

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur  
et de la Recherche Scientifique

Université Akli Mohand Oulhadj - Bouira -  
Tasdawit Akli Muḥend Ulḥağ - Tubirett -



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة أكلي محمد أولحاج  
- البويرة -

Faculté des Sciences Sociales et Humaines

كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

بعنوان:

## صناعة الخبر التلفزيوني في زمن الإعلام البديل

- دراسة ميدانية في قناة الشروق -

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في اتصال وعلاقات عامة

تحت إشراف الدكتورة

إعداد الطالبة:

- صونيا عفان

❖ همالي ثيزري

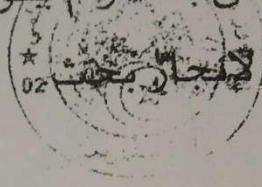
لجنة المناقشة

| الصفة  | الأستاذ     |
|--------|-------------|
| رئيسا  | زاوي رابح   |
| مشرفة  | عفان صونيا  |
| ممتحنا | بوصالح حسين |

السنة الجامعية: 2023/2022



## التصريح الشرفي الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية



انا الممضي اسفله،

المسيد(ة) ..... هـمالها يسهن على .....  
الصفة: طالب ( ماستر / دكتوراه )  
الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية: 3747283 ..... والصادرة بتاريخ 2022-11-24  
المسجل(ة) بكلية / معهد العلوم الاجتماعية والسياسة قسم علوم الاجتماع والاتصال  
تخصص: الاتصال و علاقات عامة  
والمكلف(ة) بإنجاز اعمال بحث (مذكرة، التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه).  
عنوانها: كمناسة الخبز التلفزيوني في ظل منصات التواصل الاجتماعي  
دراسة ميدانية في قناة الشروق  
أصرح بشرفي اني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة  
في انجاز البحث المذكور أعلاه.

توقيع المعني(ة)

التاريخ: 2023-06-14

|  |         |
|--|---------|
| هيئة مراقبة السرقة العلمية:  |         |
| البويرة في 28 جوان 2023  |         |
| الامضاء  | النسبة: |
|  | % 27    |
| <b>خالدي مصطفى</b><br>مكلف بمهام نائب العميد<br>المدراسات و المسائل المرتبطة بالطلبة |         |

# إهداء

إلى سندي وقوتي بعد الله

إلى من أثروا على أنفسهم وضحوا لأجلي

إلى من غرسوا فيا حب العلم وذلك بالرغم من الصعاب التي واجهتني

أمي الحبيبة، منبع دفتي وحناني

أبي العزيز...

جدتي الحنونة...

كنزي الثمين اخوتي الغاليين: يوغرطة، جبريل

خطيبي: "لمين معمر"

إليكم فقط أهدي ثمرة جهدي

تيزري



# شكر وتقدير

الحمد والشكر لله

أتقدم بأسمى معاني الشكر والتقدير

إلى أستاذتي الفاضلة "صونيا عفان"

التي تفضلت بقبول الإشراف عليا ولما بذلته معي

من جهد جهيد

وتوجيه رشيد فلما عظيم الشكر وخالص

الامتياز والتقدير



# ملخص الدراسة

لقد أضحى اليوم الإعلام البديل محور اهتمام كل المؤسسات الإعلامية وذلك لما له من تأثير على أدائه وأهميته لخدمة الغرض الخاص بهذه المؤسسات، حيث هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى تأثير صناعة الخبر الخبر التلفزيوني في زمن الإعلام البديل إضافة إلى التعرف على التطورات والتغيرات التي أحدثتها استخدام وسائل الإعلام البديل في صناعة الخبر التلفزيوني فيما يتعلق بجمع المعلومات وسرعة الحصول عليها، ومهارة الأداء ومواكبة الأحداث الحصرية في كل أنحاء العالم و نقلها للجمهور. وقد حاولت هذه الدراسة الإجابة على التساؤلات التالية:

✓ كيف تتم صناعة الخبر التلفزيوني وماهي قواعد الكتابة فيه؟

✓ إلى أي مدى ساهم الاعلام البديل في تحسين العمل الإعلامي؟

✓ ماتقييم الجمهور لمحتوى الخبر في زمن الاعلام البديل؟

وللإجابة على هذه التساؤلات انتقلنا إلى مقر الشروق نيوز الكائن بالجزائر العاصمة، بلدية "القة". واعتمدنا على المنهج الوصفي كونه المناسب لمثل هذه الدراسات، حيث اخترنا العينة العرضية والتي تمت عن طريق الصدفة والتي بلغ قوامها 30 فردا، من مجموع الصحفيين والإعلاميين العاملين بالقناة.

