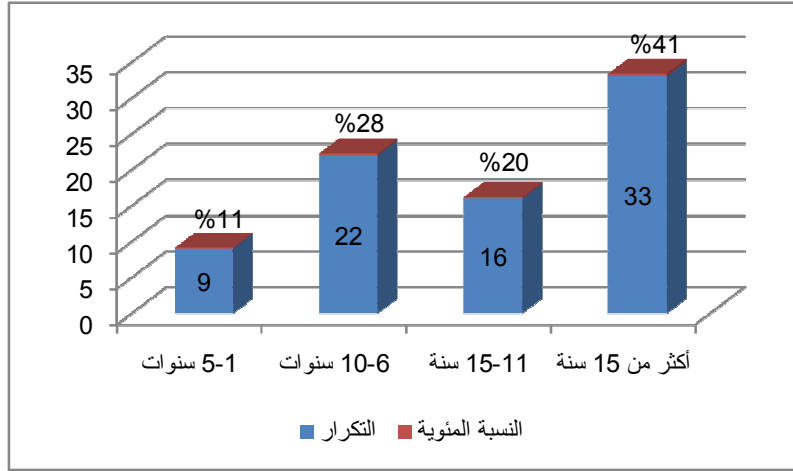
سنوات الخبرة

جدول رقم (4)

التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب سنوات الخبرة

النسبة المئوية	التكرار	
11%	9	1-5 سنوات
28%	22	6-10 سنوات
20%	16	11-15 سنة
41%	33	أكثر من 15 سنة
100%	80	المجموع

الشكل رقم (1-4): يوضح سنوات الخبرة



يوضح الجدول (4) والشكل (1-4) أن أعلى تكرار لأفراد العينة الاستطلاعية في سنوات الخبرة (33) وبنسبة (41%) لأكثر من 15 سنة، ثم من 6-10 سنوات بتكرار (22) وبنسبة (28%)، بينما 11-15 سنة بتكرار (16) وبنسبة (20%)، ثم 1-5 سنوات بتكرار (9) وبنسبة (11%). وهذا يؤكد أن أعلى النسب كانت لمن تزيد خبراتهم على العشرة سنوات وكانت الاجابات أكثر صدقية وواقعية.

ثانياً: تحليل البيانات

لتحليل البيانات استخدمت الباحثة التوزيع التكراري لإجابات الوحدات المبحوثة والمتوسط المرجح والانحراف المعياري لكل محور من محاور متغيرات الدراسة:

المحور الأول: نشأة الفضائيات

جدول رقم (5): يوضح كيفية نشأة الفضائيات العربية (الجزيرة)

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط	لا		محايد	أوافق	أوافق بشدة	العبارات	
			أوافق بشدة	أوافق				ك	%
أوافق بشدة	1.003	4.26	4	1	5	30	40	ك	تطور طبيعي لتكنولوجيا الاتصال.
			5.0	1.2	6.3	37.5	50.0	%	
محايد	1.211	2.95	9	23	21	17	10	ك	عن تخطيط عربي محكم.
			11.2	28.8	26.3	21.2	12.5	%	
أوافق	1.086	3.60	4	8	21	30	17	ك	تكامل وسائط الملتيميديا.
			5.0	10.0	26.3	37.5	21.2	%	
أوافق	1.220	3.58	4	14	17	22	23	ك	فرضتها اقتصاديات الإعلام كاستثمار.
			5.0	17.5	21.2	27.5	28.8	%	
أوافق	1.130	3.60	5	11	16	25	23	ك	المجموع
			6.6	14.4	20.0	30.9	28.1	%	

بالنظر إلى الجدول أعلاه وفقا للتحليل الإحصائي وبناءا علي مخرجات الوسط الحسابي العام للفئة (3.67) ومقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) وهو الناتج من محصلة السلم الخماسي ، نجد أن الوسط الحسابي العام ذو دلالة إحصائية موجبة لأنه أكثر من الوسط الفرضي ، واستنادا إلي الوسط الحسابي للوحدات المكونة للفئة نجد أنها وبناءا علي قيمها ومقارنتها بالوسط الحسابي الفرضي (3) يتم ترتيبها وفقا لتأثيراتها في الفئة كالتالي :

كانت اكثر الوحدات تأثيرا هي وحدة التطور الطبيعي لتكنولوجيا الإتصال بوسط حسابي (4.26) وبذلك فهي أهم أسباب نشأة فضائية الجزيرة وتليها في التأثير ومسببات النشأة وحدة تكامل وسائط الملتيميديا بوسط حسابي (3.60) ، تم تأتي في المرتبة الثالثة وحدة فرضية إقتصاديات الإستثمار في الإعلام بوسط حسابي (3.58) ، وقلل الوحدات تأثيرا في في نشأة القناة وحدة التخطيط الغربي المحكم بوسط حسابي (2.95) وعليه يعني أن هناك نسبة من التأثير الغربي علي نشأة فضائية الجزيرة .

أما بالنسبة للانحراف المعياري في مجمل الفئة يعني ميول الأفراد للتشتت في آرائهم تجاه إيجاباتهم وذلك للانحراف المعياري العام للفئة (1.130) . وذلك قياسا إلي الواحد الصحيح فإذا كانت الإجابة أكبر من الواحد يعني تشتت في آراء العينة ، وإذا كانت أقل دل ذلك علي تمركز إجابات العينة إتفاقهم في المسببات وراء الإجابة ، وعليه نجد أن أفراد العينة قد إتفقوا في إجاباتهم علي وحدتي (التطور الطبيعي لتكنولوجيا الاتصال وتكامل وسائط الملتيميديا) وهذه بالضرورة قضايا علمية تدرس ولها قواعد ومن الطبيعي أن يتفق الناس علي ذلك وهذا يؤكد

فهم العينة للإجابة ومقدرتهم علي فهمها والتعبير عنها وهذا يؤكد نسبة الصدق والثبات الإحصائي .

أما عبارتي التخطيط الغربي المحكم وفرضية إقتصاديات الإعلام فقد تشتتت عندها آراء العينة بأنحراف معياري أكثر من واحد (1.086،1.220) وهذا ايضا يؤكد فهم العينة ودقة اجاباتها لأن الوجدتين أقرب الي الرأي ويحتمل تعدد الأسباب وراء الإجابة.

جدول رقم (6):كيفية نشأة الفضائيات العربية (سكاي نيوز عربية)

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط	لا	لا	محايد	أوافق	أوافق بشدة	ك	العبارات
			أوافق بشدة	أوافق	يد	ق	بشدة		
أوافق	.993	4.03	3	2	14	32	29	ك	تطور طبيعي لتكنولوجيا الاتصال.
			3.8	2.5	17.5	40.0	36.2	%	
محايد	1.102	3.23	4	17	28	19	12	ك	عنتخطيط غربي محكم.
			5.0	21.2	35.0	23.8	15.0	%	
أوافق	.900	3.73	1	5	25	33	16	ك	تكاملوسائط

			1.3	6.2	31.2	41.3	20.0	%	الملتيميديا.
أوافق	1.060	3.70	1	12	18	28	21	ك	فرضتها اقتصاديات
			1.3	15.0	22.5	35.0	26.2	%	الإعلام كاستثمار.
أوافق	1.014	3.67	2	9	21	28	20	ك	المجموع
			2.5	11.3	26.2	35.0	25.0	%	

بالنظر إليالجدول أعلاه وفقا للتحليل الإحصائي (spss) وبناءا مخرجات الوسط الحسابي العام للفئة(3.67)ومقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) وهو الناتج من محصلة السلم الخماسي ، نجد أن الوسط الحسابي العام ذو دلالة إحصائية موجبة لأنه أكثر من الوسط الفرضي ، واستنادا إلي الوسط الحسابي للوحدات المكونة للفئة نجد أنها وبناءا علي قيمها ومقارنتها بالوسط الحسابي الفرضي (3) يتم ترتيبها وفقا لتأثيراتها في الفئة كالتالي :

وحدة تطور طبيعي لتكنولوجيا الإتصال هي الأعلى تأثيرا في الفئة بوسط حسابي (4.03) وعليه فهي أهم أسباب نشأة فضائية سكاى نيوز عربية ، وتليها في التأثير ومسببات النشأة وحدة تكامل وسائط الملتيميديا بوسط حسابي (3.73) ثم تأتي في المرتبة الثالثة وحدة فرضية تطور إقتصاديات الاستثمار في الإعلام بوسط حسابي (3.70) ، وأقل الوحدات تأثيرا في نسبة نشأة القناة وحدة التخطيط الغربي المحكم بوسط حسابي (3.23) وعليه يعني أن هناك نسبة من التأثير الغربي علي نشأة فضائية (سكاى نيوز عربية)

أما بالنسبة للانحراف المعياري في مجمل الفئة يعني ميول الأفراد للتشتت في آرائهم تجاه اجاباتهم وذلك للانحراف المعياري العام للفئة (1.014) . وذلك قياسا إلي الواحد الصحيح فإذا كانت الإجابة أكبر من الواحد يعني هذا تشتت في آراء العينة وإذا كانت أقل من الواحد دل ذلك علي تمركز إجابات العينة وإتفاقهم في المسببات وراء الإجابة وعليه نجد أن أفراد العينة قد أنفقوا في إجاباتهم علي وحدتي (التطور الطبيعي لتكنولوجيا الإتصال وتكامل وسائط الملتيميديا) وهذه بالضرورة قضايا علمية تدرس ولها قواعد ومن الطبيعي أن يتفق الناس علي ذلك وهذا يؤكد فهم العينة للإجابة ومقدرتهم علي فهمها والتعبير عنها وهذا يؤكد نسبة الصدق والثبات الإحصائي .

أما عبارتي (التخطيط الغربي وفرضية الإقتصاديات) فقد تشتتت عندها آراء العينة بانحراف معياري أكثر من واحد (1.060،1.102) وهذا ايضا يؤكد فهم العينة ودقة إجاباتها لأن الوجدتين أقرب إلي الرأي ويحتمل تعدد الأسباب وراء الاجابة .

المحور الثاني: تأثير الفضائيات في الساحة السياسية

جدول رقم (7): يوضح تأثير الفضائيات في الساحة السياسية لقناة (الجزيرة)

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة		
أوافق	1.079	4.03	1	9	12	23	35	ك	مصدر المعلومات الأساسي.
			1.2	11.2	15.0	28.8	43.8	%	
أوافق	1.147	3.66	2	15	13	28	22	ك	مصدر مهم للمتعة البصرية.
			2.5	18.8	16.2	35.0	27.5	%	
محايد	1.028	3.14	2	21	31	16	10	ك	مصدر الترابط المجتمعي.
			2.5	26.2	38.8	20.0	12.5	%	
أوافق	1.003	4.18	3	4	4	34	35	ك	بوابة التواصل العالمي.
			3.8	5.0	5.0	42.4	43.8	%	
أوافق	1.064	3.75	2	12	15	25	26	ك	المجموع
			2.5	15.0	18.8	31.2	32.5	%	

وضح من الجدول أعلاه وفقا للتحليل الإحصائي وبناءا علي مخرجات الوسط الحسابي العام للفئة (3.75) ومقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) وهو الناتج من محصلة السلم الخماسي ، أن الوسط الحسابي العام ذو دلالة إحصائية موجبة لأنه أكثر من الوسط الفرضي ، واستنادا إلي الوسط الحسابي للوحدات المكونة للفئة نجد أنها وبناءا علي قيمها ومقارنتها بالوسط الحسابي الفرضي (3) يتم ترتيبها وفقا لتأثيراتها في الفئة كالتالي :

وحدة بوابة التواصل العالمي هي الأعلى تأثيرا بوسط حسابي (4.18) لذلك فهي تعتبر أهم أسباب تأثير الفضائيات في الساحة السياسية بالنسبة لقناة الجزيرة ، تليها في التأثير علي الساحة السياسية وحدة بوابة التواصل العالمي بوسط حسابي (4.14) ثم تأتي في المرحلة الثالثة وحدة مصدر المعلومات الأساسي بوسط حسابي (4.03) وأقل الوحدات تأثيرا وحدة مصدر الترابط المجتمعي بوسط حسابي (3.66) وهذا يعني أن هنالك نسبة من تأثير الترابط المجتمعي علي الساحة السياسية لفضائية (الجزيرة).

أما بالنسبة للانحراف المعياري في مجمل الفئة يعني ميول الأفراد للتشتت في آرائهم تجاه إجاباتهم وذلك للانحراف المعياري العام للفئة (1.064) وذلك قياسا إلي الواحد الصحيح فإذا كانت الإجابة أكبر من واحد هذا يعني تشتت في آراء العينة إذا كانت أقل من الواحد دل ذلك علي تمركز إجابات العينة وإتفاقهم في المسببات وراء الإجابة ، ونلاحظ أن أفراد العينة قد إتفقوا في إجاباتهم علي وحدتي (مصدر المعلومات الاساسي وبوابة التواصل العالمي) وهذا يؤكد أن قناة الجزيرة أصبحت مصدرا أساسيا للمعلومات ولها تأثيرها علي ربط العالم ببعضه البعض .

أما فرضيتي (مصدر الترابط المجتمعي ، ومصدر مهم للمتعة البصرية) فقد تشتتت عندها آراء العينة بإنحراف معياري أكثر من واحد (1.028، 1.147) وهذا يعني أن لسياسة قناة الجزيرة تأثيرها في الترابط بين المجتمعات المختلفة وهذا يؤكد فهم العينة وتقديرها لتأثيرها علي الساحة السياسية خصوصا وأن العينة تشمل عددا من الخبراء الإعلاميين من مختلف البلاد ، وهذا يؤكد فهم العينة ودقة إجاباتها لأن الوجدتين أقرب إلي الرأي .

جدول رقم (8): يوضح تأثير الفضائيات في الساحة السياسية لقناة سكاي نيوز عربية

العبارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	الاتجاه
مصدر المعلومات الأساسي.	ك	20	21	22	14	3	1.158	أوافق
	%	25.0	26.2	27.5	17.5	3.8		
مصدر مهم للمتعة البصرية.	ك	19	24	24	9	4	1.123	أوافق
	%	23.8	30.0	30.0	11.2	5.0		
مصدر الترابط المجتمعي.	ك	6	18	35	17	4	.972	محايد
	%	7.5	22.5	43.8	21.2	5.0		
بوابة التواصل العالمي.	ك	20	34	18	6	2	.986	أوافق
	%	25.0	42.5	22.5	7.5	2.5		
المجموع	ك	16	24	25	12	3	1.060	أوافق
	%	20.0	30.0	31.2	15.0	3.8		

تبين في الجدول أعلاه وفقا للتحليل الإحصائي وبناءا علي مخرجات الوسط الحسابي العام للفئة (3.48) ومقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) وهو الناتج من محصلة السلم الخماسي ، أن الوسط الحسابي العام ذو دلالة إحصائية موجبة لأنه أكثر من الوسط الفرضي ، واستنادا إلي الوسط الحسابي للوحدات المكونة للفئة نجد أنها وبناءا علي قيمها ومقارنتها بالوسط الحسابي الفرضي (3) يتم ترتيبها وفقا لتأثيراتها في الفئة كالتالي :

وحدة التواصل العالمي هي الأعلى تأثيرا في الفئة بوسط حسابي (3.80) لذلك تعتبر أهم أسباب تأثير فضائية (سكاي نيوز عربية) علي الساحة السياسية ، تليها في التأثير وحدة (مصدر مهم للمتعة البصرية) بوسط حسابي (3.56)، ثم تأتي وحدة (مصدر المعلومات الأساس) في المرحلة الثالثة بوسط حسابي (3.51) ، وأقل الوحدات تأثيرا علي الساحة السياسية لفضائية (سكاي نيوز عربية) وحدة (مصدر الترابط المجتمعي) وعليه يعني أن هناك نسبة من تأثير الترابط المجتمعي علي الساحة السياسية لفضائية (سكاي نيوز عربية) .

أما بالنسبة للانحراف المعياري في مجمل الفئة يعني ميول الأفراد للتشتت في آرائهم تجاه إجاباتهم وذلك للانحراف المعياري العام للفئة (1.060) ، وذلك قياسا إلي الواحد الصحيح فإذا كانت الإجابة أكبر من الواحد الصحيح يعني هذا تشتت في آراء العينة وإذا كانت أقل دل ذلك علي تمركز اجابات العينة واتفاقهم في المسببات وراء الإجابة ، وعليه نجد أن أفراد العينة قد إتفقوا علي وحدتي (بوابة التواصل العالمي ، ومصدر مهم للمتعة البصرية) وهذا يؤكد تأثير الفرضيتين علي الساحة السياسية لفضائية (سكاي نيوز عربية) وهذا ما أثبتته أفراد العينة المستبينة علي اختلاف جنسياتهم مما يؤكد إتفاقهم علي الاجابة وفهمهم لها ، أما عبارتي (مصدر المعلومات الاساسي ومصدر مهم للمتعة البصرية) فقد تشتتت عندها آراء العينة بانحراف معياري أكبر من الواحد (1.123، 1.158)

وهذا أيضا يؤكد فهم العينة ودقة إجاباتها لأن الوجدتين أقرب الي الرأي ويحتمل تعدد الأسباب وراء الإجابة .

