

***Factors Affecting Communicator in Saudi News and their relationship to his attitude towards news Values Standards: a field study***

**Dr. Falah Amer Aldahmashi**

***Associate Professor, Faculty of Arts Department of Communication and Media, King Faisal University, KSA***

Email: faldahmashi@kfu.edu.sa

*Received: 14 Feb. 2023    Revised: 25 April. 2023    Accepted: 03 June. 2023    Published: 01 July 2023*

**Abstract:**

The study aimed to reveal the factors influencing the communicator in the Saudi Al-Ekhbariya channel and their relationship to his attitudes towards the news values that this channel uses in its news, and the researcher used the questionnaire as a data collection tool. The study reached several results, the most important of which are: The respondents who “worked in news channels before” came at the forefront of the study sample, with a percentage of (77.4%), and (87.1%) of the study sample respondents had job satisfaction to work in the news channel. And (lack of material return) came at the forefront of their desire to leave work in news channels with a rate of (67.7%). There was an inverse statistical relationship between the degree of job satisfaction and the news values of the communicator. There was a direct statistical relationship between the type of preferred job and the reasons for preferring to work in a news channel, and the existence of a direct statistical relationship between the challenges facing the communicator in his work and the reasons for his preference to leave the work in the Saudi news channel, and the existence of a direct statistical relationship between commitment to news values and me The sources from which the contact person draws his information, the existence of an inverse correlation between job satisfaction and the nature of the problems faced by the contact person.

**Keywords: influencing factors - contact person - news values**

## العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في الإخبارية السعودية وعلاقتها باتجاهاته نحو القيم الإخبارية المعتمدة: دراسة ميدانية

د. فلاح عامر الدهمشي

أستاذ مشارك بقسم الاتصال والإعلام بجامعة الملك فيصل، المملكة العربية السعودية

### الملخص:

هدفت الدراسة إلى الكشف عن العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في قناة الإخبارية السعودية وعلاقتها باتجاهاته نحو القيم الإخبارية التي تستخدمها هذه القناة في أخبارها، واستخدم الباحث الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وقد استجاب 31 مفردة من مجموع مجتمع الدراسة ما يشكل غالبية العاملين في مجالات القائم بالاتصال في قناة الإخبارية موزعين بين مذيعين، مراسلين، مصورين، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها: جاء المبحوثين الذين "يعملون في القنوات الإخبارية من قبل" في مقدمة المبحوثين عينة الدراسة، وذلك بنسبة مئوية بلغت (77.4%)، وجاءت نسبة (87.1%) من المبحوثين عينة الدراسة لديهم رضا وظيفي للعمل بالقناة الإخبارية، وجاء (قلة المردود المادي) في مقدمة أسباب رغبتهم في ترك العمل بالقنوات الإخبارية بنسبة (67.7%)، ووجود علاقة إحصائية عكسية بين درجة الرضا الوظيفي والقيم الإخبارية لدى القائم بالاتصال، ووجود علاقة إحصائية طردية بين نوع الوظيفة المفضلة وبين أسباب تفضيل العمل في قناة الإخبارية، ووجود علاقة إحصائية طردية بين توجه القائم بالاتصال في عمله وبين أسباب تفضيله ترك العمل في قناة الإخبارية السعودية، ووجود علاقة إحصائية طردية بين الالتزام بالقيم الإخبارية وبين المصادر التي يستقي منها القائم بالاتصال معلوماته، ووجود علاقة ارتباطية عكسية بين الرضا الوظيفي وطبيعة المشكلات التي يواجهها القائم بالاتصال.

الكلمات المفتاحية: المذيع، مقدم البرنامج، الاتجاه، القيم الخبرية، التلفزيون السعودي.

### المقدمة

عبر ماكلوهان عن مدى انتشار وسائل الإعلام والاتصال وما أحدثته من تقارب بين الأمم والشعوب، وعما أظهرته من مقدرة فائقة على نشر وإذاعة الأخبار والأحداث وقت حدوثها بالقرية الصغيرة التي يعرف كل أفرادها ما يجري في جميع جنباتها. حيث أصبحت وسائل الإعلام لديها القدرة على نقل الأحداث لحظة وقوعها، فأصبح الفارق الصغرى بين وقوع الحدث ونقله هو السمة الغالبة على وسائل الإعلام متخطية كل الحواجز سواء كانت مكانية من حدود جغرافية أو موانع طبيعية أو حواجز بشرية مادية كانت أو معنوية، فلم تعد اللغة ولا القراءة والكتابة أو الحرية المتاحة أو النظام السياسي السائد حاجزاً أو مانعاً من وصول الرسالة الاتصالية المدعومة بالصوت والصورة مضافاً إلى الصوت والصورة الواقعية، القدرات الخاصة والإمكانيات الهائلة لكل وسيلة إعلامية من حيث القدرة على التركيز أو التكبير أو التقليل والتهميش (علي ، فودة محمد 2013)

ولقد شهد العالم في عصرنا الحديث تطوراً تكنولوجيا رهيباً ألقى بظلاله على مختلف المجالات والميادين، ولعل من أبرز

هذه المجالات مجال الإعلام، الذي عرف تحولاً جذرياً وتطوراً مشهوداً نلمسه في سهولة وسرعة تنقل المعلومات وتداولها، ويعود هذا بالدرجة الأولى إلى ثورة وسائل الاتصال التي انطلقت من الاتصالات السلكية واللاسلكية وصولاً إلى الأقمار الصناعية وشبكة الإنترنت، هذا ما ساهم في تطور وسائل الإعلام بشكل كبير.

ويمثل التلفزيون، أحد أبرز وسائل الإعلام في الساحة العالمية، لما يمتلكه من قاعدة جماهيرية ضخمة، وقدرة عجيبة على التأثير على هذه الجماهير، فقد دخل التلفزيون مختلف مجالات الحياة الإنسانية، وصار يلعب دوراً كبيراً في ترويدنا بالمعلومات والأخبار المختلفة، بل إن الوظيفة الإخبارية صارت أهم وظائفه. (الحنبلي، كمال محمود، 2011)

ولكي يقوم التلفزيون بهذه الوظيفة المهمة يجب أن تحكم الممارسة المهنية؛ مجموعة من القيم تتبعها القناة التلفزيونية في انتقاء وتحرير الأخبار، "ولعل من أهم المعايير التي تتحكم في انتقاء وعرض الأخبار هي ما يعرف بالقيم الإخبارية التي تركز عليها القنوات التلفزيونية في اختيار وترتيب أخبار مختلف الأحداث التي تقوم بتغطيتها". ويصبح لهذه القيم الإخبارية انعكاسات كبيرة على المصداقية، يمكن أن تظهر (سليم، 2018) في ثلاثة عوامل وهي مصداقية القائم بالاتصال، ومصداقية المضمون ومصداقية الوسيلة الإعلامية".

وترى (العبد لله، مي، 2006) أن التخصص وتقسيم العمل الداخلي أصبح أهم الخصائص الأساسية في تنظيم المؤسسات الإعلامية والاتصالية، ويحتاج إلى العشرات من الأفراد الذين يطلق على كل منهم القائم بالاتصال، ويطلق المفهوم أيضاً في علاقته بالمنتج النهائي وهو الرسالة الإعلامية، وحيث لا ينفرد أي منهم بمسئولية الإنتاج، وأصبح القائم بالاتصال شبكة كبرى من العلاقات الداخلية من خلال التنظيم الذي يحدد الواجبات والمسئوليات والأدوار والمواقع والذي ترسمه المؤسسة في إطار أهدافها وسياستها وعلاقتها مع المؤسسات الأخرى.

من هنا تأتي أهمية هذه الدراسة التي تبحث في العوامل التي تؤثر على القائم بالاتصال في تعامله مع وسائل الإعلام، والقيم الإخبارية التي يستند إليها في انتقاء الأخبار وتقديمها.

#### الدراسات السابقة

#### المحور الأول: الدراسات التي تناولت القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية

هدفت دراسة (عبد الله عمران، 2021) إلى التعرف على طبيعة الأيديولوجيا الحاكمة لعملية الإنتاج الإخباري التلفزيوني، والكشف عن العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في البيئة الإعلامية التقليدية، والفرق بينه وبين القائم بالاتصال في البيئة الرقمية، وأشارت نتائج الدراسة إلى تعدد العوامل المؤثرة في أيديولوجيا الإنتاج الإخباري التلفزيوني في ظل التنافسية الرقمية المتسارعة ما بين «الأيديولوجيا الفكرية والممارسة السياسية للسلطة، ونمط ملكية القنوات ومصدر تمويلها، وكذلك القيود التشريعية والقانونية».

وركزت دراسة (نها غالي، 2021) على رؤية القائم بالاتصال بالإعلام الإقليمي للتكنولوجيا الرقمية واتجاهاته نحو توظيفها في ممارسته المهنية للعمل الإعلامي، وأشارت النتائج الدراسة الى عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين العاملين بالإذاعات والقنوات التلفزيونية من القائمين بالاتصال في استجاباتهم لأسئلة مقياس مدى توظيف التقنيات التكنولوجية الرقمية بوسائل الإعلام الإقليمية والاتجاه نحوها.

وسعت دراسة (أحمد فتحي & حسين رشيد، 2021) إلى رصد وقياس أبعاد السياسة الإعلامية في القنوات الفضائية الموجهة من وجهة نظر القائم بالاتصال وأشارت نتائج الدراسة إلى أن السياسة الإعلامية للقنوات الفضائية الموجهة تهتم بالجمهور وتعدده شريك إيجابي وليس مجرد متلقي سلبي.

وسعت دراسة (ولاء الناغي & هبة مصطفى، 2020) إلى التعرف على العوامل المؤثرة على إدراك القائم بالاتصال لأدواره الإعلامية وعلاقته بالسلطة المحلية، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن القائم بالاتصال في وسائل الإعلام المحلية يواجه العديد من الضغوط أثناء قيامه بالكشف عن قضايا الفساد المحلي، ولكن أكثرها تأثيراً على إدراكه لدوره الضغوط الذاتية والتي جاءت ممثلة في انخفاض الدخل وضعف الخبرة والخلفية الثقافية للقائم بالاتصال.

وهدف دراسة (أمين منصور، 2020) إلى التعرف على أنواع ومصادر الضغوط على القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن أعلى أنواع الضغوط هي الضغوط السياسية (الملكية والرقابة) بوزن نسبي (73.4%) يليها الضغوط الاقتصادية بوزن نسبي (72.6%)، كما أشارت النتائج إلى أن أهم أسباب الضغوط في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية عدم الاستقرار وفقدان الأمن بوزن نسبي (85%).

وسعت دراسة (غادة عبد الرحمن، 2020) إلى رصد وتحليل استراتيجيات القائم بالاتصال بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة في التصدي للشائعات وآليات التدقيق والتحري التي يتبعها القائم بالاتصال بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة قبل نشر الاخبار لضمان عدم الترويج للشائعات، وأشارت نتائج الدراسة الى ارتفاع درجة التزام القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الحكومية والخاصة بالمعايير الأخلاقية والمهنية أثناء تصديدهم للشائعات.

وهدف دراسة (علا عبد الراضي، 2020) إلى التعرف على العوامل المؤثرة في الأداء المهني للقائم بالاتصال بوسائل الإعلام الإقليمية في ظل الثورة التكنولوجية، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن تأثير التكنولوجيا على الأداء الإعلامي كان تأثيراً إيجابياً.

وسعت دراسة (محسن الكنائي، 2019) إلى الكشف عن الدوافع والأسباب التي تدفع القائم بالاتصال في القنوات الفضائية العراقية والعربية والأجنبية الى تزييف وتضليل المضامين الإعلامية، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة طردية متوسطة بين المستوى التعليمي للمبحوث وقيامه بتزييف المضامين الإعلامية.

وسعت دراسة (يوسف محمد صلاح، 2018) كشفت الدراسة عن العوامل المؤثرة في بناء أجندة القائم بالاتصال في قناة إكسترا نيوز الإخبارية المصرية، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وتمثلت أداة الدراسة في استمارة استبيان، تم تطبيقها على عينة مكونة من (75) فرداً من العاملين في قناة "إكسترا نيوز" الإخبارية الخاصة، وجاءت نتائج الدراسة مؤكدة على أن أكثر السمات الفردية تأثيراً في بناء أجندة القائمين بالاتصال في قناة إكسترا نيوز من وجهة نظرهم هي المستوى الثقافي للقائم بالاتصال بنسبة (92%) يليه المستوى التعليمي بنسبة (89.3%) ثم المحيط الاجتماعي بنسبة (50.7%).

سعت دراسة (محمود إسماعيل، 2017) إلى تعريف دور القائم بالاتصال في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل الاتجاهات السياسية للمراهقين وتستخدم منهج المسح الميداني المجتمع على عينة عشوائية قوامها 200 مبحوث (100) ذكور و(100) إناث فئة المراهقين من 18 عاماً في جامعتي جامعة عين شمس وجامعة 6 أكتوبر، وأشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع مشاهدة المبحوثين (الذكور والإناث) عينة الدراسة للقنوات الفضائية، فيشاهد

4.2% منهم هذه القنوات بصفة دائمة ويشاهدها 63% أحياناً، برنامج العاشرة مساءً) جاء في مقدمة البرامج الحوارية التي يحرص المبحوثون على مشاهدتها في القنوات الفضائية المصرية بنسبة 68.5%، ويتأثر 15.6% من المبحوثين بالأفكار والمعلومات السياسية التي تقدمها البرامج الحوارية بصفة دائمة، ويتأثر 81.6% منهم بهذه الأفكار أحياناً، وفي المقابل يا يتأثر 2.7% منهم بهذه الأفكار والمعلومات.

استهدفت دراسة (عمر فايز الثاني، 2015) تناول طريقة التفاعل بين مقدم البرنامج التلفزيوني والشخصيات المستضافة ومدى اتساق الإطار المرجعي الثقافي بينهم وتحديد تأثير أنماط مختلفة من التفاعل على الأداء الإعلامي ومدى توافر شروط المهنية بالنسبة لمقدم البرنامج الحوارية والضيوف، وقد توصلت الدراسة الى عدة من النتائج منها: التفاعل بين مقدم البرنامج والشخصيات المستضافة على النحو القائم يبتعد بالأداء الاعلامي عن دائرة الحياد المرغوب تحقيقها. كما أن هناك ألقاً لا تليق بالأداء المهني الاعلامي بين الضيوف وبعض المشاركين عبر الاتصال الهاتفي.

هدفت دراسة (محمود مصطفى الجمل، 2014) إلى التعرف على طبيعة ومهام عمل القائم بالاتصال في البرامج الحوارية (التوك شو) والضغط التي يتعرض لها والتي تؤثر على اتخاذ قرارات بتقديم أفكار وإعداد قضايا وموضوعات معينة واستبعاد قضايا أخرى ومدى تأثير هذه الضغوط على كيفية للمعالجة لهذه الموضوعات، وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها نسبة 20% من عينة الشباب الجامعي تتابع البرامج الحوارية اليومية بشكل منتظم ونسبة 80% تتابعها بشكل غير منتظم. وأهم دوافع متابعة الشباب الجامعي للبرامج الحوارية الخاصة استقلاليته وعدم تبعيتها للحكومة مما يجعلها تتناول كل القضايا المجتمعية، وتوفر مساحة كبيرة من الحرية والتعبير عن الرأي ان أكثر القضايا التي تناولتها البرامج الحوارية ويشعر الشباب الجامعي أنها مهمة قضية مصر تحارب الإرهاب وقضية أزمة الوقود.

#### المحور الثاني: دراسات التي تناولت القنوات الفضائية الإخبارية:

هدفت دراسة (غزوان محمد حسين، 2022) إلى التعرف على مدى اعتماد الجمهور العراقي على قنوات التلفزيون الفضائية لمتابعة أخبار أزمة وباء كورونا المستجد كوفيد (19) الذي اجتاح العراق والعالم، ولما كانت الأخبار التي تقدمها القنوات الفضائية هي الأكثر تصديقاً؛ لكونها مدعومة بالصوت والصورة، واعتمد الباحث المنهج، ومن بين النتائج التي توصل إليها الباحث: متابعة الجمهور أخبار وباء كورونا عبر القنوات الفضائية، فهو يعتمدها بوصفها مصدراً رئيساً للمعلومات، فضلاً عن الصحف والإذاعات والمواقع الإلكترونية الإخبارية، ونصف الجمهور يتابعون أحياناً أخبار وباء كورونا عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ويفضل الجمهور العراقي قنوات العراقية الفضائية الرسمية، وقناة العربية الفضائية، وقناة BBC Arabic لمتابعة أخبار وباء كورونا، كما يعتمد القنوات العراقية بالدرجة الأولى، وأحد أهم أسباب اعتماد الجمهور على قنوات فضائية دون غيرها لمتابعة أخبار وباء كورونا (سرعة نقلها للأخبار)، و(نقلها تفاصيل الأخبار)، و(مصادقتها).

