

مصادقية القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية من وجهة نظر الإعلاميين العراقيين / دراسة مسحية

وهو بحث مستقل من رسالة ماجستير

أ. م. د. حسين رشيد العزاوي

احمد اياد عباس

كلية الاعلام - جامعة بغداد

مستخلص البحث

يهدف بحثنا هذا الى التعرف على مدى التزام القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية بمجموعة المعايير المهمة التي تعكس مستوى مصداقيتها في التعامل مع المادة الإعلامية، ونظر لإيلاء هذه القنوات أهمية خاصة للأحداث التي تقع في العراق، فضلاً عن المنطقة العربية والعالم، تقرر اختيارها واخضاعها للدراسة بمشكلة بحثية تمثلت بالسؤال عن مستوى مصداقيتها لدى الإعلاميين العراقيين، إذ يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التفسيرية، التي استخدمت المنهج المسحي على عينة قصدية بلغ قوامها ٢٤٥ مفردة، فيما تم استخدام استمارة الاستبيان أداة لجمع البيانات، حيث تم اخضاع سبع قنوات موجهة باللغة العربية للدراسة، واختيرت منها ثلاث قنوات بعدها الأكثر مشاهدة، والتي تمثلت بروسيا اليوم والحررة عراق والـ **bbc** عربية، لتحقيق أهداف البحث في التعرف على ترتيب القنوات الموجهة باللغة العربية من حيث حجم المشاهدة، والتحقق من الفرض القاضي بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين القنوات الموجهة باللغة العربية من حيث مستوى مصداقيتها، وتوصل البحث الى تصدر قناة روسيا اليوم قائمة القنوات الموجهة بالمرتبة الأولى من حيث حجم المشاهدة ومن ثم قناة **BBC** عربية، وبعد ذلك جاءت قناة الحررة عراق، أما من حيث مستوى المصادقية فقد جاءت القنوات الموجهة بمستويات متقاربة، إذ أظهرت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائية.

الكلمات المفتاحية: مصادقية، قنوات، فضائية، اخبارية، اعلاميين، عراقيين، موجهة، ثقة، جمهور، وسيلة، اعلامية.

The credibility of satellite news channels directed in Arabic from the perspective of Iraqi media, Survey Study

Asst.Prof.Dr. Hussein Rashid yaseen Al Azawi

Ahmed Ayad Abbas Al Obedi

Abstract

This research aims at identifying the commitment of satellite news channels in Arabic to the set of important standards that reflect their credibility in dealing with the media material, and considering that these channels give special importance to events in Iraq, as well as the Arab region and the world, decide to choose them and study them with a problem The research was a question about the level of credibility of Iraqi media. This research is descriptive descriptive research, which used the survey method on an objective sample of 245 items, while the questionnaire was used as a data collection tool. Seven channels were selected in Arabic for the study. The three most watched channels were chosen. These channels included the channels of Russia today and the Alhurra Iraq and the bbc Arabic to achieve the objectives of the research to identify the order of the channels directed in Arabic in terms of the size of the viewership and verify the hypothesis that there are differences A statistical indication between channels channeled in Arabic in terms of level of credibility, and reached the search to the channel of Russia today, the list of channels ranked first in terms of the size of viewership and then the BBC Arabic channel, and then came Alhurra Iraq channel, Oriented close levels, as the results showed no statistically significant differences. key words: Credibility, channels, satellite, news, media, Iraqis, targeted, trust, public, media, media.

المقدمة

تعد القنوات الفضائية وسيلة إعلامية بارزة ونافذة مهمة للجمهور في الاطلاع على ما يدور في العالم من أحداث، وازدادت أهمية الفضائيات بعد التطور التكنولوجي الذي وسع من إمكاناتها في ملاحقة الحدث أينما وجد وتحت أي ظرف، ما جعلها تشكل مصدر اهتمام لشرائح الجمهور كافة، ولم يقف التطور عند هذا الحد بل تم استثماره في مجالات عدة منها إيجابية وأخرى سلبية، شملت عناصر الجذب والإبراز وتقديم الحدث بأبهى صورة وأخرى طوعت لخداع المشاهد وتضليله، الأمر الذي وضعها في موقف المؤيد والمعارض من قضايا العالم، لا سيما الإخبارية منها، لما لها من دور في رصد تطورات الأحداث على المستوى المحلي والإقليمي والدولي ويتعدى هذا الدور الى

صناعة الحدث الذي تستهدف من خلاله توجيه الرأي العام بما يتناسب مع توجه القناة الإخبارية، ومع هذا التطور، وجد الجمهور نفسه أمام حزمة من القنوات الإخبارية، وفي ظل هذا التعدد بدأ الجمهور في البحث عن المصدر الذي يعتقد بأنه ينقل صورة مطابقة للواقع ويعدّه ذا مصداقية ومحل ثقة، والمصداقية هنا هي ليست قيمة إخبارية او صفة تلتصق بالمصدر بل تمثل مدى ميل المُخاطب (المشاهد) لقبول المعلومة الواردة على أنها دقيقة، عن طريق رؤيته لمدى توفر مجموعة من المعايير التي تحدد بأن القناة الإخبارية (المصدر) المقصودة بالمتابعة ذات مصداقية لديه.

الاطار المنهجي للبحث

أولاً: مشكلة البحث

تحدد مشكلة البحث في التعرف على مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية من حيث مدى التزام هذه القنوات بالمعايير والشروط المحددة لها وفقاً لرؤية الإعلاميين العراقيين، ويمكن التعبير عن مشكلة هذا البحث بالتساؤل الرئيس الآتي: (ما مستوى مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية لدى الإعلاميين العراقيين)؟ ويتفرع منه التساؤلات الآتية:

١. ما انماط تعرض المبحوثين للقنوات الفضائية الاخبارية؟
٢. ما ترتيب القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية من حيث حجم المشاهدة؟.

ثانياً: أهمية البحث

- الأهمية المجتمعية: نظراً لأهمية القنوات الموجهة باللغة العربية التي تخصص جزء من مدة البث فيها للشأن العراقي، فضلاً عن الشأن العربي والعالمي، وجد الباحث ضرورة التعرف على مستوى مصداقيتها في التعامل مع الأحداث، لمساعدة المشاهد العراقي في اختيار الوسيلة الأكثر مصداقية في تغطية القضايا المهمة ومن ثم بناء رأي صائب تجاه هذه القضايا.
- الأهمية العلمية: تتمثل بمواكبة الاتجاهات الحديثة التي بدأت تهتم بدراسة مصداقية وسائل الإعلام عامة، ومصداقية القنوات الفضائية الإخبارية خاصة، بعدها متغيراً متعدد الأبعاد والمتغير الأهم والأبرز في تحديد تأثيرات وسائل الإعلام في معارف الجمهور واتجاهاته، فضلاً عن قلة البحوث الإعلامية العربية والعراقية التي عالجت هذا الموضوع.

ثالثاً: اهداف البحث

١. التعرف على انماط تعرض المبحوثين للقنوات الفضائية الاخبارية.
٢. التعرف على ترتيب القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية من حيث حجم المشاهدة.
٣. التعرف على مستوى مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية من وجهة نظر الاعلاميين العراقيين.