المحور الثالث: دور الفضائيات الإخباري والمعلوماتي

جدول رقم (9): يوضح دور الفضائيات الإخباري والمعلوماتي لقناة الجزيرة

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط	لا		محايد	أوافق بشدة		ك	غيرت مفهوم الخبر.
			أوافق	أوافق بشدة		أوافق	أوافق بشدة		
أوافق بشدة	1.061	4.25	3	4	7	22	44	ك	غيرت مفهوم الخبر.
			3.7	5.0	8.8	27.5	55.0	%	
أوافق بشدة	.738	4.61	1	2	-	21	56	ك	مكنت من متابعة الخبر حيثما كان.
			1.3	2.5	-	26.2	70.0	%	
أوافق بشدة	.646	4.61	-	1	4	20	55	ك	تهتم بما وراء الخبر من احداث.
			-	1.3	5.0	25.0	68.7	%	
أوافق	.959	4.06	3	3	7	40	27	ك	اشركت المواطن في صناعة الخبر.
			3.7	3.8	8.8	50.0	33.7	%	
أوافق بشدة	.851	4.38	2	3	4	26	45	ك	المجموع
			2.5	3.8	5.0	32.5	56.2	%	

وضح الجدول أعلاه وفقا للتحليل الإحصائي وبناءا علي مخرجات الوسط الحسابي العام للفئة(4.38) ومقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) وهو الناتج من محصلة السلم الخماسي ، أن الوسط الحسابي العام ذو دلالة إحصائية موجبة لأنه أكثر من الوسط الفرضي ، واستنادا إلي الوسط الحسابي للوحدات المكونة للفئة نجد أنها وبناءا علي قيمها ومقارنتها بالوسط الحسابي الفرضي (3) يتم ترتيبها وفقا لتأثيراتها في الفئة كالتالي :

وحدتا مكنت من من متابعة الخبر حيثما كان والإهتمام بما وراء الخبر كانتنا الأكثر تأثيرا في الفئة بوسط حسابي (4.38) لذلك نعتبرها من أساسيات العمل الإخباري والمعلوماتي بقناة الجزيرة ، تليها في التأثير وحدة تغيير مفهوم الخبر بوسط حسابي (4.25) ، ثم يأتي بعدها إشراك المواطن في صناعة الخبر بوسط حسابي (4.06) ، من الملاحظ أن جميع قيم المتوسط المرجح كانت أكبر من الوسط الحسابي الفرضي وهو (3) عليه أخذت آراء المبحوثين جانب الموافقة على العبارات وهذا يؤكد صدقية المبحوثين في ردهم علي الوحدات التي اسهمت في جعل قناة الجزيرة مصدرا اخباريا ومعلوماتيا .

أما بالنسبة للانحراف المعياري في مجمل الفئة يعني ميول الأفراد الي عدم التشتت في آرائهم تجاه إجاباتهم وذلك للانحراف المعياري العام للفئة (0.851) ، وذلك قياسا إلي الواحد الصحيح فإذا كانت الإجابة أكبر من الواحد الصحيح يعني هذا تشتت في آراء العينة وإذا كانت أقل دل ذلك علي تمركز اجابات العينة واتفقهم في المسببات وراء الإجابة ، وعليه نجد أن أفراد العينة قد إتفقوا علي وحدة (مكنت من من متابعة الخبر حيثما كان والإهتمام بما وراء الخبر واشراك المواطن في صناعة الخبر) وهذا يؤكد تأثير هذه الفرضيات علي الدور الإخباري

والمعلوماتي الذي تلعبه فضائية (الجزيرة) وهذا ما أثبتته أفراد العينة المستبينة علي اختلاف جنسياتهم مما يؤكد إتفاقهم علي الاجابة وفهمهم لها ، أما عبارة (غيرت مفهوم الخبر) فقد تشتتت عندها آراء العينة بإنحراف معياري أكبر من الواحد (1.061) وهذا أيضا يؤكد فهم العينة ودقة إجاباتها لأن هذه الوحدة أقرب الي الرأي ويحتمل تعدد الأسباب وراء الإجابة .

جدول رقم (10): يوضح دور الفضائيات الإخباري والمعلوماتي لقناة سكاى نيوز عربية

الاتجاه	الاتحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	العبارات
أوافق	1.070	3.76	2	8	21	25	24	ك غيرت مفهوم الخبر.
			2.5	10.0	26.2	31.3	30.0	%
أوافق	.825	4.05	1	2	13	40	24	ك مكنت من متابعة الخبر حيثما كان.
			1.3	2.5	16.2	50.0	30.0	%
أوافق	.832	3.94	1	1	21	36	21	ك تهتم بما وراء الخبر من احداث.
			1.3	1.3	26.2	45.0	26.2	%
أوافق	1.019	3.51	2	12	22	31	13	ك اشركت المواطن في صناعة الخبر.
			2.5	15.0	27.5	38.8	16.2	%
أوافق	.937	3.82	2	6	19	33	20	ك المجموع
			2.5	7.5	23.8	41.2	25.0	%

بالنظر الي الجدول أعلاه وفقا للتحليل الإحصائي وبناءا علي مخرجات الوسط الحسابي العام للفئة (3.82) ومقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) وهو الناتج من محصلة السلم الخماسي ، أن الوسط الحسابي العام ذو دلالة إحصائية موجبة لأنه أكثر من الوسط الفرضي ، واستنادا إلي الوسط الحسابي للوحدات المكونة للفئة نجد أنها وبناءا علي قيمها ومقارنتها بالوسط الحسابي الفرضي (3) يتم ترتيبها وفقا لتأثيراتها في الفئة كالتالي :

وحدثا مكنت من من متابعة الخبر حيثما كان والإهتمام بما وراء الخبر كانتنا الأكثر تأثيرا في الفئة بوسط حسابي (4.5 و 3.94) لذلك نعتبرها من أساسيات العمل الإخباري والمعلوماتي بقناة (سكاي نيوز عربية)، تليها في التأثير وحدة تغيير مفهوم الخبر بوسط حسابي (3.76) ، ثم يأتي بعدها إشراك المواطن في صناعة الخبر بوسط حسابي (3.51) ، من الملاحظ أن جميع قيم المتوسط المرجح كانت أكبر من الوسط الحسابي الفرضي وهو (3) عليه أخذت آراء المبحوثين جانب الموافقة على العبارات وهذا يؤكد صدقية المبحوثين في ردهم علي الوحدات التي اسهمت في جعل فضائية سكاي نيوز عربية مصدرا اخباريا ومعلوماتيا .

أما بالنسبة للانحراف المعياري في مجمل الفئة يعني ميول الأفراد الي عدم التشنت في آرائهم تجاه إجاباتهم وذلك للانحراف المعياري العام للفئة (0.937) ، وذلك قياسا إلي الواحد الصحيح فإذا كانت الإجابة أكبر من الواحد الصحيح يعني هذا تشنت في آراء العينة وإذا كانت أقل دل ذلك علي تمركز اجابات العينة واتفاقهم في المسببات وراء الإجابة ، وعليه نجد أن أفراد العينة قد إتفقوا علي وحدة (مكنت من من متابعة الخبر حيثما كان والإهتمام بما وراء الخبر) وهذا يؤكد تأثير هذه الفرضيات علي الدور الإخباري والمعلوماتي الذي تلعبه فضائية

(سكاي نيوز عربية) وهذا ما أثبتته أفراد العينة المستبينة علي اختلاف جنسياتهم مما يؤكد إتفاقهم علي الإجابة وفهمهم لها ، أما عبارة (غيرت مفهوم الخبر واشراك المواطن في صناعة الخبر) فقد تشتتت عندها آراء العينة بإنحراف معياري أكبر من الواحد (1.070 و 1.019) وهذا أيضا يؤكد فهم العينة ودقة إجاباتها لأن هذه الوحدة أقرب الي الرأي ويحتمل تعدد الأسباب وراء الإجابة .

المحور الرابع: كفاءة صناعة الخبر في الفضائيات

جدول رقم (11): يوضح كفاءة صناعة الخبر في الفضائيات لقناة الجزيرة

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق بشدة		محايد	أوافق بشدة		العبارات
			لا أوافق بشدة	لا أوافق		أوافق	أوافق بشدة	
أوافق بشدة	.955	4.50	1	5	5	11	58	ك وفق سياسات القناة.
			1.2	6.3	6.3	13.7	72.5	
محايد	1.048	2.94	5	26	23	21	5	ك وفق رغبات الجمهور.
			6.3	32.5	28.7	26.2	6.3	
أوافق	.952	4.08	1	7	6	37	29	ك وفق طبيعة الحدث.
			1.3	8.8	7.5	46.2	36.2	
أوافق بشدة	.933	4.30	-	5	11	19	45	ك وفق المنافسة والسبق الصحفي.
			-	6.2	13.8	23.8	56.2	
أوافق	.972	3.95	3	10	11	22	34	ك المجموع
			3.7	12.5	13.8	27.5	42.5	

وضح من الجدول أعلاه وفقا للتحليل الإحصائي وبناءا علي مخرجات الوسط الحسابي العام للفئة (3.95) ومقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) وهو الناتج من محصلة السلم الخماسي ، أن الوسط الحسابي العام ذو دلالة إحصائية موجبة لأنه أكثر من الوسط الفرضي ، مما يدل على موافقتهم على عبارات صناعة الخبر في الفضائيات بإجمالي نسبة (70%) واستنادا إلي الوسط الحسابي للوحدات المكونة للفئة نجد أنها وبناءا علي قيمها ومقارنتها بالوسط الحسابي الفرضي (3) يتم ترتيبها وفقا لتأثيراتها في الفئة كالتالي :

تعتبر وحدة وفق سياسة القناة هي الأعلى تأثيرا بوسط حسابي (4.50) لذلك فهي تعتبر من أهم الأسباب المؤثرة في كيفية صناعة الخبر في فضائية(الجزيرة)، تليها في التأثير وحدة (وفق المنافسة والسبق الصحفي) بوسط حسابي (4.30) ثم تأتي في المرحلة الثالثة وحدة (وفق طبيعة الحدث) بوسط حسابي (4.08) وأقل الوحدات تأثيرا وحدة (وفق رغبات الجمهور) بوسط حسابي (2.94) وهذا يعني أن هنالك نسبة من تأثير رغبات الجمهور علي الكيفية التي تتم بها صناعة الخبر في قناة (الجزيرة) .

أما بالنسبة للانحراف المعياري في مجمل الفئة يعني عدم ميول الأفراد للتشتت في آرائهم تجاه إجاباتهم وذلك للانحراف المعياري العام للفئة (0.972) وذلك قياسا إلي الواحد الصحيح فإذا كانت الإجابة أكبر من واحد هذا يعني تشتت في آراء العينة وإذا كانت أقل من الواحد دل ذلك علي تمركز إجابات العينة وإتفاقهم في المسببات وراء الإجابة ، ونلاحظ أن أفراد العينة قد إتفقوا في إجاباتهم علي وحدة (وفق سياسة القناة ووفق المنافسة والسبق الصحفي ووفق طبيعة الحدث) وهذه بالتأكيد اجابات علمية ومدروسة ومن الطبيعي ان يتفق الناس علي ذلك

وهذا يؤكد فهم العينة للاجابة ومقدرتها علي التعبير عنها وهذا يؤكد نسبة الصدق والثبات الاحصائي .

أما فرضية (وفق رغبات الجمهور) فقد تشتتت عندها آراء العينة بإنحراف معياري أكثر من واحد (1.048) وهذا يعني أن رغبات الجمهور في قناة الجزيرة لها تأثيرها في كيفية صناعة الخبر وهذا يؤكد فهم العينة وتقديرها لتأثير رغبات الجمهور علي الكيفية التي تتم بها صناعة الخبر في فضائية الجزيرة

جدول رقم (12): يوضح كيفية صناعة الخبر في الفضائيات لقناة سكاى نيوز عربية

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	الاتجاه		
									ك	%
وفق سياسات القناة.	40	23	13	3	1	4.23	.941	أوافق بشدة	ك	
	50.0	28.8	16.2	3.8	1.3				%	
وفق رغبات الجمهور.	8	10	37	22	3	2.98	.981	محايد	ك	
	10.0	12.5	46.2	27.5	3.8				%	
وفق طبيعة الحدث.	13	38	25	2	2	3.73	.856	أوافق	ك	
	16.2	47.5	31.3	2.5	2.5				%	

وافق	.876	3.94	-	4	21	31	24	ك	المنافسة والسبق الصحفي.
			-	5.0	26.2	38.8	30.0	%	
وافق	.914	3.72	2	8	24	25	21	ك	المجموع
			2.5	10.0	30.0	31.3	26.2	%	

نلاحظ من الجدول أعلاه وفقا للتحليل الإحصائي وبناءا علي مخرجات الوسط الحسابي العام للفئة (3.72) ومقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) وهو الناتج من محصلة السلم الخماسي ، أن الوسط الحسابي العام ذو دلالة إحصائية موجبة لأنه أكثر من الوسط الفرضي ، مما يدل على موافقتهم على عبارات صناعة الخبر في الفضائيات واستنادا إلي الوسط الحسابي للوحدات المكونة للفئة نجد أنها وبناءا علي قيمها ومقارنتها بالوسط الحسابي الفرضي (3) يتم ترتيبها وفقا لتأثيراتها في الفئة كالتالي :

تعتبر وحدة وفق سياسة القناة هي الأعلى تأثيرا بوسط حسابي (4.23) لذلك فهي تعتبر من أهم الأسباب المؤثرة في كيفية صناعة الخبر في فضائية(سكاي نيوز عربية)، تليها في التأثير وحدة (وفق المنافسة والسبق الصحفي) بوسط حسابي (3.94) ثم تأتي في المرحلة الثالثة وحدة (وفق طبيعة الحدث) بوسط حسابي (3.73) وأقل الوحدات تأثيرا وحدة (وفق رغبات الجمهور) بوسط حسابي (2.98) وهذا يعني أن هنالك نسبة من تأثير رغبات الجمهور علي الكيفية التي تتم بها صناعة الخبر في قناة (سكاي نيوز عربية) .

أما بالنسبة للانحراف المعياري في مجمل الفئة يعني عدم ميول الأفراد للتشتت في آرائهم تجاه إجاباتهم وذلك للانحراف المعياري العام للفئة (.914) وذلك قياسا إلي الواحد الصحيح فإذا كانت الإجابة أكبر من واحد هذا يعني تشتت في آراء

العينة وإذا كانت أقل من الواحد دل ذلك علي تمركز إجابات العينة وإتفاقهم في المسببات وراء الإجابة ، ونلاحظ أن أفراد العينة قد إتفقوا في إجاباتهم علي وحدة (وفق سياسة القناة ووفق المنافسة والسبق الصحفي ووفق طبيعة الحدث) وهذه بالتأكيد اجابات علمية ومدروسة ومن الطبيعي ان يتفق الناس علي ذلك وهذا يؤكد فهم العينة للاجابة ومقدرتها علي التعبير عنها وهذا يؤكد نسبة الصدق والثبات الاحصائي .

أما فرضية (وفق رغبات الجمهور) فقد كانت أقل تأثيرا في الكيفية التي تتم بها صناعة الخبر في فضائية (سكاي نيوز عربية) وهذا يعني أن رغبات الجمهور في قناة (سكاي نيوز عربية)لها تأثيرها واعتبارها في كيفية صناعة الخبر وهذا يؤكد فهم العينة وتقديرها لتأثير رغبات الجمهور علي الكيفية التي تتم بها صناعة الخبر في فضائية (سكاي نيوز عربية) . وبما أن الاحراف المعياري العام أقل من الواحد الصحيح والانحراف المعياري لكل فئة علي حدة اقل من الواحد الصحيح هذا يعني اتفاق الناس علي الكيفية التي تتم بها صناعة الخبر في فضائية (سكاي نيوز عربية) وذلك يؤكد فهم العينة للاجابة ومقدرتها علي التعبير وهذا يؤكد نسبة الصدق والثبات الاحصائي .

المحور الخامس: مصادر الخبر في الفضائيات

جدول رقم (13): يوضح مصادر الخبر في فضائية (الجزيرة)

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	العبارات
أوافق	1.001	4.10	1	7	9	29	34	وكالات الأنباء.
			1.3	8.8	11.2	36.2	42.5	
أوافق بشدة	.704	4.60	1	1	1	23	54	مراسلي القناة.
			1.3	1.3	1.3	28.7	67.5	
أوافق	.985	4.06	2	4	12	31	31	المندوبون الصحفيون.
			2.5	5.0	15.0	38.8	38.8	
أوافق	1.037	3.61	4	6	22	33	15	المواطن الصحفي.
			5.0	7.5	27.5	41.2	18.8	
أوافق	.932	4.09	2	5	11	29	33	المجموع
			2.5	6.2	13.8	36.3	41.2	

وضح من الجدول أعلاه وفقا للتحليل الإحصائي وبناءا علي مخرجات الوسط الحسابي العام للفئة (4.09) ومقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) وهو الناتج من محصلة السلم الخماسي ، أن الوسط الحسابي العام ذو دلالة إحصائية موجبة لأنه أكثر من الوسط الفرضي ، مما يدل على موافقتهم على عبارات مصادر الخبر في الفضائيات بإجمالي نسبة (78) واستنادا إلي الوسط الحسابي للوحدات المكونة للفئة نجد أنها وبناءا علي قيمها ومقارنتها بالوسط الحسابي الفرضي (3) يتم ترتيبها وفقا لتأثيراتها في الفئة كالتالي :

تعتبر وحدة مراسلي القناة هي الأعلى تأثيرا بوسط حسابي (4.04) لذلك فهي تعتبر من أهم الأسباب المؤثرة كمصدر للخبر في فضائية (الجزيرة) ، تليها في التأثير وحدة (وكالات الانباء) بوسط حسابي (4.310) ثم تأتي في المرحلة الثالثة وحدة (المندوبون الصحفيون) بوسط حسابي (4.06) وأقل الوحدات تأثيرا وحدة (المواطن الصحفي) بوسط حسابي (3.61) وهذا يعني أن قناة الجزيرة تفسح المجال في بعض الاحيان للمواطن العادي ليمارس مهنة الصحافة اي بمعنى (ان قناة الجزيرة تعبر المواطن من أحد مصادرها الإخبارية).