هدفت دراسة (وداد سعيد، يحيي عياش، 2020) إلى التعرف على توظيف القنوات العربية لأدوات الإعلام الرقمي في خدمة الرسالة الإخبارية، وذلك من وجهة نظر الجمهور، من خلال منهج المسح الإعلامي، وأسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، واستخدم الباحثان أداة صحيفة الاستقصاء لجمع البيانات، وتمثلت عينة الدراسة في الجمهور العربي بشكل خاص وخلصت النتائج إلى أن غالبية أفراد العينة يتابعون قناتي الجزيرة والعربية وأدوات الإعلام الرقمي التابعة لهما، وتفضل النسبة الأكبر من المبحوثين متابعة قنواتهم المفضلة من خلال أدوات الإعلام الرقمي، وبلغت

(58.4%)، ويعد موقع فيسبوك الأكثر تفضيلاً بنسبة (63.2%)، تلاه موقع يوتيوب بنسبة (15.2%). العبد

سعت دراسة (منة الله مأمون، 2017) إلى تناول التغطية الإعلامية للقنوات الفضائية الموجهة بالعربية وخاصة النشرات والبرامج المقدمة في تلك القنوات، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها أن هناك اتفاقاً بين قنوات الدراسة حول الأطر المهيمنة المستخدمة في عرض الأخبار المصرية، كما تبين أن الاهتمام الأكبر في المعالجة حول مصر في قنوات الدراسة كان ينصب على القضايا المصرية الداخلية أكثر من الخارجية، وأوضحت النتائج أيضاً أن (89%) من القضايا المعروضة كانت قضايا سياسية.

هدفت دراسة (حنان العواك، 2016) إلى كيفية معالجة القنوات الإخبارية العربية للحرب والصراع في سوريا وعلاقتها بالقلق والخوف لدى عينة من المراهقين السوريين الذين يعيشون في مصر (القاهرة - القليوبية). وتكونت عينة الدراسة من مائتي مراهق ومراهقة من المراهقين السوريين في المرحلة الإعدادية ممن يتواجدون في مصر منذ الحرب في سوريا، وممن تراوحت أعمارهم ما بين (14) إلى (16) عاماً، وبلغ متوسط أعمارهم (15.4) عاماً، وتم استخدام المنهج شبه التجريبي، وأسفرت النتائج عما يلي: وجود تباينات بين أفراد عينة الدراسة في كل من اتجاه القناة في معالجة الصراع، ومقدم البرنامج من حيث التخصص، والجمهور المستهدف، وجود تباينات بين أفراد عينة الدراسة في كل من المصادر الإخبارية التي يستقي منها المعلومات، ومشاهدة القنوات الإخبارية العربية، وحجم مشاهدة القنوات الإخبارية والفترة المفضلة لمشاهدة القنوات الفضائية، وترتيب القنوات الإخبارية من حيث أهميتها، ومتابعة بعض البرامج من خلال القنوات الفضائية الإخبارية ودوافع متابعة النشرات والتقارير، وتفضيل قناة عن غيرها، ودرجة الرضا حول المعالجة الإخبارية.

تسعى دراسة (دعاء محمد البنا، 2015) إلى رصد الأطر الخبيرة التي توظفها القنوات الفضائية الإخبارية العربية والأجنبية الموجهة باللغة العربية عند عرضها ومعالجتها للأحداث والقضايا الإسرائيلية، والتعرف على العوامل التي تحكم عمل هذه القنوات في اختيار هذه القضايا وعرضها والصورة الإعلامية التي تحاول عرض إسرائيل من خلالها وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها أن قنوات الحرة الأمريكية وفلسطين اليوم والإخبارية اليهودية وسكاي نيوز عربية كانت أكثر استخداماً للأخبار الطويلة من قناة النيل للأخبار. كما أظهرت النتائج أن أخبار إسرائيل لم ترد في عناوين النشرات الإخبارية للقنوات الإخبارية الخمسة بنسبة (76%) وتبين أيضاً اشتراك القنوات الفضائية الإخبارية في الاعتماد على المرسلين العاملين لديهم كمصدر أول من مصادر الأخبار الخاصة بإسرائيل في نشراتهم الإخبارية بنسبة (38%).

تسعى دراسة (عادل عاشور المرغني، 2013) إلى التعرف على مدى وجود علاقة بين التعرض للمضامين الإخبارية في القنوات الفضائية العربية والمشاركة السياسية لدى المواطن الليبي وكانت أبرز النتائج أن النسبة الأكبر للخبر العربي في مقدمة البعد الإقليمي في قناتي الدراسة بنسبة (73%) ثم الأخبار الدولية بنسبة (22%) كما أوضحت النتائج أيضاً تفوق "المنذوب والمراسل" على المصادر الأخرى، وأظهرت النتائج أيضاً أن قناة العربية اعتمدت على الغالب البرمجي الحوار بنسبة (100%)، أما الجزيرة فقد تفوق فيها قالب الندوة بنسبة (15%).

هدفت دراسة (صفا عثمان، 2007) إلى معالجة القنوات الإخبارية المتخصصة للأحداث السياسية الجارية واتجاهات النخبة المصرية نحوها طبقت الدراسة على قناة النيل للأخبار وقناة العربية، وتوصلت في نتائجها إلى تصدر الاتجاه المحايد في تغطية الأخبار ومعالجتها في كلتا القناتين، تلتها الأخبار ذات الاتجاه السلبي، ثم الأخبار ذات الاتجاه



الإيجابي"

**المحور الثالث: الدراسات التي تناولت القيم الإخبارية.**

تهدف دراسة (بهاء الدين بشير، 2021) إلى التعرف على عوامل تشكيل القيم الإخبارية للقنوات الفضائية العربية في عصر الإعلام الرقمي بالتطبيق على قناة الإمارات الفضائية (أبو ظبي)، ومعرفة أهم القيم الإخبارية للقناة، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، من أهم النتائج التي خلصت لها الدراسة: تأثير الإعلام الجديد على القيم الإخبارية خاصة القيم الإخبارية للقنوات الفضائية أصبحت وسائط الإعلام الجديد وسائل ذات فاعلية كبيرة في أداء الوظيفة الإخبارية وسيطرت هذه المواقع والمنصات على ساحة الأحداث في كثير من الأحيان، تصدرت قيمة التسرع وعدم التأني أهم القيم الإخبارية التي اتسمت بها وسائل الإعلام الجديد هيمن البعدان الاقتصادي والسياسي على مضمون المعالجة الإخبارية والإعلامية للقناة، وتصدرت المصادر الخاصة بالقناة المصادر الإخبارية التي اعتمدت عليها القناة في الحصول على المواد الإخبارية والإعلامية التي تبثها.

تهدف دراسة (فلورا إكرام بشاي، 2020) إلى التعرف على القيم الإخبارية التي تعمل صفحة قناة فرانس 24 على اختيارها عند تقديمها أخبار مصر وتمثلت العينة في 150 منشورا post خلال الأعوام (2017، 2018، 2019م) على اختبار فروض نظرية القيم الإخبارية، وذلك باستخدام استمارة تحليل المضمون، مستخدمة منهج المسح وتمثلت أبرز الدراسة أن أكثر القيم الإخبارية التي ظهرت في أخبار مصر كانت قيمة الحداثة، وأن أكثر الموضوعات التي حظيت بأعلى نسبة من التفاعلية الهجوم على المسجد في سيناء، وأنه يوجد علاقة دالة إحصائية بين قيمة الاهتمامات الإنسانية في الخبر وعدد التعليقات ولكنه لا يوجد علاقة دالة إحصائية بين كل القيم الإخبارية التي تستخدمها الصفحة وبين عدد الإعجاب وعدد النشر وعلاقة هذه القيم بالتفاعلية من قبل المستخدمين للصفحة.

دراسة (Liam Kneafsey, 2018) حول العلاقة بين هياكل ملكية وسائل الإعلام والتأثير على المحتوى الإخباري وقيم الخبرة على المواطنين من خلال تحليل مضامين بعض صحف ونشرات BBC البريطانية بينت الدراسة التأثير المباشر وغير المباشر المفترض والمتوقع من الحكومة ونمط الملكية على المضمون الخبري وقيمه الخيرية.

دراسة (Elizabeth Burrows, 2018) حول وجهات نظر منتجي وسائل الإعلام بشأن الموضوعية والتوازن والتزاماتهم بالمعايير المهنية والقيم الإخبارية في أستراليا الاتجاهات الحديثة في دراسات القيم الإخبارية في المدرستين الأكاديميتين العربية والغربية، بينت أن الصحفيين في حيرة بين التمسك بالتزاماتهم المهنية والموضوعية وتلبية مسؤوليات المجتمع، وفي النهاية هم يطبقون نسخة معدلة من الموضوعية لإنتاج محتوى حقيقي.

دراسة (Volker Gehrau, 2017) تناولت العلاقة بين قيم الأخبار وتأثيرات الجمهور بينت أن قيم السلبية وغير المتوقع، والنقاش تؤثر على التعرض للأخبار، وأن القيم الإخبارية تؤثر على الجمهور بطرق تتوسط تأثيرها على التغطية الإخبارية من خلال التأثيرات التقليدية للوسائط مثل نشر الأخبار وإعداد جدول الأعمال، والضيق الإعلامي.

دراسة (Philip Birch, Rebecca Ozanne, Jane Ireland, 2017) حول تناول أربع صحف في أمريكا وكندا وأستراليا وبريطانيا لأخبار المثليين جنسيا، بينت أن الأخبار والتقارير الإخبارية تؤسس لقيم العنف ضد المثليين ويجب مساءلة الصحف بسبب محتواها وضرورة تشجيع قراء الصحف المطبوعة على انتقاد ما يقرؤونه فيها.

دراسة (Harcup, Tony & O'Neill, 2017) حول القيم الإخبارية في الصحافة في ظل العصر الرقمي، بينت أن قيم مصفوفة Ruge Galtung عام 1965 للقيم الإخبارية سارية إلى اليوم في الإعلام التقليدي صحف وإذاعة وتلفاز رغم التحديات والفرص التي تواجهها الصحافة اليوم، بما فيها ظهور الشبكات الاجتماعية.

دراسة (Sonia Aguiar, 2017) عن القيم الإخبارية في 50 وسيلة إعلامية مطبوعة الأكثر مبيعا في البرازيل، كشفت الدراسة تصدر قيمة القرب الجغرافي للتغطية، واتضح تأثير خصوصيات الأقاليم الجغرافية لهذه الصحف مع تأثير الأعمال التجارية المهيمنة ومصادر رؤوس أموال، مالكيها وأهمية الاتصالات الإقليمية على إنتاج القيم الإخبارية.

دراسة ((Ante Koek, 2016) حول القيم الإخبارية المتعلقة بنشر أخبار الجريمة المحلية والدولية في الصحف الهولندية، حول جريمة مقتل ثلاثة هولنديين في الهجمات الإرهابية في بروكسل 2016، بينت أن أهم هذه القيم لاختيار نوع الخبر ذاته وقيمتها والأهمية الإنسانية المسافة الثقافية والجغرافية بين المكان وقوع الحدث وجمهور الأخبار.

دراسة ((Franziska Badenschier Holger Worm, 2016) حول وضع منظومة للقيم الإخبارية كعوامل رئيسة في عملية اختيار وسائل الإعلام من منظور رجال الصحافة والسياسة هذه المنظومة الإخبارية الجديدة سيكون لها تأثيرها في ضمان استمرار نظرية نشر الأخبار الكلاسيكية رغم عالم الصحافة المتغير السريع الحالي.

دراسة (Claire Konkes, Libby Lester, 2015) حول العلاقة بين القيم الإخبارية التي استخدمتها الصحف الأسترالية في التأطير لجرائم الاستغلال الجنسي للأطفال بالتطبيق على جريمة الاستغلال الجنسي لبائعة تبلغ 18 عامًا من قبل 100 فرد، حيث برزت قيم الفائدة الاجتماعية وقيمة الغضب العام والتذمر وغياب قيمة الوازع.

تناولت دراسة (عماد الدين علي أحمد، 2014) مراجعة وتحليل التراث العلمي الأجنبي والعربي لبحوث تناولت القيم الإخبارية والعينة المتاحة من أبحاث القيم من 1992 إلى 2002م لكل الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت القيم، سواء بالتطبيق على العمل الإعلامي الصحفي أو التلفزيوني أو الإذاعي توصلت الدراسة إلى أنه لا يوجد اختلافات جوهرية بين القيم الإخبارية في المجتمعات العربية والغربية، بل تكاد تكون متطابقة، وإن اختلفت في الحجم والدرجة، وأشارت الدراسات إلى تعدد العوامل المؤثرة في اختيار القيم الإخبارية، سواء الدراسات الغربية أو العربية، حيث برزت الضغوط الاقتصادية وآليات السوق والربح والخسارة وتأثيراتها في المنتج الإعلامي وتأثير الانتماء الحزبي والوضعية السياسية للدولة، وتأثير حراس البوابة الإعلامية والجمهور، وتأثير الصورة الذهنية الإيجابية والسلبية.

دراسة (Annicken Serum Michaelsen, 2014) حول معايير نشر الأخبار المباشرة في نشرات الأخبار التلفزيونية قناتي (NRK و TV2) في النرويج، وقناتي (ABC و NBC) في الولايات المتحدة الأمريكية، بينت أن التسويق أدى إلى زيادة القصص الإخبارية الحية في الأخبار التلفزيونية، خاصة التي تتسم بالحماسة والفورية والتفسيرية، وفي النوعية جاءت الأخبار الحية الصعبة أكثر تسويقاً من الأخبار الناعمة.

دراسة (Minabere Ibelema1, 2014) حول القيم الإخبارية والصور التي قدمت بها نيويورك تايمز وأسوشيتد برس قارة أفريقيا، بينت أن الصراعات الأفريقية (دارفور في السودان الحرب الأهلية بالكونغو) صراعات ذات أصول بدائية، وأن استمرار العنف ووحشية الصراعات يؤكد هذه الصور، ورغم رياح العولمة إلا أن صورة أفريقيا لم تتغير.

وفي الأردن قام الباحث (كامل خورشيد، 2012) بالكشف عن القيم الإخبارية التي تتحكم في نشر الأخبار في صحيفة



«الغد» الأردنية خلال الفترة من 2009-2010م، تمثلت العينة في 91 عددًا، وتوصلت الدراسة إلى ظهور قيمة الحداثة والأهمية في صدارة القيم التي تقدمها صحيفة الغد. وعلى عكسها كانت قيمة الغرابة والطرافة التي كانت مترجعة إلى الحد الأدنى. وتقدم الخبر السياسي على باقي الأخبار. وتقدم الخبر المحلي على غيره من الأماكن المستهدفة وارتفاع نسبة اعتماد الصحيفة على مصادرها الذاتية الخاصة بها، واستخدمت كل الأخبار العناصر التيبوغرافية التي تم تحليلها بنسبة 100% وهي العنوان الرئيس والصور والرسوم، والعناوين الفرعية.

في العراق قام الباحث (عمر جواد عبد الجبار، 2011) بدراسة القيم والمضامين الإخبارية في أخبار فضائية الشرقية العراقية، تمثلت العينة في عشرين برنامجًا من برامج القناة، وتوصلت الدراسة إلى أن أهم مضمون مقدم هو المضمون السياسي بالدرجة الأولى، وكانت قيمة السلبية والإثارة هي أعلى القيم تكرارًا في العينة، وأكبر نسبة من مصادر الأخبار كانت مراسلي القناة تلاها المصادر غير المحددة.

تهدف دراسة (جورج ميندونكا، 2008) (Mendonka Jorge) إلى الوقوف بالشرح على كيفية عمل المعايير (القيم) الإخبارية في أهم موقعين إخباريين في أمريكا اللاتينية (في الأرجنتين والبرازيل) هما موقع كلارين دوت كوم Clarin.com وموقع يول دوت كوم Uol.com وقام الباحث بتحليل ٦٧٥ وحدة معلوماتية تتكون من نص خبري ومادة وسائط متعددة) تم جمعها خلال الفترة من مارس - إبريل ٢٠٠٦م، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة عدم اختلاف القيم الإخبارية المعتمدة في المواقع الإخبارية عما هو سائد ومعتمد في الصحف المطبوعة، وبينت النتائج عدم وجود اختلافات بين الموقعين بالنسبة لموضوعات الأخبار / كما لم ترصد النتائج أي ظهور للقيمة الإخبارية (الاهتمامات الإنسانية).

تسعى دراسة (هبة شاهين، 2007) إلى التعرف على أسلوب وأبعاد التداول والسياق الذي يتم فيه عرض قضايا الشرق الأوسط في شبكة CNN الإخبارية الأمريكية وفق نظرية الأطر الإخبارية والوقوف على اتجاهات المعالجة الإخبارية لقضايا الشرق الأوسط، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة غلبة الاتجاه السلبي على أسلوب معالجة قضايا الشرق الأوسط في شبكة CNN الإخبارية بنسبة بلغت (١٧٤٧).

تهدف دراسة (صابر طر، 2006) إلى التعرف على موضوعات التغطية الإخبارية وأشكالها ومصادرها، والقيم الإخبارية التي تحكمها في قنوات الجزيرة والعربية مقارنة بقناتي السي إن إن الدولية CNN والبي بي سي BBC، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن الموضوعات السياسية والحكومية كانت أكثر الفئات تكرارًا، تلتها موضوعات الاقتصاد وعالم المال والأعمال وحلت موضوعات الإرهاب في المرتبة الثالثة، فموضوعات الرياضة والاحتراف في المرتبة الرابعة.

تسعى دراسة (أسامة الرفاعي، 2002) إلى تناول البرامج السياسية في قناة الجزيرة لمعرفة طبيعة تلك البرامج وأبعادها وعلاقتها بتطور البرامج في القنوات الفضائية الأخرى، فضلاً عن الوقوف على الوظيفة السياسية للتلفاز، وحاول البحث دراسة البرامج الإخبارية والسياسية في قناة الجزيرة، وتناول برامج عدة منها برنامج الاتجاه المعاكس)، وتوصل إلى مجموعة من النتائج أبرزها: الإشارة إلى طبيعة التوظيف السياسي الذي تقوم به قناة الجزيرة وعبر برامجها الإخبارية والسياسية من أجل تحقيق أثر محدد في الجماهير ينسجم مع طبيعة الأهداف التي تنطلق منها القناة على صعيد تحريض الشعوب ضد حكوماتها ومناصرة حركات المعارضة، والتأكيد على أهمية الإصلاحات السياسية في القناة.