رابعاً: فروض البحث

١. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية من حيث مدى توفر معايير المصداقية فيها.
٢. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين على وفق متغير الجنس في تقويم مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية.
٣. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين على وفق متغير العمر في تقويم مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية.
٤. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين على وفق متغير التحصيل الدراسي في تقويم مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية.

خامساً: منهج البحث ونوعه

أستخدم هذا البحث المسح الوصفي التفسيري الذي يصل الى إصدار الأحكام وتقديم الحلول^(١)، اما من حيث النوع فيعد هذا البحث من البحوث الوصفية^(٢)، ويصنف من حيث طبيعة البيانات وطريقة تحليلها ضمن البحوث الكمية التي تعتمد بصفة أساسية على البيانات المعبر عنها بالأرقام^(٣).

سادساً: مجالات البحث

١. المجال المكاني: تحدد بمقرات المؤسسات الإعلامية العراقية (قنوات فضائية، صحف، إذاعات، وكالات أنباء) في مدينة بغداد.
٢. المجال الزمني: تحدد في المدة ما بين ٢٠١٧/٥/١ الى ٢٠١٧/٨/١٥ والتي تضمنت عملية توزيع استمارة الاستبيان على المبحوثين وجمعها ومن ثم فرزها وفحصها وإجراء العمليات الإحصائية عليها.
٣. المجال البشري: تمثل بالإعلاميين العراقيين العاملين في المؤسسات الإعلامية العراقية.

سابعاً: مجتمع البحث والعينة

تمثل المجتمع بالإعلاميين العراقيين بوصفهم طبقة من طبقات الجمهور وذلك لامتلاكهم الخبرة في مجال العمل الإخباري، فضلا عن متابعتهم للأحداث والتطورات بشكل مستمر ومن مصادر متعددة، وامتلاكهم المعرفة بمعايير قياس مصداقية وسائل الإعلام، وفقا لدراسة استطلاعية أجراها الباحث على عدد منهم، اما عينة البحث فقد تم اختيار مفرداتها بطريقة قصدية من الإعلاميين العاملين في المؤسسات الإعلامية العراقية لمن يشاهدون القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية، واختار الباحث المؤسسات الإعلامية العراقية لضمان إمكانية اللقاء بالمبحوثين مرة أخرى بعد مدة من الزمن لإجراء إعادة الاختبار، وتحددت عينة البحث بـ ٢٤٥ مفردة.

ثامناً: أدوات البحث

١. الملاحظة العلمية: استخدم الباحث هذه الأداة في تحديد الإطار النظري للبحث وبناء مقياس المصداقية فضلاً عن تحديد وصياغة الأسئلة في استمارة الاستبيان.
٢. المقابلة: تم استخدامها مع المبحوثين في مرحلة جمع المعلومات والبيانات عن طريق استمارة الاستبيان.
٣. استمارة الاستبيان: عبارة عن مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة والمرتبطة بعضها ببعض الآخر بشكل يحقق الهدف أو الأهداف التي يسعى اليها الباحث في ضوء الموضوع والمشكلة البحثية(٤).

تاسعاً: إجراءات الصدق والثبات

١. الصدق: تم الاعتماد على الصدق الظاهري الذي يشير سياقه الى عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من المحكمين من ذوي الاختصاص والخبرة (٥)، وتحقق الصدق الظاهري بعرض الاستمارة على مجموعة الخبراء المتخصصين في مجال الإعلام والإحصاء(٦*)، وبلغت نسبة الاتفاق على فقرات المقياس (١٧,٨٨٪) وهي نسبة جيدة جداً.
٢. الثبات: قام الباحث بإجراء الثبات بطريقة الاختبار وإعادة الاختبار Test-Retest، عن طريق إعادة توزيع استمارة الاستبيان على (١٠٪) من عينة البحث والبالغ عددهم (٢٥) فرداً بعد عشرة أيام من إجراء الدراسة الميدانية للمرة الأولى، وتم قياس نسبة الثبات، فبلغ معاملها لجميع الأسئلة (٨٩,٠) وهي نسبة ثبات جيدة جداً.

عاشراً: الدراسات السابقة:

١ - (دراسة نائف مطلق ٢٠٠٧)(**٧)

استهدفت هذه الدراسة، مصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية، وتحددت المشكلة البحثية فيها بالتعرف على رأي طلاب وطالبات جامعة الملك سعود حول مصداقية الأخبار التلفزيونية، إذ تدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، التي استخدمت المنهج المسحي على عينة قوامها (٥١٤) مفردة من طلاب وطالبات جامعة الملك سعود، وتم الحصول على البيانات عن طريق الاستعانة باستمارة الاستبيان.

٢ - (دراسة هبة حسين عبد الوهاب ٢٠١٠)(**٨)

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على مستويات مصداقية القنوات الاخبارية العربية والاجنبية، وتعد من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح بالعينة، وتمثل مجتمع البحث فيها بالصفوة المصرية، وانحصرت عينة الدراسة باختيار (١٥٥) مبحوثاً، مستخدمة استمارة الاستبيان أداة لجمع البيانات.

٣ - (دراسة ميرال مصطفى عبد الفتاح ٢٠١٤) (****٩)

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على مصداقية القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة لدى الجمهور المصري، والمقارنة بين هذه القنوات من حيث مصداقيتها، وتعد من الدراسات الوصفية التي استعانت في إطارها بمنهج المسح على عينة بلغ قوامها (٤٠٠) مبحوث باستخدام استمارة الاستبيان.

٤ - (دراسة خضير عباس ضاري ٢٠١٥) (****١٠)

تناولت هذه الدراسة مصداقية الصحافة العراقية، وتركزت المشكلة البحثية فيها بالتعرف على مستويات المصداقية للصحافة العراقية لدى جمهور مدينة بغداد بعد عام ٢٠٠٣، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، وقد استخدمت المنهج المسحي على عينة عمدية من جمهور مدينة بغداد بواقع (٥٠٠) مفردة، وتمت الاستعانة باستمارة الاستبيان في جمع البيانات.

الاطار النظري للبحث

اولاً: مفهوم المصداقية: عُرف مفهوم المصداقية بأنه نوع من المعالجة المهنية والثقافية والأخلاقية للمادة الإعلامية بحيث يتوافر فيها كل أبعاد الموضوع والاتجاهات المطروحة حوله بطريقة متوازنة تستند الى شواهد وأدلة ودقة في عرض المعلومات وفصلها عن الآراء الشخصية التي ينبغي أن تعلن بوضوح وصراحة، وتتجرد من الأهواء والمصالح الخاصة بحيث تتسق مع الآراء الأخرى التي تطرحها الوسيلة الإعلامية أو يطرحها الكاتب في وقت آخر أو موضع آخر، وذلك في إطار من التعمق والشمولية يراعي علاقة الخاص بالعام وربط الجزء بالكل شرط أن تعكس هذه المادة أولويات الاهتمام عند الجمهور^(١١)، وتشير الدلالة المباشرة لمصطلح المصداقية الى أنه يعني درجة قابلية سلوك طرف معين لأن يصدقه الطرف الآخر، أما في المجال الإعلامي فان المصداقية تتجه نحو المؤشرات التي تثبت صحة الخبر أو التقرير أو الموضوع، وهذه المؤشرات هي التي تسهم في تقويم مصداقية المادة الإعلامية^(١٢).