أما بالنسبة للانحراف المعياري في مجمل الفئة يعني عدم ميول الأفراد للتشتت في آرائهم تجاه إجاباتهم وذلك للانحراف المعياري العام للفئة (0.932) وذلك قياسا إلي الواحد الصحيح فإذا كانت الإجابة أكبر من واحد هذا يعني تشتت في آراء العينة وإذا كانت أقل من الواحد دل ذلك علي تمركز إجابات العينة وإتفاقهم في المسببات وراء الإجابة ، ونلاحظ أن أفراد العينة قد إتفقوا في إجاباتهم علي وحدة (وكالات الانباء والمندوبون الصحفيون) وهذه بالتأكيد اجابات علمية

ومدرسة ومن الطبيعي ان يتفق الناس علي ذلك وهذا يؤكد فهم العينة للاجابة ومقدرتها علي التعبير عنها وهذا يؤكد نسبة الصدق والثبات الاحصائي .

أما فرضية (مراسلي القناة والمواطن الصحفي) فقد تشتتت عندها آراء العينة بإنحراف معياري أكثر من واحد (1.001 و1.037) وهذا ايضا يؤكد فهم العينة ودقة إجاباتها لأن الوجدتين أقرب إلي الرأي ويحتمل تعدد الأسباب وراء الاجابة .

جدول رقم (14): يوضح مصادر الخبر في الفضائيات لقناة سكاى نيوز عربية

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط	لا		محايد	أوافق	أوافق بشدة	العبارات	
			أوافق بشدة	أوافق				ك	%
أوافق	.889	3.91	-	5	20	32	23	ك	وكالات الأنباء.
			-	6.2	25.0	40.0	28.8	%	
أوافق	.808	4.18	-	2	14	32	32	ك	مراسلي القناة.
			-	2.5	17.5	40.0	40.0	%	
أوافق	.887	3.85	1	3	23	33	20	ك	المنذوبون

			1.3	3.8	28.8	41.2	25.0	%	الصحفيون.
محايد	1.060	3.30	5	10	32	22	11	ك	المواطن الصحفي.
			6.2	12.5	40.0	27.5	13.8	%	
أوافق	.911	3.81	2	5	22	30	21	ك	المجموع
			2.5	6.2	27.5	37.5	26.3	%	

بالنظر الي الجدول أعلاه وفقا للتحليل الإحصائي وبناءا علي مخرجات الوسط الحسابي العام للفئة (3.81) ومقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) وهو الناتج من محصلة السلم الخماسي ، أن الوسط الحسابي العام ذو دلالة إحصائية موجبة لأنه أكثر من الوسط الفرضي ، مما يدل على موافقتهم على عبارات مصادر الخبر في الفضائيات بإجمالي نسبة (64) واستنادا إلي الوسط الحسابي للوحدات المكونة للفئة نجد أنها وبناءا علي قيمها ومقارنتها بالوسط الحسابي الفرضي (3) يتم ترتيبها وفقا لتأثيراتها في الفئة كالتالي :

تعتبر وحدة مراسلي القناة هي الأعلى تأثيرا بوسط حسابي (4.18) لذلك فهي تعتبر من أهم الأسباب المؤثرة كمصدر للخبر في فضائية (الجزيرة) ، تليها في التأثير وحدة (وكالات الانباء) بوسط حسابي (3.91) ثم تأتي في المرحلة الثالثة وحدة (المنذوبون الصحفيون) بوسط حسابي (3.85) وأقل الوحدات تأثيرا

وحدة (المواطن الصحفي) بوسط حسابي (3.30) وهذا يعني أن قناة (سكاي نيوز عربية) تستعين بالمواطن العادي كمصدر لبعض الاخبار التي لم يتم توفرها في المصادر الاخرى.

أما بالنسبة للانحراف المعياري في مجمل الفئة يعني عدم ميول الأفراد للثقت في آرائهم تجاه إجاباتهم وذلك للانحراف المعياري العام للفئة (0.932) وذلك قياسا إلي الواحد الصحيح فإذا كانت الإجابة أكبر من واحد هذا يعني تشتت في آراء العينة وإذا كانت أقل من الواحد دل ذلك علي تمركز إجابات العينة وإتفاقهم في المسببات وراء الإجابة ، ونلاحظ أن أفراد العينة قد إتفقوا في إجاباتهم علي وحدة (مراسلو القناة ووكالات الانباء والمندوبون الصحفيون) وهذه بالتأكيد اجابات علمية ومدروسة ومن الطبيعي ان يتفق الناس علي ذلك وهذا يؤكد فهم العينة للإجابة ومقدرتها علي التعبير عنها وهذا يؤكد نسبة الصدق والثبات الاحصائي .

أما فرضية (المواطن الصحفي) فقد تشتتت عندها آراء العينة بانحراف معياري أكثر من واحد (1.061) وهذا ايضا يؤكد فهم العينة ودقة إجاباتها لأنها أقرب إلي الرأي ويحتمل تعدد الأسباب وراء الاجابة .

المحور السادس: دور القائم بالاتصال في صناعة الخبر

جدول رقم (15): يوضح دور القائم بالاتصال في صناعة الخبر لقناة الجزيرة

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط	لا		محايد	أوافق	أوافق بشدة	ك	
			أوافق بشدة	أوافق					
أوافق بشدة	.999	4.20	1	6	9	24	40	ك	صياغة الخبر وفق العرف المهني.
			1.3	7.5	11.2	30.0	50.0	%	
أوافق	1.141	4.04	3	7	11	22	37	ك	مراعاة الدقة والموضوعية.
			3.8	8.8	13.8	27.5	46.2	%	
أوافق	1.173	3.88	4	6	18	20	32	ك	يتبع أخلاقيات المهنة والمواثيق.
			5	7.5	22.5	25.0	40.0	%	
أوافق بشدة	.655	4.66	-	2	2	17	59	ك	يختار الألفاظ والمصطلحات وفق سياسة القناة
			-	2.5	2.5	21.2	73.8	%	
أوافق بشدة	.656	4.50	-	-	7	26	47	ك	يتبع بصمة القناة في معالجة الصورة.
			-	-	8.8	32.5	58.7	%	
أوافق بشدة	.925	4.26	2	4	9	22	43	ك	المجموع
			2.5	5.0	11.2	27.5	53.8	%	

وضح من الجدول أعلاه وفقا للتحليل الإحصائي وبناءا علي مخرجات الوسط الحسابي العام للفئة(4.26) ومقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) وهو الناتج من محصلة السلم الخماسي ، أن الوسط الحسابي العام ذو دلالة إحصائية موجبة لأنه أكثر من الوسط الفرضي ، مما يدل على موافقتهم على عبارات مصادر الخبر في الفضائيات بإجمالي نسبة (81%) واستنادا إلي الوسط الحسابي للوحدات المكونة للفئة نجد أنها وبناءا علي قيمها ومقارنتها بالوسط الحسابي الفرضي (3) يتم ترتيبها وفقا لتأثيراتها في الفئة كالتالي :

تعتبر وحدة(اختيار الالفاظ والمصطلحات وفق سياسة القناة) هي الأعلى تأثيرا بوسط حسابي (4.66) لذلك فهي تعتبر من أهم الأسباب المؤثرة علي دور القائم بالاتصال في فضائية (الجزيرة)، تليها في التأثير وحدة (يتبع بصمة القناة في معالجة الصورة) بوسط حسابي (4.50) ثم تأتي في المرحلة الثالثة وحدة (صياغة الخبر وفق العرف المهني)بوسط حسابي (4.20) وتأتي بعدها وحدة (مراعاة الدقة والموضوعية) بوسط حسابي (4.04) وأقل الوحدات تأثيرا وحدة (يتبع اخلاقيات المهنة والمواثيق) بوسط حسابي (3.88)وعليه يعني أن هناك نسبة من تأثير اتباع اخلاقيات المهنة والمواثيق علي دور القائم بالاتصال بفضائية الجزيرة .

أما بالنسبة للانحراف المعياري في مجمل الفئة يعني عدم ميول الأفراد للتشتت في آرائهم تجاه إجاباتهم وذلك للانحراف المعياري العام للفئة (0.925) وذلك قياسا إلي الواحد الصحيح فإذا كانت الإجابة أكبر من واحد هذا يعني تشتت في آراء العينة وإذا كانت أقل من الواحد دل ذلك علي تركز إجابات العينة وإتفاقهم في المسببات وراء الإجابة ، ونلاحظ أن أفراد العينة قد إتفقوا في إجاباتهم علي وحدة (اختيار الالفاظ والمصطلحات حسب سياسة القناة واتباع بصمة القناة في معالجة الصورة وصياغة الخبر وفق العرف المهني) وهذه بالتأكيد اجابات علمية ومدروسة ومن الطبيعي ان يتفق الناس علي ذلك وهذا يؤكد فهم العينة للاجابة ومقدرتها علي التعبير عنها وهذا يؤكد نسبة الصدق والثبات الاحصائي .

أما فرضيتي (مراعاة الدقة والموضوعية واتباع أخلاقيات المهنة والمواثيق) فقد تشتتت عندها آراء العينة بإنحراف معياري أكثر من واحد (1.141 و 1.173) وهذا أيضا يؤكد فهم العينة ودقة إجاباتها لأن الوجدتين أقرب إلي الرأي ويحتمل تعدد الأسباب وراء الاجابة .

جدول رقم (16): يوضح دور القائم بالاتصال في صناعة الخبر لقناة سكاى نيوز عربية

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق بشدة		محايد	أوافق	أوافق بشدة		العبارات
			لا أوافق	لا أوافق بشدة			أوافق	أوافق بشدة	
أوافق	1.068	3.81	2	9	15	30	24	ك	صياغة الخبر وفق العرف المهني.
			2.5	11.2	18.8	37.5	30.0	%	
أوافق	.941	3.73	2	4	25	32	17	ك	مراعاة الدقة والموضوعية.
			2.5	5.0	31.3	40.0	21.2	%	
أوافق	1.038	3.69	3	5	26	26	20	ك	يتبع أخلاقيات المهنة والمواثيق.
			3.8	6.2	32.5	32.5	25.0	%	
أوافق بشدة	.823	4.26	-	2	13	27	38	ك	يختار الألفاظ والمصطلحات وفق سياسة القناة
			-	2.5	16.2	33.8	47.5	%	
أوافق	.795	4.11	-	1	18	32	29	ك	يتبع بصمة القناة في معالجة الصورة.
			-	1.3	22.5	40.0	36.2	%	
أوافق	.933	3.92	2	4	19	29	26	ك	المجموع
			2.5	5.0	23.8	36.2	32.5	%	

بالنظر الي الجدول أعلاه وفقا للتحليل الإحصائي وبناءا علي مخرجات الوسط الحسابي العام للفئة(3.92) ومقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) وهو الناتج من محصلة السلم الخماسي ، نلاحظ أن الوسط الحسابي العام ذو دلالة إحصائية موجبة لأنه أكثر من الوسط الفرضي ، مما يدل على موافقتهم على عبارات مصادر الخبر في الفضائيات بإجمالي نسبة (69%) واستنادا إلي الوسط الحسابي للوحدات المكونة للفئة نجد أنها وبناءا علي قيمها ومقارنتها بالوسط الحسابي الفرضي (3) يتم ترتيبها وفقا لتأثيراتها في الفئة كالتالي :

نلاحظ ان وحدة (اختيار الالفاظ والمصطلحات وفق سياسة القناة) هي الأعلى تأثيرا بوسط حسابي (4.26) لذلك فهي تعتبر من أهم الأسباب المؤثرة علي دور القائم بالاتصال في فضائية (سكاي نيوز عربية)، تليها في التأثير وحدة (اتباع بصمة القناة في معالجة الصورة) بوسط حسابي (4.11) ثم تأتي في المرحلة الثالثة وحدة (صياغة الخبر وفق العرف المهني) بوسط حسابي (3.81) وتأتي بعدها وحدة (مراعاة الدقة والموضوعية) بوسط حسابي (3.13) وأقل الوحدات تأثيرا هي وحدة (اتباع اخلاقيات المهنة والمواثيق) بوسط حسابي (3.69) وعليه يعني أن هناك نسبة من تأثير اتباع اخلاقيات المهنة والمواثيق علي دور القائم بالاتصال بفضائية (سكاي نيوز عربية).

أما بالنسبة للانحراف المعياري في مجمل الفئة يعني عدم ميول الأفراد للتشتت في آرائهم تجاه إجاباتهم وذلك للانحراف المعياري العام للفئة (0.933) وذلك قياسا إلي الواحد الصحيح فإذا كانت الإجابة أكبر من واحد هذا يعني تشتت في آراء العينة وإذا كانت أقل من الواحد دل ذلك علي تمركز إجابات العينة وإتفاقهم في المسببات وراء الإجابة ، ونلاحظ أن أفراد العينة قد إتفقوا في إجاباتهم

علي وحدة (اختيار الالفاظ والمصطلحات حسب سياسة القناة واتباع بصمة القناة في معالجة الصورة ومراعاة الدقة والموضوعية) وهذه بالتأكيد اجابات علمية ومدروسة ومن الطبيعي ان يتفق الناس علي ذلك وهذا يؤكد فهم العينة للاجابة ومقدرتها علي التعبير عنها وهذا يؤكد نسبة الصدق والثبات الاحصائي .

أما فرضيتي (صياغة الخبر وفق العرف المهني واتباع اخلاقيات المهنة والمواثيق) فقد تشتتت عندها آراء العينة بإنحراف معياري أكثر من واحد (1.068 و1.038) وهذا ايضا يؤكد فهم العينة ودقة إجاباتها لأن الوجدتين أقرب إلي الرأي ويحتمل تعدد الأسباب وراء الاجابة .

من الجدول (16) نجد النسب العالية كانت في جانب الإيجابي، مما يدل على موافقتهم على عبارات دور القائم بالاتصال في صناعة الخبر بإجمالي نسبة (69%)، كما نجد جميع قيم المتوسط المرجح كانت أكبر من الوسط الفرضي (3) عليه أخذت آراء المبحوثين جانب الموافقة على العبارات، أما الإنحراف المعياري فكانت معظم القيم أقل من الواحد صحيح ودل ذلك على عدم تشتت آراء المبحوثين على هذه العبارات.

المحور السابع: تأثير وشواهد صناعة الخبر في الفضائيات العربية

جدول رقم (17): يوضح تأثير وشواهد صناعة الخبر في فضائية (الجزيرة)

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	العبارات
أوافق بشدة	.811	4.48	-	4	4	22	50	ك توظيف لغة الصورة.
			-	5.0	5.0	27.5	62.5	%
أوافق بشدة	.612	4.58	-	1	2	27	50	ك توظيف التقانة وتكنولوجيا الاتصال.
			-	1.3	2.5	33.7	62.5	%
أوافق بشدة	.871	4.28	1	3	7	31	38	ك عرض الخبر بأكثر من شكل فني.
			1.3	3.7	8.8	38.7	47.5	%
أوافق بشدة	1.041	3.93	2	8	10	34	26	ك الاعتماد على شهود العيان في المعلومات.
			2.5	10.0	12.5	42.5	32.5	%
أوافق بشدة	.868	4.43	1	3	5	23	48	ك التحليلات وما وراء الخبر كمكملات له.
			1.3	3.7	6.2	28.8	60	%
أوافق بشدة	.840	4.34	1	4	6	27	42	ك المجموع
			1.3	5.0	7.5	33.7	52.5	%

بالنظر الي الجدول أعلاه وفقا للتحليل الإحصائي وبناءا علي مخرجات

الوسط الحسابي العام للفئة (4.34) ومقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) وهو الناتج من محصلة السلم الخماسي ، أن الوسط الحسابي العام ذو دلالة إحصائية موجبة لأنه أكثر من الوسط الفرضي ، مما يدل على موافقتهم على عبارات مصادر الخبر في الفضائيات بإجمالي نسبة (69%) واستنادا إلي الوسط الحسابي

للوحدات المكونة للفئة نجد أنها وبناءا علي قيمها ومقارنتها بالوسط الحسابي الفرضي (3) يتم ترتيبها وفقا لتأثيراتها في الفئة كالتالي :

نلاحظ ان وحدة (توظيف التقنية وتكنولوجيا الاتصال) هي الأعلى تأثيرا بوسط حسابي (4.58) لذلك فهي تعتبر من أهم الأسباب المؤثرة كواحدة من شواهد صناعة الخبر في فضائية (الجزيرة)، تليها في التأثير وحدة (توظيف لغة الصورة) بوسط حسابي (4.48) ثم تأتي في المرحلة الثالثة وحدة (التحليلات وما وراء الخبر) بوسط حسابي (4.43) وتأتي بعدها وحدة (عرض الخبر بأكثر من رأي) بوسط حسابي (4.28) وأقل الوحدات تأثيرا هي وحدة (الاعتماد علي شهود العيان في المعلومات) بوسط حسابي (3.93) وعليه يعني أن هناك نسبة من تأثير شهود العيان علي شواهد صناعة الخبر بقناة (الجزيرة) .