تسعى دراسة (رحيم مزيد، 2001) إلى الكشف عن تلك القيم في نشرات الأخبار الرئيسية المعروضة في قناة الجزيرة عام 2001م، من خلال استخدام أسلوب تحليل المضمون، وقد استخدم الباحث أيضاً المنهج المسحي التحليلي لغرض الوصول إلى الأهداف المحددة للبحث، وكشفت نتائج الدراسة عن أبرز القيم الاخبارية التي اعتمدها قناة الجزيرة في انتقاء الأخبار، وتقديم نشرتها الإخبارية، ومدى القرب بينها وبين السياسة الإعلامية للقناة، فضلاً عن أشكال التغطية الإخبارية القائمة في القناة.

#### التعليق على الدراسات السابقة ومجالات الاستفادة منها:

- 1- أكدت الدراسات السابقة على الدور المحوري الذي يقوم به القائم بالاتصال، كما عولت النتائج عليه في تحقيق مقاصد الاتصال والارتقاء بمهاراته من خلال التفاعل مع الجمهور واكتساب المهارات التكنولوجية اللازمة في تحرير النصوص وإنتاج الوسائط المتعددة والوصول للجمهور عبر قنوات التواصل الاجتماعي المتنوعة.
- 2- رغم التقدم الهائل في تكنولوجيا وسائل الاتصال واتساع آفاقها واتساع مساحات الحرية في ظل تنامي الوعي الديمقراطي لدى الشعوب والأفراد فإن الدراسات أكدت استمرار حراسة البوابة حتى على الإنترنت بمستويات متفاوتة، ولكن تراخت قبضة الحراسة على الإنترنت لخصائص الوسيلة وتبدل خصائص الجمهور.
- 3- أكدت الدراسات السابقة على تأثير عدة عوامل على حارس البوابة منها العوامل الذاتية.
- 4- وخلصت الدراسات إلى أن هناك تحديات تواجه العمل الإعلامي الضغوط الاقتصادية وتأهيل الكوادر البشرية وتطوير البنية التحتية وإصدار تشريعات وقوانين تحمي وتنظم العمل المهني على الإنترنت.
- 5- رغم تعدد الدراسات التي تناولت القائم بالاتصال وتشعبها إلا أن الدراسات التي تناولت القائم بالاتصال في الإذاعة والتلفزيون والعلاقات العامة قليلة مقارنة بالصحف والإنترنت.
- 6- وقد استفاد الباحث من الدراسات السابقة على المستويين النظري والمنهجي، وذلك بمعرفة اتجاهات الأبحاث، وذلك بالنسبة لموضوع القيم الإخبارية؛ وبالتالي تحديد زاوية الدراسة الحالية، كما استفاد الباحث من الأبحاث السابقة لإعداد التساؤلات البحثية وتحديد متغيرات الدراسة.

#### مشكلة الدراسة

تمحورت هذه الدراسة حول القائم بالاتصال والعوامل المؤثرة في أدائه، والذي يؤدي دوراً مهماً في رفع مستوى القناة الإخبارية لا سيما أنه تشهد المملكة العربية السعودية في الآونة الأخيرة تطورات كبيرة على مختلف المجالات، السياسية والأمنية والاقتصادية والتنموية وغيرها، ما يتطلب مواكبة من الإعلام السعودي لهذه الموجة من التطورات المتلاحقة والمتسارعة، فهي تحظى بثقة كبيرة لدى الجمهور السعودي في متابعة الأوامر الملكية الصادرة من قيادتها، وعليه سيقول الباحث في هذه الدراسة الكشف عن العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في القناة الإخبارية مثل الرضا الوظيفي، ومصادر المعلومات التي يعتمد عليها في الحصول على المادة الخبرية، بالإضافة لسياسات وتوجهات صانع القرار في القناة، وانعكاس ذلك على مستوى المصادقية لدى الجمهور السعودي وكذلك الكشف عن القيم الإخبارية التي اعتمدها قناة الجزيرة، حيث تركز الدراسة على تحديد تلك القيم في تناولها لقضايا الشأن المحلي، والتعرف على السياسة التحريرية لقناة الجزيرة، وتأثير التغطيات المباشرة العاجلة للأحداث المحلية والعالمية.

## أهمية الدراسة

تكتسب الدراسة أهميتها من أهمية الخبر، ثم من أهمية القيم الإخبارية، التي توظفها قناة الإخبارية عند انتقاء الأخبار، لذلك تكمن أهمية الدراسة في الحاجة الماسة للوقوف على واقع العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في قناة الإخبارية السعودية وتوجهاته نحو القيم الإخبارية فيها، ومدى درجة تأثير سياستها التحريرية عليها، ومدى تأثير الأحداث المباشرة العاجلة وتوجهات وسياسات صانع القرار فيها، وتسعى الدراسة لإفادة العاملين في الصحافة التلفزيونية في رسم سياساتهم التحريرية وترتيب أولوياتهم كما أن القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية يشكّل أبرز أركان تلك المؤسسات، إذ تبدأ به العملية الاتصالية من حيث كونه مصدر المعلومات والممثل لهوية المؤسسة الإعلامية، ويشغل القائم بالاتصال في خريطة العملية الاتصالية موقعاً إستراتيجياً، فهو صاحب القرارات المصيرية التي تتعلق بمضمون الرسالة الاتصالية وشكلها، تلك القرارات التي قد تسهم في تكوين رأي عام حيال قضية معينة و دراسة القائم بالاتصال لا تقل أهمية عن دراسة محتوى الرسالة الإعلامية، وغالباً ما تتم دراسة القائم بالاتصال في إطار تحليل وسائل الإعلام بوصفها مؤسسات لها وظيفة اجتماعية ويحدد العالم " ديفيد برلو " شروط للقائم بالاتصال أهمها: توافر مهارات الاتصال واتجاهاته نحو نفسه ونحو الموضوع ونحو المتلقي، ومستوى معرفته، ومركزه في النظام الاجتماعي والثقافي.

## أهداف الدراسة وتساؤلاتها

تسعى الدراسة إلى الكشف عن العوامل المؤثرة في اختيار القائم بالاتصال للقيم الإخبارية التي تستخدمها قناة الإخبارية السعودية في أخبارها، ويتفرع عن ذلك مجموعة أهداف فرعية:

1. تحديد القيم الإخبارية وترتيبها التي تتحكم في عملية نشر الخبر في قناة الدراسة وأي منها يتقدم على الآخر.
2. بيان المصادر التي تعتمد عليها قناة الدراسة في أخبارها وعلاقتها بالقيم.
3. قياس درجة تأثير المتغيرات الوسيطة على القيم الإخبارية المعتمدة لقناة الدراسة.
4. تحديد العوامل المؤثرة في اختيار القيم الإخبارية لقناة الدراسة.
5. التعرف على العوامل المؤثرة على القائمين بالاتصال داخل قناة الإخبارية عينة الدراسة.
6. كشف الخبرات المهنية السابقة للقائمين بالاتصال في داخل قناة الإخبارية عينة الدراسة.
7. التعرف على أسس التدريب وتطوير مهارات القائمين بالاتصال داخل قناة الإخبارية عينة الدراسة.
8. رصد الضغوط التي يعاني منها القائم بالاتصال وأثرها على أدائه.
9. معرفة الرضا الوظيفي لدى القائم بالاتصال في قناة الإخبارية.

تسعى الدراسة لتحقيق الأهداف الآتية:

- 1- ما المصادر التي تعتمد عليها قناة الدراسة في أخبارها وعلاقتها بالقيم؟
- 2- ما درجة تأثير المتغيرات الوسيطة على القيم الإخبارية المعتمدة لقناة الدراسة؟
- 3- ما العوامل المؤثرة في اختيار القيم الإخبارية لقناة الدراسة؟
- 4- ما العوامل المؤثرة على القائمين بالاتصال داخل قناة الإخبارية عينة الدراسة؟
- 5- ما الخبرات المهنية السابقة للقائمين بالاتصال في داخل قناة الإخبارية عينة الدراسة؟

- 6- ما التدريب والتطوير الذي حصل عليه القائم بالاتصال داخل قناة الإخبارية عينة الدراسة؟
- 7- ما أهم الضغوط التي يعاني منها القائم بالاتصال وأثرها على أدائه؟
- 8- ما مدى الرضا الوظيفي لدى القائم بالاتصال في قناة الإخبارية؟

### فروض الدراسة

ويطرح الباحث الفرضيات الآتية:

- 1- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الرضا الوظيفي والقيم الإخبارية لدى القائم بالاتصال.
- 2- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين نوع الوظيفة المفضلة وبين أسباب تفضيل العمل في قناة إخبارية.
- 3- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين التحديات التي تواجه القائم بالاتصال في عمله وبين أسباب تفضيله ترك العمل في القناة الإخبارية.
- 4- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الالتزام بالقيم الإخبارية وبين المصادر التي يستقي منها القائم بالاتصال معلوماته
- 5- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الرضا الوظيفي، وطبيعة المشكلات التي يواجهها القائم بالاتصال.

### الإطار النظري للدراسة

#### نظرية حارس البوابة الإعلامية: Gatekeeper theory

يرجع الفضل إلى عالم النفس النمساوي الأصل والأمريكي الجنسية "كيرت ليوين" (Lewin, Kurt, 1977) في تطوير ما أصبح يعرف بنظرية "حارس البوابة الإعلامية" وتعتبر دراسات "ليوين" من أفضل الدراسات المنهجية في مجال القائم بالاتصال، حيث يرى أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط بوابات يتم فيها اتخاذ القرارات بما يدخل وبما يخرج وكلما طالت المراحل التي تقطعها الإخبار حتى تظهر في الوسيلة الإعلامية، تزداد المواقع التي يصبح فيها من سلطة فرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنتقل بنفس الشكل أو بعد إدخال تعديلات عليها، ويصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات ومفهوم "حراسة البوابة" يعني السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال بحيث يصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته وكيف سيمر حتى يصل في نهاية إلى الجمهور المستهدف. وقد أشار "ليوين" إلى أن فهم وظيفة "البوابة" يعني فهم المؤثرات أو العوامل التي تتحكم في القرارات التي يصدرها حارس البوابة.

#### العوامل التي تؤثر على حارس البوابة الإعلامية:

يمكن تقسيم العوامل التي تؤثر على عمل حارس البوابة الإعلامية إلى أربعة عوامل أساسية هي Chin & Simmonds, (2011):

- 1- معايير المجتمع وقيمه وتقاليدته: تؤثر المعايير الاجتماعية والثقافية السائدة في المجتمع على ما يراه الجمهور من أخبار ومعلومات. على سبيل المثال، قد يكون من المرجح أن يتم نشر أخبار عن أحداث العنف في مجتمع يعاني من ارتفاع معدلات الجريمة.

- 2- معايير ذاتية: تؤثر العوامل الذاتية للعاملين في وسائل الإعلام، مثل خلفيتهم الاجتماعية والتعليمية، والاتجاهات والميول الشخصية، على اختياراتهم للأخبار والمعلومات التي يتم نشرها. على سبيل المثال، قد يكون من المرجح أن يختار صحفي لديه ميول سياسية ليبرالية نشر أخبار عن القضايا الليبرالية.
- 3- معايير مهنية: تؤثر سياسة الوسيلة الإعلامية، ومصادر الأخبار المتاحة، وعلاقات العمل وضغوطه، على اختيارات العاملين في وسائل الإعلام للأخبار والمعلومات التي يتم نشرها. على سبيل المثال، قد يكون من المرجح أن يتم نشر أخبار عن قضية معينة إذا كانت تخدم مصالح المالك أو المساهمين في الوسيلة الإعلامية.
- 4- معايير الجمهور: تؤثر توقعات الجمهور من وسائل الإعلام على اختيارات العاملين في وسائل الإعلام للأخبار والمعلومات التي يتم نشرها. على سبيل المثال، قد يكون من المرجح أن يتم نشر أخبار عن قضية معينة إذا كان من المتوقع أن تحظى باهتمام الجمهور.

**أولاً: معايير المجتمع وقيمه وتقاليده:** يعد النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام من القوى الأساسية التي تؤثر على القائمين بالاتصال. ويرى الباحث " بريد، وارين " warden berrd أنه في بعض الأحوال قد لا يقدم القائم بالاتصال تغطية كاملة للأحداث التي تقع من حوله وليس هذا الإغفال نتيجة لتقصير أو أنه عمل سلبي، ولكن يغفل القائم بالاتصال أحياناً تقديم بعض الأحداث إحساساً منه بالمسئولية الاجتماعية، وللحفاظ على بعض الفضائل الفردية أو المجتمعية.

**ثانياً: المعايير الذاتية للقائم بالاتصال:** تلعب الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال دوراً في ممارسة دور حارس البوابة الإعلامية مثل: النوع، والعمر، والدخل، والطبقة الاجتماعية، والتعليم، والانتماءات الفكرية أو العقائدية، والإحساس بالذات self esteem

**ثالثاً: المعايير المهنية للقائم بالاتصال:** يتعرض القائم بالاتصال للعديد من الضغوط المهنية التي تؤثر في عمله، وتؤدي إلى توافقه مع سياسة المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها، والتوقعات التي تحدد دوره في نظام الاتصال وتتضمن المعايير المهنية سياسة الوسيلة الإعلامية ومصادر الأخبار المتاحة، وعلاقات العمل وضغوطه.

**رابعاً معيار الجمهور:** لاحظ الباحثان اثيل ديسولا بول وشولمان أن الجمهور يؤثر على القائم بالاتصال مثلما يؤثر القائم بالاتصال على الجمهور، فالرسائل التي يقدمها القائم بالاتصال تحدد وفق توقعات ردود فعل الجمهور واحتياجاته. (مكاوي، حسن، حسين، ليلي، 2004).

#### الانتقادات الموجهة لنظرية حارس البوابة:

من بين الانتقادات التي وجهت لمفهوم حارس البوابة، نجد النقد الذي وجهه " أبراهام باس " فهو يرى أن مفهوم حارس البوابة لا ينطبق إلا على قنوات الاتصال القائمة داخل جماعة اجتماعية بعينها كفريق المحررين مثلاً، وإنما يجب أن تلاحظ دور وكالات الأنباء المستقلة التي تحتل نفس الأهمية بسبب مسئوليتها عن إنشاء ووضع مضامين الرسائل الاتصالية التي تبثها وسائل الإعلام، وبما أن وكالات الأنباء وهيئات التحرير المسئولة في وسائل الاتصال الجماهيري لا تمثل جماعة اجتماعية بالمعنى الذي قصده " لوين"، فإن مفهوم حارس البوابة لا يصلح للتطبيق على كل فئات

القائمين بالاتصال، من ثم يقترح "باس" ضرورة التمييز بين المجالين التاليين وهو (المجال الرئيسي الذي تمثله وكالات الأنباء والمخبرون الصحفيين الذين يتولون جمع الأنباء)، (المجال الثاني وتمثله إدارات التحرير التي عمل فيها محررو الأخبار)، ومن هنا يتضح أن المجال الأول هو الذي يحدد الأحداث التي تستحق الكتابة والنشر عنها ومن ثم يحدد الأخبار التي تصل إلى القائمين بالاتصال. (Barzilai, 2009).

### القائم بالاتصال وتعريفه وأهم خصائصه والعوامل المؤثرة

تتفاوت المفاهيم التي وضعتها المدارس الإعلامية للقائم بالاتصال حيث أطلقت المدرسة الفرنسية على القائم بالاتصال لقب "الوسيط" على أساس أن الصحفي يقوم بأدوار متعددة، فهو يبحث عن المعلومة ويختار مضمون الرسالة ثم يتوجه بها إلى الجمهور، وهو بذلك يلعب دورا تفاوضيًا بين صانع المعلومة "المصدر" والجمهور المتلقي.

وتؤكد العديد من الدراسات والبحوث (حامد، محمد. 2003) في ميدان الإعلام على أن موظفي وسائل الإعلام من محررين وكتاب ومقدمي برامج يؤثرون في المادة الإعلامية من خلال الحذف والتغيير والإضافة، وبالتالي يتحكمون في طبيعة المعلومات وأشكال المعارف التي يتم نقلها إلى الجمهور منذ أمد بعيد، حيث يقول ابن رشد (2004): إن للمتكلمين دورًا كبيرًا في فهم العقيدة من خلال ما يقولون وما يعبرون، إن الذي يقولونه بطريقتهم وحسب فهمهم للمادة المعرفية وأسلوب طرحهم للمسائل العقلية والعلمية، قد يفرغ المفهوم من الحكم التي يتضمنها

### ومن أهم خصائص القائم بالاتصال:

5- يشرف القائم بالاتصال مباشرة على تجميع وصياغة ووضع الرسالة الإعلامية في شكلها النهائي إلى الجمهور.

6- قد يقوم القائم بالاتصال بصياغة الرسالة منفردا أو قد يكون عضواً في فريق من القائمين بالاتصال لتأدية المهمة ذاتها.

7- يعد القائم بالاتصال من الناحية القانونية والأخلاقية مسئولاً مسؤولة مباشرة عن الرسالة الإعلامية التي يشرف على صياغتها وصناعتها للجمهور وهذا يتطابق مع اللغة الانكليزية في التسمية مثل (journalists)، communicator)، news men).