ومن أهم النتائج التي توصلنا إليها: أن صناعة الأخبار التلفزيونية يتم في وعاء يصب فيه الصحفي إنتاجه ومهاراته لبناء النص الصحفي عن طريق قواعد التحرير الصحفي.

إن صحفيين قناة الشروق نيوز يستخدمون الاعلام البديل بدرجة كبيرة، لكنه لم يصل بعد إلى المستوى الإعلامي المطلوب.

الكلمات المفتاحية:

الخبر، التلفزيون، الخبر التلفزيوني، الاعلام، الإعلام البديل.

## **Abstract of the study in English**

---

Today, alternative media has become the focus of attention of all media institutions, because of its impact on its performance and its importance to serve the purpose of these institutions. Alternative media in the television news industry with regard to information gathering, speed of obtaining it, performance skill, keeping abreast of exclusive events all over the world and conveying them to the public. This study attempted to answer the following questions: - How is the TV news produced and what are the rules for writing in it? - To what extent did alternative media contribute to improving media work? - What is the audience's evaluation of the content of the news in the era of alternative media? To answer these questions, we moved to the headquarters of Al-Shorouk News located in Algiers, the municipality of "Al-Kobba". We relied on the descriptive approach as it is suitable for such studies, as we chose the accidental sample, which was done by chance, which consisted of 30 individuals, from the total number of journalists and media workers working for the channel. Among the most important findings we have reached : that the television news industry takes place in a vessel in which the journalist pours his production and skills to build the journalistic text through the rules of journalistic editing. The journalists of Al-Shorouk News channel use alternative media to a large extent, but it has not yet reached the required media level. Key words : News, television, television news, media, alternative media.

# فهرس المحتويات

| الصفحة   | العناوين   |
|--|--|
|  | شكر وعرقان   |
|  | الإهداء  |
|  | ملخص الدراسة باللغة العربية                            |
|  | ملخص الدراسة باللغة الفرنسية                           |
|  | فهرس المحتويات   |
|  | فهرس الجداول   |
| أ-ت  | مقدمة  |
| <b>الفصل الأول: الإطار النظري والمفاهيمي للدراسة</b> |  |
| 02   | 1- تحديد مشكلة الدراسة                                 |
| 04   | 2- أسباب اختيار الموضوع                                |
| 05   | 3- أهداف الدراسة                                       |
| 05   | 4- أهمية الدراسة                                       |
| 06   | 5- الدراسات السابقة                                    |
| 11   | 6- المقاربة النظرية (نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام) |
| 15   | 7- فرضيات الدراسة                                      |
| 15   | 8- تحديد مفاهيم الدراسة                                |
| 19   | قائمة مراجع الفصل الأول                                |
| <b>الفصل الثاني: فن صياغة الخبر التلفزيوني</b>       |  |
| 23   | 1- ماهية التلفزيون                                     |
| 23   | 1-1- نشأة التلفزيون                                    |
| 24   | 1-2- خصائص التلفزيون                                   |
| 26   | 2- الخبر التلفزيوني                                    |
| 26   | 1-2- خصائص الخبر التلفزيوني                            |
| 26   | 2-2- نماذج الخبر التلفزيوني                            |
| 28   | 3- صناعة الخبر التلفزيوني                              |

|   |   |
|---|---|
| 28  | 3-1- أشكال تحرير النص الإخباري                            |
| 34  | 3-2- النص الإخباري وقواعد الكتابة لأخبار التلفزيون        |
| 36  | 3-3- تحرير النشرة الإخبارية في التلفزيونية                |
| 38  | 3-4- مرحلة إنتاج الأخبار التلفزيونية                      |
| 42  | قائمة مراجع الفصل الثاني                                  |
| الفصل الثالث: الإطار النظري للإعلام البديل        |   |
| 46  | 1- نشأة وإشكالية مصطلح الإعلام البديل                     |
| 46  | 1-1- نشأة الإعلام البديل                                  |
| 47  | 1-2- خصائص الإعلام البديل                                 |
| 48  | 2- استخدام الإعلام البديل في العمل الإعلامي               |
| 48  | 2-1- وسائل الإعلام البديل                                 |
| 51  | 2-2- المداخل النظرية للتعريف بالإعلام البديل              |
| 53  | 3- تقييم الإعلام البديل                                   |
| 53  | 3-1- أهمية استخدام وسائل الإعلام البديل في العمل الإعلامي |
| 55  | 3-2- عوائق استخدام وسائل الإعلام البديل في العمل الإعلامي |
| 58  | قائمة المراجع الفصل الثالث                                |
| الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة ونتائجها |   |
| 64  | 1- نوع الدراسة  |
| 64  | 2- منهج الدراسة   |
| 65  | 3- أدوات جمع البيانات                                     |
| 66  | 4- مجتمع البحث  |
| 67  | 5- عينة الدراسة   |
| 68  | 6- مجالات الدراسة   |
| 69  | 7- صعوبات الدراسة   |
| 70  | 8- عرض وتحليل البيانات                                    |
| 99  | 9- نتائج الدراسة  |