أما بالنسبة للانحراف المعياري في مجمل الفئة يعني عدم ميول الأفراد للتشتت في آرائهم تجاه إجاباتهم وذلك للانحراف المعياري العام للفئة (0.840) وذلك قياسا إلي الواحد الصحيح فإذا كانت الإجابة أكبر من واحد هذا يعني تشتت في آراء العينة وإذا كانت أقل من الواحد دل ذلك علي تمركز إجابات العينة وإتفاقهم في المسببات وراء الإجابة ، ونلاحظ أن أفراد العينة قد إتفقوا في إجاباتهم علي وحدة (توظيف التقنية وتكنولوجيا الاتصال ، وتوظيف لغة الصورة ، و التحليلات وما وراء الخبر وعرض الخبر بأكثر من شكل فني) وهذه بالتأكيد اجابات علمية ومدروسة ومن الطبيعي ان يتفق الناس علي ذلك وهذا يؤكد فهم العينة للإجابة ومقدرتها علي التعبير عنها وهذا يؤكد نسبة الصدق والثبات الاحصائي .

أما فرضية (الاعتماد علي شهود العيان) فقد تشتتت عندها آراء العينة بإنحراف معياري أكثر من واحد (1.041) وهذا ايضا يؤكد فهم العينة ودقة إجاباتها لأن هذه الوحدة أقرب إلي الرأي ويحتمل تعدد الأسباب وراء الاجابة .

جدول رقم (18): يوضح تأثير وشواهد صناعة الخبر في الفضائيات العربية (سكاي نيوز عربية)

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق بشدة		محايد	أوافق	أوافق بشدة		العبارات
			لا أوافق	لا أوافق بشدة			ك	%	
أوافق	.843	4.19	1	2	10	35	32	ك	توظيف لغة الصورة.
			1.3	2.5	12.5	43.7	40.0	%	
أوافق بشدة	.708	4.33	-	1	8	35	36	ك	توظيف التقانة وتكنولوجيا الاتصال.
			-	1.3	10.0	43.7	45.0	%	
أوافق	.894	3.90	-	4	24	28	24	ك	عرض الخبر بأكثر من شكل فني.
			-	5.0	30.0	35.0	30.0	%	
أوافق	.911	3.68	-	7	29	27	17	ك	الاعتماد على شهود العيان في المعلومات.
			-	8.8	36.2	33.8	21.2	%	
أوافق	1.049	3.84	3	6	15	33	23	ك	التحليلات وما وراء الخبر كمكملات له.
			3.8	7.5	18.8	41.2	28.8	%	
أوافق	.881	3.99	1	4	17	32	26	ك	المجموع
			1.3	5.0	21.2	40.0	32.5	%	

وضح من الجدول أعلاه وفقا للتحليل الإحصائي وبناءا علي مخرجات الوسط الحسابي العام للفئة (3.99) ومقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) وهو الناتج من محصلة السلم الخماسي ، أن الوسط الحسابي العام ذو دلالة إحصائية موجبة لأنه أكثر من الوسط الفرضي ، مما يدل على موافقتهم على عبارات مصادر الخبر في الفضائيات بإجمالي نسبة (73%) واستنادا إلي الوسط الحسابي للوحدات المكونة للفئة نجد أنها وبناءا علي قيمها ومقارنتها بالوسط الحسابي الفرضي (3) يتم ترتيبها وفقا لتأثيراتها في الفئة كالتالي :

نلاحظ ان وحدة (توظيف التقنية وتكنولوجيا الاتصال) هي الأعلى تأثيرا بوسط حسابي (4.33) لذلك فهي تعتبر من أهم الأسباب المؤثرة كواحدة من شواهد صناعة الخبر في فضائية (سكاي نيوز عربية)، تليها في التأثير وحدة (توظيف لغة الصورة) بوسط حسابي (4.19) ثم تأتي في المرحلة الثالثة وحدة (عرض الخبر بأكثر من شكل فني) بوسط حسابي (3.90) وتأتي بعدها وحدة (الاعتماد علي شهود العيان في المعلومات) بوسط حسابي (3.68) وأقل الوحدات تأثيرا هي وحدة (التحليلات وماوراء الخبر كمكملات له) بوسط حسابي (3.84) وعليه يعني أن هناك نسبة من تأثير التحليلات وما وراء الخبر علي شواهد صناعة الخبر بقناة (سكاي نيوز عربية) .

أما بالنسبة للانحراف المعياري في مجمل الفئة يعني عدم ميول الأفراد للتشتت في آرائهم تجاه إجاباتهم وذلك للانحراف المعياري العام للفئة (0.881) وذلك قياسا إلي الواحد الصحيح فإذا كانت الإجابة أكبر من واحد هذا يعني تشتت في آراء العينة وإذا كانت أقل من الواحد دل ذلك علي تمركز إجابات العينة وإتفاقهم في المسببات وراء الإجابة ، ونلاحظ أن أفراد العينة قد إتفقوا في إجاباتهم علي وحدة (توظيف التقنية وتكنولوجيا الاتصال ، وتوظيف لغة الصورة ، وعرض الخبر بأكثر من شكل فني ، والاعتماد علي شهود العيان في المعلومات) وهذه بالتأكيد اجابات علمية ومدروسة ومن الطبيعي ان يتفق الناس علي ذلك وهذا يؤكد

فهم العينة للإجابة ومقدرتها علي التعبير عنها وهذا يؤكد نسبة الصدق والثبات الاحصائي .

أما فرضية (التحليلات وما وراء الخبر كمكلمات له) فقد تشتتت عندها آراء العينة بإنحراف معياري أكثر من واحد (1.049) وهذا ايضا يؤكد فهم العينة ودقة إجاباتها لأن هذه الوحدة أقرب إلي الرأي ويحتمل تعدد الأسباب وراء الاجابة.

المحور الثامن: المهنية والضوابط اللازمة لصناعة الخبر

جدول رقم (19): يوضح المهنية والضوابط اللازمة لصناعة الخبر بقناة (الجزيرة)

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	العبارات
أوافق	1.032	4.19	2	6	6	27	39	التأكد من مصدر الخبر.
			2.5	7.5	7.5	33.7	48.8	
أوافق	.978	4.08	1	5	14	27	33	التأكد من صدقية المعلومات.
			1.3	6.2	17.5	33.7	41.3	
أوافق	.929	4.19	2	2	10	31	35	التدرج في العرض بين السبق والدقة.
			2.5	2.5	12.5	38.8	43.8	
أوافق	.795	4.23	-	4	6	38	32	صور الخبر الأرشيفية

بشدة			-	5.0	7.5	47.5	40.0	%	للتأكيد.
أوافق بشدة	.765	4.35	-	3	5	33	39	ك	الجرافيك والرسم التوصيحي.
			-	3.8	6.2	41.2	48.8	%	
أوافق بشدة	.900	4.21	1	4	8	31	36	ك	المجموع
			1.3	5.0	10.0	38.7	45.0	%	

وضح من الجدول أعلاه وفقا للتحليل الإحصائي وبناءا علي مخرجات الوسط الحسابي العام للفئة (4.21) ومقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) وهو الناتج من محصلة السلم الخماسي ، أن الوسط الحسابي العام ذو دلالة إحصائية موجبة لأنه أكثر من الوسط الفرضي ، مما يدل على موافقتهم على عبارات مصادر الخبر في الفضائيات بإجمالي نسبة (84%) واستنادا إلي الوسط الحسابي للوحدات المكونة للفئة نجد أنها وبناءا علي قيمها ومقارنتها بالوسط الحسابي الفرضي (3) يتم ترتيبها وفقا لتأثيراتها في الفئة كالتالي :

نلاحظ ان وحدة (الجرافيك والرسم الفني) هي الأعلى تأثيرا بوسط حسابي (4.35) لذلك فهي تعتبر من أهم الأسباب المؤثرة كواحدة من الضوابط اللازمة لصناعة الخبر في فضائية (الجزيرة)، تليها في التأثير وحدة (صور الخبر الارشيفية للتأكيد) بوسط حسابي (4.23) ثم تأتي في المرحلة الثالثة وحدة (التأكيد من مصدر الخبر والتدرج في العرض بين السبق والدقة) بوسط حسابي (4.19) ، وأقل الوحدات تأثيرا هي وحدة (التأكد من صدقية المعلومات) بوسط

حسابي (4.08) ، وعليه يعني أن هناك نسبة من تأثير التأكد من صدقية المعلومات كواحدة من الضوابط اللازمة في صناعة الخبر بفضائية (الجزيرة) .

أما بالنسبة للانحراف المعياري في مجمل الفئة يعني عدم ميول الأفراد للتشتت في آرائهم تجاه إجاباتهم وذلك للانحراف المعياري العام للفئة (900). وذلك قياساً إلى الواحد الصحيح فإذا كانت الإجابة أكبر من واحد هذا يعني تشتت في آراء العينة وإذا كانت أقل من الواحد دل ذلك على تركز إجابات العينة وإتفاقهم في المسببات وراء الإجابة ، ونلاحظ أن أفراد العينة قد إتفقوا في إجاباتهم على وحدة (الجرافيك والرسم الفني ، وصور الخبر الارشيفية ، و التدرج في العرض بين السبق والدقة والتأكد من صدقية المعلومات) وهذه بالتأكيد اجابات علمية ومدروسة ومن الطبيعي ان يتفق الناس على ذلك وهذا يؤكد فهم العينة للإجابة ومقدرتها على التعبير عنها وهذا يؤكد نسبة الصدق والثبات الاحصائي .

أما فرضية (التأكد من صدقية الخبر) فقد تشتتت عندها آراء العينة بانحراف معياري أكثر من واحد (1.032) وهذا ايضا يؤكد فهم العينة ودقة إجاباتها لأن هذه الوحدة أقرب إلى الرأي ويحتمل تعدد الأسباب وراء الاجابة .

جدول رقم (20): يوضح المهنية والضوابط اللازمة لصناعة الخبر لقناة سكاى نيوز عربية.

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	العبارات	
أوافق	.981	3.98	1	6	15	30	28	ك	التأكد من مصدر الخبر.
			1.3	7.5	18.7	37.5	35.0	%	
أوافق	.952	3.83	-	7	23	27	23	ك	التأكد من صدقية المعلومات.
			-	8.8	28.7	33.8	28.7	%	
أوافق	.919	3.88	-	6	21	30	23	ك	التدرج في العرض بين السبق والدقة.
			-	7.5	26.2	37.5	28.8	%	
أوافق	.862	3.94	-	3	23	30	24	ك	صور الخبر الأرشيفية للتأكيد.
			-	3.8	28.8	37.5	30.0	%	
أوافق	.896	4.14	1	2	15	29	33	ك	الجرافيك والرسم التوصيحي.
			1.3	2.5	18.8	36.2	41.2	%	
أوافق	.922	3.95	1	5	19	29	26	ك	المجموع
			1.3	6.2	23.8	36.2	32.5	%	

وضح من الجدول أعلاه وفقا للتحليل الإحصائي وبناءا علي مخرجات الوسط الحسابي العام للفئة (3.95) ومقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) وهو الناتج من محصلة السلم الخماسي ، أن الوسط الحسابي العام ذو دلالة إحصائية موجبة لأنه أكثر من الوسط الفرضي ، مما يدل على موافقتهم على عبارات مصادر الخبر في الفضائيات بإجمالي نسبة (69%) واستنادا إلي الوسط الحسابي للوحدات

المكونة للفئة نجد أنها وبناءا علي قيمها ومقارنتها بالوسط الحسابي الفرضي (3) يتم ترتيبها وفقا لتأثيراتها في الفئة كالتالي :

نلاحظ ان وحدة (الجرافيك والرسم الفني) هي الأعلى تأثيرا بوسط حسابي (4.14) لذلك فهي تعتبر من أهم الأسباب المؤثرة كواحدة من الضوابط اللازمة لصناعة الخبر في فضائية (سكاي نيوز عربية)، تليها في التأثير وحدة (التأكد من مصدر الخبر) بوسط حسابي (3.98) ثم تأتي في المرحلة الثالثة وحدة (صور الخبر الاشيفية) بوسط حسابي (3.94) ، ثم تتي وحدة (التدرج في العرض بين السبق والدقة) بوسط حسابي (3.88) وأقل الوحدات تأثيرا هي وحدة (التأكد من صدقية المعلومات) بوسط حسابي (3.83) ، وعليه يعني أن هناك نسبة من تأثير التأكد من صدقية المعلومات باعتبارها واحدة من الضوابط اللازمة في صناعة الخبر بفضائية (سكاي نيوز عربية) .

أما بالنسبة للانحراف المعياري في مجمل الفئة يعني عدم ميول الأفراد للتشتت في آرائهم تجاه إجاباتهم وذلك للانحراف المعياري العام للفئة (922). وذلك قياسا إلي الواحد الصحيح فإذا كانت الإجابة أكبر من واحد هذا يعني تشتت في آراء العينة وإذا كانت أقل من الواحد دل ذلك علي تمركز إجابات العينة وإتفاقهم في المسببات وراء الإجابة ، ونلاحظ أن أفراد العينة قد إتفقوا في إجاباتهم علي وحدة (الجرافيك والرسم الفني ، وصور الخبر الارشيفية ، و التدرج في العرض بين السبق والدقة ، والتأكد من صدقية المعلومات ، التأكد من صدقية الخبر) (وهذه بالتأكيد اجابات علمية ومدروسة ومن الطبيعي ان يتفق الناس علي ذلك وهذا يؤكد فهم العينة للاجابة ومقدرتها علي التعبير عنها وهذا يؤكد نسبة الصدق والثبات الاحصائي .

المحور التاسع: دور التقانة في نجاح صناعة الخبر

جدول رقم (21): يوضح دور التقانة في نجاح صناعة الخبر لقناة الجزيرة

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق بشدة		محايد	أوافق بشدة		العبارات
			لا أوافق	لا أوافق		أوافق	أوافق	
أوافق بشدة	.658	4.65	-	2	2	18	58	سرعة الالتقاط وجمع المعلومات.
			-	2.5	2.5	22.5	72.5	
أوافق بشدة	.941	4.34	2	3	5	26	44	معالجة الصور والألوان.
			2.5	3.8	6.2	32.5	55.0	
أوافق بشدة	1.096	3.84	2	8	19	23	28	إضافة المؤثرات الصوتية للإيحاء.
			2.5	10.0	23.8	28.8	35.0	
أوافق بشدة	.608	4.60	-	1	2	25	52	التواصل مع المحللين والسياسيين.
			-	1.3	2.5	31.2	65.0	
أوافق بشدة	.733	4.36	-	1	9	30	40	التواصل مع الجمهور في موقع الحدث.
			-	1.3	11.2	37.5	50	
أوافق بشدة	.807	4.36	1	3	7	25	44	المجموع
			1.3	3.8	8.7	31.2	55.0	

وضح من الجدول أعلاه وفقا للتحليل الإحصائي وبناءا علي مخرجات الوسط الحسابي العام للفئة (4.36) ومقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) وهو الناتج من محصلة السلم الخماسي ، أن الوسط الحسابي العام ذو دلالة إحصائية موجبة لأنه أكثر من الوسط الفرضي ، مما يدل على موافقتهم على عبارات مصادر الخبر في الفضائيات بإجمالي نسبة (86%) واستنادا إلي الوسط الحسابي للوحدات المكونة للفئة نجد أنها وبناءا علي قيمها ومقارنتها بالوسط الحسابي الفرضي (3) يتم ترتيبها وفقا لتأثيراتها في الفئة كالتالي :

نلاحظ ان وحدة (سرعة الالتقاط وجمع المعلومات) هي الأعلى تأثيرا بوسط حسابي (4.65) لذلك فهي تعتبر من أهم التقانات المؤثرة المؤثرة في نجاح الخبر بفضائية (الجزيرة)، تليها في التأثير وحدة (التواصل مع المحللين السياسيين) بوسط حسابي (4.60) ثم تأتي في المرحلة الثالثة وحدة (التواصل مع الجمهور في موقع الحدث) بوسط حسابي (4.36) ، ثم تأتي وحدة (معالجة الصور والالوان) وأقل الوحدات تأثيرا هي وحدة (إضافة المؤثرات الصوتية) بوسط حسابي (3.84) ، وعليه يعني أن هناك نسبة من تأثير إضافة المؤثرات الصوتية علي نجاح الخبر بفضائية (الجزيرة) .

أما بالنسبة للانحراف المعياري في مجمل الفئة يعني عدم ميول الأفراد للتشتت في آرائهم تجاه إجاباتهم وذلك للانحراف المعياري العام للفئة (0.807). وذلك قياسا إلي الواحد الصحيح فإذا كانت الإجابة أكبر من واحد هذا يعني تشتت في آراء العينة وإذا كانت أقل من الواحد دل ذلك علي تمركز إجابات العينة وإتفاقهم في المسببات وراء الإجابة ، ونلاحظ أن أفراد العينة قد إتفقوا في إجاباتهم علي وحدة (سرعة الالتقاط وجمع المعلومات ، والتواصل مع المحللين السياسيين ، والتواصل

مع الجمهور في موقع الحدث، ومعالجة الصور والالوان) وهذه بالتأكيد اجابات واقعية وملاحظة ومن الطبيعي ان يتفق الناس علي ما يشاهدونه وهذا يؤكد فهم العينة للاجابة ومقدرتها علي التعبير عنها وهذا يؤكد نسبة الصدق والثبات الاحصائي .