ثانياً: تقويم الجمهور لمصداقية وسائل الإعلام: يمتلك كل فرد من جمهور وسائل الإعلام حساً شخصياً تجاه هذه الوسائل والمنتج الخاص بها، والذي يُبنى على الخبرات الشخصية للفرد مع الوسيلة الإعلامية، أي التصور الذي يمتلكه المتلقي عن الوسيلة الإعلامية بناءً على تجربته السابقة معها أو مع مضمونها بغض النظر عما إذا كان هذا التصور صحيحاً أو خاطئاً، لكن المهم إن الجمهور يتعامل مع هذه التصورات على أنها سليمة من وجهة نظره، بل ويحدد من خلالها كيفية التعرض للوسيلة الإعلامية واقتناعه لما تعرضه من مضامين وتحديد كيفية التعامل مع ما استفاه من تلك الوسيلة أو الوسائل بشكل يتسق مع تصورات^(١٣)، فالمسألة هنا لها علاقة باتجاهات المتلقي إزاء الوسيلة الإعلامية، فقد يستقبل المتلقي رسالة دقيقة وصحيحة من وسيلة يعتقد أنها غير آمنة أو لديه شك في مصداقيتها، فبهذه الحالة تصبح الرسالة غير دقيقة من وجهة نظر المتلقي، والعكس صحيح أيضاً، فالرسائل غير الدقيقة يمكن أن تكون مقبولة ويمكن

تصديقها إذا كان موقف المتلقي إزاء الوسيلة يتسم بالإيجاب، حيث تبين الدراسات أن سلوك الانسان وتصرفه وأقواله وأفعاله وكل ما يصدر عنه مرهون بالصورة الذهنية المختزنة لديه عن مختلف الأشياء والأحداث، وتحصل الاستجابة لرسالة ما كنتيجة للتفاعل الذي يحدث بين رموز تلك الرسالة وبين الصورة الذهنية المتكونة عنها، فانتقاء الجمهور للرسائل والوسائل التي يتعرضون لها يخضع الى حد ما الى التصور الذهني عن الوسيلة الإعلامية أو مصدر المعلومات وتوقعاتهم عن نوع الرسائل التي تصنعها تلك المصادر المتمثلة بالقائمين بالاتصال^(١٤)، ولهذا يوصف التعرض لوسائل الاعلام بأنه تعرض انتقائي، فالأفراد لا يتعرضون للوسائل والرسائل بصورة عفوية، فهم يميلون الى تعريض أنفسهم للرسائل الاتصالية التي تتوافق مع اتجاهاتهم وعقائدهم، فالناس يميلون الى مشاهدة الرسائل المناسبة والمؤيدة لميولهم أكثر من تلك التي تبدو محايدة أو معادية لها حول قضية ما^(١٥)، فالاختلافات في معدلات تقويم مصداقية الوسائل الإعلامية تعود الى التحليلات المختلفة التي يقوم بها الفرد عند تقويم المصداقية الخاصة بكل وسيلة^(١٦)، لكون المصداقية المعنية بالوسيلة ترتكز على الخبرة التي يمتلكها الفرد مع منتج الوسيلة الإعلامية أو النظم الفرعية التي تحكمها، كالملكية والتوجه الخاص بتلك الوسيلة^(١٧)، وهناك حالات يكون فيها للأشخاص آراء وتقويمات لوسائل معينة أو وقائع ليس لديهم خبرة مباشرة معها^(١٨)، لذا يجب التفريق بين تقويمات المصداقية المبنية على الخبرة الشخصية والصورة العامة للوسيلة الإعلامية والتي تنبع من مناقشات العامة حول تلك الوسيلة، وبين الخبرة الشخصية الفعلية للمتلقي والمبنية على التجربة الحقيقية له مع الوسيلة الإعلامية ومضمونها^(١٩)، ويزاد على ذلك أن الجمهور عند استقباله الرسالة الإعلامية، يضع شخصية المرسل بالحسبان، فالثقة بالمرسل هي درجة الصدق التي يوليها المستقبل للمرسل، إذ توصلت بعض الدراسات الى إن المستقبلين الذين يثقون بالمرسل أكثر تأثراً ممن لا يثقون به، فالثقة بالمرسل تهتئ لاستهواء الجمهور بما يدفعهم الى قبول مضمون الرسالة الإعلامية، فثقة الجمهور بالمرسل هي استجابة أساسها الاقتناع به، وهي لا تعني بالضرورة التزام القائم بالاتصال بالصدق فعلاً، فقد يثق بعض أفراد الجمهور بمرسل لا يتوفر فيه الصدق حقاً^(٢٠)، ومن الأمور التي تتدخل أيضاً في تقويمات الجمهور لمصداقية وسائل الإعلام، هي الانتماءات والاتجاهات السياسية للفرد، فالأشخاص المهتمون بالقضايا السياسية بدرجة كبيرة يرون الإعلام أكثر تحيزاً من غيرهم من غير المهتمين بالسياسة، كما أظهرت دراسات حديثة أن الأشخاص المنازحين لقضية معينة يرون وسائل الإعلام منحازة في معالجتها للقضية المعنية إذا كانت مخالفة لاتجاهاتهم نحوها، فهناك علاقة بين درجة اهتمام الفرد بقضية ما وانتمائه لجماعات معينة والثقة بوسائل الإعلام، حيث يكون أكثر قابلية في الحكم بعدم عدالة تغطية تلك الوسائل لأخبار الجماعة التي ينتمي اليها^(٢١)، وفي حال عجز الفرد عن تحريف ادراكه للرسالة التي تتنافر مع قيمه ومعتقداته ومعلوماته، يلجأ الى التشكيك في مصداقية الوسيلة الإعلامية أو مصدر المعلومة عن طريق آليات معينة تشمل مقارنة مواقفه بمواقف سابقة والتدليل على كذبه والاستشهاد بأخرين لا يتفقون معه أو الهجوم على مصدر المعلومات^(٢٢)، وتشير الدراسات الى إن اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام ينعكس على تصوراتهم حول هذه

الوسائل، حيث إن زيادة اعتماد أو تعرض الجمهور لوسيلة إعلامية معينة يؤدي الى تكوين صورة ذهنية ايجابية، بوصفها إنها المصدر الأهم والأبرز للمعلومات، وتزيد تلك التصورات من مصداقية الوسيلة المعنية لدى الجمهور، فالعلاقة بين الصورة الذهنية عن الوسيلة الإعلامية ومصداقيتها لدى الجمهور تبدو خطية وطرديّة في آن واحد، أي كلما زاد حجم التعرض لوسيلة إعلامية، زاد مستوى مصداقيتها لدى المتلقي^(٢٣)، وكذلك توصلت دراسة أخرى الى ان مقدار المصداقية الذي يُعيره الفرد لوسيلة إعلامية معينة يرجع الى مدى اعتماده على تلك الوسيلة أكثر من استخدامه لها، لان الاستخدام ينبع من السلوك، لكن مقاييس الاعتماد تختبر اتجاه الفرد نحو الوسيلة، فالناس يحكمون على وسيلتهم المفضلة على إنها اكثر مصداقية^(٢٤)، فالأفراد كلما وجدوا قدراً كبيراً من المصداقية في وسيلة معينة، زاد اعتمادهم عليها بوصفها مصدراً أساساً للمعلومات^(٢٥).