|     |                                    |
|-----|------------------------------------|
| 101 | 10- نتائج الدراسات في ضوء الفرضيات |
| 102 | 11- التوصيات و الإقتراحات          |
| 103 | قائمة المراجع الفصل الرابع         |
| 105 | خاتمة                              |
| 108 | قائمة المراجع                      |
|     | ملاحق                              |

# فهرس الجداول

1- فهرس الأشكال:

| رقم الشكل | العنوان   | الصفحة |
|-----------|---|--------|
| 01        | جدول رقم 01: توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس                               | 70     |
| 02        | جدول رقم 02: يبين تمثيل الأفراد حسب عامل السن                                 | 70     |
| 03        | جدول رقم 03: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المؤهلات العلمية                     | 71     |
| 04        | جدول رقم 04: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب التخصص                               | 72     |
| 05        | جدول رقم 05: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الوظيفة                              | 73     |
| 06        | جدول رقم 06: تخضع عملية تحرير النشرة الإخبارية لأسس وقواعد                    | 74     |
| 07        | جدول رقم 07: الأشكال الأكثر استخداما في تحرير النص الإخباري                   | 74     |
| 08        | جدول رقم 08: تتوفر معايير الصياغة الإعلامية التالية في صناعة الخبر التلفزيوني | 75     |
| 09        | جدول رقم 09: المصادر التي يعتمد عليها الصحفي في صناعة الأخبار                 | 77     |
| 10        | جدول رقم 10: القوالب الأكثر استعمالا في صناعة الأخبار التلفزيونية             | 78     |
| 11        | جدول رقم 11: استخدام الإعلام البديل من عدمه في مجال العمل الإعلامي            | 80     |
| 12        | جدول رقم 12: الوسائل المستخدمة في العمل الإعلامي                              | 81     |
| 13        | جدول رقم 13: مجالات استخدام الصحفي لوسائل الإعلام البديل                      | 82     |
| 14        | جدول رقم 14: ساهم الإعلام البديل من عدمه في صناعة الأخبار التلفزيونية         | 83     |
| 15        | جدول رقم 15: الفائدة المرجوة من استخدام وسائل الإعلام البديل                  | 84     |

|    |   |    |
|----|---|----|
|    | في صناعة الأخبار التلفزيونية  |    |
| 85 | جدول رقم 16: هناك تغيير في صناعة الأخبار التلفزيونية بسبب الإعلام البديل  | 16 |
| 85 | جدول رقم 17: شكل تأثير وسائل الإعلام البديل في صناعة الأخبار التلفزيونية  | 17 |
| 86 | جدول رقم 18: يلتزم الصحفيين بتعميم استخدام وسائل الإعلام البديل من عدمه في توفير المعلومات                              | 18 |
| 87 | جدول رقم 19: ساهمت وسائل الإعلام البديل من عدمها في توفير المعلومات   | 19 |
| 88 | جدول رقم 20: يعتبر الصحفيين وسائل الإعلام البديل كمصادر للمعلومات   | 20 |
| 89 | جدول رقم 21: الغاية التي تحققها المؤسسة من استخدام وسائل الإعلام البديل   | 21 |
| 90 | جدول رقم 22: مستوى صناعة الأخبار التلفزيونية من خلال استخدام وسائل الإعلام البديل                                       | 22 |
| 91 | جدول رقم 23: تأثير وسائل الإعلام البديل على جودة المضمون المستقبل من طرف المشاهدين                                      | 23 |
| 92 | جدول رقم 24: المجالات التي تظهر فيها وسائل الإعلام البديل على الأخبار التلفزيونية                                       | 24 |
| 93 | جدول رقم 25: الفرق بين صناعة الأخبار التلفزيونية في الفترة السابقة والفترة الحالية التي تتوفر فيها وسائل الإعلام البديل | 25 |
| 93 | جدول رقم 26: استخدام وسائل الإعلام في صناعة الأخبار التلفزيونية بكثرة يضعف من الأداء الإعلامي في الوقت الراهن           | 26 |
| 94 | جدول رقم 27: الإعلام البديل أكثر مصداقية من الإعلام التقليدي  | 27 |
| 95 | جدول رقم 28: أهم الجوانب التي تطورت بفضل الإعلام البديل في صناعة الأخبار التلفزيونية                                    | 28 |