أما فرضية (اضافة المؤثرات الصوتية للإيحاء) فقد تشتتت عندها آراء العينة بإنحراف معياري أكثر من واحد (1.096) وهذا ايضا يؤكد فهم العينة ودقة إجاباتها لأن هذه الوحدة أقرب إلي الرأي ويحتمل تعدد الأسباب وراء الاجابة .

جدول رقم (22): يوضح دور التقانة في نجاح صناعة الخبر لفتاة سكاى نيوز
عربية

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	العبارات
أوافق بشدة	.864	4.25	-	2	16	22	40	ك سرعة الالتقاط وجمع المعلومات.
			-	2.5	20.0	27.5	50.0	%
أوافق	.900	4.11	1	1	19	26	33	ك معالجة الصور والألوان.
			1.3	1.3	23.8	32.5	41.2	%
أوافق	1.051	3.90	2	6	18	26	28	ك إضافة المؤثرات الصوتية للإيحاء.
			2.5	7.5	22.5	32.5	35.0	%
أوافق بشدة	.822	4.21	1	-	14	31	34	ك التواصل مع المحللين والسياسيين.
			1.3	-	17.5	38.8	42.5	%
أوافق	.921	4.01	1	3	18	30	28	ك التواصل مع الجمهور في موقع الحدث.
			1.3	3.8	22.5	37.5	35.0	%
أوافق	.912	4.10	1	2	17	27	33	ك المجموع
			1.3	2.5	21.2	33.8	41.2	%

بالنظر الي الجدول أعلاه وفقا للتحليل الإحصائي وبناءا علي مخرجات الوسط الحسابي العام للفئة(4.10) ومقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) وهو الناتج من محصلة السلم الخماسي ، أن الوسط الحسابي العام ذو دلالة إحصائية موجبة لأنه أكثر من الوسط الفرضي ، مما يدل على موافقتهم على عبارات مصادر الخبر في الفضائيات بإجمالي نسبة (75%) واستنادا إلي الوسط الحسابي للوحدات المكونة للفئة نجد أنها وبناءا علي قيمها ومقارنتها بالوسط الحسابي الفرضي (3) يتم ترتيبها وفقا لتأثيراتها في الفئة كالتالي :

نلاحظ ان وحدة (سرعة الالتقاط وجمع المعلومات) هي الأعلى تأثيرا بوسط حسابي (4.25) لذلك فهي تعتبر من أهم التقانات المؤثرة في نجاح الخبر بفضائية (سكاي نيوز عربية)، تليها في التأثير وحدة (التواصل مع المحللين السياسيين) بوسط حسابي (4.22) ثم تأتي في المرحلة الثالثة وحدة (معالجة الصور والألوان) بوسط حسابي (4.11) ،ثم تأتي وحدة (التواصل مع الجمهور في موقع الحدث) وأقل الوحدات تأثيرا هي وحدة (إضافة المؤثرات الصوتية) بوسط حسابي (3.90) ، وعليه يعني أن هناك نسبة من تأثير إضافة المؤثرات الصوتية علي نجاح الخبر بفضائية (سكاي نيوز عربية) .

أما بالنسبة للانحراف المعياري في مجمل الفئة يعني عدم ميول الأفراد للتشتت في آرائهم تجاه إجاباتهم وذلك للانحراف المعياري العام للفئة (912). وذلك قياسا إلي الواحد الصحيح فإذا كانت الإجابة أكبر من واحد هذا يعني تشتت في آراء العينة وإذا كانت أقل من الواحد دل ذلك علي تمركز إجابات العينة وإتفاقهم في المسببات وراء الإجابة ، ونلاحظ أن أفراد العينة قد إتفقوا في إجاباتهم علي وحدة (سرعة الالتقاط وجمع المعلومات ، والتواصل مع المحللين السياسيين ، والتواصل

مع الجمهور في موقع الحدث، ومعالجة الصور والالوان) وهذه بالتأكيد اجابات واقعية وملاحظة ومن الطبيعي ان يتفق الناس علي ما يشاهدونه وهذا يؤكد فهم العينة للاجابة ومقدرتها علي التعبير عنها وهذا يؤكد نسبة الصدق والثبات الاحصائي .

أما فرضية (اضافة المؤثرات الصوتية للإيحاء) فقد تشتتت عندها آراء العينة بإنحراف معياري أكثر من واحد (1.051) وهذا ايضا يؤكد فهم العينة ودقة إجاباتها لأن هذه الوحدة أقرب إلي الرأي ويحتمل تعدد الأسباب وراء الاجابة .

المحور العاشر: حجم مشاركة الجمهور في صناعة الخبر

جدول رقم (23): يوضح حجم مشاركة الجمهور في صناعة الخبر بقناة (الجزيرة)

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	ك	العبارات
أوافق	1.161	3.64	4	10	19	25	22	ك	صناعة الحدث وريادته.
			5.0	12.5	23.8	31.2	27.5	%	
أوافق بشدة	.795	4.23	-	3	9	35	33	ك	توثيق الحدث ونقله.
			-	3.8	11.2	43.8	41.2	%	
أوافق بشدة	.920	4.20	2	1	12	29	36	ك	التعليق عليه من خلال الموقع الإلكتروني.
			2.5	1.3	15.0	36.2	45.0	%	
أوافق	1.113	3.78	2	10	18	24	26	ك	التحليلات والتنبؤات بالمجريات.
			2.5	12.5	22.5	30.0	32.5	%	
أوافق	.934	4.16	2	4	5	37	32	ك	التصريحات اثناء الحدث.
			2.5	5.0	6.3	46.2	40.0	%	
أوافق	.985	4.00	2	5	13	30	30	ك	المجموع
			2.5	6.3	16.2	37.5	37.5	%	

وضح من الجدول أعلاه وفقا للتحليل الإحصائي وبناءا علي مخرجات

الوسط الحسابي العام للفئة (4.36) ومقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) وهو

النتائج من محصلة السلم الخماسي ، أن الوسط الحسابي العام ذو دلالة إحصائية موجبة لأنه أكثر من الوسط الفرضي ، مما يدل على موافقتهم على عبارات مصادر الخبر في الفضائيات بإجمالي نسبة (75%) واستنادا إلي الوسط الحسابي للوحدات المكونة للفئة نجد أنها وبناءا علي قيمها ومقارنتها بالوسط الحسابي الفرضي (3) يتم ترتيبها وفقا لتأثيراتها في الفئة كالتالي :

نلاحظ ان وحدة (توثيق الحدث ونقله) هي الأعلى تأثيرا بوسط حسابي (4.23) لذلك فهي تعتبر من أهم الاسبابالتي تعكس حجم مشاركة الجمهور في صناعة الخبر بفضائية (الجزيرة)، تليها في التأثير وحدة (التعليق من خلال الموقع الالكتروني) بوسط حسابي (4.20) ثم تأتي في المرحلة الثالثة وحدة (التصريحات أثناء الخبر) بوسط حسابي (4.16) ، ثم تأتي وحدة (التحليلات والتنبؤات بالمجريات) بوسط حسابي (3.78) وأقل الوحدات تأثيرا هي وحدة (صناعة الخبر وريادته) بوسط حسابي (3.64) ، وعليه يعني أن هناك نسبة من تأثير صناعة الخبر وريادته علي حجم مشاركة الجمهور بفضائية (الجزيرة) .

أما بالنسبة للانحراف المعياري في مجمل الفئة يعني عدم ميول الأفراد للتشتت في آرائهم تجاه إجاباتهم وذلك للانحراف المعياري العام للفئة (0.985) وذلك قياسا إلي الواحد الصحيح فإذا كانت الإجابة أكبر من واحد هذا يعني تشتت في آراء العينة وإذا كانت أقل من الواحد دل ذلك علي تمركز إجابات العينة وإتفاقهم في المسببات وراء الإجابة ، ونلاحظ أن أفراد العينة قد إتفقوا في إجاباتهم علي وحدة (توثيق الحدث ونقله) ، والتعليق من خلال الموقع الالكتروني ، والتصريحات أثناء الخبر) وهذه بالتأكيد اجابات واقعية وملاحظة ومن الطبيعي ان

يتفق الناس علي ما يشاهدونه وهذا يؤكد فهم العينة للاجابة ومقدرتها علي التعبير عنها وهذا يؤكد نسبة الصدق والثبات الاحصائي .

أما فرضيتي (التحليلات والتنبؤات بالمجريات ، وصناعة الخبر وريادته) فقد تشتتت عندها آراء العينة بإنحراف معياري أكثر من واحد (1.113) ، (1.161) وهذا ايضا يؤكد فهم العينة ودقة إجاباتها لأن هذه الوحدة أقرب إلي الرأي ويحتمل تعدد الأسباب وراء الاجابة

جدول رقم (24): يوضح حجم مشاركة الجمهور في صناعة الخبر بقناة (سكاي نيوز عربية)

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	العبارات
محايد	1.058	3.36	4	11	29	24	12	ك صناعة الحدث وريادته.
			5.0	13.8	36.2	30.0	15.0	%
أوافق	.957	3.71	2	5	24	32	17	ك توثيق الحدث ونقله.
			2.5	6.3	30.0	40.0	21.2	%
أوافق	.967	3.66	2	5	28	28	17	ك التعليق عليه من خلال الموقع الالكتروني.
			2.5	6.3	35.0	35.0	21.2	%
أوافق	1.077	3.44	4	10	27	25	14	ك التحليلات والتنبؤات بالمجريات.
			5.0	12.5	33.8	31.2	17.5	%
أوافق	.997	3.76	2	6	21	31	20	ك التصريحات اثناء الحدث.
			2.5	7.5	26.2	38.8	25.0	%
أوافق	1.011	3.59	3	7	26	28	16	ك المجموع
			3.8	8.7	32.5	35.0	20.0	%

وضح من الجدول أعلاه وفقا للتحليل الإحصائي وبناءا علي مخرجات الوسط الحسابي العام للفئة (3.59) ومقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) وهو الناتج من محصلة السلم الخماسي ، أن الوسط الحسابي العام ذو دلالة إحصائية

موجبة لأنه أكثر من الوسط الفرضي ، مما يدل على موافقتهم على عبارات مصادر الخبر في الفضائيات بإجمالي نسبة (55%) واستنادا إلي الوسط الحسابي للوحدات المكونة للفئة نجد أنها وبناءا علي قيمها ومقارنتها بالوسط الحسابي الفرضي (3) يتم ترتيبها وفقا لتأثيراتها في الفئة كالتالي :

نلاحظ ان وحدة (التصريحات أثناء الحدث) هي الأعلى تأثيرا بوسط حسابي (3.76) لذلك فهي تعتبر من أهم الاسباب التي تعكس حجم مشاركة الجمهور في صناعة الخبر بفضائية (سكاي نيوز عربية)، تليها في التأثير وحدة (توثيق الحدث ونقله) بوسط حسابي (3.71) ثم تأتي في المرحلة الثالثة وحدة (التعليق من خلال الموقع الالكتروني) بوسط حسابي (3.66) ، ثم تأتي وحدة (التحليلات والتنبؤات بالمجريات) بوسط حسابي (3.44) وأقل الوحدات تأثيرا هي وحدة (صناعة الخبر وريادته) بوسط حسابي (3.36) ، وعليه يعني أن هناك نسبة من تأثير صناعة الخبر وريادته علي حجم مشاركة الجمهور بفضائية (سكاي نيوز عربية) .

أما بالنسبة للانحراف المعياري في مجمل الفئة يعني ميول الأفراد للتشتت في آرائهم تجاه إجاباتهم وذلك للانحراف المعياري العام للفئة (1.011) وذلك قياسا إلي الواحد الصحيح فإذا كانت الإجابة أكبر من واحد هذا يعني تشتت في آراء العينة وإذا كانت أقل من الواحد دل ذلك علي تمركز إجابات العينة وإتفاقهم في المسببات وراء الإجابة ، ونلاحظ أن أفراد العينة لم يتفقوا في إجاباتهم . وهذا يؤكد فهم العينة ودقة اجاباتها لأن ذلك أقرب الي الرأي ويحتمل تعدد الأسباب وراء الإجابة.

المحور الحادي عشر: مواعين النشر والتوزيع وفاعليتها

جدول رقم (25): يوضح مواعين النشر والتوزيع وفاعليتها لقناة الجزيرة

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	العبارات
أوافق بشدة	.587	4.69	-	1	2	18	59	ك البث المباشر عبر الفضائية.
			-	1.3	2.5	22.5	73.7	%
أوافق	1.239	3.69	3	15	14	20	28	ك إذاعات الاف ام التابعة للفضائية.
			3.8	18.7	17.5	25.0	35.0	%
أوافق بشدة	.741	4.41	-	2	6	29	43	ك الموقع الالكتروني للقناة.
			-	2.5	7.5	36.2	53.8	%
أوافق بشدة	.993	4.34	3	2	6	23	46	ك توظيف مواقع التواصل الاجتماعي.
			3.8	2.5	7.5	28.7	57.5	%
أوافق	1.040	3.79	2	6	23	25	24	ك الاتصالات المباشرة مع المتلقي.
			2.5	7.5	28.8	31.2	30	%
أوافق	.920	4.18	2	5	10	23	40	ك المجموع
			2.5	6.2	12.5	28.8	50.0	%

وضح من الجدول أعلاه وفقا للتحليل الإحصائي وبناءا علي مخرجات الوسط الحسابي العام للفئة (4.18) ومقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) وهو الناتج من محصلة السلم الخماسي ، أن الوسط الحسابي العام ذو دلالة إحصائية موجبة لأنه أكثر من الوسط الفرضي ، مما يدل على موافقتهم على عبارات مواعين النشر في فضائية الجزيرة بإجمالي نسبة (75%) واستنادا إلي الوسط الحسابي

للوحدات المكونة للفئة نجد أنها وبناءا علي قيمها ومقارنتها بالوسط الحسابي الفرضي (3) يتم ترتيبها وفقا لتأثيراتها في الفئة كالتالي :

نلاحظ ان وحدة (البث المباشر عبر الفضائيات) هي الأعلى تأثيرا بوسط حسابي (4.69) لذلك فهي تعتبر من أهم وأكثر مواعين النشر فاعلية بفضائية (الجزيرة)، تليها في التأثير وحدة (الموقع الالكتروني للقناة) بوسط حسابي (4.41) ثم تأتي في المرحلة الثالثة وحدة (توظيف مواقع التواصل الاجتماعي) بوسط حسابي (4.34)، ثم تأتي وحدة (الاتصالات المباشرة مع المتلقي بوسط حسابي (3.79) وأقل الوحدات تأثيرا هي وحدة (إذاعات الإيف إم التابعة للفضائية) بوسط حسابي (3.69) ، وعليه يعني أن هناك نسبة من تأثير إذاعات الإيف إم التابعة للفضائية علي مواعين النشر وفعاليتها بفضائية (الجزيرة) .

أما بالنسبة للانحراف المعياري في مجمل الفئة يعني عدم ميول الأفراد للتشتت في آرائهم تجاه إجاباتهم وذلك للانحراف المعياري العام للفئة (0.920) وذلك قياسا إلي الواحد الصحيح فإذا كانت الإجابة أكبر من واحد هذا يعني تشتت في آراء العينة وإذا كانت أقل من الواحد دل ذلك علي تركز إجابات العينة وإتفاقهم في المسببات وراء الإجابة ، ونلاحظ أن أفراد العينة قد إتفقوا في إجاباتهم علي وحدة (البث المباشر عبر الفضائيات وتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي) وهذه بالتأكيد اجابات واقعية وملاحظة ومن الطبيعي ان يتفق الناس علي ما يشاهدونه وهذا يؤكد فهم العينة للاجابة ومقدرتها علي التعبير عنها وهذا يؤكد نسبة الصدق والثبات الاحصائي .

أما فرضية (الموقع الالكتروني للقناة والاتصالات المباشرة مع المتلقي واذاعات الإيف إم التابعة للفضائية) فقد تشتتت عندها آراء العينة بانحراف معياري أكثر من واحد (1.239 ، 1.239 ، 1.040) وهذا ايضا يؤكد فهم العينة ودقة إجاباتها لأن هذه الوحدة أقرب إلي الرأي ويحتمل تعدد الأسباب وراء الاجابة .

جدول رقم (26): يوضح مواعين النشر والتوزيع وفعاليتها لقناة سكاى نيوز عربية

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط	المقاييس					أوافق بشدة	ك	العبارات
			لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة			
أوافق	.934	4.16	1	2	17	23	37	ك	البحث المباشر عبر الفضائية.	
			1.3	2.5	21.2	28.8	46.2	%		
محايد	1.058	3.29	4	11	36	16	13	ك	إذاعات الاف ام التابعة للفضائية.	
			5.0	13.8	45.0	20.0	16.2	%		
أوافق	.857	4.00	1	1	20	33	25	ك	الموقع الالكتروني للقناة.	
			1.3	1.3	25.0	41.2	31.2	%		
أوافق	.917	3.91	-	6	19	31	24	ك	توظيف مواقع التواصل الاجتماعي.	
			-	7.5	23.8	38.8	30.0	%		
أوافق	.973	3.63	2	5	31	25	17	ك	الاتصالات المباشرة مع المتلقي.	
			2.5	6.3	38.8	31.2	21.2	%		
أوافق	.948	3.80	2	5	24	26	23	ك	المجموع	
			2.5	6.2	30.0	32.5	28.8	%		

بالنظر الي الجدول أعلاه وفقا للتحليل الإحصائي وبناءا علي مخرجات الوسط الحسابي العام للفئة (3.80) ومقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) وهو الناتج من محصلة السلم الخماسي ، أن الوسط الحسابي العام ذو دلالة إحصائية موجبة لأنه أكثر من الوسط الفرضي ، مما يدل على موافقتهم على عبارات مواعين النشر في فضائية الجزيرة بإجمالي نسبة (61%) واستنادا إلي الوسط الحسابي

للوحدات المكونة للفئة نجد أنها وبناءا علي قيمها ومقارنتها بالوسط الحسابي الفرضي (3) يتم ترتيبها وفقا لتأثيراتها في الفئة كالتالي :

نلاحظ ان وحدة (البث المباشر عبر الفضائيات) هي الأعلى تأثيرا بوسط حسابي (4.16) لذلك فهي تعتبر من أهم وأكثر مواعين النشر فاعلية بفضائية (سكاي نيوز عربية)، تليها في التأثير وحدة (الموقع الالكتروني للقناة) بوسط حسابي (4.00) ثم تأتي في المرحلة الثالثة وحدة (توظيف مواقع التواصل الاجتماعي) بوسط حسابي (3.91)، ثم تأتي وحدة (الاتصالات المباشرة مع المتلقي بوسط حسابي (3.63) وأقل الوحدات تأثيرا هي وحدة (إذاعات الإف إم التابعة للفضائية) بوسط حسابي (3.29) ، وعليه يعني أن هناك نسبة من تأثير إذاعات الإف إم التابعة للفضائية علي مواعين النشر وفعاليتها بفضائية (سكاي نيوز عربية) .