ومما سبق يمكن تعريف القائم بالاتصال بأنه أي شخص، أو مجموعة، داخل مؤسسة إعلامية، يعمل في إطار فريق عمل ويكلف بمسؤوليات محددة، في صنع وإنتاج رسالة الاتصالية بدءاً من وضع الفكرة، وصياغة الأهداف، أو السياسة العامة ومرحلة الصياغة المختلفة لها، ثم مراحل الإنتاج، وانتهاء بإخراجها وتقديمها للجمهور المستهدف.

### العوامل المؤثرة في القائم بالاتصال:

أكدت العديد من الدراسات والأبحاث والخبرات أن القائم بالاتصال تحيط به مجموعة عوامل تؤثر في أدائه الاتصالي وأساليب تقديمه للرسالة الاتصالية، حتى أن بعضهم يعتقد أن القائم بالاتصال شخصية مقيدة ومحددة بتلك العوامل ولا قرار له، وهذا مخالف للتطور الذي يشهده عالم الاتصال بما في ذلك القائمون به، والمساحة التي تتيحها اليوم مجالات الاتصال بمختلف وسائله.

ومن أبرز العوامل التي تؤثر في عمل القائم بالاتصال (صبرة، محمد. 2008):



1. **القيم الشخصية للقائم بالاتصال:** إذ أن القيم التي يحملها القائم بالاتصال تمثل له السياق الاجتماعي الذي يعيش فيه، وأخذ منه تقاليده وأعرافه ومبادئه وهذا بلا شك يؤثر في قرارته واختياراته، وعليه فالقائم بالاتصال سواء كان في مؤسسة إعلامية أو إنتاجية يتحرى من المعلومات التي ينقلها للمستفيد منها ما يتوافق ومعتقداته وأخلاقياته.
2. **العوامل التنظيمية للمؤسسة:** تمثل العوامل التنظيمية في المؤسسة السياقات الإدارية والهيكلية التنظيمية فيها، ويكون القائم بالاتصال فيها جزءاً من كل ولا يمكن له أن يتخذ قراراً حول آلية الاتصال ومضمون الرسالة، ما لم يكن ذلك عن طريق السلسلة الإدارية التي ينضم لها، وبهذا فإن القرار الاتصالي للقائم بالاتصالي ينتج عن مؤسسة تمثل نشاطاً جماعياً وفق نظام إداري متسلسل.
3. **استراتيجية المؤسسة وأهدافها:** تمثل استراتيجية المؤسسة البوصلة التي تحدد اتجاه العملية الاتصالية فيها، وتضع العلامات البارزة لعمل القائم بالاتصال وجميع العاملين فيها، بما يتفق وسياسة المؤسسة وأهدافها، فيكون العاملون فيها ملزمون بتحقيق تلك السياسة، حتى لو اختلفت مع ما يعتقدونه هم، لأن المؤسسة ملزمة بتحقيق سياسة محددة، بينما العامل غير ملزم بالعمل في مؤسسة لا تلتزم معتقداته واتجاهاته.
4. **البيئة المجتمعية التي توجد فيها المؤسسة:** تؤثر طبيعة البيئة المجتمعية التي تعمل فيها المؤسسة على أداء القائم بالاتصال، وتؤثر في طريقة تعامله واسلوبه في إيصال الرسالة الاتصالية، والحقيقة أن هذا العامل ينبغي أن تضعه بالحسبان كل المؤسسات، باعتبار أن المؤسسة تحرص على رضا المجتمع الذي يحيط بها، وتتعامل معه، ويمثل لها الجمهور المقرب، أو الجمهور المؤمل ويسعى كسبه، وبالتالي يتحدد عمل القائم بالاتصال بهذا العامل. أن يكون مرضياً للمجتمع، فالعمل بهذا المناخ يعد عملاً، تبادلياً، إذ أن القائم بالاتصال يؤثر ويتأثر. ويدخل ضمن هذا العامل طبيعة النسيج الاجتماعي وأسس تكوينه سواء كانت مدنية، أو قبلية، أو حضرية، أو بدوية، وكل مجتمع له وزنه وثقله ومعاييره وطبيعته التي تؤثر في أداء وعمل القائم بالاتصال.
5. **طبيعة المتلقي المباشر:** يعد نوع الجمهور المباشر وطبيعته أحد أبرز العوامل المؤثرة في القائم بالاتصال، إذ أن القائم بالاتصال يتصل بهم بصورة مباشرة لكونهم يمثلون عملاء المؤسسة أو موظفيها أو زبائنهم الدائمين. وهذا يرتب على العلاقة بين الطرفين تأثيراً كبيراً في تحديد أساليب الاتصال وصياغة.
6. **الرضا الوظيفي:** يمثل الرضا الوظيفي للقائم بالاتصال عنصراً جوهرياً في أدائه وحسن نقله للرسالة الاتصالية، ويمثل الرضا الوظيفي بالنسبة للقائم بالاتصال انعكاساً لسياسة المؤسسة وأسلوب الإدارة، والإشراف الفني، والإمكانات المتاحة في العمل، ومقدار الراتب والمكافآت والحوافز والتقدير الشخصي، وطبيعة العلاقات الشخصية مع الرؤساء، الانسجام مع الزملاء في العمل، والأمن الوظيفي، والوضع الاجتماعي والحياة الشخصية وغيرها، إلا أن المؤسسة مضمون الرسالة الاتصالية معنية فيما يتعلق بها وهي تمثل النسبة الأكبر للرضا الوظيفي، وهذا ينعكس إيجاباً على كفاءة الأداء والإجادة وتحقيق الانتماء الوظيفي.
7. **الوضع الشخصي للقائم بالاتصال:** بالإضافة إلى جميع العوامل المذكورة أعلاه، فإن الحالة النفسية والصحية للقائم بالاتصال تؤثر تأثيراً مباشراً في عمله، فضلاً عن الوضع الاجتماعي وشعوره بالاستقرار الاسري له

الاثر الكبير في شخصية القائم بالاتصال، ولهذا ومن خلال التجربة وجدنا الكثير من الحالات التي يمر به القائم بالاتصال تحول دون جودة العمل وحسن الأداء وكان منها النفسي والصحي والاجتماعي.

### • القيم الإخبارية التلفزيونية.. مفاهيمها.. ووظائفها والقوى المؤثرة في تشكيلها

يشير مفهوم القيم الإخبارية جدياً معرفياً وخطأً في المفاهيم وتشابكاً في الرؤى اتجاه مفهوم الخبر وخصائصه، ولعل هذا الخط المعرفي القائم بين المصطلحين يسد سبيلاً إلى أن الخبر ينطلق من أبعاد متعددة للانسجام مع الدور الوظيفي الذي تلعبه الأخبار اتجاه المجتمعات في المعرفة والثقافة، فضلاً عن التوجه الاستراتيجي له تجاه الجمهور المعنى الأول بالعملية الإعلامية، وهذا ما جعل مفهوم الخبر وتقدير أهميته أمراً يثير الجدل، لأن مدلوله الاجتماعي يؤثر على حياة الفرد والجماعة، الأمر الذي يتطلب تعريف الخبر من خلال تحديد عناصر القيمة الإخبارية له، وتقدير أهميته ومدى مسيرته السياسة الإعلامية والمصلحة العال، وعلى أساس ذلك يُحدد مكان هذا الخبر ومساحة نشره ومدته الزمنية في الإذاعة والتلفاز.

ومن الواضح أن وسائل الإعلام تركز على نوعية خاصة من الأخبار وهي الأخبار الحديثة (soft new) أي تلك التي تشكل ما اصطلح على تسميته بالسبق الصحفي وهي قيمة تسعى وسائل الإعلام إلى تحقيقها، وبما أن القيم الإخبارية تعد المرتكز الرئيس في الإعلام بشكل عام، وفي الأخبار التلفزيونية على وجه الخصوص، فإن أول ما ينبغي ملاحظته هو ضرورة التفرقة بين ثلاثة أس ظل الخلط بينها على الدوام (Clark, Corcoran, 2014).

- معايير نشر الخبر أو إذاعته.
- القيم الخبرية
- الصفات الواجب توافرها في الخبر

فمعايير نشر الخبر أو إذاعته هي الأسس التي تحدد وسائل الإعلام في ضوئها صلاحية الخبر للإذاعة أو النشر، أما القيم الإخبارية فهي العناصر التي يجب توافرها كلها أو بعضها في الخبر لكي يمكن عده خيراً، وبالتالي، فإن القيم الإخبارية لا تعد الأساس الوحيد لاختيار الأخبار الصالحة للنشر، أما الصفات التي يجب توافرها في الخبر فهي الشروط الواجب توافرها فيه مثل الدقة والصدق والموضوعية

ويتضح مما تقدم أن المعايير هي أعم وأوسع وأشمل من القيم، فالمعايير تتضمن ما يقبله المجتمع من قواعد وعادات واتجاهات وقيم وغير ذلك من محددات، أما القيم فهي أطر مرجعية يرجع إليها الفرد لتكون مرشداً له لما ينبغي أن يكون عليه سلوكه، بيد أن (كلاكهون) يختلف مع هذه النتيجة في تعريفه للقيم حيث عرفها: " بأنها مجرد معايير يتوافر لها الثبات بمرور الوقت، وتستخدم بوصفها مقياساً لمعرفة الصواب الذي يوافق عليه المجتمع (McCoy & Hargie, 2003).

لقد اهتم عدد من الباحثين بموضوع تحديد المعايير التي تتحكم في أسبقية البت وأفضليته واختلفت التسميات وتعددت بشأنها، فهناك من يسميها بالعناصر، وآخرون يسمونها بالصفات وغيرهم يسميها بالاعتبارات، كما اجتهد آخرون بشأن تصنيفها سب النظم الإعلامية والسياسية، أو بحسب طبيعة الوسيلة الإعلامية التي لابد أن تؤثر بشكل أو بآخر في تحديد أو تشكيل تلك المعايير، ومع اختلاف القيم الإخبارية بين منطقة وأخرى، بل في داخل المناطق ذاتها وضع بعض الباحثين من الإعلاميين معايير القياس مستوى القيمة الإخبارية، حيث كان المعيار الأول يقول بأن الأخبار هي

عبارة عن مرآة تعكس الأحداث كما مثلما تعكس صورة المرء الواقف أمامها، وهو اقتراض يظهر بأن الأخبار تعكس الأحداث والقضايا الجارية بغض عن سوف يستفيد أو يخسر جراء بت هذه الأخبار، بيد أن هناك اتجاهاً آخر يظهر بأن الأخبار أصبحت الآن أقل جدية وأكثر ميلاً إلى الترفيه، وذلك بسبب تكثير الضوابط الاقتصادية والمنافسة الكبيرة لاجتذاب الجماهير، إذ أن مركز الجانبيّة قد انتقل من معايير العمل الإخباري وأسس الموضوعية إلى معايير تهدف إلى خلق أجواء تتسم بالإثارة والاستعراض (Putnam, 1999).

لقد أصبح نقل الخبر يتميز بالتحيز وانعدام التوازن بسبب التأثير الأيديولوجي السياسي والاقتصادي، وهذا هو المعيار الثالث لقياس قيمة الأخبار، إذ نجد أن الاعتبارات الاقتصادية تحول دون قيام العدل المطلوب بين الأخبار، وذلك لاعتماد الشبكات الإخبارية على الأرباح التي تجنبها. ففي كل مجتمع هناك مجموعة من الأفكار والمعتقدات وطرائق السلوك تسمى بالقيم، وبما أن القيم هي مفهوم أشمل وأوسع من المعتقدات، إلا أن المعتقدات تعني حكم أو رأي أو اتجاه يتعلق بالوقائع الاجتماعي يعتنقه الفرد مقتنعاً بصحته، ويختلف هذا المفهوم عن مفهوم القيم التي غالباً ما تكون نسقاً شبه معدن يستخدمه الفرد في تقدير المواقف، ولهذا فإن المعتقد هو حكم واقعي صادق، فيما تتصل القيم بما بعده الفرد امراً مرغوباً فيه أو مرغوباً عنه. مفهوم القيم الإخبارية تعد القيم الإخبارية بمفهومها أسلوباً يحدد الصيغة المهنية التي في صوتها يبني هذا الخبر عن ذلك ليكون ذا معالم واضحة في وسائل الإعلام المختلفة، فعند تفكيك التشكيل البنائي للخبر تجده قد تهيكل نتيجة اجتماع عند من العوامل التي ساهمت في صياغة القصة الإخبارية، فكم من القصص الإخبارية لم تعرف لأنها لم تأخذ طريقها إلى النشر، فالقيمة الإخبارية هي المركز الأساس في العملية الإعلامية، وعصب الحياة للخبر، وهذه القيم في أول ما يسأل الصحفي نفسه عندما يحصل على مادة الخبر، فإذا تأكد من توافر بعض القيم في الخبر استمر في جمع مادة الخبر وكتبه وقدمه إلى رئيس القسم في الوسيلة التي يعمل فيها.

وفي إطار الدراسات الأجنبية والعربية التي تناولت مفهوم القيم الإخبارية تورد وريدة ملياني تعريف القيم الإخبارية بأنها " المعيار الذي بموجبه يمارس المحترفون في وسائل الاتصال أحكامهم التقييمية وتفضيلاتهم لشيء على شيء مما يوجه عملية جمع الأخبار وانتقائها وتقديمها، وكذلك هي مجموعة المعايير المادية والذهنية التي على أساسها يتم تحويل الحدث إلى خبر صحفي، وهي الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث وبين الجمهور، وهي التي تكشف عن جوهر الحدث وعن استخدامه الاجتماعي، أي تحويله إلى موضوع للاطلاع والفهم والمعرفة (ملياني، وريده. 2007).

وهناك من يعرف القيم الإخبارية بأنها مجموعة المعايير التي يعتمدها الصحفيون في اختيارهم الخبر، وهذه المعايير ليست فردية تنسب إلى صحفي دون سواء، بل إنها مجموعة قيم متعارف عليها لدى أمة من الأمم، ففي كل مجتمع هناك مجموعة من الأفكار والمعتقدات وطرائق السلوك تسمى بالقيم، وإن مجموع هذه القيم أو المعايير التي تعتمد في إصدار حكم قد تصل إلى مستوى نظام قيمي ينظر إليه نظرة تعميمية بمعنى أن قيمة معايير عامة لدى المجتمع أو المجموعة، وهي كتاب الأخبار هنا.

ويرى الدكتور محمد مصالحة القيم الإخبارية بأنها المبادئ التي تكون لدى الإعلاميين الحسن الانتقالي للأخبار، وهي ليست قواعد مكتوبة أو مقننه، يسترشد بها محرر الأخبار في انتقاد مادة الأخبار، بل إنه يتعلم، ويفهم من خلال ممارسة المهنة والمبادئ التي يسير وفقها النظام الإخباري. فيما يصفها الباحث هاشم حسن جاسم (القيم الإخبارية) بأنها " الإطار الإدراكي أو الدلالي الصريح أو الضمني الذي يجعل القائم بالاتصال فرداً أو أفراد أو مؤسسة - قادراً على إدراك

وانتقاء القيم الإخبارية الأكثر أهمية بين عدد كبير من الوقائع أو المعلومات وله القدرة على صياغتها وتشكيل وإنشاء عناصرها في ترتيب إخباري خاص، ومنحها فرص الظهور عبر إحدى وسائل الإعلام بدرجات من البروز تستمد من طبيعة الوسائل وظيفتها الخاص والعام، والقيمة من الناحية الموضوعية تعنى بالمكونات الجوهرية التي تشكل منها الأخبار، وتتميز بتميزها، وتغيب بغياب أبرزها ويجد فيها حراس البوابات والجمهور أنها مثيرة للاهتمام وتستحق التفضيل والإبراز في وسائل الإعلام في زمان ومكان معينين. ويوجد تعريف آخر للقيم الإخبارية إذ تعرف لها: مجموعة المعايير المادية والذهنية التي يتم على أساسها تحويل الحدث إلى خبر صحفي، فهي الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث والجمهور، وهي التي تكشف عن جوهر الحدث وعن أساسه الاجتماعي أي تحويله إلى موضوع للاطلاع والمعرفة والفهم (مصالحه، محمد. 2008).

### مفاهيم الدراسة

**القائم بالاتصال:** بأنه كل من يعمل في بناء وتشكيل الرسالة الإعلامية مهما اختلفت الأدوار والمواقع، ويعني القائم بالاتصال في الدراسة الحالية المشاركون في الإنتاج الإعلامي ممن لهم علاقة ببناء وتشكيل الرسالة الإعلامية في القنوات التلفزيونية السعودية ويشمل ذلك من يرتبط عملهم بالمضمون أو المحتوى بالإضافة إلى من يرتبط عملهم بالشكل أو القالب البرمجي.

**القناة الإخبارية السعودية:** هي محطة فضائية سعودية إخبارية باللغة العربية وهي إحدى القنوات التلفزيونية السعودية التابعة لهيئة الإذاعة والتلفزيون، تهتم القناة بالأخبار العالمية والعربية والمحلية وتهدف إلى تقديم صورة جديدة عن المملكة، بدأت البث فعلياً في 11 يناير 2004م عبر بث فضائي بواقع 12 ساعة يومياً تبدأ من الثانية ظهراً وحتى الثانية ليلاً، ليصل البث في وقت لاحق إلى مدار الأربع والعشرين ساعة.