الدراسة الميدانية

المحور الاول: البيانات الشخصية (الديموغرافية)

أولاً: توزيع المبحوثين بحسب متغير الجنس

الجدول (١) يبين توزيع المبحوثين بحسب متغير الجنس (النوع)

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار	الجنس
1	79.6%	195	ذكر
2	20.4%	50	انثى
----	100%	245	المجموع

أظهرت نتائج الجدول (١) أن غالبية أفراد العينة هم من الذكور إذ بلغت نسبتهم (٧٩,٦٪) بينما جاءت النسبة البالغة (٢٠,٤٪) وهي الأقل لصالح فئة الاناث، ما يدل على إن الذكور هم المهيمون على مهنة الإعلام في المؤسسات الإعلامية العراقية، لكونهم يشغلون النسبة الأكبر من الكوادر المتواجدة خلف الكواليس في وسائل الإعلام المرئي ويشكلون أيضاً غالبية الكوادر في وسائل الإعلام المسموع والمقروء، وهذا قد يعود الى رغبة المؤسسات الإعلامية في توظيف الذكور لما لديهم من قدرة على تحمل أعباء العمل الإعلامي، كما إن العرف الاجتماعي السائد يحث من عمل الاناث بهذا المجال.

ثانياً: توزيع المبحوثين بحسب متغير العمر

الجدول (٢) يبين توزيع المبحوثين بحسب متغير العمر

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار	العمر
1	49.8%	122	سنة (18-30)
2	40%	98	سنة (31-45)
3	9%	22	سنة (46-60)
4	1.2%	3	61 سنة فما فوق
---	100%	245	المجموع

أظهرت نتائج الجدول رقم (٢) إن غالبية الإعلاميين هم من فئة الشباب، حيث تبين إن الفئة العمرية (من ١٨ الى ٣٠) تمثل نصف حجم العينة، إذ بلغت نسبتها (٤٩,٨٪) وهذه النتيجة تعكس طبيعة العمل الإعلامي الذي يوصف بالشاق، وهذا لربما يعد مبرراً لتوجه المؤسسات الإعلامية للإعتماد على فئة الشباب بالدرجة الأساس نظراً لظروف العمل المتعبة والتي تستوجب النزول الى الميدان والتواجد في موقع الحدث، فضلاً عن استمرار العمل بشكل متواصل على مدار اليوم، وتلتها بالمرتبة الثانية فئة العمر (من ٣١ الى ٤٥) بنسبة قدرها (٤٠٪) وجاءت بالمرتبة الثالثة فئة العمر (من ٣٦ الى ٦٠) بنسبة بلغت (٩٪)، في حين جاءت فئة العمر (من ٦١ فأكثر) في المرتبة الأخيرة بنسبة قدرها (١,٢٪).

ثالثاً: توزيع المبحوثين بحسب متغير التحصيل الدراسي

الجدول (٣) يبين توزيع المبحوثين حسب متغير التحصيل الدراسي

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار	التحصيل الدراسي
5	3.3%	8	متوسطة
4	5.7%	14	اعدادية
1	71.8%	176	بكلوريوس
2	10.2%	25	دبلوم
3	8.2%	20	ماجستير
6	0.8%	2	دكتوراه
---	100%	245	المجموع

تدل بيانات الجدول (٣) على إن غالبية المبحوثين هم من حملة الشهادة الجامعية (البكلوريوس) إذ جاءت هذه الفئة بالمرتبة الأولى وبنسبة قدرها (٧١,٨٪) من اجمالي حجم عينة الدراسة، بينما جاءت فئة حاملي شهادة الدبلوم بالمرتبة الثانية وبنسبة قدرها (١٠,٢٪)، في حين جاءت فئة حملة شهادة الماجستير بالمرتبة الثالثة بنسبة بلغت (٨,٢٪)، وتشير النتائج السابقة الى ان اغلب الإعلاميين هم ذوو تحصيل دراسي مرتفع، مما يشير الى قدرة هذه الطبقة من الجمهور على تقييم مصداقية القنوات الإخبارية في اطار المعايير المحددة لها.

المحور الثاني: انماط تعرض المبحوثين للقنوات الفضائية الإخبارية

أولاً: مدى مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية

الجدول (٤) يبين مدى مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية الإخبارية بصورة عامة

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار	مدى المشاهدة
1	51%	125	1 - دائما
2	42.9%	105	2 - احيانا
3	6.1%	15	3 - نادرا
---	100%	245	المجموع

توصلت نتائج الجدول رقم (٤) الى أن مشاهدة القنوات الإخبارية جاءت بنسبة مرتفعة بلغت (٩٣,٩٪)، إذ تمثلت بصفة منتظمة (دائماً) بنسبة (٥١٪)، وغير منتظمة (أحياناً) بنسبة (٤٢,٩٪)، وتليها (نادراً) بنسبة (٦,١٪)، وتشير النتائج السابقة الى اهتمام المبحوثين الدائم في مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية وهذا يعزز لديهم القدرة في تقييم مصداقيتها وفقاً للمعايير التي وضعت لهذا الغرض.

ثانياً: البرامج الإخبارية التي يتابعها المبحوثين في القنوات الفضائية الإخبارية

الجدول (٦) يبين حجم متابعة المبحوثين للبرامج الإخبارية في القنوات الفضائية الإخبارية

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار	المواد الإخبارية
1	39.24%	197	1 - نشرات الأخبار
2	26.69%	134	2 - البرامج الحوارية
4	11.95%	60	3 - التحليلات والتعليقات الإخبارية
5	5.77%	29	4 - المناظرات الندوات السياسية
3	16.33%	82	5 - الأفلام الوثائقية
---	100%	502	المجموع