أما بالنسبة للانحراف المعياري في مجمل الفئة يعني عدم ميول الأفراد للتشتت في آرائهم تجاه إجاباتهم وذلك للانحراف المعياري العام للفئة (0.948) وذلك قياسا إلي الواحد الصحيح فإذا كانت الإجابة أكبر من واحد هذا يعني تشتت في آراء العينة وإذا كانت أقل من الواحد دل ذلك علي تمركز إجابات العينة وإتفاقهم في المسببات وراء الإجابة ، ونلاحظ أن أفراد العينة قد إتفقوا في إجاباتهم علي وحدة (البث المباشر عبر الفضائيات وتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي والاتصالات المباشرة مع الجمهور وإذاعات الاف اف) وهذه بالتأكيد اجابات واقعية وملاحظة ومن الطبيعي ان يتفق الناس علي ما يشاهدونه وهذا يؤكد فهم العينة للاجابة ومقدرتها علي التعبير عنها وهذا يؤكد نسبة الصدق والثبات الاحصائي .

أما فرضية (الموقع الالكتروني للقناة) فقد تشتتت عندها آراء العينة بانحراف معياري أكثر من واحد (1.058) وهذا ايضا يؤكد فهم العينة ودقة إجاباتها لأن هذه الوحدة أقرب إلي الرأي ويحتمل تعدد الأسباب وراء الاجابة .

المحور الثاني عشر: موقف السياسات التحريرية في صناعة الخبر

جدول رقم (27): يوضح موقف السياسات التحريرية في صناعة الخبر بقناة
(الجزيرة)

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة		العبارات
أوافق	1.102	4.03	2	8	11	24	35	ك	على درجة من المهنية الإعلامية.
			2.5	10.0	13.7	30.0	43.8	%	
أوافق	1.237	3.84	4	12	8	25	31	ك	تتبع لدولة المصدر وسياستها.
			5.0	15.0	10.0	31.2	38.8	%	
محايد	1.153	3.25	4	19	24	19	14	ك	تلتزم والواقعية. الحياد
			5.0	23.8	30.0	23.7	17.5	%	
أوافق	1.023	3.88	2	7	14	33	24	ك	تسوقها الأحداث وقوتها.
			2.5	8.8	17.5	41.2	30.0	%	
لا أوافق	1.145	2.58	12	31	25	3	9	ك	غير محددة وغير معروفة.
			15.0	38.	31.	3.8	11.2	%	

				8	2				
			5	15	16	21	23	ك	المجموع
أوافق	1.132	3.51	6.2	18.8	20.0	26.2	28.8	%	

وضح من الجدول أعلاه وفقا للتحليل الإحصائي وبناءا علي مخرجات الوسط الحسابي العام للفئة (3.51) ومقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) وهو الناتج من محصلة السلم الخماسي ، أن الوسط الحسابي العام ذو دلالة إحصائية موجبة لأنه أكثر من الوسط الفرضي ، مما يدل على موافقتهم على عبارات مواعين النشر وفعاليتها بإجمالي نسبة (55%) واستنادا إلي الوسط الحسابي للوحدات المكونة للفئة نجد أنها وبناءا علي قيمها ومقارنتها بالوسط الحسابي الفرضي (3) يتم ترتيبها وفقا لتأثيراتها في الفئة كالتالي :

نلاحظ ان وحدة (علي درجة من المهنية الإعلامية) هي الأعلى تأثيرا بوسط حسابي (3.03) لذلك فهي تعتبر من أهم الاسباب المؤثرة علي السياسات التحريرية في صناعة الخبر بفضائية (الجزيرة)، تليها في التأثير وحدة (تسوقها الاحداث وقوتها) بوسط حسابي (3.88) ثم تأتي في المرحلة الثالثة وحدة (تبعيتها لدولة المصدر وسياستها) بوسط حسابي (3.84) ، ثم تأتي وحدة (الالتزام بالحياد والموضوعية) بوسط حسابي (3.25) وأقل الوحدات تأثيرا هي وحدة (غير محددة وغير معروفة) بوسط حسابي (2.58) ، وعليه يعني أن هناك نسبة من أفراد العينة تلاحظ عدم معرفة وتحديد موقف السياسة التحريرية في صناعة الخبر بفضائية (الجزيرة).

أما بالنسبة للانحراف المعياري في مجمل الفئة يعني ميول الأفراد للتشتت في آرائهم تجاه إجاباتهم وذلك للانحراف المعياري العام للفئة (1.132) وذلك قياساً إلى الواحد الصحيح فإذا كانت الإجابة أكبر من واحد هذا يعني تشتت في آراء العينة وإذا كانت أقل من الواحد دل ذلك على تركز إجابات العينة وإتفاقهم في المسببات وراء الإجابة ، ونلاحظ أن أفراد العينة لم يتفقوا في إجاباتهم . وهذا يؤكد فهم العينة ودقة اجاباتها لأن ذلك أقرب الي الرأي ويحتمل تعدد الأسباب وراء الإجابة.

جدول رقم (28): يوضح موقف السياسات التحريرية في صناعة الخبر بقناة (سكاي نيوز عربية)

العبارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	الاتجاه
على درجة من المهنية الإعلامية.	15	31	22	7	5	3.55	1.090	أوافق
	18.7%	38.8	27.5	8.8	6.2			
تتبع لدولة المصدر وسياساتها.	23	22	28	4	3	3.73	1.055	أوافق
	28.8%	27.5	35.0	5.0	3.8			
تلتزم والواقعية.	8	14	33	21	4	3.01	1.025	محايد
	10.0%	17.5	41.2	26.3	5.0			

أوافق	.842	3.78	1	4	21	40	14	ك	تسوقها الأحداث وقوتها.
			1.3	5.0	26.2	50.0	17.5	%	
محايد	1.095	2.94	6	22	33	9	10	ك	غير محددة وغير معروفة.
			7.5	27.5	41.3	11.2	12.5	%	
أوافق	1.021	3.40	4	12	27	23	14	ك	المجموع
			5.0	15.0	33.7	28.8	17.5	%	

وضح من الجدول أعلاه وفقا للتحليل الإحصائي وبناءا علي مخرجات الوسط الحسابي العام للفئة (3.40) ومقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) وهو الناتج من محصلة السلم الخماسي ، أن الوسط الحسابي العام ذو دلالة إحصائية موجبة لأنه أكثر من الوسط الفرضي ، مما يدل على موافقتهم على عبارات موقف السياسة التحريرية في صناعة الخبر بالفضائيات بإجمالي نسبة (46%) واستنادا إلي الوسط الحسابي للوحدات المكونة للفئة نجد أنها وبناءا علي قيمها ومقارنتها بالوسط الحسابي الفرضي (3) يتم ترتيبها وفقا لتأثيراتها في الفئة كالتالي :

نلاحظ ان وحدة (تسوقها الاحداث وقوتها) هي الأعلى تأثيرا بوسط حسابي (3.78) لذلك فهي تعتبر من أهم الاسباب المؤثرة علي السياسات

التحريرية في صناعة الخبر بفضائية (سكاي نيوز عربية)، تليها في التأثير وحدة (تبعيتها لدولة المصدر) بوسط حسابي (3.73) ثم تأتي في المرحلة الثالثة وحدة (علي درجة من المهنية الإعلامية) بوسط حسابي (3.55)، ثم تأتي وحدة (الالتزام بالحياد والموضوعية) بوسط حسابي (3.01) وأقل الوحدات تأثيرا هي وحدة (غير محددة وغير معروفة) بوسط حسابي (2.94)، وعليه يعني أن هناك نسبة من أفراد العينة تلاحظ عدم معرفة وتحديد موقف السياسة التحريرية في صناعة الخبر بفضائية (سكاي نيوز عربية).

أما بالنسبة للانحراف المعياري في مجمل الفئة يعني ميول الأفراد للتشتت في آرائهم تجاه إجاباتهم وذلك للانحراف المعياري العام للفئة (1.021) وذلك قياسا إلي الواحد الصحيح فإذا كانت الإجابة أكبر من واحد هذا يعني تشتت في آراء العينة وإذا كانت أقل من الواحد دل ذلك علي تمركز إجابات العينة وإتفاقهم في المسببات وراء الإجابة، ونلاحظ أن أفراد العينة لم يتفقوا في إجاباتهم. وهذا يؤكد فهم العينة ودقة اجاباتها لأن ذلك أقرب الي الرأي ويحتمل تعدد الأسباب وراء الإجابة.

المحور الثالث عشر: موقف الجمهور العربي تجاه القناة الفضائية

جدول رقم (29): يوضح موقف الجمهور العربي تجاه قناة الجزيرة

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق بشدة					أوافق بشدة	ك	العبارات
			لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة			
أوافق بشدة	.978	4.26	2	4	6	27	41	%	يعتبرها مصدر أخباره.	
			2.5	5.0	7.5	33.8	51.2			
أوافق	1.084	3.80	2	9	17	27	25	%	يتابعها دون الاعتقاد بسيطرتها عليه.	
			2.5	11.2	21.2	33.8	31.3			
أوافق	1.119	3.84	3	8	15	27	27	%	يتهمها الصراع والأحداث.	
			3.7	10.0	18.7	33.8	33.8			
محايد	1.256	3.06	7	26	15	19	13	%	تعجبه جاذبيتها أكثر من معلوماتها.	
			8.8	32.5	18.7	23.8	16.2			

			3	12	13	25	27	ك	المجموع
أوافق	1.109	3.74	3.8	15.0	16.2	31.2	33.8	%	

وضح من الجدول أعلاه وفقا للتحليل الإحصائي وبناءا علي مخرجات الوسط الحسابي العام للفئة (3.74) ومقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) وهو الناتج من محصلة السلم الخماسي ، أن الوسط الحسابي العام ذو دلالة إحصائية موجبة لأنه أكثر من الوسط الفرضي ، مما يدل على موافقتهم على عبارات موقف الجمهور العربي تجاه الفضائيات بإجمالي نسبة (64%) واستنادا إلي الوسط الحسابي للوحدات المكونة للفئة نجد أنها وبناءا علي قيمها ومقارنتها بالوسط الحسابي الفرضي (3) يتم ترتيبها وفقا لتأثيراتها في الفئة كالتالي :

نلاحظ ان وحدة (اعتبارها مصدر الخبر) هي الأعلى تأثيرا بوسط حسابي (4.26) لذلك فهي تعتبر من أهم الاسباب المؤثرة علي موقف الجمهور العربي تجاه فضائية (الجزيرة)، تليها في التأثير وحدة (اتهامه لها بتأجيج الصراع) بوسط حسابي (3.84) ثم تأتي في المرحلة الثالثة وحدة (متابعتها دونالاعتقاد بسيطرتها عليه) بوسط حسابي (3.80) ، وأقل الوحدات تأثيرا هي وحدة (اعجابه بجاذبيتها أكثر من معلوماتها) بوسط حسابي (3.06) ، وعليه يعني أن هناك نسبة من أفراد العينة معجبة بجاذبية فضائية الجزيرة أكثر من معلوماتها.

أما بالنسبة للانحراف المعياري في مجمل الفئة يعني ميول الأفراد للتشتت في آرائهم تجاه إجاباتهم وذلك للانحراف المعياري العام للفئة (1.109) وذلك قياساً إلى الواحد الصحيح فإذا كانت الإجابة أكبر من واحد هذا يعني تشتت في آراء العينة وإذا كانت أقل من الواحد دل ذلك على تركز إجابات العينة وإتفاقهم في المسببات وراء الإجابة ، ونلاحظ أن أفراد العينة لم يتفقوا في إجاباتهم . وهذا يؤكد فهم العينة ودقة اجاباتها لأن ذلك أقرب الي الرأي ويحتمل تعدد الأسباب وراء الإجابة.

جدول رقم (30): يوضح موقف الجمهور العربي تجاه قناة سكاى نيوز عربية

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط	لا		محايد	أوافق	أوافق بشدة	ك	مصدر أخباره.
			أوافق بشدة	أوافق					
أوافق	1.023	3.63	2	9	23	29	17	ك	مصدر أخباره.
			2.5	11.3	28.8	36.2	21.2	%	
أوافق	.960	3.63	2	4	33	24	17	ك	يتابعها دون الاعتقاد بسيطرتها عليه.
			2.5	5.0	41.3	30.0	21.2	%	
محايد	1.080	3.19	4	16	33	15	12	ك	يتهمها بتأجيج

			5.0	20.0	41.2	18.8	15.0	%	الصراع وصناعة الأحداث.
أوافق	1.179	3.45	3	16	23	18	20	ك	تعجبه جاذبيتها أكثر من معلوماتها.
			3.8	20.0	28.8	22.5	25.0	%	
أوافق	1.061	3.47	3	11	28	22	16	ك	المجموع
			3.8	13.8	35.0	27.5	20.0	%	

وضح من الجدول أعلاه وفقا للتحليل الإحصائي وبناءا علي مخرجات الوسط الحسابي العام للفئة (3.74) ومقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) وهو الناتج من محصلة السلم الخماسي ، أن الوسط الحسابي العام ذو دلالة إحصائية موجبة لأنه أكثر من الوسط الفرضي ، مما يدل على موافقتهم على عبارات موقف الجمهور العربي تجاه الفضائيات بإجمالي نسبة (48%) واستنادا إلي الوسط الحسابي للوحدات المكونة للفئة نجد أنها وبناءا علي قيمها ومقارنتها بالوسط الحسابي الفرضي (3) يتم ترتيبها وفقا لتأثيراتها في الفئة كالتالي :

نلاحظ ان وحدتي (اعتبارها مصدر الخبر ومتابعته لها دون الاعتقاد بسيطرتها عليه) هي الأعلى تأثيرا بوسط حسابي (3.63) لذلك فهما تعتبران من أهم الاسباب المؤثرة علي موقف الجمهور العربي تجاه فضائية (سكاي نيوز عربية)، تليهما في التأثير وحدة (تعجبه جاذبيتها أكثر من معلوماتها) بوسط

حسابي (3.45) ، وأقل الوحدات تأثيراً هي وحدة (اتهامه لها بتأجيج الصراع) بوسط حسابي (3.19) ، وعليه يعني أن هناك نسبة من أفراد العينة . وعليه فإن هناك نسبة من افراد العينة تري أن فضائية سكاى نيوز عربية تقوم بتأجيج الصراع من خلال طريققتها في صناعة الخبر.

أما بالنسبة للانحراف المعياري في مجمل الفئة يعني ميول الأفراد للتشتت في آرائهم تجاه إجاباتهم وذلك للانحراف المعياري العام للفئة (1.061) وذلك قياساً إلي الواحد الصحيح فإذا كانت الإجابة أكبر من واحد هذا يعني تشتت في آراء العينة وإذا كانت أقل من الواحد دل ذلك علي تركز إجابات العينة وإتفاقهم في المسببات وراء الإجابة ، ونلاحظ أن أفراد العينة لم يتفقوا في إجاباتهم . وهذا يؤكد فهم العينة ودقة اجاباتها لأن ذلك أقرب الي الرأي ويحتمل تعدد الأسباب وراء الإجابة.