**القيم الإخبارية المعتمدة:** مجموعة المعايير التي يعتمدها الإعلاميون في اختيار أخبارهم، وهي ليست معايير فردية تنسب إلى إعلامي دون سواه، بل إنها مجموعة قيم متعارف عليها لدى أمة من الأمم، وهي ليست قواعد مكتوبة أو مقننة، يسترشد بها محررو الأخبار في انتقاء المواد الإخبارية، بل يتم تعلمها، وفهمها من خلال الممارسة المهنية والتطبيقية.

**العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال:** يقصد بها ما يتعرض له القائم بالاتصال من تأثير البيئة المحيطة به سواء كانت بيئة الجمهور الخارجي أو بيئة الجمهور الداخلي أو حتى بيئته الشخصية أو الذاتية، والقيم الشخصية للقائم بالاتصال والعوامل التنظيمية للمؤسسة واستراتيجيتها وأهدافها والبيئة المجتمعية التي توجد فيها المؤسسة وطبيعة المتلقي المباشر والرضا الوظيفي والظرف الخاص بالقائم بالاتصال. أو تُعرف العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال بأنها مجموعة من العوامل التي تؤثر على سلوك القائم بالاتصال في عملية الاتصال، وتتمثل هذه العوامل في العوامل الذاتية، والعوامل المهنية، والعوامل الاجتماعية، والثقافية.

### منهج الدراسة

تعد هذه الدراسة وصفية تحليلية Descriptive Study، وتتركز هذه الدراسات على وصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع معين أو موقف جماعة أو فرد معين، وتكرارات حدوث الظواهر المختلفة ولا يقتصر البحث الوصفي على جمع البيانات والحقائق وتصنيفها وتبويبها، ولكن إضافة إلى ذلك يهتم بتحليلها التحليل الكافي، ويتضمن أيضًا قدرًا من التفسير لهذه

النتائج، لذلك كثيراً ما يقترن الوصف بالمقارنة.

وتعتمد الدراسة على منهج المسح؛ لأنها من البحوث الوصفية التي يعد منهج المسح من أنسب المناهج للدراسة. ويعرف بأنه أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم لذا يعتقد بعض الباحثين أن البحث المسحي ينصب على الوقت الحاضر وتسمح هذه الدراسات للباحث بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد، مثل: السمات العامة، وأنماط السلوك الاتصالي. وتستهدف بعض الدراسات المسحية وصف خصائص القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية.

### مجتمع وعينة الدراسة

استجاب 31 مفردة من مجموع مجتمع الدراسة وهو ما يشكل غالبية العاملين في مجالات القائم بالاتصال في قناة الإخبارية موزعين بين مذيعين، مراسلين، مصورين، مقدمي نشرات.

### أدوات الدراسة

#### أداة جمع البيانات:

يعتبر الاستبيان من أهم أدوات المنهج المسحي، وهو وسيلة من وسائل جمع البيانات عن طريق مجموعة أسئلة؛ كما يعتبر الاستبيان أحد الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع بيانات أولية أو أساسية أو مباشرة من العينة المختارة أو من جميع مفردات مجتمع البحث عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة المعدة مقدماً وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر الباحثين واتجاهاتهم أو الدوافع والعوامل والمؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة.

تم إعداد الاستبيان عبر الإنترنت باستخدام Google Drive وإرساله عبر البريد الإلكتروني، وعبر مجموعات الواتساب والتليجرام وغيرها من تطبيقات التواصل الاجتماعي، لجميع المجموعات والأفراد عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وطُلب من الباحثين والمبحوثات إقناع الأخرى، وعبر عدد كبير من الأساتذة في الجامعتين، وحثهم على الاستجابة والتعاون مع الباحث، باتباع أسلوب كرة الثلج، وقد تفاعل الطلاب والطالبات بدرجة مقبولة مع موضوع الاستبيان،

#### أسلوب الحصر الشامل:

يستخدم هذا الأسلوب إذا كان الغرض من البحث هو حصر جميع مفردات المجتمع، وفي هذه الحالة يتم جمع بيانات عن كل مفردة من مفردات المجتمع بلا استثناء، كحصر جميع المزارع التي تنتج التمور، أو حصر البنوك في المملكة، ويتميز أسلوب الحصر الشامل بالشمول وعدم التحيز، ودقة النتائج، ولكن يعاب عليه أنه يحتاج إلى الوقت والمجهود، والتكلفة العالية.

وقد اختار الباحث هذا الأسلوب نظراً لعدم قدرة الباحث على الوصول إلى جميع مفردات مجتمع الدراسة.

#### مقاييس الصدق والثبات

يتم تعريف مفهوم الثبات Reliability من خلال مفاهيم أخرى تتفق معه في المعنى وهي الاتساق consistency

والدقة Accuracy وهي كلها تشير إلى تعريف إجرائي واحد وهو الوصول إلى نفس النتائج بتكرار تطبيق النتائج على نفس الأفراد، وفي نفس الوقت والظروف، وهناك مجموعة طرق للتأكد من الثبات، وقد اختار الباحث من بينها أسلوب إعادة الاختبار، حيث قام الباحث بتطبيق الاستبيان على 20 مفردة من عينة مجتمع الدراسة، حيث وصل معامل الارتباط بين الاختبارين 95 % مما أكد ثبات المقياس.

ويتسم المقياس بالصدق متى كان صالحًا لتحقيق الهدف الذي أعد من أجله، وقد استخدم الباحث أسلوب الصدق الظاهري، وهو الذي يعبر عنه اتفاق المحكمين والمبجوثين على أن المقياس أو الأداة صالحة فعلا وبناء على الاختبار، ورأي المحكمين تم إعادة ترتيب بعض الأسئلة في الاستبيان، كما تم غلق بعض الأسئلة لمفتوحة.

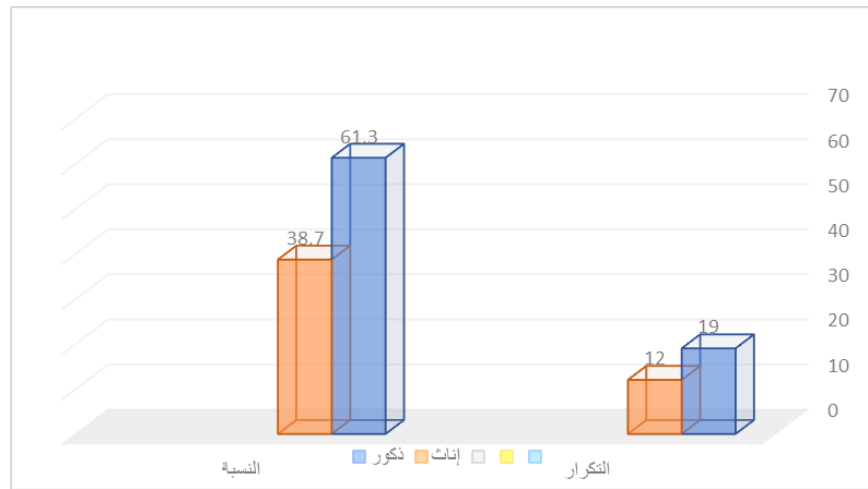
خصائص عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية:

جدول رقم (1) توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير النوع.

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
النوع	ذكور	19	61.3
	إناث	12	38.7
المجموع		31	100%

يتضح من الجدول السابق أن غالبية أفراد عينة الدراسة من الذكور بنسبة (61.3%) بينما جاءت الإناث بنسبة (38.7%).

شكل (1) يوضح خصائص عينة الدراسة تبعاً لمتغير النوع



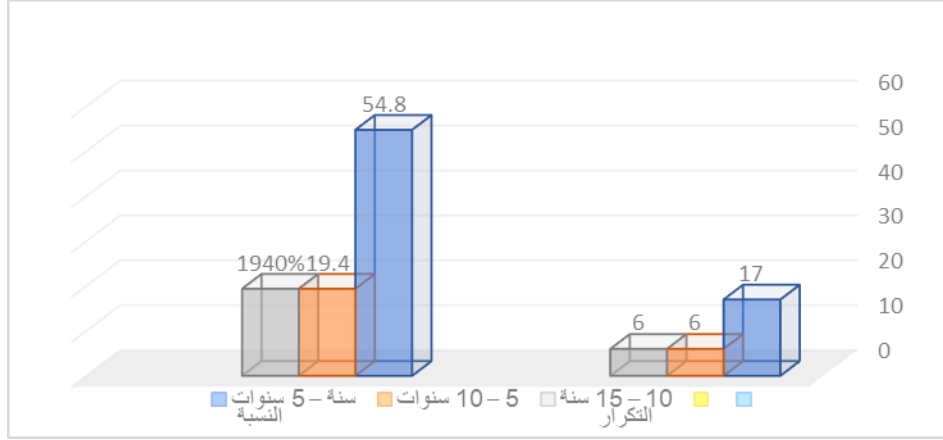
جدول (2) توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير الخبرة في العمل داخل القناة

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
الخبرة في العمل داخل القناة	سنة - 5 سنوات	17	54.8
	5 - 10 سنوات	6	19.4
	10 - 15 سنة	6	19.4
	15 - 18 سنة	2	6.4
المجموع		31	100%



جاءت أغلبية أفراد العينة ممن لديهم خبرة في العمل داخل القناة (من سنة - 5 سنوات) بنسبة (54.8%)، يليها (من 5-15 سنة) بنسبة (19.4%) وأخيراً (من 15-18 سنة) بنسبة (6.4%)

شكل (2) خصائص عينة الدراسة تبعاً لمتغير الخبرة في العمل داخل القناة



#### ▪ صدق الاستبيان:

للتحقق من صدق الأسئلة والعبارات التي تكون منها الاستبيان، والتأكد من صلاحيتها لقياس متغيرات وفروض الدراسة، تم عرضها على مجموعة من الأساتذة المتخصصين في مجال الدراسة، وقد قام الباحث بإجراء التعديلات وفقاً لمقترحاتهم بما يتوافق مع أهداف الدراسة.

#### ▪ ثبات الاستبيان:

وللتحقق من ثبات النتائج التي يتم الوصول إليها باستخدام هذه الاستمارة فقد اعتمد الباحث على أسلوب إعادة الاختبار، حيث تم تطبيق الاستمارة على 10 مفردات، وبعد 10 أيام تم تطبيقها مرة ثانية، وقد تم حساب معامل الارتباط لمعرفة مدى الاتساق والترابط بين إجابات المبحوثين في التطبيق الأول والثاني، والذي أسفر عن معامل ثبات قدره (0.8450)، وهي نسبة مرضية بدرجة كبيرة لثبات نتائج الاستبيان.

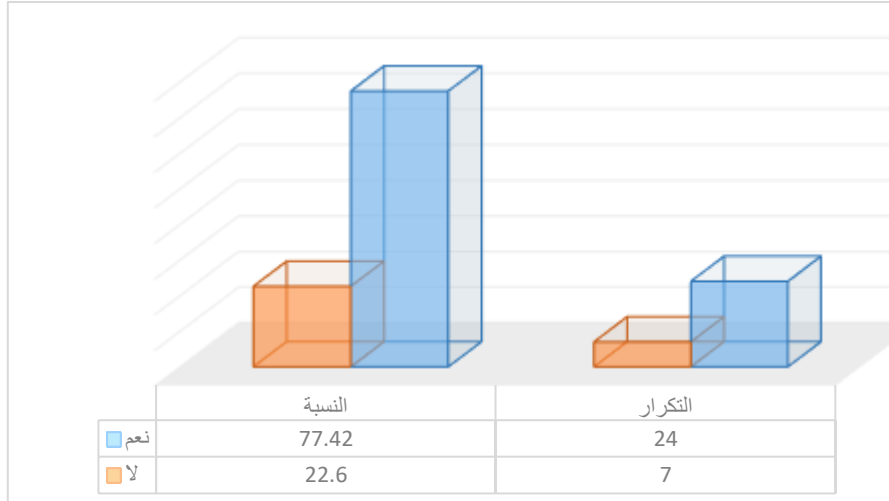
#### ▪ نتائج الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة على أداء القائم بالاتصال في قناة الإخبارية السعودية، وفي إطار منهج المسح تم ملء استمارة الاستبيان بالمقابلة لعينة الدراسة وقوامها (31) مفردة، وتم مراعاة المتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة، وذلك للإجابة عن تساؤلات الدراسة، وقد أسفر تحليل استجابات المبحوثين التي تضمنتها بيانات صحيفة الاستبيان بعد عملية الجدولة والتصنيف عن بيانات كمية دعمت الثقة في النتائج وموضوعيتها، كما ساعدت على تحقق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها.

### جدول (3) عمل المبحوثين عينة الدراسة في قنوات إخبارية من قبل:

النسبة	التكرار	عمل المبحوثين عينة الدراسة في قنوات إخبارية من قبل
77.42	24	نعم
22.6	7	لا

### شكل (3) عمل المبحوثين عينة الدراسة في قنوات إخبارية من قبل



### تشير النتائج التفصيلية لبيانات الجدول إلى الآتي:

جاء المبحوثين الذين "يعملون في القنوات الإخبارية من قبل" مقدمة المبحوثين عينة الدراسة، وذلك بنسبة مئوية بلغت (77.4%) بواقع (24) مبحوثاً.

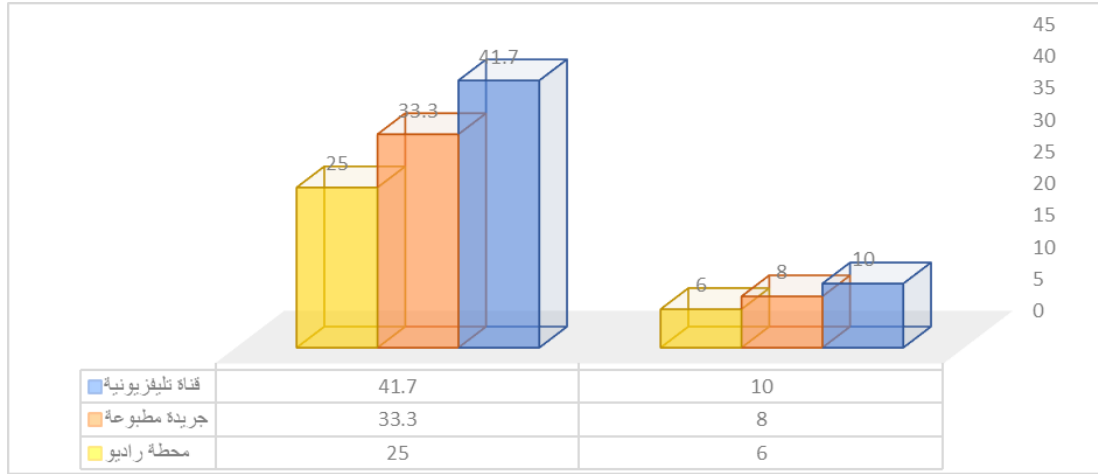
بينما جاء من "لم يعملوا في القنوات الإخبارية من قبل" في الترتيب الثاني، وذلك بنسبة مئوية بلغت (22.6%)، وذلك بواقع (7) مبحوثين.

### 1- مكان عمل المبحوثين عينة الدراسة قبل عملهم في قناة إخبارية:

### جدول رقم (4): مكان عمل المبحوثين عينة الدراسة قبل عملهم في قناة إخبارية

الإجمالي		العينة
%	ك	
41.7	10	مكان عمل المبحوثين قناة تلفزيونية
33.3	8	جريدة مطبوعة
25	6	محطة راديو
100	24	الإجمالي

شكل (4) يوضح مكان عمل المبحوثين



تشير النتائج التفصيلية لبيانات الجدول إلى الآتي:

جاء مكان (قناة تلفزيونية) في مقدمة الأماكن التي سبق للمبحوثين عينة الدراسة العمل بها قبل عملهم في القناة الإخبارية، وذلك بنسبة مئوية بلغت (41.7%)، وفي الترتيب الثاني جاء مكان (جريدة مطبوعة)، بنسبة بلغت (33.3%)، تلاه مكان (محطة راديو) في الترتيب الثالث والأخير بنسبة مئوية بلغت (25%)، حيث هذه النتائج أن تؤكد أن بعض من يعملون بالإذاعة والتلفزيون كانت لهم خبرات إعلامية بوسائل إعلامية أخرى.