كشف الجدول (٦) عن أن نشرات الأخبار احتلت المرتبة الأولى في سلم ترتيب البرامج الإخبارية بنسبة قدرها (٣٩,٢٤٪)، إذ تشكل مصداقية القناة الفضائية من طبيعة الممارسة المهنية وأسلوبها في أداء التغطية الإخبارية، كما أنها عنصر مؤثر في الحكم على مدى مصداقية هذه القناة لدى جمهورها^(٦٦)، فيما جاءت البرامج الحوارية بالمرتبة الثانية بنسبة بلغت (٢٦,٦٩٪)، إذ تشير هذه النتيجة الى إن البرامج الحوارية من شأنها أن تثير اهتمام المشاهد، كما إن ملامستها لإهتمامات الجمهور قادرة على ضمان المتابعته لها^(٦٧)، بينما حظيت الأفلام الوثائقية بمتابعة واضحة مكنتها من الحصول على المرتبة الثالثة بنسبة بلغت (١٦,٣٣٪)، وتعكس وظيفة الأفلام الوثائقية أهمية هذه المتابعة، فهي تهدف الى نقل المعلومات والتفسيرات والتعليقات بطريقة تسجيل الوقائع الحقيقية للأحداث والأماكن والناس دونما رتوش أو إضافات أو ديكورات، لأن مهمة الأفلام الوثائقية معالجتها الحقيقة وليس المتخيلة، وهذا ما يعكس أهمية هذا الشكل الإخباري المميز لدى المبحوثين^(٦٨)، في حين جاءت التحليلات والتعليقات الإخبارية بالمرتبة الرابعة من حيث المتابعة بنسبة قدرها (١١,٩٥٪)، وهذه النتيجة تأتي منسجمة مع أهمية التحليل الإخباري الذي يقدم تفسير وشرح وتحليل لأحد الأحداث المهمة^(٦٩)، أما التعليق الإخباري فهو مادة إعلامية تختلف طبيعة كتابتها بين الوسائل الإعلامية، فالتعليق الإخباري التلفزيوني يمثل وجهة نظر كاتبه بناء على وجهة نظر المحطة التي يعمل بها، ويتسم بعرضه جانباً من القضية أو الخبر وليس جميع الجوانب^(٧٠)، أما المرتبة الخامسة والأخيرة فجاءت لصالح المناظرات والندوات السياسية بنسبة قدرها (٥,٧٧٪).

ثالثاً: عدد ساعات مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية الإخبارية خلال اليوم

الجدول (٥) يبين عدد ساعات مشاهدة المبحوثين للقنوات الإخبارية خلال اليوم

المرتبّة	النسبة المئوية %	التكرار	ساعات المشاهدة
٢	٢٣,٣%	٥٧	١ - أقل من ساعة
١	٤٠,٤%	٩٩	٢ - من ساعة لأقل من ساعتين
٣	٢٢,٤%	٥٥	٣ - من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات
٤	١٣,٩%	٣٤	٤ - ثلاث ساعات فأكثر
---	١٠٠%	٢٤٥	المجموع

يتبين من الجدول (٥) أن المعدل الأعلى لمشاهدة القنوات الفضائية من حيث عدد الساعات هو «من ساعة لأقل من ساعتين» محققاً نسبة قدرها (٤٠,٤%) على سلم ترتيب عدد ساعات المشاهدة، ما يعكس ثقة المبحوثين بالتلفزيون الذي مر بمراحل متعددة من التطور لا سيما في مجال الأقمار الصناعية التي مكنت هذه الوسيلة من بث الأخبار بالسرعة التي تضمن وصول المعلومة عن الحدث الى المشاهد لحظة وقوعه، والذي جعلها من أكثر الوسائل صدقا في المجال الإخباري^(٣١)، وفي المرتبة الثانية جاءت فئة المشاهدة «أقل من ساعة» بنسبة بلغت (٢٣,٣%)، وقد يرجع اختصار وقت المشاهدة الى أقل من ساعة الى طبيعة عمل المبحوثين في مجال الإعلام والذي يشغل معظم الوقت خلال اليوم، وتشير هاتان النتيجتان الى العلاقة بين عدد ساعات المشاهدة والعمر، إذ توصلت النتائج السابقة الى ان فئة الشباب يشكلون الغالبية العظمى من المبحوثين مقارنة بنسبة كبار السن، حيث تشير الدراسات الإعلامية الى وجود ارتباط ايجابي بين الانتظام في المشاهدة كمتغير تابع وبين السن كمتغير أساسي، أي كلما تقدم الفرد في العمر زادت نسبة مشاهدته للتلفزيون^(٣٢)، وجاءت فئة المشاهدة «من ساعتين لأقل من ثلاث» ساعات بالمرتبة الثالثة بنسبة بلغت (٢٢,٤%) لتحل بالمرتبة الاخيرة فئة «ثلاث ساعات فأكثر» محققة نسبة قدرها (١٣,٩%).

المحور الثالث: حجم مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية

الجدول (٦) يبين ترتيب القنوات الإخبارية الموجهة من حيث حجم مشاهدة

المرتبّة	النسبة المئوية %	التكرار	القنوات الاخبارية الموجهة
1	28.45%	70	1- روسيا اليوم
2	23.57%	58	2- الحرة عراق
3	13.41%	33	3- BBC عربية
4	10.56%	26	4- سكاي نيوز عربية
5	9.75%	24	5- الحرة
6	7.31%	18	6- فرانس 24
7	6.91%	17	7- DW-TV
---	100%	246	المجموع

يتضح من بيانات الجدول (٦) إن قناة روسيا اليوم جاءت في مقدمة القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة بنسبة مشاهدة قدرها (٢٨,٤٥٪)، وتشير هذه القناة تأخذ حيزاً من متابعة الإعلاميين العراقيين للقنوات الإخبارية الموجهة، لأسباب متعددة قد يأتي في مقدمتها التقنيات التكنولوجية التي توظفها في عرض المواد الإخبارية كتقنية الأبعاد الثلاثية التي شكلت عنصر جذب تميزت بها عن بقية القنوات الإخبارية، فضلاً عن امكانياتها من النواحي المادية والتكنولوجية والبشرية، وهذا يبدو جلياً في نقلها للأحداث المختلفة في العالم مع دقة وحرفية في الأداء الإعلامي، وربما يعود ذلك أيضاً الى اهتمامها بالقضايا العربية في سوريا واليمن وليبيا فضلاً عن العراق، وجاءت في المرتبتين الثانية والثالثة كل من قناة الحرة عراق وقناة BBC عربية بنسب مشاهدة بلغت (٢٣,٥٧٪) و(١٣,٤١٪) على التوالي، وهذه النسب تعكس أهمية هاتين القناتين لدى المحوثين، إذ تعدان من القنوات البارزة على الساحة الإعلامية وأغراض مشاهدتها قد تعود لشهرتها وكذلك اهتمامها بالشأن العراقي أولاً، ولأسباب أخرى تتعلق بأسلوبها المتميز وحرفية أدائها الإعلامي، أما باقي القنوات فقد حصلت على نسب مشاهدة قليلة قياساً بهذه القنوات.