المحور الرابع عشر: مستقبل الفضائيات بين المنافسة والتميز

جدول رقم (31): يوضح مستقبل الفضائيات بين المنافسة والتميز لقناة الجزيرة

العبارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	الانحراف المعياري	الاتجاه		
								ك	%
ستشكل المستقبل سياسياً.	27	27	10	11	5	3.75	أوافق	ك	
	33.8	33.8	12.5	13.7	6.2			%	
سيتقلص دورها	25	17	10	21	7	3.40	أوافق	ك	

			8.8	26.2	12.5	21.2	31.3	%	لصالح الإعلام الجديد.
محايد	1.126	3.35	3	20	15	30	12	ك	سيعتاد عليها
			3.7	25.0	18.8	37.5	15.0	%	وتكون عادية لديه.
أوافق بشدة	.802	4.38	1	1	7	29	42	ك	سنتطور مع تطور الأجهزة والتقانة.
			1.2	1.2	8.8	36.3	52.5	%	
لا أوافق	1.057	2.15	23	34	15	4	4	ك	سنتتهي رسالتها وتبعد من الساحة.
			28.7	42.5	18.8	5.0	5.0	%	
أوافق	1.123	3.41	8	18	11	21	22	ك	المجموع
			10.0	22.5	13.8	26.2	27.5	%	

وضح من الجدول أعلاه وفقا للتحليل الإحصائي وبناءا علي مخرجات الوسط الحسابي العام للفئة (3.41) ومقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) وهو الناتج من محصلة السلم الخماسي ، أن الوسط الحسابي العام ذو دلالة إحصائية موجبة لأنه أكثر من الوسط الفرضي ، مما يدل على موافقتهم على عبارات مستقبل فضائية (الجزيرة) بين المنافسة والتميز بإجمالي نسبة (54%) واستنادا إلي الوسط الحسابي للوحدات المكونة للفئة نجد أنها وبناءا علي قيمها ومقارنتها بالوسط الحسابي الفرضي (3) يتم ترتيبها وفقا لتأثيراتها في الفئة كالتالي :

نلاحظ ان وحدة (ستتطور مع تطور الاجهزة والتقانة) هي الأعلى تأثيرا بوسط حسابي (4.38) لذلك فهي تعتبر من أهم الاسباب المؤثرة علي مستقبل فضائية (الجزيرة) ، تليها في التأثير وحدة (تشكيل جيل المستقبل سياسيا) بوسط حسابي (3.75) ، ثم تأتي وحدة (تقليص دورها لصالح الإعلام الجديد) بوسط حسابي (3.40) ، و تأتي في المرحلة الرابعة وحدة (تعود المشاهد عليها وتصبح لديه عادية) بوسط حسابي (3.35)، وتأتي في المرحلة الأخيرة وحدة (نهاية رسالة الفضائيات وبعدها من الساحة) بوسط حسابي (2.15). وعليه فان هناك نسبة من افراد العينة تري أن فضائية (الجزيرة) ستنتهي رسالتها وتبعد من الساحة .

أما بالنسبة للانحراف المعياري في مجمل الفئة يعني ميول الأفراد للتشتت في آرائهم تجاه إجاباتهم وذلك للانحراف المعياري العام للفئة (1.123) وذلك قياسا إلي الواحد الصحيح فإذا كانت الإجابة أكبر من واحد هذا يعني تشتت في آراء العينة وإذا كانت أقل من الواحد دل ذلك علي تركز إجابات العينة وإتفاقهم في المسببات وراء الإجابة ، ونلاحظ أن أفراد العينة لم يتفقوا في إجاباتهم . وهذا يؤكد فهم العينة ودقة اجاباتها لأن ذلك أقرب الي الرأي ويحتمل تعدد الأسباب وراء الإجابة.

جدول رقم (32): يوضح مستقبل الفضائيات بين المنافسة والتميز بقناة (سكاي نيوز عربية)

العبارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	الاتجاه
ستشكل جيل المستقبل سياسياً.	ك	9	26	27	13	5	1.064	محايد
	%	11.2	32.5	33.8	16.2	6.3		
سينقلص دورها لصالح الإعلام الجديد.	ك	17	23	23	12	5	1.168	أوافق
	%	21.2	28.8	28.8	15.0	6.3		

محايد	.917	3.36	-	16	27	29	8	ك	سيعتاد عليها المشاهد وتكون عادية لديه.
			-	20.0	33.8	36.2	10.0	%	
أوافق	.907	3.99	2	1	18	34	25	ك	ستتطور مع تطور الأجهزة والتقانة.
			2.5	1.3	22.5	42.5	31.2	%	
محايد	.971	2.64	8	30	28	11	3	ك	ستنتهي رسالتها وتبعد من الساحة.
			10.0	37.5	35.0	13.7	3.8	%	
محايد	1.005	3.34	4	14	25	25	12	ك	المجموع
			5.0	17.5	31.3	31.3	15.0	%	

بالنظر الي الجدول أعلاه وفقا للتحليل الإحصائي وبناءا علي مخرجات الوسط الحسابي العام للفئة(3.34) ومقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) وهو الناتج من محصلة السلم الخماسي ، أن الوسط الحسابي العام ذو دلالة إحصائية موجبة لأنه أكثر من الوسط الفرضي ، مما يدل على موافقتهم على عبارات مستقبل فضائية(الجزيرة)بين المنافسة والتميز بإجمالي نسبة (46%) واستنادا إلي الوسط الحسابي للوحدات المكونة للفئة نجد أنها وبناءا علي قيمها ومقارنتها بالوسط الحسابي الفرضي (3) يتم ترتيبها وفقا لتأثيراتها في الفئة كالتالي :

نلاحظ ان وحدة (ستتطور مع تطور الاجهزة والتقانة) هي الأعلى تأثيرا بوسط حسابي (3.99) لذلك فهي تعتبر من أهم الاسباب المؤثرة علي مستقبل فضائية (سكاي نيوز عربية) ، تليها في التأثير وحدة (تقلص دورها لصالح الإعلام الجديد) بوسط حسابي (3.44) ، ثم تأتي وحدة (تعود المشاهد عليها وتصبح لديه عادية) بوسط حسابي (3.36) ، و تأتي في المرحلة الرابعة وحدة

(تشكيل جيل المستقبل سياسيا) بوسط حسابي (3.26) ، وتأتي في المرحلة الأخيرة وحدة (نهاية رسالة الفضائيات وبعدها من الساحة) بوسط حسابي (2.64). وعليه فان هناك نسبة من افراد العينة تري أن فضائية (سكاي نيوز عربية) ستنتهي رسالتها وتبعد من الساحة .

أما بالنسبة للانحراف المعياري في مجمل الفئة يعني ميول الأفراد للتشتت في آرائهم تجاه إجاباتهم وذلك للانحراف المعياري العام للفئة (1.005) وذلك قياسا إلي الواحد الصحيح فإذا كانت الإجابة أكبر من واحد هذا يعني تشتت في آراء العينة وإذا كانت أقل من الواحد دل ذلك علي تركز إجابات العينة وإتفاقهم في المسببات وراء الإجابة ، ونلاحظ أن أفراد العينة لم يتفقوا في إجاباتهم . وهذا يؤكد فهم العينة ودقة اجاباتها لأن ذلك أقرب الي الرأي ويحتمل تعدد الأسباب وراء الإجابة.

الأسئلة المفتوحة :

أولا : تأثير الفضائيات الإخبارية علي الإعلام الوطني

حسبما ورد في إجابات افراد العينة يري البعض أن الفضائيات العربية وضعت الإعلام الوطني امام تحدي المنافسة وتطوير القدرات والمهارات والسياسات والاجهزة بهدف تحقيق السبق في الخبر الوطني وأثرت عليه بصورة عالية حيث عملت على عدم تصديق المواطن إعلامه الوطني . ويرى آخرون أن تأثير الإعلام الوطني انحسر وتراجع امام الفضائيات لأنها تتبع خطايا اكثر شمولية واكل توجيهها كما ان الإعلام الوطني يتسم بالفقر في كل تفاصيله عكس الفضائيات التي حققت عامل جذب اكبر للمشاهد . وهناك فئة تري أن تطور الفضائيات أدي إلى تطور الإعلام الوطني وبرز اهتمام الاخير بالتقنية الحديثة و

التكنولوجيا ,ليس هذا وحسب بل ان الخط التحريري ايضا ناله التطور كما ان الإعلام الوطني اصبح جماهيريا نوعا ما وبدأ يستقطب الجمهور ومن المؤكد ان الفضائيات قد أثرت تأثيرا بالغا على وضع الإعلام الوطني واجبرته على تحسين أدائه مهنيا كما اوجدت نسبة كبيرة من المتلقين السابقين للإعلام الوطني و رفعت وعي المشاهدين السياسي والاجتماعي وسأهمت في تعزيز المشاركة السياسية وسأهمت في الرقابة على السلطات الحكومية وايصال صوت المواطنين إلى المسؤولين ، كما أنها سأهمت في تحقيق التقارب بين الشعوب العربية ولكن فشلت في توحيد المزاج العربي

ثانيا:

الدور الذي لعبته الفضائيات العربية الإخبارية في الوطن العربي

معايير الخبر تخضع كثيرا للدول المضيفة للقنوات الفضائية التي تتحكم بصورة او باخرى في سياسة القناة التحريرية.

يري افراد العينة أن الخبر يحتاج في كثير من الاحوال إلى مزيد من المهنية والمصداقية وذلك بتوفير المزيد من الحريات الصحفية والإعلامية ، و يقولونفي الوقت الراهن توجد فجوة كبيرة بين المهنية والتطبيق في صناعة الخبر فالقليل من الفضائيات العربية التي تلتزم المهنية في صناعة الخبر، وهذا يعود إلى سياسة القناة التي تحددها الجهة المالكة لها سواء حكومية رسمية او غير رسمية (جهة هدفها راسمالي)، وأكدوا أن المهنية موجودة في صناعة الخبر من ناحية شكلية ولكن يبقى التطبيق رهين بما يحدد من سياسات القناة وحياديتها او عدم خيال بعض الموضوعات

ثالثا :

أما عن مستقبل الفضائيات فقد اختلف افراد العينة في نظرتهم لما قد يحدث في مستقبلها فمنهم من يتنبأ بأنه موعود بالزوال والتراجع ان لم يتطور شكل عرضها ومعالجتها للاحداث بجانب التطور في عالم التكنولوجيا، والبعض الآخر يري أن مستقبلها غامض مع تطور وسائل الاتصال وظهور الإعلام الجديد وادوات الاتصال الذكية ما لم تواكب التطور وتبتكر اساليب جديدة للتفاعل مع المشاهدين. ومنهم من يعتقد أن الفضائيات الإخبارية ستبقى مصدر الاخبار والتحليل للمتلقى الغربي فلا يمكن الاستغناء عنها ولكن عليها بالطبع مواكبة التطورات التكنولوجية

وتقنيات الاتصال الحديثة لتكسب جمهورها. بينما يري آخرون لا شك في انه سيتطور بتطور وسائل التقنية والاتصال وستطور ايضا في طرق مخاطبتها للجمهور وطريقتها في صناعة الخبر وستظل محتفظة بالريادة في عالم صناعة الخبر دون منافسة بين الفضائياتولكن في ظل منافسة كبيرة مع الإعلام الجديد الذي بات مصدراً سريعاً في نقل الاخبار.

رابعاً : نتائج البحث

- 1- نسبة الذكور من الخبراء الإعلاميين أكبر من نسبة الإناث لأن عدد الذكور المتخصصين في الإعلام أكثر من عدد الإناث .
- 2- نشأت قناة الجزيرة كتطور طبيعي لتكنولوجيا الاتصال وتكامل وسائل الملميديا. 3- نشأت قناة سكاى نيوز عربية كتطور طبيعي لتكنولوجيا الإتصال وتكامل وسائل الملميديا بالإضافة لتطور إقتصاديات الاستثمار في الإعلام .
- 4- أصبحت قناة (الجزيرة) بوابة التواصل العالمي ومصدر المعلومات الأساسي.
- 5- مكنت فضائيتي (الجزيرة وسكاى نيوز عربية) من متابعة الخبر حيثما كان وتهتم بما وراء الخبر وتقوم بإشراك المواطن في صناعة الخبر .
- 6- تقوم قناتي (الجزيرة وسكاى نيوز عربية) بصناعة الخبر حسب سياسة المحطة ، مع الإهتمام بتحقيق السبق الصحفي .
- 7- تعتمد فضائيتي (سكاى نيوز عربية والجزيرة) علي مراسلي القناة كمصدر أساسي للخبر وبعدها ، ثم وكالات الأنباء العالمية والمندوبون الصحفيون وأحيانا تستعين بالمواطن كمصدر للمعلومة .
- 8- يختار القائم بالإتصال الالفاظ والعبارات وفق سياسة القناة مع مراعاة صياغة الخبر وفق العرف المهني .

9- من شواهد صناعة الخبر في فضائتي (سكاي نيوز عربية والجزيرة)،
توظيف التقنية وتكنولوجيا الاتصال وتوظيف لغة الصورة ، وعرض الخبر بأكثر
من شكل فني ، والاعتماد علي شهود العيان في المعلومات .

10- يعتبر الجرافيك والرسم الفني من أهم الأسباب المؤثرة كواحدة من الضوابط
اللازمة لصناعة الخبر في فضائتي (الجزيرة ، وسكاي نيوز عربية) ، وتليها في
التأثير التأكد من مصدر الخبر ثم التدرج في عرض الخبر بين السبق والدقة ثم
بعدها تتظران لجانب التأكد من صدقية المعلومة .

11- تعتبر سرعة الالتقاط وجمع المعلومات من أهم التقانات المؤثرة في نجاح
الخبر بفضائية (الجزيرة ، سكاي نيوز عربية)، بالإضافة للتواصل مع المحللين
السياسيين .

12- استفادت الفضائيات العربية من التقانات الحديثة في توثيق الحدث ونقله
والتعليق من خلال المواقع الالكترونية وهو ما يعكس حجم مشاركة الجمهور في
صناعة الخبر بفضائتي (الجزيرة ، وسكاي نيوز عربية) .

13 - الجمهور العربي يعتبر قناتي (الجزيرة وسكاي نيوز عبية)المصدر الأول
للاخبار .

14 - مستقبل فضائتي (الجزيرة وسكاي نيوز عربية) انها ستتطور مع تطور
الاجهزة والتقانة .

15- لعبت الفضائيات العربية دورا مميزا في ظهور قنوات جديدة تركز على
الاخبار والبرامج الإخبارية وجعلت المواطن العربي اكثر قربا واهتماما بالاخبار .

16-روجت الفضائيات بشدة للصورة السالبة أكثر من عكس الجانب الايجابي في
الوطن العربي .

17- أسهمت الفضائيات العربية في تحقيق التقارب بين الشعوب العربية ولكن فشلت في توحيد المزاج العربي وتحقيق التضامن العربي المنشود .

18- لعبت الفضائيات الإخبارية دوراً تثقيفياً وإعلامياً وفتحت المجال واسعاً أمام المواطن العربي لمشاهدة ما يجري حوله في العالم والاطلاع على ثقافات الآخرين.

19- تعمل الفضائيات الإخبارية علي تغطية الخبر من كل جوانبه كما أسهمت في سقوط كثير من الانظمة العربية ، و تواجد الفضائيات في مكان الحدث مما يعني المباشرة والمصادقية .

20- رفعت الفضائيات الإخبارية مستوى الوعي السياسي للمجتمع العربي وبصرته بحقوقه وربطته ببعضه البعض وساعدته في تحديد هويته .

21- أجتجت الفضائيات العربية الصراعات والفتن في الوطن العربي وكان لها دور فعال في انتقال ثورات الربيع العربي .

22- أعادت الفضائيات الإخبارية تشكيل خارطه ذهنية للمواطن العربي بعدما أماطت اللثام عن العديد من الحقائق ونقلت صوت المواطن العربي بتعبيرها عن تطلعاته.

23- أصبحت صناعة الخبر وهي الانجح أكثر من نقل الخبر وهناك تنافس في بث الخبر بمهنية .

24- معظم الاخبار يتم تحريرها حسبما يتفق وسياسة الدولة التي توجد بها الفضائية والتي قد تؤثر احياناً على قوة الربط بين المهنية والتطبيق لكن على الاغلب فان الجزيرة تتمتع بمهنية عالية يتم تطبيقها بحرفية.

25- يحتاج الخبر في كثير من الاحوال إلى مزيد من المهنية والمصداقية وذلك بتوفير المزيد من الحريات الصحفية والإعلامية .

26- التحديات المهنية ضخمة وتجاوزها يحتاج إلى مساهمة الفضائيات في نشر ثقافة وحرية التعبير وحرية الاختيار .

27- الفضائيات العربية تطور نفسها بالاهتمام وادخال الإعلام الجديد والتواصل الاجتماعي ضمن مشاريعها المستقبلية .

28- تعرضت الفضائيات العربية لإمتحان مصداقيتها بناء على الفضاء المفتوح و توفر المعلومة .

29- ستواجه الفضائيات منافسة قوية من طرف الوسائل الحديثة في زمن أنترنت الاشياء وستضطر للتطور حتى تدمج خواص التقنيات التواصلية الجديدة ضمن طريقة عرضها.

30- مستقبل الفضائيات موعود بالزوال والتراجع ان لم تتطور في شكل عرضها ومعالجتها للاحداث بجانب التطور في عالم التكنولوجيا الخاصة بالتلفزيون وتجديد الوسيلة.

توصيات الدراسة

- 1- علي الإعلام الحكومي أن يواكب ثورة الاتصالات حتي يضمن متابعة الجمهور بإعتباره إعلاماً رسمياً ناجحاً.
- 2- يجب توحيد الإعلام العربي والفضائيات العربية والخروج من عباءة الدول الغربية ويجب ان يكون هنالك حارس بوابه يراعي مصلحة الشعوب دون الانحراف مع تيار الغرب لانه له تأثير محدود .
- 3-المهنية ميزة يحتاج تطبيقها إلى مواكبة التقنيات الحديثة ومجاراة وسائط متعددقويجب تاسيس ادوات ربط تعريفية وتعليمية للتوثيق بين المهنة والتطبيق.
- 4-يجب اعادة النظر في سياسة البلد المضيف للقناة لأن ذلك يؤثر سلبا علي كيفية صناعة الخبر.
- 5-ضرورة مراجعة الموثيق المهنية وتطويرها لمواكبة المستجدات وفتح مجال للنقاش الداخلي لتصحيح المسار وتلافي الاخطاء.
- 7-علي الفضائيات أن تعد نفسها للاندماج في وسائط الإعلام الجديد حتي لا يتلاشى دورها .
- 8-ان تعمل لأجل توحيد المزاج العربي وتحقيق التضامن العربي المنشود.