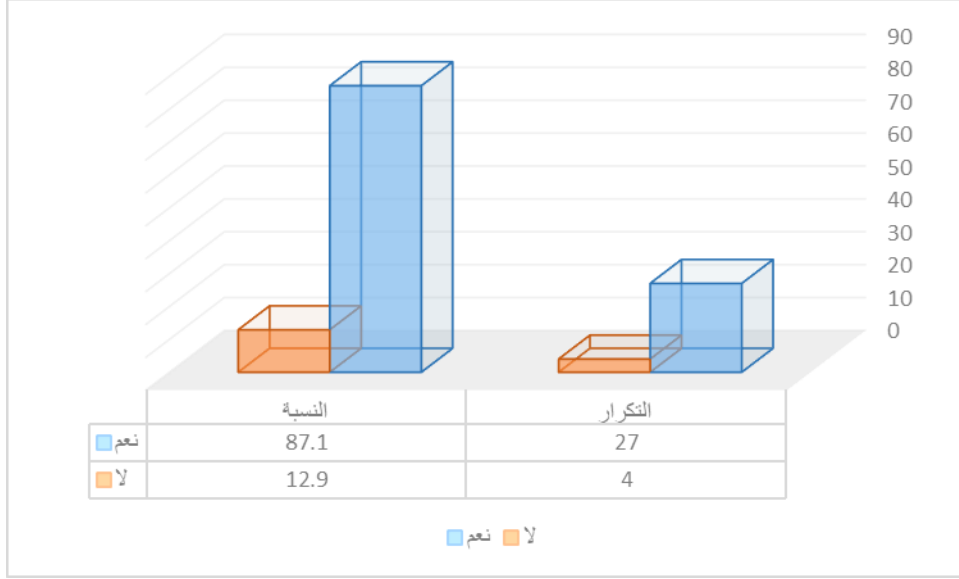
## 2- مدى الرضا الوظيفي للعينة في العمل بالقناة الإخبارية:

جدول رقم (5): مدى الرضا الوظيفي للعينة في العمل بالقناة الإخبارية

الإجمالي		العينة الرضا الوظيفي
%	ك	
87.1	27	نعم
12.9	4	لا
100	31	جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق أن نسبة (87.1%) من المبحوثين عينة الدراسة لديهم رضا وظيفي للعمل بالقناة الإخبارية، وذلك في الترتيب الأول من إجمالي عينة الدراسة، ثم جاءت نسبة (12.9%) في الترتيب الثاني ممن لديهم رضا وظيفي للعمل بالقناة الإخبارية، وتتفق هذه الدراسة مع ما توصل إليه مرعي مذكور في دراسته على القائم بالاتصال في الصحف المصرية أن الصحفيين راضون تمامًا عن مهنة الصحافة رغم المصاعب التي يمرون بها، وتزيد درجة الرضا عن المهنة بدرجة كبيرة مع زيادة سنوات الخبرة، و مع زيادة الدخل، ولا علاقة له باختلاف المؤهل الدراسي.

شكل (5) مدى الرضا الوظيفي للعينة في العمل بالقناة الإخبارية



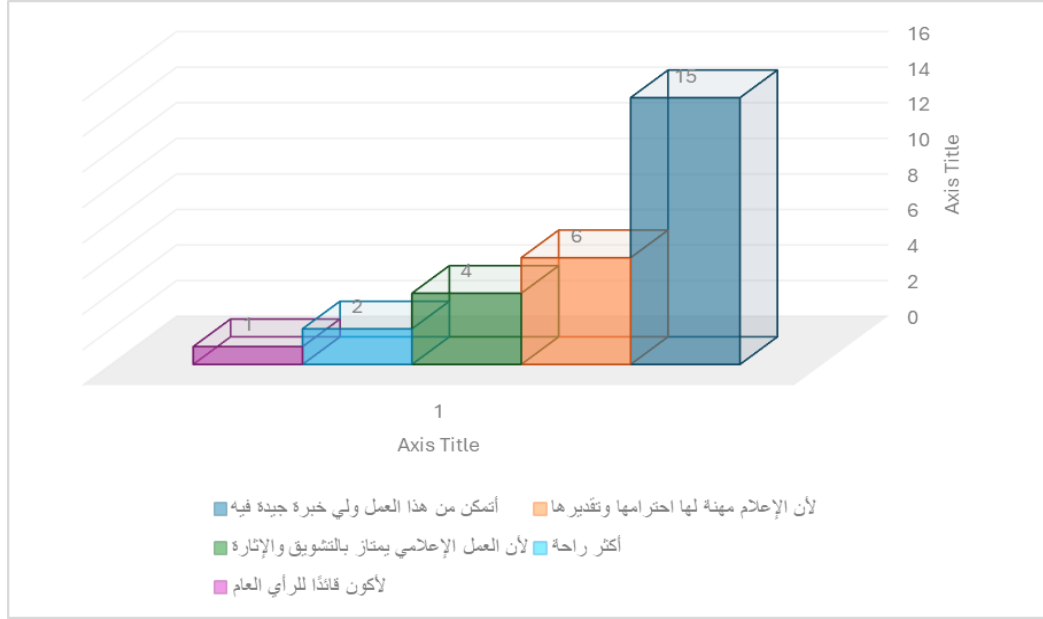
## 3- أسباب الرضا الوظيفي للمبحوثين في العمل بالقناة الإخبارية:

جدول رقم (6): أسباب الرضا الوظيفي للمبحوثين في العمل بالقناة الإخبارية

الإجمالي		العينة
ك	%	
15	53.6	أتمكن من هذا العمل ولي خبرة جيدة فيه
6	21.4	لأن الإعلام مهنة لها احترامها وتقديرها
4	14.3	لأن العمل الإعلامي يمتاز بالتشويق والإثارة
2	7.1	أكثر راحة
1	3.6	لأكون قائدًا للرأي العام
28	100	جملة من سئلوا

تشير النتائج التفصيلية لبيانات الجدول إلى الآتي: جاء سبب (أتمكن من هذا العمل ولي خبرة جيدة فيه) في مقدمة أسباب الرضا الوظيفي للمبحوثين في العمل في القناة الإخبارية، وذلك بنسبة مئوية بلغت (53.6%)، وفي الترتيب الثاني جاء سبب (لأن الإعلام مهنة لها احترامها وتقديرها) بنسبة (21.4%)، تلاها سبب (لأن العمل الإعلامي يمتاز بالتشويق والإثارة) في الترتيب الثالث بنسبة (14.3%)، وجاء في الترتيب الرابع (أكثر راحة) بنسبة (7.1%)، ثم سبب (لأكون قائدًا للرأي العام) في الترتيب الخامس والأخير، بنسبة (3.6%).

شكل (6) أسباب تفضيل المبحوثين للعمل في القنوات الإخبارية.



#### 4- أسباب رغبة المبحوثين في ترك العمل بالقنوات الإخبارية:

جدول رقم (7): أسباب رغبة المبحوثين في ترك العمل بالقنوات الإخبارية

الإجمالي		العينة الأسباب
%	ك	
67.7	21	قلة المردود المادي
19.4	6	لا أتلقى تشجيع معنوي
9.7	3	أرغب في العمل في مكان أفضل
3.2	1	لن يصنع لي اسماً إعلامياً
100	31	جملة من سئلوها

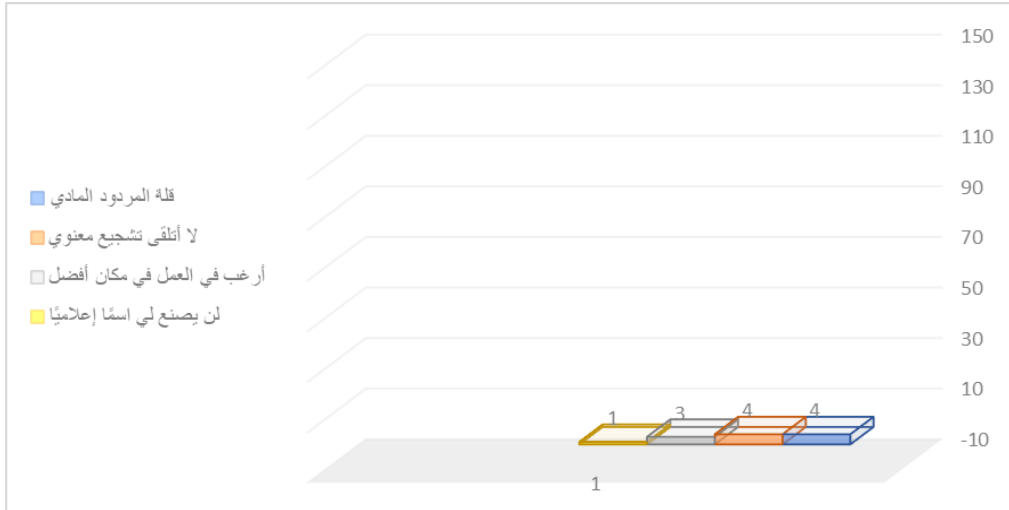
تشير النتائج التفصيلية لبيانات الجدول إلى الآتي:

يرى المبحوثين عينة الدراسة أن (قلة المردود المادي) يأتي في مقدمة أسباب رغبتهم في ترك العمل بالقنوات الإخبارية بنسبة مئوية بلغت (67.7%)، يليها (لا أتلقى تشجيعاً معنوياً) بنسبة (19.4%)، ثم جاء سبب (أرغب في العمل في مكان أفضل) بنسبة (9.7%)، وأخيراً (لن يصنع لي اسماً إعلامياً) في الترتيب الأخير بنسبة (3.2%).

في حين كشفت دراسة سلام عبده: العوامل المؤثرة على الممارسة المهنية للمحررين الدينيين إلى ارتفاع درجة الرضا الوظيفي لدى القائمين بالاتصال، عن أسباب عدم الرضا الوظيفي: عدم قدرة المبحوثين على التعبير عن آرائهم، وعدم

توفر الحافز المادي وعدم تمكنهم من إثبات ذاتهم ، ثم عدم الاهتمام من جانب القيادات الصحفية بالقسم الديني، يليه عدم وجود رؤية واضحة لعمل القسم الديني، وفي ترتيب متأخر جاء انخفاض التقدير الأدبي والمعنوي والشعور بأهمية الدور الذي يقوم به المبحوث وأن دوره هامشي، وعدم اقتناعه بالعمل في القسم الديني

شكل (7) أسباب رغبة المبحوثين في ترك العمل بالقنوات الإخبارية



5- رأي المبحوثين عينة الدراسة في المسمى الوظيفي الذي يفضلونه:

جدول رقم (8): رأي المبحوثين عينة الدراسة في المسمى الوظيفي الذي يفضلونه

الإجمالي		العينة المسمى الوظيفي
%	ك	
29	9	مذيع
22.6	7	مراسل
19.4	6	معد برامج
12.9	4	وظيفة أخرى
9.7	3	محرر
3.2	1	مخرج
3.2	1	مصور
100	31	جملة من سئلا

تشير النتائج التفصيلية لبيانات الجدول إلى الآتي:

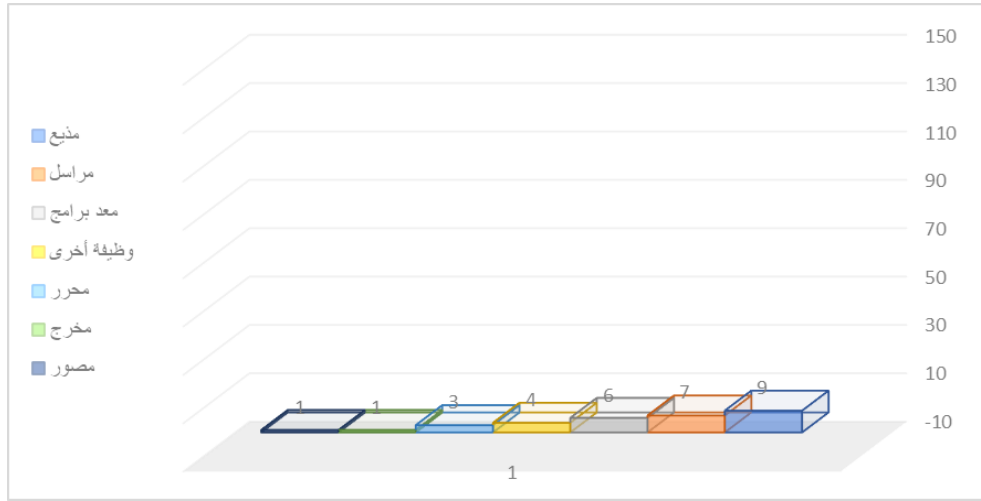
جاءت وظيفة (مذيع) في مقدمة تفضيلات المبحوثين عينة الدراسة بالنسبة للمسمى الوظيفي الذي يفضلونه، وذلك بنسبة مئوية بلغت (29%)، مما يؤكد أن مهنة مذيع تحظى باحترام المجتمع السعودي ، حيث إن ما يزيد على نصف العينة



يفضل أن يطلق عليه مذيع ، كمسمى وظيفي، وفي الترتيب الثاني جاءت وظيفة (مراسل) بنسبة (22.6%)، تلتها وظيفة (معد برامج) في الترتيب الثالث بنسبة (19.4%)، ثم (وظائف أخرى) في الترتيب الرابع بنسبة (12.9%)، وجاءت وظيفة (محرر) في الترتيب الخامس بنسبة (9.7%)، ثم وظيفتي (مخرج) و(مصور) في الترتيب السادس والأخير، بنسبة (3.2%) لكل منهما.

تتفق دراسة عادل عاشور المرغني (2013م) <sup>1</sup> حيث تفوق " المندوب والمراسل " على المصادر الأخرى، وأظهرت النتائج أيضا أن قناة العربية اعتمدت على القالب البرمجي الحوار بنسبة (100%)، أما الجزيرة فقد تفوق فيها قالب الندوة بنسبة (15%).

شكل (8) يوضح المسمى الوظيفي الذي يفضله أفراد عينة الدراسة.



## 6- أبرز التحديات التي تواجه المبحوثين عينة الدراسة في عملهم:

جدول رقم (9): أبرز التحديات التي تواجه المبحوثين عينة الدراسة في عملهم

الإجمالي		العينة أبرز التحديات
%	ك	
67.7	21	قلة المردود المادي
9.7	3	كثرة ساعات العمل
9.7	3	تعدد المهام الموكلة لي
9.7	3	أخرى
3.2	1	لا أجد التعاون من بيئة العمل
100	31	جملة من سئلوا

### تشير النتائج التفصيلية لبيانات الجدول إلى الآتي:

حدد المبحوثين (قلة المردود المادي) في صدارة التحديات التي تواجههم في عملهم، وذلك بنسبة مئوية بلغت (67.7%)، وفي الترتيب الثاني جاء كل من (كثرة ساعات العمل)، و(تعدد المهام الموكلة لي)، (تحديات أخرى)، وذلك بنسبة مئوية بلغت (9.7%) لكل منهم، وجاء تحدي (لا أجد التعاون من بيئة العمل) في الترتيب الثالث والأخير، بنسبة (3.2%)

وقد قسم بعض الباحثين الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال<sup>(1)</sup> وأفرد لكل منها مبحث خاص وهذا ما لا تتسع له هذه الورقة البحثية لذا فقد اقتصر الحديث عن الضغوطات والمعوقات التي يتعرض لها القائم بالاتصال بوجه عام، وهي عند عبد الله زلطة كالآتي:

أ. الضغوط السياسية والتي تتمثل في ثلاث مجالات:

1- الرقابة على الصحافة.

2- التشريعات والقوانين المقيدة للحريات

3- محاكمات واعتقالات وطرد الصحفيين.

ب. الضغوط المهنية التي يتعرض لها القائم بالاتصال:

1- أهمها الضغوط الإدارية

2- مصادر الأخبار.

ت. ضغوط المنافسة الإلكترونية

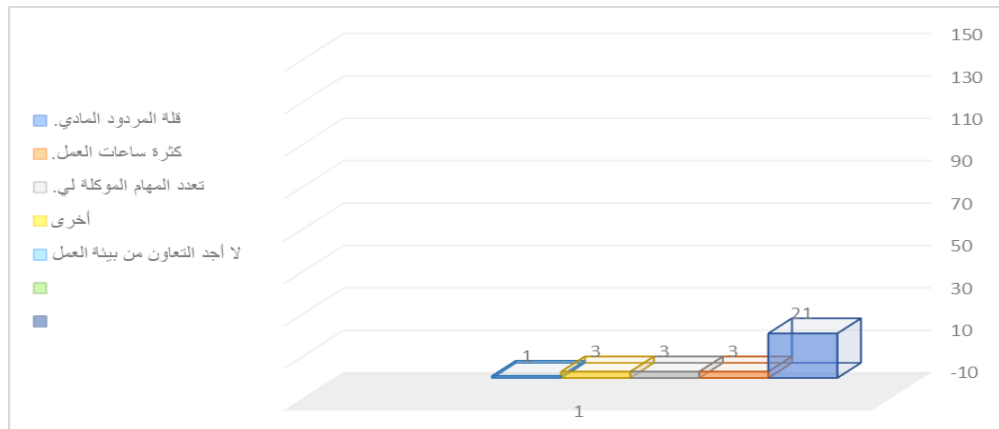
ث. الضغوط النفسية والعصبية التي يتعرض لها القائم بالاتصال.

ج. الضغوط الاجتماعية التي يتعرض لها القائم بالاتصال

ح. الضغوط الاقتصادية التي يتعرض لها القائم بالاتصال

خ. الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال من جانب جماعات التطرف.