المحور الرابع: مستوى مصداقية القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية

٣ - مدى توفر معايير المصداقية في القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية (روسيا اليوم، BBC عربية، الحرة عراق)

الجدول (٧) يبين مدى توفر معايير المصداقية في القنوات الفضائية الإخبارية الثلاثة

الترتيب	الوزن النسبي	غير متوفرة		متوفرة الى حد ما		متوفرة		المعايير المحددة للمصداقية
		تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
8	68.6	3.1	5	37.9	61	59	95	التوازن في عرض جوانب الحدث
6	70.8	1.9	3	32.3	52	65.5	106	الدقة في نقل المعلومة
13	66.6	6.2	10	39.1	63	54.7	88	الشمولية في نقل الوقائع والاحداث
12	67.5	5	8	38.5	62	56.5	91	الفصل بين الخبر والرأي
19	64	9.9	16	41.6	67	48.4	78	الحياد في عرض المواد الاخبارية
5	71.1	6.2	10	22.4	36	71.4	115	السرعة في نقل الاحداث
18	64.1	14.9	24	31.1	50	54	78	الاستقلالية عن السلطة
7	69.8	5.6	9	28.6	46	65.8	106	تنقل مختلف الاحداث المهمة
4	72.83	3.7	6	21.1	34	75.2	121	الوضوح في اللغة والافكار
2	73.66	2.5	4	20.5	33	77	121	الوضوح في اساليب تقديم المادة الاخبارية
1	74.16	1.2	2	21.1	34	77.6	125	تعتمد على شبكة مراسليها في نقل الاحداث من مواقعها
3	73.16	4.3	7	18.6	30	77	124	لديها اعلاميون على درجة عالية من الكفاءة والتدريب
10	68.16	6.2	10	33.5	54	60.2	97	الاعتماد على المصادر الرسمية في استقاء المعلومات
14	66.5	5	8	42.2	68	52.8	85	العدالة والانصاف في تناول الاخبار عن الاحداث والقضايا
20	63	9.9	16	45.3	73	44.7	72	معالجة القضايا والاحداث بتجرد
15	66	8.7	14	36.6	59	54.7	88	الابتعاد عن المبالغة والتهويل

11	67.83	5.6	9	36	58	58.4	94	تقديم المواد الإخبارية بمهنية عالية
16	65	9.9	16	37.9	61	52.2	84	ممارسة عملها الاعلامي بحرية
21	61.66	17.4	28	35.4	57	47.2	76	العمل من أجل الصالح العام
9	68.5	4.3	7	36	58	59.6	96	تعدد وجهات النظر داخل الموضوع الواحد
17	64.16	11.2	18	38.5	62	50.3	81	تعدد الاتجاهات داخل الوسيلة ككل

ملحق الجدول (٧) يبين مدى توفر اجمالي معايير المصداقية في القنوات الاخبارية الموجهة

المرتبة	النسبة	التكرار	مدى توافر معايير المصداقية
1	60.14%	2033	1 - متوفرة
2	33.06%	1118	2 - متوفرة الى حد ما
3	6.8%	230	3 - غير متوفرة
---	100%	3381	المجموع

أظهرت نتائج الجدول (٧) إن القنوات الإخبارية الموجهة تعتمد على شبكة مراسليها في نقل الأحداث من مواقعها، حيث تبين إن هذا المعيار جاء بالمرتبة الأولى بوزن نسبي بلغ (١٦, ٧٤)، واتضح أيضا بأنها تعتمد الوضوح في أساليب تقديم المادة الإخبارية، حيث جاء هذا المعيار بالمرتبة الثانية بوزن نسبي قدره (٦٦, ٧٣)، كما وتوصلت النتائج الى إن القنوات الموجهة لديها إعلاميون على درجة عالية من الكفاءة والتدريب، وتتميز بالوضوح في اللغة والأفكار، إذ جاء هذان المعياران بالمراتب الثالثة والرابعة بأوزان نسبية قدرها (١٦, ٧٣)، (٨٣, ٧٢) على التوالي، في حين ظهر بأنها تعتمد معيار السرعة في نقل الأحداث الذي جاء بالمرتبة الخامسة بوزن نسبي بلغ (١, ٧١)، وتدل هذه النتائج على ارتفاع الامكانيات المادية والبشرية في القنوات الموجهة والذي انعكس على أداءها الإعلامي المتميز بالسرعة في نقل الأحداث، وكفاءة الإعلاميين، وتغطيتها للأحداث في الأماكن المختلفة من العالم، فضلاً عن تسخير الامكانيات التكنولوجية في عرض واضح أشار اليه الإعلاميين العراقيين. وكأقل المعايير توفراً فيها بحسب ما حدده المبحوثين تمثلت بتعدد الاتجاهات داخل الوسيلة ككل، والاستقلالية عن السلطة اللذين جاءا بالمرتبتين السابعة عشرة والثامنة عشرة بأوزان نسبية بلغت (١٦, ٦٤)، (١, ٦٤)، في حين جاءت في المراتب الثلاث الأخيرة معايير الحياد في عرض المواد الإخبارية، ومعالجة القضايا والأحداث بتجرد، والعمل من أجل الصالح العام، محققة أوزان نسبية قدرها (٦٤, ٦٣)، (٦٦, ٦١) على التوالي، وتقودنا هذه النتائج الى إن القنوات الإخبارية الموجهة تخفق في تناول كافة الاتجاهات، ما يجعلها متحيزة الى جهة دون أخرى، وبذلك تكون قد تدخلت في معالجة القضايا والأحداث، ويعود ذلك الى مراعاة وجهة نظر الجهة القائمة عليها والتي قد تكون سياسية أو ذات ارتباط بالسلطة، وتؤدي هذه الاخفاقات الى العمل لصالح مالك المؤسسة أو ممولها دون الصالح العام.

وأظهرت نتائج ملحق الجدول (٧) إن النسبة الأكبر من المبحوثين والبالغة (١٤, ٦٠٪) وجدوا إن القنوات الموجهة تتوفر فيها معايير المصداقية، في حين أشار (٦, ٣٣٪) منهم الى إنها تتوفر الى حد ما، بينما رأى (٨, ٦٪) فقط بأنها غير متوفرة، ومما تقدم نلاحظ إن أغلب المبحوثين يجدون إن القنوات الإخبارية الموجهة تلتزم بتطبيق معايير المصداقية.

التحقق من فرض البحث

١. الفرض الاول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية من حيث مدى توفر معايير المصداقية فيها.

الجدول (٨) يبين اختبار (One Way Anova) للتحقق من الفروق بين القنوات الإخبارية الموجهة من حيث مدى توفر معايير المصداقية فيها

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة F الجدولية	قيمة F المحسوبة	توفر معايير المصداقية القنوات الاخبارية الموجهة
0.05	158 -2	٢,٦٧	٢,٢٢٦	1 - روسيا اليوم
				2 - BBC عربية
				3 - الحرة عراق

يظهر الجدول (٨) بأنه تم استخدام اختبار تحليل التباين من الدرجة الأولى (One Way Anova) للتحقق من الفروق بين القنوات الموجهة الثلاث، حيث تبين إن القيمة الفائية المحسوبة تساوي (٢,٢٢٦) وهي أصغر من القيمة الفائية الجدولية البالغة (٢,٦٧) عند درجتى حرية (٢ - ١٥٨) ومستوى دلالة (٠,٠٥)، مما يشير إلى إنه ليس هناك فروق ذات دلالة معنوية في مدى توفر معايير المصداقية بين القنوات الموجهة الثلاث (روسيا اليوم، BBC عربية، الحرة عراق)، وما تقدم يثبت عدم تحقق الفرض الثالث.