|    |   |    |
|----|---|----|
| 96 | جدول رقم 29: مستوى تقديم الصحفيين للإخبار التلفزيونية في زمن الإعلام البديل     | 29 |
| 97 | جدول رقم 30: ظهور وسائل الإعلام البديل أصبحت عائق على صناعة الأخبار التلفزيونية | 30 |
| 97 | جدول رقم 31: تقييم استخدام وسائل الإعلام البديل في صناعة الأخبار التلفزيونية    | 31 |
| 98 | جدول رقم 32: استخدام الإعلام البديل من أجل زيادات عدد المشاهدات في القناة       | 32 |

مقدمة

يعد التلفزيون وسيلة إعلامية هامة إذ يتميز بتغطية الوقائع والأحداث ونقلها إلى الناس بعرض مشاهد متكاملة وحية، فهو مصدر للمعلومات لاغنى عنه، حيث تشكل نشرات الأخبار في وقتنا الحاضر أهمية كبيرة، في ظل التطورات التي يشهدها العالم من حروب ونزاعات وصراعات، جعلتها مليئة بالأحداث العامة والحساسة، مما جعل الخبر التلفزيوني في غابة الأهمية للتأثير بالجمهور المشاهد وجعل البحث عن الخبر الصادق والموضوعي أمر مهم لجميع المشاهدين.

يتم صناعة الأخبار التلفزيونية في وعاء يصب فيه الصحفي إنتاجه، وفق معايير وأحكام تلفزيونية متنوعة، وتبدأ عملية التحرير بجمع المعلومات اللازمة، ويكون بالتوجه إلى الموقع المراد تغطيته، حيث يقوم المحرر بتخطيط وتنظيم ومراجعة الأخبار التي تم جمعها ومعالجتها حتى تصبح جاهزة للبث التلفزيوني، فوجد التلفزيون أصبح عاجز عن مواكبة كل المستجدات.

حيث شهد العالم ثورة المعلومات التي تعتبر من أهم الثورات والتطورات الحاصلة في نظم تكنولوجيا الاتصالات التي أفرزت مفاهيم ومصطلحات جديدة في جوانب متعددة وعلى أصعدة مختلفة، وما يهنا هنا المفاهيم والمصطلحات الجديدة التي ظهرت في الإعلام، وأبرزها كان الإعلام البديل الذي كانت بدايته عند الدول التي تعاني شعوبها من الديكتاتورية وسياسة تكميم الأفواه، كما يعتبر وسيلة إعلام سهلة الانتشار ورخيصة التكلفة، وأصبح الأفراد بإمكانهم التعبير عن احتياجاتهم عن طريق هذه الوسائل.

ومن خلال دراستنا الموسومة ب "صناعة الخبر التلفزيوني في زمن الإعلام البديل، قناة الشروق نيوز نموذجاً"، حاولنا تسليط الضوء على بعض جوانب استخدام وسائل الإعلام البديل في صناعة الأخبار عامة، وصحفيين قناة الشروق نيوز خاصة، ومعرفة ما توصلت إليه إثر بنيتها لوسائل الإعلام البديل، والأثر الذي أحدثته هذه الأخيرة على العمل الإعلامي، ولإثراء هذه الدراسة قمنا بتقسيمها إلى أربعة فصول وزعناها على النحو التالي:

الفصل الاول: حيث تم التطرق فيه إلى الجانب النظري والمفاهيمي للدراسة، من خلال التعريف بموضوع دراستنا إبتداءا من تحديد مشكلة الدراسة وطرح تساؤلاتها، أهدافها، أهميتها، أسباب اختيار الموضوع، إضافة إلى الدراسات السابقة، المقاربة النظرية (نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام)، فرضيات الدراسة وصولا إلى تحديد مفاهيم الدراسة.