### شكل (9) أبرز التحديات التي تواجه المبحوثين عينة الدراسة في عملهم



7- أهم مصادر المعلومات التي يستقي منها المبحوثين عينة الدراسة معلوماتهم:

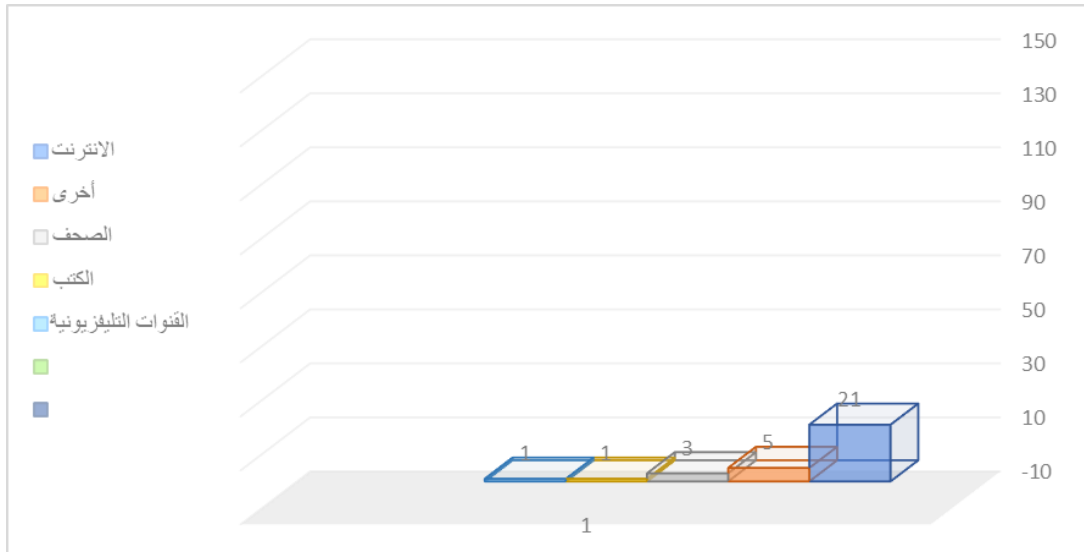
جدول رقم (10): أهم مصادر المعلومات التي يستقي منها المبحوثين عينة الدراسة معلوماتهم

الإجمالي		العينة مصادر المعلومات
%	ك	
67.7	21	الانترنت
16.1	5	أخرى
9.7	3	الصحف
3.2	1	الكتب
3.2	1	القنوات التلفزيونية
100	31	جملة من سئولا

تشير النتائج التفصيلية لبيانات الجدول إلى الآتي:

جاء مصدر (الانترنت) في مقدمة مصادر المعلومات التي يستقي منها المبحوثين عينة الدراسة معلوماتهم، وذلك بنسبة مئوية بلغت (67.7%)، وفي الترتيب الثاني جاءت (مصادر أخرى) بنسبة (16.1%)، تلتها مصدر (الصحف) بنسبة (9.7%) في الترتيب الثالث، وجاء كل من مصدري (الكتب) و(القنوات التلفزيونية) في الترتيب الرابع، بنسبة مئوية بلغت (3.2%) لكل منهما.

شكل (10) أهم مصادر المعلومات التي يستقي منها المبحوثين عينة الدراسة معلوماتهم



### 8- الوسائل التي يعتمد عليها المبحوثين عينة الدراسة في تقييم عملهم:

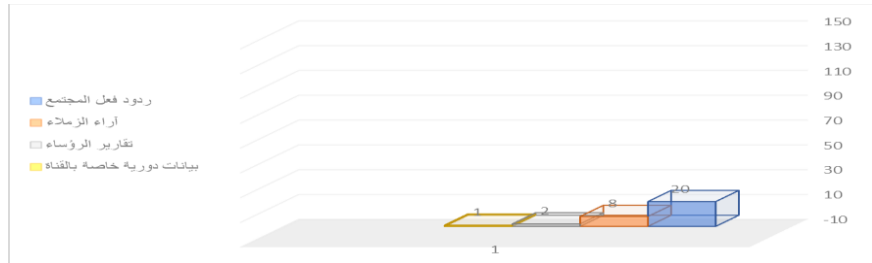
جدول (11): الوسائل التي يعتمد عليها المبحوثين عينة الدراسة في تقييم عملهم

الإجمالي		العينة الوسائل
%	ك	
64.5	20	ردود فعل المجتمع
25.8	8	آراء الزملاء
6.5	2	تقارير الرؤساء
3.2	1	بيانات دورية خاصة بالقناة
100	31	جملة من سئولا

تشير النتائج التفصيلية لبيانات الجدول إلى الآتي:

يعتمد المبحوثين عينة الدراسة على (ردود فعل المجتمع) في المقام الأول لتقييم عملهم، وذلك بنسبة مئوية بلغت (64.5%)، وفي الترتيب الثاني جاءت وسيلة (آراء الزملاء) بنسبة (25.8%)، ثم وسيلة (تقارير الرؤساء) في الترتيب الثالث بنسبة (6.5%)، وجاءت وسيلة (دورية خاصة بالقناة) في الترتيب الرابع والأخير بنسبة (3.2%)، مما يؤكد غياب الوسائل العلمية في معرفة رجع الصدى للأعمال التي تتم بإذاعة وتلفزيون السعودي، مما يؤثر على التواصل مع الجمهور المستهدف لتلبية حاجاته وتحقيق دوافعه من أجل الوصول إلى إشباعات تتناسب مع ثقافة وتقاليد المجتمع السعودي.

شكل (11) الوسائل التي يعتمد عليها المبحوثين عينة الدراسة في تقييم عملهم



### 7- وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة في المسؤول عن وضع السياسة الإعلامية للقنوات:

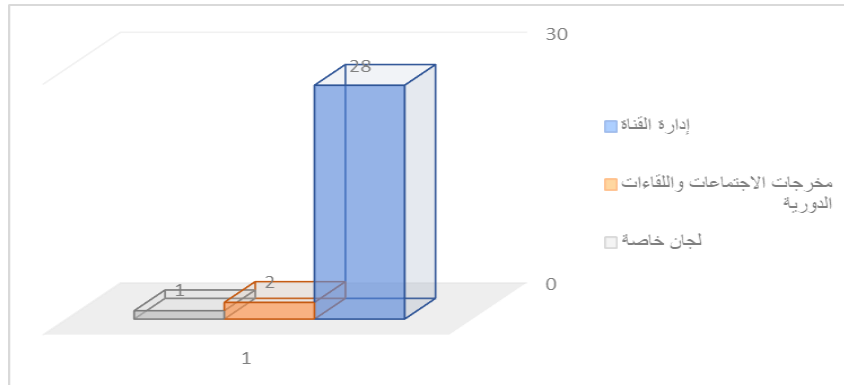
جدول رقم (12): وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة في المسؤول عن وضع السياسة الإعلامية للقنوات

الإجمالي		العينة المسؤول عن السياسة الإعلامية
%	ك	
90.3	28	إدارة القناة
6.5	2	مخرجات الاجتماعات واللقاءات الدورية
3.2	1	لجان خاصة
100	31	جملة من سئولا

### تشير النتائج التفصيلية لبيانات الجدول إلى الآتي:

يرى الباحثون عينة الدراسة أن (إدارة القناة) هي المسؤول الأول عن وضع السياسة الإعلامية للقناة، وذلك بنسبة مئوية بلغت (90.3%)، وفي الترتيب الثاني جاءت (مخرجات الاجتماعات واللقاءات الدورية) بنسبة مئوية بلغت (6.5%)، ثم (اللجان الخاصة) في الترتيب الثالث والأخير بنسبة (3.2%)، تختلف هذه الدراسة مع نتائج دراسة محمد بن سليمان الصبيحي: عن العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال والجمهور (2) يرى الباحث أن العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال في وسائل الإعلام السعودية المحلية والجمهور السعودي ضعيفة، وغير متوافقة، وأن القائم بالاتصال قد لا يسعى لدعم تصوراته عن الجمهور واحتياجاتهم بصورة موضوعية تفيد من القنوات الاتصالية المتاحة بصورة فعالة؛ مما جعله يعتمد في تحديد الوظائف الإعلامية على مصادر ذات مصالح قد تتعارض واحتياجات الجمهور، أو تفنق الموضوعية والواقعية في تفسير احتياجاتهم، وذلك لاعتماده كما دلت على ذلك عدد من الدراسات السابقة، على معلومات افتراضية في أكثر الأحوال عن جمهوره، إضافة إلى أن الوسيلة الإعلامية ذاتها التي يعمل بها قد تفرض عليه سياستها الإعلامية ووظائف إعلامية لا تأخذ بعين الاعتبار مصالح الجمهور، وهذا يعني خللاً وظيفياً في الأداء الإعلامي بين أهم عنصرين في العملية الاتصالية.

### شكل (12) المسؤول عن وضع السياسة الإعلامية للقنوات



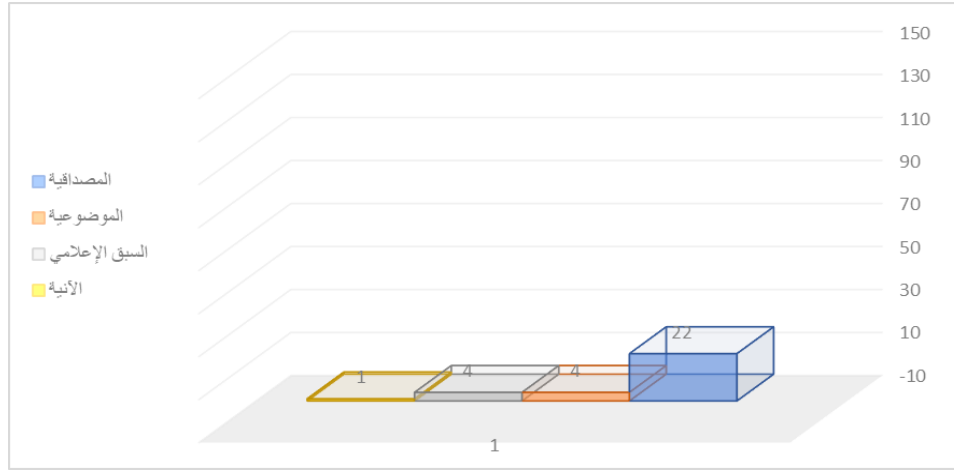
8- وجهة نظر الباحثين عينة الدراسة في القيم الإخبارية الواجب توافرها في الأخبار التي تذاع عبر القنوات:  
جدول (13): وجهة نظر الباحثين عينة الدراسة في القيم الإخبارية الواجب توافرها في الأخبار التي تذاع عبر القنوات

القيمة الإخبارية	العينة	
	ك	الإجمالي
القيم الإخبارية المصدقية	22	71%
الموضوعية	4	12.9%
السبق الإعلامي	4	12.9%
الآنية	1	3.2%
جملة من سئوا	31	100%

تشير النتائج التفصيلية لبيانات الجدول إلى الآتي:

جاءت قيمة (المصادقية) في صدارة القيم الإخبارية الواجب توافرها في الأخبار التي تذاغ عبر القنوات، وذلك بنسبة مئوية بلغت (71%)، وتقاسمت قيمتي (الموضوعية)، و(السبق الإعلامي) الترتيب الثاني، وذلك بنسبة مئوية بلغت (12.9%) لكل منهما، ثم جاءت قيمة (الأنية) في الترتيب الثالث بنسبة (3.2%).

شكل (13) القيم الإخبارية الواجب توافرها في الأخبار التي تذاغ عبر القنوات



9- تأثير الالتزام بالقيم الإخبارية على المحتوى الإخباري من وجهة نظر المبحوثين:

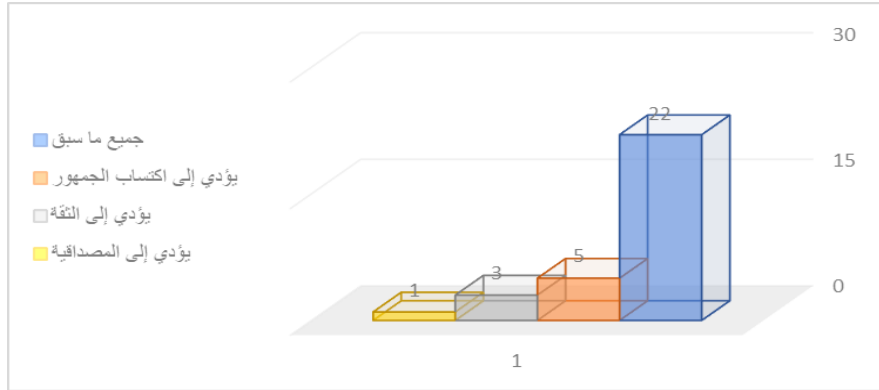
جدول رقم (14): تأثير الالتزام بالقيم الإخبارية على المحتوى الإخباري من وجهة نظر المبحوثين

الإجمالي		العينة
%	ك	
71	22	تأثير الالتزام
16.1	5	جميع ما سبق
9.7	3	يؤدي إلى اكتساب الجمهور
3.2	1	يؤدي إلى الثقة
100	31	يؤدي إلى المصادقية
		جملة من سئلا

تشير النتائج التفصيلية لبيانات الجدول إلى الآتي:

يرى المبحوثين عينة الدراسة أن تأثير الالتزام بالقيم الإخبارية على المحتوى الإخباري (يؤدي إلى اكتساب الجمهور - يؤدي إلى الثقة - يؤدي إلى المصادقية)، وذلك في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (71%)، وفي الترتيب الثاني جاء تأثير (يؤدي إلى اكتساب الجمهور) بنسبة مئوية بلغت (16.1%)، ثم تأثير (يؤدي إلى الثقة) في الترتيب الثالث بنسبة (9.7%)، وأخيراً تأثير (يؤدي إلى المصادقية) في الترتيب الرابع بنسبة (3.2%)

شكل (14) تأثير الالتزام بالقيم الإخبارية على المحتوى الإخباري من وجهة نظر المبحوثين



#### نتائج فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الرضا الوظيفي والقيم الإخبارية لدى القائم بالاتصال.

جدول (15) توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الرضا الوظيفي والقيم الإخبارية لدى القائم بالاتصال.

معامل بيرسون	مستوى معنوية	مستوى دلالة	حجم العينة	اتخاذ القرار دال إحصائياً
-0.122	0.512	0.05	31	دالة إحصائياً

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية سالبة ودالة إحصائياً بين درجة الرضا الوظيفي والقيم الإخبارية لدى القائم بالاتصال، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (-0,122) عند مستوى دلالة (0.512) أكثر من (0.05) مما يدل على وجود علاقة عكسية بين درجة الرضا الوظيفي والقيم الإخبارية لدى القائم بالاتصال.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين نوع الوظيفة المفضلة وبين أسباب تفضيل العمل في قناة الإخبارية.

جدول (16) توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين نوع الوظيفة المفضلة وبين أسباب تفضيل العمل في قناة

#### الإخبارية

معامل بيرسون	مستوى معنوية	مستوى دلالة	حجم العينة	اتخاذ القرار دال إحصائياً
0.919	0.000	0.05	28	دالة إحصائياً

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين نوع الوظيفة المفضلة وبين أسباب تفضيل العمل في قناة الإخبارية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.919) عند مستوى دلالة (0.000) أقل من (0.05) مما يدل على وجود علاقة طردية بين نوع الوظيفة المفضلة وبين أسباب تفضيل العمل في قناة الإخبارية.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباط بين التحديات التي تواجه القائم بالاتصال في عمله وبين أسباب تفضيله ترك العمل في قناة الإخبارية

جدول (17) توجد علاقة ارتباط بين التحديات التي تواجه القائم بالاتصال في عمله وبين أسباب تفضيله ترك العمل في قناة الإخبارية

معامل بيرسون	مستوى معنوية	مستوى دلالة	حجم العينة	اتخاذ القرار دال إحصائياً
0.126	0.499	0.05	31	دالة إحصائياً

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين التحديات التي تواجه القائم بالاتصال في عمله وبين أسباب تفضيله ترك العمل في قناة الإخبارية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.126) عند مستوى دالة (0.499) أكبر من (0.05) مما يدل على وجود علاقة طردية بين التحديات التي تواجه القائم بالاتصال في عمله وبين أسباب تفضيله ترك العمل في قناة الإخبارية، أي كلما زادت التحديات التي تواجه القائم بالاتصال في القناة الإخبارية ازدادت أسباب تركه للعمل بالقناة.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الالتزام بالقيم الإخبارية وبين المصادر التي يستقي منها القائم بالاتصال معلوماته.

الجدول (18) توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الالتزام بالقيم الإخبارية وبين المصادر التي يستقي منها القائم بالاتصال معلوماته

معامل بيرسون	مستوى معنوية	مستوى دلالة	حجم العينة	اتخاذ القرار دال إحصائياً
0.775	0.000	0.05	31	دالة إحصائياً

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين الالتزام بالقيم الإخبارية وبين المصادر التي يستقي منها القائم بالاتصال معلوماته، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.775) عند مستوى دالة (0.000) أقل من (0.05) مما يدل على وجود علاقة طردية بين الالتزام بالقيم الإخبارية وبين المصادر التي يستقي منها القائم بالاتصال معلوماته، أي كلما زادت المصادر التي يستقي منها القائم بالاتصال معلوماته ازدادت القيم الإخبارية لدى القائم بالاتصال.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الرضا الوظيفي، وطبيعة المشكلات التي يواجهها القائم بالاتصال.

جدول (19) توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الرضا الوظيفي، وطبيعة المشكلات التي يواجهها القائم بالاتصال.

معامل بيرسون	مستوى معنوية	مستوى دلالة	حجم العينة	اتخاذ القرار دال إحصائياً
-0.178	0.338	0.05	31	دالة إحصائياً



يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية سالبة ودالة إحصائية بين الرضا الوظيفي، وطبيعة المشكلات التي يواجهها القائم بالاتصال، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (-0.178) عند مستوى معنوية (0.338) أكبر من (0.05) مما يدل على وجود علاقة عكسية بين الرضا الوظيفي، وطبيعة المشكلات التي يواجهها القائم بالاتصال، أي كلما زادت المشكلات التي يواجهها القائم بالاتصال قل الرضاء الوظيفي لدى القائم بالاتصال في القناة الإخبارية.