الجدول (٩) يبين اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنة بين متوسطات القنوات الإخبارية الموجهة من حيث مدى توفر معايير المصداقية فيها

مستوى المعنوية	المرتبة	المتوسط الحسابي	التكرار	توفر معايير المصداقية القنوات الاخبارية الموجهة
0.05	1	٣٤,٣٩٣٩	33	1 - BBC عربية
	2	٣٣,٠١٤٣	70	2 - روسيا اليوم
	3	٣١,١٠٣٤	58	3 - الحرة عراق

وعند اجراء اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنة بين متوسطات القنوات الموجهة الثلاث، كما يبينه الجدول رقم (٩)، ظهر إنه ليس هناك فروق دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين قنوات روسيا اليوم وBBC عربية والحرة عراق، وإن قيم المتوسطات بينها متقاربة وهي (٣٣,٠١٤٣، ٣٤,٣٩٣٩، ٣١,١٠٣٤) على التوالي، أي إن القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية جاءت متقاربة من حيث مدى توفر معايير المصداقية فيها.

٢. الفرض الثاني: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين على وفق متغير الجنس في تقويم مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية.

الجدول (١٠) يبين الاختبار التائي لعينتين مستقلتين لإيجاد الفروق بين المبحوثين على وفق متغير الجنس في تقييم مصداقية القنوات الإخبارية

الجنس - تقييم مصداقية القنوات الإخبارية	درجة الحرية	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	مستوى المعنوية
القنوات الإخبارية الموجهة	159	0.650	1.96	0.05

يبين الجدول (١٠) إنه تم استخدام الاختبار التائي لعينتين مستقلتين، فظهرت القيمة التائية المحسوبة لإجابات المبحوثين على مدى توفر معايير المصداقية في القنوات الموجهة تساوي (٠,٦٥٠) عند درجة حرية (١٥٩)، وهذه القيمة هي أصغر من القيمة التائية الجدولية لدلالة الفروق والبالغة (١,٩٦) عند مستوى دلالة (٠,٠٥)، مما يشير الى قبول الفرض الخامس، أي إن الإعلاميين العراقيين لا يختلفون في تقييم مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية على وفق متغير الجنس، أي إن الذكور والاناث لديهم وجهة نظر واحدة في تقييم مصداقية القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية.

٣ . الفرض الثالث: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين على وفق متغير العمر في تقييم مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية.

الجدول (١١) يبين اختبار (One Way Anova) لإيجاد الفروق بين المبحوثين في تقييم مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية حسب متغير العمر

العمر - تقييم مصداقية القنوات الإخبارية قيمة F المحسوبة	قيمة F الجدولية	درجة الحرية	مستوى المعنوية
القنوات الإخبارية الموجهة	0.972	2.67	3-157

يظهر الجدول (١١) إنه تم استخدام تحليل التباين من الدرجة الأولى (one way anova) لإيجاد الفروق بين المبحوثين على وفق متغير العمر في تقييم مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية، فعند مستوى دلالة (٠,٠٥) بلغت القيمة الفائية المحسوبة لإجابات المبحوثين في تقييم مصداقية القنوات الموجهة باللغة العربية (٠,٩٧٢) وهي أصغر من القيمة الفائية الجدولية البالغة (٢,٦٧) عند درجتى حرية (٣-١٥٧)، ومما تقدم نلاحظ إن القيمة الفائية المحسوبة جاءت أصغر من القيمة الفائية الجدولية، وهذا يشير إلى تحقق الفرض السادس، أي إن الإعلاميين العراقيين بجميع فئاتهم العمرية لا يختلفون فيما بينهم بوجهة النظر نحو مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية.

٤ . الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين على وفق متغير التحصيل الدراسي في تقييم مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية.

الجدول (١٢) يوضح اختبار (One Way Anova) لإيجاد الفروق بين المبحوثين وفقاً لمتغير التحصيل الدراسي في تقويم مصداقية القنوات الإخبارية

التحصيل الدراسي - تقييم مصداقية القنوات الإخبارية	قيمة F المحسوبة	قيمة F الجدولية	درجة الحرية	مستوى المعنوية
القنوات الإخبارية الموجهة	1.318	2.27	5-155	0.05

تظهر بيانات الجدول (١٢) إنه تم استخدام اختبار تحليل التباين من الدرجة الأولى One Way Anova لإيجاد الفروق بين المبحوثين وفقاً لمتغير التحصيل الدراسي في تقويم مصداقية القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية، فعند مستوى دلالة (٠,٠٥) بلغت القيمة الفائية المحسوبة لإجابات المبحوثين وفقاً لمتغير التحصيل الدراسي في تقويم القنوات الموجهة (١,٣١٨) وهي أصغر من القيمة الفائية الجدولية البالغة (٢,٢٧) عند درجتي حرية (٥-١٥٥)، ومما تقدم نلاحظ إن القيم الفائية المحسوبة للقنوات الموجهة باللغة العربية جاءت أصغر من القيمة الفائية الجدولية، ما يشير إلى أنه ليس هناك فروق ذات دلالة معنوية في تقويم المبحوثين لمصداقية القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة على وفق متغير التحصيل الدراسي، أي إن الإعلاميين العراقيين بمختلف مستوياتهم التعليمية لديهم وجهة نظر واحدة حول مصداقية هذه القنوات، وبذلك لم يتحقق الفرض السابع الذي ينص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين على وفق متغير التحصيل الدراسي في تقويم مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية.

اهم النتائج

١. تبين إن أغلب أفراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية بصورة مستمرة (دائماً).
٢. يعتمد تقويم مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية أساساً على تقويم نشرات الأخبار والبرامج الحوارية وهذا ما أثبتته نتائج الدراسة الميدانية التي أظهرت أن الأخبار والبرامج جاءتا على رأس الأشكال الإخبارية من حيث حجم المتابعة من قبل الإعلاميين العراقيين.
٣. نستخلص بقراءة معطيات الدراسة الميدانية أن أغلب المبحوثين يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية بمدة تتراوح من ساعة الى اقل من ساعتين خلال اليوم.
٤. تصدرت قناة روسيا اليوم من حيث حجم المشاهدة قائمة القنوات الموجهة باللغة العربية إذ جاءت بالمرتبة الأولى، ومن ثم قناة BBC عربية، وبعد ذلك جاءت قناة الحرة عراق.
٥. أشار أغلب أفراد العينة الى أن معايير المصداقية متوفرة في قنوات وروسيا اليوم، وbbc عربية، والحرة عراق، اي إن أغلب المبحوثين يجدون إن القنوات الإخبارية الموجهة تلتزم بتطبيق معايير المصداقية.
٦. لا توجد فروق جوهرية بين قنوات روسيا اليوم والـ bbc عربية والحرة عراق من حيث مستوى المصداقية، إذ لم تثبت صحة الفرض الذي يؤيد وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية.
٧. تثبت صحة الفرض القائل، لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين بحسب متغير

- الجنس في تقييمهم مصادقية القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية.
٨. ثبتت صحة الفرض القائل، لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين بحسب متغير العمر في تقييمهم لمصادقية القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية.
٩. لم تثبت صحة الفرض الذي يؤيد وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين بحسب متغير التحصيل الدراسي في تقييمهم لمصادقية القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية.