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات العليا

كلية علوم الإتصال

بحث لنيل درجة الدكتوراة بعنوان

صناعة الخبر في الفضائيات العربية دراسة تطبيقية على فئتي الجزيرة وسكي نيوز
عربية

الأخ الكريم/ الأخت الكريمة:

بين أيديكم صحيفة تحليل حول الموضوع أعلاه، نرجو كريم إستجابتكم بملئها وفق السلم
الخماسي (ليكارت) والقائم على إعطاء درجات تقويم من (5...1) لكل وحدة قياس (أوافق....
لا أوافق بشدة). وستقوم الباحثة بتحليل إجاباتكم وفقاً لبرنامج (SPSS) " الحزم
الإحصائية للعلوم الإجتماعية " شاكرين لكم إستجابتكم وما تدلون به من تحليل.

أولاً: السمات الديمغرافية

النوع: ذكر () أنثى ()

المستوى الأكاديمي: ثانوي () جامعي () فوق الجامعي ()

التخصص: برامجيون () فنيون () إداريون () أساتذة ()

سنوات الخبرة: 1-5 () 6-10 () 11-15 () أكثر من 15 سنة ()

سكاي نيوز عربية				الجزيرة					الوحدات	الفئات	
لا	لا	محايد	أوافق	أوافق بشدة	لا	لا	محايد	أوافق	أوافق بشدة		
										أ/ أعلى درجة من المهنية الإعلامية	12- موقف السياسات التحريرية في صناعة الخبر
										ب/ تتبع لدولة المصدر وسياساتها	
										ج/ تلتزم الحياد والواقعية	
										د/ تسوقها الأحداث وقوتها	
										هـ/ غير محددة وغير معروفة	
										أ/ يعتبرها مصدراً أخباره	13- موقف الجمهور العربي

									ب/ يتابعها دون الإعتقاد بسيطرتها عليه	تجاه القناة الفضائية
									ج/ يتهمها بتأجيج الصراع وصناعة الأحداث	
									د/ تعجبه جاذبيتها أكثر من معلوماتها	
									أ/ ستشكل جيل المستقبل سياسياً	14- مستقبل الفضائيات بين المنافسة والتميز
									ب/ سيتقلص دورها لصالح الإعلام	
									ج/ سيعتاد عليها المشاهد وتكون عادية لديه	

										د/ستتطور مع تطور الأجهزة والتقانة
										هـ / ستنتهي رسالتها وتبعد من الساحة

										هـ/ التحليلات وما وراء الخبر كمكملات له	
										أ/ التأكد من مصدر الخبر	8- المهنية والضوابط اللازمة لصناعة الخبر
										ب/ التأكد من صدقية المعلومات	
										ج/ التدرج في العرض بين السبق والدقة	
										د/ صور الخبر الأرشيفية للتأكيد	
										هـ/ الجغرافيك	

										والرسم التوضيحي	
										أ / سرعة الإلتقاط وجمع المعلومات	9- دور التقانة في نجاح صناعة الخبر
										ب/ معالجة الصور والألوان	
										ج / إضافة المؤثرات الصوتية للإيحاء	
										د/ التواصل مع المحللين السياسيين	
										هـ/ التواصل مع الجمهور في موقع	

										الحدث	
										أ / صناعة الحدث وريادته	10- حجم مشاركة الجمهور في صناعة الخبر
										ب/ توثيق الحدث ونقله	
										ج/ التعليق عليه من خلال الموقع الإلكتروني	
										د/ التحليلا ت والتنبؤات بالمجريات	
										هـ/ التصريحا ت اثناء الحدث	
										أ / البث	11-

										المباشر عبر الفضائية	مواعين النشر والتوزيع وفاعليتها
										ب/ إذاعات الاف أم التابعة للفضائية	
										ج/ الموقع الإلكتروني للقناة	
										د/ توظيف مواقع التواصل الإجتماعي	
										ه/ الإتصالات المباشرة مع المتلقي	

-

ثانياً المحور العام

سكاي نيوز عربية					الجزيرة					الوحدات	الفئات
لا	لا	محايد	أوافق	أوافق بشدة	لا	لا	محايد	أوافق	أوافق بشدة		
أوافق بشدة	أوافق				أوافق بشدة	أوافق				أ / تطور طبيعى لتكنولوجيا الإتصال	1- الفضاءيات وكيف نشأت
										ب / عن طريق تخطيط غربى محكم	
										ج / تكامل وسائل الملتيميديا	
										د / فرضتها إقتصاديات الإعلام	

										كإستثمار	
										أ/ مصدر المعلومات الأساس	2- تأثير الفضائيات في الساحة السياسية
										ب/ مصدر مهم للمتعة البصرية	
										ج/ مصدر الترابط المجتمعي	
										د/ بوابة التواصل العالمي	
										أ/ غيرت مفهوم الخبر	3- دور الفضائيات الإخباري والمعلوماتي
										ب/ مكنت من متابعة الخبر حيثما كان	

										ج / تهتم بما وراء الخبر من أحداث	
										د / شركة المواطن في صناعة الخبر	
										أ / وفق سياسات القناة	4- كيفية صناعة الخبر الفضائيات
										ب / وفق طبيعة الجمهور	
										ج / وفق طبيعة الحدث	
										د / وفق المنافسة والسبق الصحفي	
										أ / وكالات	5- مصادر الخبر

										الأبناء	في الفضائيات
										ب/ مراسلي القناة	
										ج/ المندوبون الصحفيون	
										د/ المواطن الصحفي	
										أ/ صياغة الخبر وفق العرف المهني	6- دور القائم بالإتصال في صناعة الخبر
										ب/ مراعاة الدقة والموضوعية	
										ج/ يتبع أخلاقيات المهنة والمواثيق	
										د/ يختار الألفاظ والمصطلحات وفق سياسة	

										القناة	
										هـ/ يتبع بصمة القناة في معالجة الصورة	

ثانياً: الاسئلة العامة

1/ تقويم

2/ آراء ومقترحات

أ/ إنعكاسات الفضائيات على الإعلام الوطني

.....
.....
.....

ب/ الدور الذي لعبته الفضائيات العربية الإخبارية في الوطن العربي

.....
.....
.....

ج/ صناعة الخبر بين المهنية والتطبيق

.....
.....
.....

د/ مستقبل الفضائيات الإخبارية

.....
.....
.....

المراجع

أولاً : القرآن الكريم والسنة

الكتب :

1. محمد شطاح -2005- الأخبار في التلفزيون نحو إعلام استعراضي وقيم جديدة في التغطية الإخبارية - دراسة - جامعة باجي مختار - الجزائر ص 62
2. راسم محمدالجمال-1991- - الاتصال والإعلام في الوطن العربي - بيروت- مركز دراسات الوحدة العربية -ص173
3. هانز بيتر مارتن و هارولد شومان-1998- فخ العولمة - ترجمة عدنان عباس علي الكويت- المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب - ص43
4. الصادق الرابع -2004- الإعلام والتكنولوجيا الحديثة - الإمارات العربية المتحدة - دار الكتاب الجامعي - ص 43
5. ثوماس إل ماكفيل - ترجمة حسني محمد نصر وعبد الله الكندي - 2005- الإعلام الدولي :النظريات/ الاتجاهات / الملكية - الإمارات العربية المتحدة - دار الكتاب الجامعي - ص140.
6. محمد ناصر الخوالدة - 2005- وسائل الإعلام الغربية ... ماكينة التحريض وحروب الكراهية - دراسة - غزة - مركز القدس للبحوث والدراسات الاستراتيجية - ص 14
7. حبيب أيمن محمد-2007- الخبر التلفزيوني يؤجج حروب الأرض والفضائيات - دراسة تحليلية للخدمات الإخبارية الفضائية مع التلفزيون السعودي -الرياض- جامعة الملك عبد العزيز- ص 89
8. محمد شومان -أكتوبر 1999- عولمة الإعلام ومستقبل النظام الإعلامي العربي -الكويت- مجلة عالم الفكر- المجلد 28، العدد الثاني، ص151

9. مجموعة من الباحثين - 2008 - ثورة الصورة : المشهد الإعلامي وفضاء الواقع
- مركز دراسات الوحدة العربية - بيروت - مكتبة الجيل - ص 34
10. باول كوشرين - 2005 - الإعلام السعودي .. صراع الأسرة الحاكمة من أجل
البقاء والسيطرة - سلسلة منشورة في جريدة قاسيون لسان حال الحزب الشيوعي
السوري 1425
11. مجموعة من المؤلفين، إشراف: فرانك مرميه-2003- الفضاء العربي
(الفضائيات والإنترنت والإعلان والنشر)- دار قدمس-دمشق - ص 210
12. مصطفى أنطاكي - 2005 - العولمة الإعلامية - دمشق - مؤسسة الوحدة
للطباعة والنشر - ص 23
13. محمد الشلبي و منصف العياري - 2003 - الإعلام العربي: التلفزيون
مجالا- مصدر سابق - ص 97
14. محمد سعيد إبراهيم - 2000 - حرية الصحافة - القاهرة- مكتبة اليوم - ص 68
15. عبد الله المحرزي - 2005 - المعالجة الخبرية التلفزيونية بين المهنية والمتطلبات
السياسية- منتدى الإذاعة والتلفزيون لجامعة السودان المفتوحة- الخرطوم
16. عبد اللطيف حمزة - 2006 - الصحافة والمجتمع- الهيئة المصرية العامة للكتاب
- القاهرة - 32
17. خالد القحص - 17/ يوليو/ 2007 - الحيادية في وسائل الإعلام - دراسة -
جريدة الوطن - العدد 3679 - الكويت ص 12
- 18.¹ محمد بن سعود البشر - 2006 - رؤية جديدة للمفاهيم الإعلامية - كلية الدعوة والإعلام -
جامعة الإمام محمد بن سعود - الرياض - ص 29 - 18
19. سلوى إمام علي و منى سعيد الحديدي - 2004 - الإعلام والمجتمع - مكتبة
الأسرة - القاهرة - ص 11

20. السيد أحمد مصطفى عمر - 2008- ألبحث العلمي :مفهومه ' إجراءاته ومناهجه
- مكتبة الفلاح-القاهرة- ص 102
21. خالد القحص -17/ يوليو/2007 - الحيادية في وسائل الإعلام - دراسة -
جريدة الوطن - العدد 3679
22. علي الشعبي - 2004 - دور وسائل الإعلام بين التنقيف والترفيه - الكويت
- مكتبة الأفق - - ص 23
23. عبد العزيز تركستاني-2004- سيكولوجية التأثير والإقناع عبر التلفزيون -
الجمعية السعودية للإعلام و الاتصال - الرياض ص 45
24. روبيير إنترلابير ستيفن و شاننو إينجر - 1999 - لعبة وسائط الإعلام السياسة
الأمريكية في عصر التلفزيون - ترجمة - شحدة فارح - الأردن - دار البشير -
ص 19
25. نوم فنتوم - 2006- تدهور صناعة الأخبار - القاهرة - دار الكتاب المصري -
ص 56
26. فيليب تايلور - 2000 - قصف العقول - ترجمة سامي خشبة - الكويت -
المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب - ص 376
27. محمد معوض و بركات عبد العزيز-2000 - الخبر الإذاعي والتلفزيوني -
القاهرة - دار الكتاب الحديث - ص 67.
28. المنصف العياري وآخرون-2006-المعالجة الخبرية التلفزيونية العربية بين
المتطلبات المهنية والتوجهات السياسية- سلسلة بحوث اتحاد إذاعات الدول
العربية-تونس- ص 5

- 29.كارولين ديانا لويس -1993-التغطية الإخبارية للتلفزيون - المكتبة الأكاديمية-
القاهرة- ص 49
- 30.هوفس جورج - 1990 - كتابة الأخبار الصحفية - بوسطن - ترجمة الياس
زكي - المكتبة العصرية - بيروت - ص30.117-
- 31.فيليب تايلور - 2000 - قصف العقول - ترجمة سامي خشبة- مصدر سابق -
ص 379
- 32.عبد العزيز شرف - 1988- الأسس الفنية في التحرير الصحفي - عمان - دار
الفرقان للنشر والتوزيع - ص 35
- 33.عبد العزيز تركستاني-2004- سيكولوجية التأثير والإقناع عبر التلفزيون-
الجمعية السعودية للإعلام و الاتصال - الرياض ص 49
- 34.¹نصر الدين العياضي-1999- وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع -
مجموعة دراسات مترجمة - الجزائر- دار القصة للنشر - الجزائر ص 49.
- 35.بيتر فيليبس - ترجمة أحمد محمود- 2007 - الرقابة والتعقيم في الإعلام
الأميركي - القاهرة - دار الشروق - ص 91
- 36.ميليفين. ديفلير، وساندرا بول روكيتش.- 1993 - نظريات وسائل الإعلام.
ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 36 -
ص414 - 415.
- 37.-مجموعة من الباحثين- 2008 - ثورة الصورة : المشهد الإعلامي وفضاء
الواقع - ص 123
- 38.د. ماجد هاشم الهاشمي، "الإعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل" عمان، دار المستقبل
للنشر والتوزيع، ط1، 2011م، ص 66،65.

39.دكتور سامي الشريف، الفضائيات العربية رؤية نقدية، القاهرة، دار النهضة العربية، عام 2004م، ص9.

40.محمد الشلبي و منصف العياري – 2003 – الإعلامي العربي: التلفزيون

مجالا- مصدر سابق – ص 97

41.محمد سعيد إبراهيم- 2000- حرية الصحافة- القاهرة-مكتبة اليوم - ص68

42.شون ماكبرايد وآخرون، أصوات متعددة وعالم واحد، اليونسكو، 1978م، ص

575

43.أحمد سيد مصطفى، أثر الفضائيات العربية ودورها في تشكيل السلوك الإنساني،

ورقة تم تقديمها في المتلقي العربي الأول: بعنوان أثر الفضائيات علي الأسرة

العربية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، جامعة الدول العربية، القاهرة، ج م ع،

فبراير 2007م، ص 68

44.انشرح الشال، وافد علي شاشات التلفزيون، دار الفكر العربي، جمعورية مصر،

القاهرة، 1994م، ص210.

45.إلهام عبدالرحمن اسماعيل، دور برامج التلفزيون فير السودانية في تغيير القيم

الاجتماعية للمجتمع

46.السوداني، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، الطبعة الأولى، 2006،

ص177.

47.فارس عطوان، الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، دار أسامة للنشر، الأردن،

الطبعة الأولى، 2009م، ص93.

48.عبدالرازق محمد الدليمي، الإعلام والعولمة، دار مكتبة الرائد العلمية، الأردن،

عمان، الطبعة الأولى، 2004م، ص53.

49.فارس عطوان – فضائيات العربية ودورها الإعلامي، دار أسامة، الطبعة الأولى

2009م، عمان، الاردن، ص159.

50. محمد جاد أحمد، الإعلام الفضائي و آثاره التربوية، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 2008م، الإسكندرية- مصر، ص95.
51. عبد اللطيف حمزة - 2006- الصحافة والمجتمع- الهيئة المصرية العامة للكتاب - القاهرة - 32
52. خالد الحروب - 2004- مصدر سابق ص 81
53. سلوى إمام علي و منى سعيد الحديدي-2004- الإعلام والمجتمع- مكتبة الأسرة- القاهرة - ص 11
54. دليل الصحفي في العالم الثالث- تحرير البرت ل.هستر واي لان، ترجمة كمال عبد الرعوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع ط88، ص57، 1988م.
55. د. علي الجابري، صناعة الأخبار في الفضائيات العربية- قناة أبو ظبي نموذجاً، عمان، مؤسسة عمون للدراسات، 2005
56. فاروق ابوزيد- فن الخبر الصحفي، القاهرة، دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة- 1985م
57. ارفنك إي هانك- أخبار التلفزيون والراديو - أمريكا 1980 ص 24
58. المنتدى الإعلامي العربي ، دبي ، (2009):
59. جريدة الرياض السعودية - العدد 1256 في 2006/9/15
60. الهيئي ، هيثم ، (2007) . الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات ، (ص11) ، عمان ، دار اسامة للنشر .
61. محمد ، خالد ، (2005) . صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية ، القاهرة : دار الأمين للطباعة .

1. دراسات غير منشورة

2. شلبية ، محمود ، (2007) . مجموعة محاضرات القيت علي طلبة ماجستير الإعلام في جامعة الشرق الأوسط ، مساق الأخبار والتقارير الإخبارية للإذاعة والتلفزيون ، غير منشورة ، عمان .
3. جريدة الرياض السعودية – العدد 1256 في 2006/9/15
4. المنتدى العربي للبحث الإعلامي 5 / 5 / 2008 - دراسة - الإمارات العربية المتحدة - أبو ظبي .

مقابلات :

5. طارق التجاني ، مدير مكتب سكاى نيور بالخرطوم (1.12- 2015)
6. عاصف حميدي ، مدير التحرير بقناة الجزيرة . (9-4-2015)
7. محمد صافي - مدير إدارة التخطيط بقناة الجزيرة العربية (30-3-2015)
8. احمد الشروف ..مشرف الأخبار بقناة الجزيرة ..(5-4-2015)
9. ماجد خضر -رئيس قسم المراسلين في قناة الجزيرة -(5-4-2015)