#### النتائج العامة والتوصيات:

##### أولاً: النتائج العامة

##### أولاً: النتائج المتعلقة بوصف أفراد عينة الدراسة:

- غالبية أفراد عينة الدراسة من الذكور بنسبة (61.3%) بينما جاءت الإناث بنسبة (38.7%).
- جاءت أغلبية أفراد العينة ممن لديهم خبرة في العمل داخل القناة (من سنة - 5 سنوات) بنسبة (54.8%)، يليها (من 5 - 15 سنة) بنسبة (19.4%) وأخيراً (من 15-18 سنة) بنسبة (6.4%)
- جاء المبحوثين الذين "يعملون في القنوات الإخبارية من قبل" مقدمة المبحوثين عينة الدراسة، وذلك بنسبة مئوية بلغت (77.4%) بواقع (24) مبحوثاً
- جاء مكان (قناة تلفزيونية) في مقدمة الأماكن التي سبق للمبحوثين عينة الدراسة العمل بها قبل عملهم في القناة الإخبارية، وذلك بنسبة مئوية بلغت (41.7%)
- جاءت نسبة (87.1%) من المبحوثين عينة الدراسة لديهم رضا وظيفي للعمل بالقناة الإخبارية.
- جاء سبب (أتمكن من هذا العمل ولي خبرة جيدة فيه) في مقدمة أسباب الرضا الوظيفي للمبحوثين في العمل في القناة الإخبارية، وذلك بنسبة مئوية بلغت (53.6%)
- يأتي (قلة المردود المادي) في مقدمة أسباب رغبتهم في ترك العمل بالقنوات الإخبارية بنسبة مئوية بلغت (67.7%)
- جاءت وظيفة (مذيع) في مقدمة تفضيلات المبحوثين عينة الدراسة بالنسبة للمسمى الوظيفي الذي يفضلونه، وذلك بنسبة مئوية بلغت (29%)
- جاء (قلة المردود المادي) في صدارة التحديات التي تواجههم في عملهم، وذلك بنسبة مئوية بلغت (67.7%)
- جاء مصدر (الانترنت) في مقدمة مصادر المعلومات التي يستقي منها المبحوثين عينة الدراسة معلوماتهم، وذلك بنسبة مئوية بلغت (67.7%)
- جاءت (ردود فعل المجتمع) في المقام الأول لتقييم عملهم، وذلك بنسبة مئوية بلغت (64.5%)
- إدارة القناة) هي المسؤول الأول عن وضع السياسية الإعلامية للقناة، وذلك بنسبة مئوية بلغت (90.3%)
- جاءت قيمة (المصادقية) في صدارة القيم الإخبارية الواجب توافرها في الأخبار التي تذاغ عبر القنوات، وذلك بنسبة مئوية بلغت (71%)
- جاء تأثير القيم الإخبارية على المحتوى الإخباري (يؤدي إلى اكتساب الجمهور - يؤدي إلى الثقة - يؤدي إلى المصادقية) في الترتيب الأول بنسبة بلغت (71%).

### نتائج فروض الدراسة:

- وجود علاقة إحصائية عكسية بين درجة الرضا الوظيفي والقيم الإخبارية لدى القائم بالاتصال.
- وجود علاقة إحصائية طردية بين نوع الوظيفة المفضلة وبين أسباب تفضيل العمل في قناة الإخبارية.
- وجود علاقة إحصائية طردية بين التحديات التي تواجه القائم بالاتصال في عمله وبين أسباب تفضيله ترك العمل في قناة الإخبارية
- وجود علاقة إحصائية طردية بين الالتزام بالقيم الإخبارية وبين المصادر التي يستقي منها القائم بالاتصال معلوماته
- وجود علاقة ارتباطية عكسية بين الرضا الوظيفي، وطبيعة المشكلات التي يواجهها القائم بالاتصال

### ثانياً: المقترحات

1. ضرورة الاهتمام بعمل اختبارات قبلية للمشتغلين في المجال الإعلامي سواء في القنوات الإخبارية أو القنوات التلفزيونية بشكل عام لأهمية التخصص في طبيعة العمل الاعلامي.
2. إعادة النظر في العوائد المالية والأجور في ظل عدم رضا العديد من العاملين في المجال الإخباري التلفزيوني.
3. عقد دورات تدريبية للعاملين في المجال الاخباري لمعرفة ضرورة تحري معايير المصادقية والدقة في تحرير وعرض المعلومات.
4. إجراء دراسة مسحية تستهدف معرفة وتقييم الأداء المهني القائمين بالاتصال في القناة الإخبارية السعودية والعوامل المؤثرة على ذلك الأداء ومدى رضاهم الوظيفي.
5. إنشاء وتفعيل إدارات التدريب في القناة الإخبارية السعودية بغرض تنشيط معارف ومهارات القائمين بالاتصال في القناة.
6. العمل على زيادة عدد المراسلين الإخباريين وإنشاء مكاتب للقنوات الإخبارية السعودية بشكل يساهم في تقليل الاعتماد على مصادر محددة.
7. عدم التفرط بالمعايير المهنية في العمل الإعلامي وخصوصاً ما يتعلق بالعلاقة مع المصادر الإعلامية لتحسين ثقة الجمهور في القنوات الإخبارية السعودية وكسب فئات من الجمهور العربي.
8. ضرورة توافر الرؤية الواضحة والشاملة لدى القائمين على القنوات الإخبارية السعودية بما يساهم في تحقيق الأدوار الوظيفية لوسائل الإعلام في خدمة المجتمع واستقراره.

## المصادر والمراجع

### References

- أدهم محمود، فن الخير، مصادره، عناصره مجالات الحصول عليه، تطبيقاته العلمية، القاهرة، 1980م، ص 542  
إسماعيل، محمود حسن وآخرون. (2017). دور القائم بالاتصال في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل الاتجاهات السياسية للمراهقين، مجلة دراسات الطفولة، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، المجلد 20، العدد 75.
- إكرام بشاي، فلورا. (2020). علاقة القيم الإخبارية المتضمنة في صفحة قناة فرانس عن مصر على موقع الفيس بوك بتفاعلية المستخدمين، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مركز بحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مجلد 19، عدد 3، ص 327-376
- ابن رشد، محمد بن أحمد. (2004). *فصل المقال فيما بين الحكمة والشريعة من الاتصال*. بيروت: دار المعرفة.
- بشير، بهاء الدين. (2021). عوامل تشكيل القيم الإخبارية للقنوات الفضائية العربية في عصر الإعلام الرقمي.. قناة الإمارات الفضائية أنموذجاً، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المجلد 17، العدد 17.
- الجمل، محمود مصطفى محمود. (2014). العوامل المؤثرة على ترتيب أولويات قضايا القائم بالاتصال في البرامج الحوارية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحوها، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية النوعية بالمنصورة قسم الإعلام التربوي، جامعة المنصورة.
- جواد عبد الجبار، عمر. (2011). القيم الإخبارية في أخبار فضائية الشرقية العراقية: دراسة تحليلية لنشرة حصاد الأخبار للمدة من 1 كانون الأول/ ديسمبر 2010-28 كانون الثاني/ يناير (2011)، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، رسالة ماجستير منشورة، متاح على <http://search.mandumah.com/record/725573> يوم 27 مارس 2020
- حامد، محمد. (2003). *نظرية حارس البوابة الإعلامية*. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
- حسن مكاي وليلى حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، ط4، الدار المصرية اللبنانية، 2004م، ص 57  
حسين مأمون، منة الله. (2017). تغطية القنوات الفضائية الموجهة بالعربية للقضايا الداخلية والخارجية المصرية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- خورشيد، كامل. (2012). القيم الإخبارية في صحيفة الغد الأردنية خلال الفترة من 2009-2010: دراسة تحليلية في الصفحة الأولى من الصحيفة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، رسالة ماجستير منشورة، متاح على <http://search.mandumah.com/record/725579> يوم 27 مارس 2020
- الرفاعي، أسامة. (2002). البرامج السياسية في قناة الجزيرة الفضائية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة المستنصرية، بغداد.
- ستيفن ايزلاير وآخرون: لعبة وسائط الإعلام، مركز جوهره التجاري، عمان، 1999م، ص 101  
سعيد، وداد وعياش، يحيى. (2020). توظيف القنوات العربية لأدوات الإعلام الرقمي في خدمة الرسالة الإخبارية: دراسة وصفية بالتطبيق على عينة من جمهور قناتي الجزيرة والعربية، مجلة دراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية، مركز البحث وتطوير الموارد البشرية- رماح، مجلد 3، عدد 3، الأردن.
- سلامة، أحمد عبد العزيز الغفار، عبد السلام، علم النفس الاجتماعي، دار النهضة العربية، القاهرة، 1980م، ص 65-67  
شاهين، هبة. (2007). الآخر الإخبارية لقضايا الشرق الأوسط في شبكة CNN الإخبارية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ٢٧٤ يوليو - سبتمبر، ص ١٨٩-٢٧٢
- شلبي، كرم، معجم المصطلحات الإعلامية، دار الشروق، جدة، 1989، ص 399\_400  
صبرة، محمد. (2008). الصحافة والإعلام. القاهرة: دار المعرفة الجامعية.
- صلاح، يوسف محمد. (2018). العوامل المؤثرة في بناء أجندة القائمين بالاتصال في قناة اكستر نيوز الإخبارية المصرية مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، المجلد التاسع والاربعون، الجزء الأول
- طارق، صابر. (2006)، التغطية الإخبارية في القنوات الإخبارية الفضائية مقارنة بين القنوات الإخبارية العربية والأجنبية رسالة ماجستير غير منشورة، الرياض، قسم الإعلام. جامعة الملك سعود.
- عبد الراضي، علا. (2020). العوامل المؤثرة في الأداء المهني للقائم بالاتصال بوسائل الإعلام الإقليمية في ظل الثورة التكنولوجية، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، كلية الإعلام، جامعة بني سويف، المجلد الأول، العدد الأول.
- عبد الرحمن، غادة أحمد. (2020). استراتيجيات تعامل القائم بالاتصال بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة في التصدي الشائعات، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، كلية الاعلام، جامعة القاهرة العدد العشرون.
- العبد الله، مي. (2006)، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت.
- عثمان، صفا. (2007). معالجة القنوات الإخبارية العربية المتخصصة للأحداث السياسية الجارية واتجاهات النخبة المصرية نحوها، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- على أحمد، عماد الدين. (2014). تطور دراسات القيم الإخبارية في المدرستين الأكاديميتين الغربية والعربية في الفترة من 1992 حتى عام 2012، والعوامل المؤثرة فيها، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ع 46، ص ص 195-129
- علي، فودة محمد. (2013). العوامل المؤثرة على أداء القائم بالاتصال في راديو وتلفزيون مملكة البحرين دراسة ميدانية. بحث مقدم للمؤتمر الأول لكلية الإعلام - جامعة الأزهر تحت عنوان " المهنية الإعلامية والتحول الديمقراطي " في الفترة من ١٤ إلى ١٧ أبريل ٢٠١٣.
- عمران، عبد الله. (2021). أيدلوجيا الإنتاج الإخباري في ظل التنافسية الرقمية: دراسة مسحية القائم بالاتصال في القنوات الإخبارية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد التاسع والخمسون، المجلد الأول.
- العواك، حنان. (2016). معالجة القنوات الإخبارية العربية للحرب والصراع في سوريا وعلاقتها بالقلق والخوف لدى عينة من المراهقين، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال).
- العباسي، نصر الدين مبادئ أساسية في كتابة الخبر الصحفي، المؤسسة الجزائرية للطباعة، الجزائر، 1994، ص 27
- العيساوي، نجم (2019) العوامل المؤثرة في القائم بالاتصال مقال منشور على المدونة: <https://najmaleessawi.blogspot.com/>
- غالي، نها. (2021). توظيف التكنولوجيا الرقمية في الممارسة المهنية بوسائل الإعلام الإقليمية واتجاهات القائم بالاتصال نحوها دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، المجلد التاسع والخمسين العدد الرابع.
- غزوان جبار، حسين. (2022). اعتماد الجمهور على القنوات الفضائية في تلقي الأخبار بشأن وباء كورونا: دراسة ميدانية على عينة من جمهور العاصمة بغداد، مجلة الآداب، جامعة بغداد، كلية الآداب، آذار، ص 405-426.
- فتحي أحمد & رشيد حسين. (2021). أبعاد السياسة الإعلامية في القنوات الفضائية الموجهة من وجهة نظر القائم بالاتصال، مجلة الباحث الإعلامي، العدد الواحد والخمسين.
- الكناني، محسن. (2019). تزييف المضامين الإعلامية في القنوات الفضائية التليفزيونية: دراسة ميدانية في دوافع وأسباب القائم بالاتصال، مجلة آداب المستنصرية، العدد السابع والثمانين.
- كرم جان جبران الإعلام العربي إلى القرن الواحد والعشرين دار الجليل، بيروت، 1999، ص 70
- محمد البناء، دعاء. (2015). معالجة أخبار وقضايا إسرائيل في القنوات الفضائية الإخبارية واتجاهات النخبة نحوها، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- المرغني، عادل. (2013). العلاقة بين التعرض للمضامين الإخبارية في القنوات الفضائية العربية والمشاركة السياسية لدى المواطن الليبي، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- ملياني، وريده. (2007). القيم الإخبارية في الصحافة العربية. مركز دراسات الوحدة العربية.
- مصالحه، محمد. (2008). القيم الإخبارية في الصحافة العربية. دار المعرفة الجامعية.
- مصالحة محمد حمدان: صناعة الأخبار في وسائل الإعلام، مجلة التوثيق الإعلامي العدد الثاني، بغداد، 1989م، ص 76
- منصور، أمين. (2020). أنواع ومصادر الضغوط في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية على مهدي القائم بالاتصال دراسة ميدانية المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم المجلد الثامن، العدد الأول.
- الناغي ولاء & مصطفى هبة. (2020). العوامل المؤثرة على إدراك القائم بالاتصال لأدواره الإعلامية وعلاقتها بالسلطة المحلية دراسة مسحية للقائم بالاتصال في الإعلام التقليدي والجديد في محافظة بور سعيد مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد السابع والعشرون.
- نصر، حسني، عبد الرحمن، سناء، التحرير الصحفي في عصر المعلومات الخبر الصحفي، الطبعة الثانية، دار الكتاب الجامعي، العين 2004، ص 75
- وسام كمال محمود الحنبلي: العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في المواقع المصرية، رسالة الماجستير، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام) 2011.
- Annicken Sorum Michaelsen (2014) "Live, immediate and informative? A comparative longitudinal quantitative study of live news in the fixed time television news bulletins in Norway and the USA" Unpublished Ph.D. thesis in political science, Norwegian University of Science and Technology, Norway.
- Ante, Koek,** (2016) Framing and News Values in domestic and foreign Crime News" Unpublished Ph.D. thesis in Journalism, University of Nijmegen, Netherlands.
- Barzilai-Nahon, K. (2009). Gatekeeping: A critical review. *Annual review of information science and technology*, 43(1), 1-79.
- Chin-Fook, L., & Simmonds, H. (2011). Redefining gatekeeping theory for a digital generation. *The McMaster Journal of Communication*, 8.

- Clark, S. M., & Corcoran, M. (2014). Perspectives on the professional socialization of women faculty: A case of accumulative disadvantage?. In *The Academic Profession* (pp. 282-305). Routledge.
- Claire Konkes, Libby Lester** (2015) "Justice, politics and the social usefulness of news" *Crim, Media, Culture*, August 30, vol. 12, 1: pp. 17-35.
- Elizabeth Burrows** (2018) "Indigenous Media Producers' Perspectives on objectivity, balancing Community Responsibilities and Journalistic Obligations" *Media, Culture & Society*, Vol.2, No.2. pp 26-36.
- Franziska Badenschier, Holger Worme** (2016) " Issue Selection in Science Journalism: Towards a Special Theory of News Values for Science News?" *Sociology of the Sciences Yearbook* book series (SOSC, Volume 28), *The Sciences' Media Connection-Public Communication and its Repercussions* pp 59-85
- Harcup, Tony and O'Neill, Deirdre** (2017) *What is News? News values revisited (again)* School of Music, Humanities and Media, *Journalism Studies*, Vol.18, issue. 12, ISSN 1461-670X..
- Liam Kneafsey** (2018) "Media Ownership, Differential Coverage, and Effects on Public Attitudes: The Case of News Coverage of Labour Unions" Unpublished Ph.D. thesis, Department of Political Science, Trinity College Candidate, University of Dublin, Ireland.
- Mendonka, Jorge (2008). *News Values In News Websites*. *Brazilian Journal Research*. Vol. 4, No1, Semestert-2008
- McCoy, M., & Hargie, O. (2003). Implications of mass communication theory for asymmetric public relations evaluation. *Journal of Communication Management*, 7(4), 304-316.
- Minabere Ibelemal (2014) "Tribal Fixation" and Africa's Otherness Changes and Resilience in News Coverage" *Journalism & Communication Monographs*, vol. 16, 3: pp. 162-217, June 5, 2014.
- Putnam, L. L., Phillips, N., & Chapman, P. (1999). Metaphors of communication and organization. *Managing organizations: Current issues*, 125-158.
- Philip Birch, Rebecca Ozanne, Jane Ireland**, (2017) "Examining the portrayal of homophobic and non-homophobic aggression in print media through an integrated grounded behavioural linguistic inquiry (IGBLI) approach". *Journal of Forensic Practice*, Vol. 19 Issue: 3, pp.239-244.
- Sonia Aguiar** (2017) " Regional Media Groups in Brazil: Forms of Organizations in Geographic Scales, in Laura Robinson, Jeremy Schulz, Apryl Williams "Studies in Media and Communications, Volume 13, Emerald Publishing Limited, pp.75 - 98.
- Volker Gehrau** (2017) "News Values: Audience Effects "The International Encyclopedia of Media Effects "First published: 08 March 2017.
-