الهوامش

- ٠ منال هلال المزاهرة، مناهج البحث الاعلامي، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ٢٠١٤، ص ٣٢٦.
- ٠٢ محمد بن عبد العزيز الحيزان، البحوث الاعلامية، ط٢ (الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، ٢٠٠٤) ص ٢٤.
- ٠٣ المصدر السابق، ص ٥٤.
- ٠٤ عامر قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات (عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع، ١٩٩٩) ص ١٥٧.
- ٠٥ منال هلال المزاهرة، مصدر سابق، ص ٩٧.

٦ ((الخبراء هم:

- أ.د. مهند محمد عبد الستار/ جامعة ديالى/ كلية التربية الاساسية/ قسم الارشاد.
- أ.د. علي جبار محمد / جامعة بغداد/ كلية الاعلام/ قسم العلاقات العامة.
- أ.د. وسام فاضل راضي/ جامعة بغداد/ كلية الاعلام/ قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية.
- أ.د. جليل وادي حمود/ جامعة ديالى/ كلية الفنون الجميلة.
- ا.م.د. رعد جاسم حمزة / جامعة بغداد/ كلية الاعلام/ قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية.
- ا.م.د. عمار طاهر محمد/ جامعة بغداد/ كلية الاعلام/ قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية.
- ا.م.د. ايمان عبد الرحمن مصطفى / جامعة بغداد/ كلية الاعلام/ قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية.
- ا.م.د. عادل عبد الرزاق مصطفى / جامعة بغداد/ كلية الاعلام/ قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية.
- ا.م.د. وليد محمد عشمه / جامعة جدارا / كلية الآداب واللغات / قسم الاعلام وتكنولوجيا الاتصال.
- ٧ ((نانف مطلق فهد العتيبي، "مصادقية الاخبار التلفزيونية لدى طلاب وطالبات جامعة الملك سعود: دراسة مقارنة بين القنوات التلفزيونية والخاصة"، رسالة ماجستير، غير منشورة (الرياض: جامعة الملك سعود كلية الاداب، ٢٠٠٧).
- ٨ ((هبة حسين عبد الوهاب، "مستويات مصادقية القنوات الاخبارية العربية والاجنبية كما تراها الصفوة، دراسة مقارنة"، رسالة ماجستير، غير منشورة (القاهرة: كلية الاعلام جامعة القاهرة، ٢٠١٠).
- ٩ ((ميرال مصطفى عبد الفتاح، "مصادقية القنوات الفضائية الاجنبية الموجهة باللغة العربية لدى الجمهور المصري"، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد التاسع والاربعون، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ٢٠١٤.
- ١٠ ((خضير عباس ضاري، "مستويات مصادقية الصحافة العراقية لدى جمهور مدينة بغداد بعد عام ٢٠٠٣: دراسة مسحية"، رسالة ماجستير، غير منشورة (بغداد: جامعة بغداد كلية الاعلام، ٢٠١٥).
- ١١ (٦) عزة عبد العزيز، مصادقية الاعلام العربي، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦، ص ٣٦.
- ١٢ (٧) هويدا مصطفى، الاعلام والازمات المعاصرة (القاهرة: دار مصر المحروسة، ٢٠٠٨) ص ١٤٩.

Lee B. Becker, Gerald M. Kosicki "A Comparative Study of the Role of Media Evaluations: German and U.S. Differences and Similarities". Presented to the Midwest Association for

- at online) , [http://atheneum.libs.uga.edu/bitstream/handle](http://atheneum.libs.uga.edu/bitstream/handle/10724/33111/10724/uga.edu/bitstream/handle) ١٩٩٦ Public Opinion Research , Chicago, IL, November ١٩٩٦/٣٣١١١/١٠٧٢٤/uga.edu/bitstream/handle (٢٠١٧ \ ٣ \ ٨) .
- ٥١٤ رواء هادي الدهان، وسائل الاعلام ومستويات الثقة، عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٣، ص ص٥٣-٥٤.
- ٥١٥ هادي نعمان الهيتي، الاتصال الجماهيري: المنظور الجديد، بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة، ١٩٩٨، ص٥٧.
- ٥١٦ John Newhagen & Clifford Nass. “differential criteria for evaluating credibility of newspapers and TV news”. journalism quarterly, vol ٦٦, no. ٢٠, ١٩٨٩, p. ٢٧٨.
- ٥١٧ Wolfgang Schweiger. “Media Credibility-Experience Image? : A Survey On The Credibility Of The World Wide Web In Germany In Comparison To Other Media”. European Journal Of Communication, Vol ١٥, no. ١, ٢٠٠٠, p. ٥٤.
- ٥١٨ Ibid, p.p ٤٣-٤٤.
- ٥١٩ هبة حسين عبد الوهاب، مصدر سابق، ص١٣٣.
- ٥٢٠ هادي نعمان الهيتي، مصدر سابق، ص ص٦٠-٦١.
- ٥٢١ هبة حسين عبد الوهاب، مصدر سابق، ص١٣٤.
- ٥٢٢ حسني محمد نصر، نظريات الاعلام (بيروت: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٥) ص ١٠٤.
- ٥٢٣ خالد صلاح الدين، مستويات مصداقية وسائل الاعلام المصرية لدى الجمهور: دراسة كمية / كيفية في اطار النموذج البنائي للمصداقية، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد السادس والعشرون، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ٢٠٠٦، ص ١٦٤.
- ٥٢٤ Thomas J.Johnson, J & Barbraa.K. Kaye, “using is believing : the influence of reliance on the credibility of online political information among political interested internet users”, ٨٦٦.op. cit., p
- ٥٢٥ Thomas J.Johnson , Barbraa K. Kaye, “cruising is believing : comparing internet and traditional sources on media credibility measures, op. cit, p ٣٣١.
- ٥٢٦ هويدا مصطفى، مصداقية وسائل الاعلام كما تراها النخبة في مصر : دراسة حالة للتغطية الاعلامية للحرب على العراق، مصدر سابق، ص ٢٦.
- ٥٢٧ ((عيسى محمود الحسن، الاذاعة والبرامج الجماهيرية، سلسلة كتب الصحافة والاعلام (٢) (عمان: دار زاهر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩) ص ٩١.
- ٥٢٨ ((عبد النبي خزل، فن تحرير الاخبار والبرامج في الفضائيات التلفزيونية والقنوات الاذاعية (بيروت: دار النهضة العربية، ٢٠١٠) ص ٤٢.
- ٥٢٩ ((سهام نصار، التحليل الاخباري على الانترنت، ورقة عمل، مؤتمر الاعلام العربي والانترنت، شرم الشيخ - جمهورية مصر العربية، ٢٠٠٦، ص ص ٨٩-٩٠.
- ٥٣٠ ((وليد محمد عمشه واحمد علي العنانية، انتاج البرامج في الشبكات الاذاعية والتلفزيونية (عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، ٢٠١٧) ص ٢١٧.
- ٥٣١ ((محمد معوض ابراهيم ويركات عبد العزيز، الخبر الاذاعي والتلفزيوني، ٢، الكويت: دار الكتاب الحديث، ٢٠٠٠، ص ٦٩.
- ٥٣٢ ((محمد معوض، فنون العمل التلفزيوني (القاهرة: دار الفكر العربي، بدون تاريخ نشر) ص ص ١٢٥.