الفصل الثاني: أما هذا الفصل تم التطرق فيه إلى فن صياغة الخبر التلفزيوني ومعرفة أشكال تحرير النص الإخباري، قواعد تحرير النشرة الاخبارية في التلفزيون، كما تعرفنا على تحرير النشرة الاخبارية في التلفزيون ومراحل إنتاجها.

الفصل الثالث: وجرى فيه عرض نشأة وخصائص الإعلام البديل ثم الانتقال لوسائله والمداخل النظرية التعريف بالإعلام البديل، كما قمنا بربط المتغيرين وذلك من خلال التطرق إلى أهمية وعوائق استخدام وسائل الإعلام البديل في العمل الإعلامي.

الفصل الرابع: ويعرض الفصل الأخير الإجراءات المنهجية للدراسة ونتائجها، بدءا بنوع ومنهج الدراسة، أدوات جمع البيانات، مجتمع وعينة الدراسة، مجالات الدراسة وصعوبتها، وتقريغ البيانات وصولا إلى النتائج العامة، ونتائج الدراسة في ضوء الفرضيات، لتكون آخر مرحلة خاتمة دراستنا هذه.

## الفصل الأول:

### الإطار النظري والمفاهيمي للدراسة

## 1- تحديد مشكلة الدراسة:

تحظى بحوث الإعلام البديل باهتمام واسع من قبل الباحثين في العديد من التخصصات وتتبع هذه الأهمية من خلال التحولات الجذرية التي شهدتها الإنسانية في مجال الإعلام والاتصال، التي أثرت على المجتمع في جل أبعاده السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، حيث يشهد مصطلح القرن الواحد والعشرون تطور مذهل لتكنولوجيا المعلومات بفضل التلاقي الحاصل بين أجهزة الكمبيوتر والبرمجيات وشبكات الاتصال، كما ظهرت تقنيات وأساليب اتصالية حديثة والتي تعرف بمجتمع المعلومات التي تعد أداة للتأثير في مشاعر الفرد وتكوين صورة ذهنية حسب الهدف.

كما تعتبر الأنترنت الوسيط بين كل الوسائل الرقمية، حيث اختصرت جميع وسائل الإعلام التقليدي في وسيلة واحدة، كما أصبحت وسائل الاتصال الجماهيرية ذات الاتجاه الواحد إلى تقنيات الاتصال التفاعلي ذات الاتجاهين هدفها تطوير الأشكال الجديدة لمنتجات الوسائط المتعددة التفاعلية ودفع المستخدم للبحث عن فضاءات أفضل للتعبير والاتصال وكان في مقدمتها مواقع التواصل الاجتماعي التي تعد أحد أشكال الإعلام البديل، كما تعتبر مصدر أساسي معتمد عليه من قبل أغلبية المجتمعات في الحصول على الأخبار المختلفة.

حيث شكل الإعلام البديل قفزة نوعية في مجال الإعلام والاتصال، كونه يتمتع بمجال تفاعلي شامل وقدرة تأثير لم تشهدها منجزات عالم الاتصال من قبل، كما غيرت من سبيل المعرفة والتواصل والتفاعل وأحدث تغييرات كبيرة على المجتمعات من خلال ما يقدمه من خدمات متنوعة.

فالصورة الذهنية تعد من أبرز القضايا التي تعمل وسائل الاعلام الجديدة على بنائها وفق أسس معينة، ويكمن بيان مفهومها في جملة من المعاني والاتجاهات والآراء المشتركة بين الجمهور عن المنظمة أو الشركة التي تبحث عن العمليات والإستراتيجيات الاتصالية التي قامت بها المنظمة في الأونة الأخيرة، كما تجاهل الإعلام البديل الدور الذي يقوم به

الجمهور نفسه، كونه هو الذي يشكل إدراكه لصورة المنظمة والمحافظة عليها، لكن كل جهودها يمكن أن تفشل إذا لم يتعرض الجمهور للعمليات الاتصالية التي تقوم بها المنظمة ويتفاعل معها ويدرك السمات التي تبنى على أساسها صورة المنظمة.

رغم هذا التجاهل إلا أن صناعة الخبر التلفزيوني ساهم في إبراز وإظهار جملة المعاني والاتجاهات والآراء المشتركة بين الجمهور، كونها في غاية الأهمية للتأثير بالجمهور المشاهد من جهة، ومن جهة أخرى جعل البحث عن الخبر الصادق والموضوعي أمر مهم لجميع المشاهدين، كما تضع القنوات الفضائية خاصة في نشرات الأخبار في أي مجتمع يتمتع بالديمقراطية مسؤولية نقل المعلومات بدقة ونزاهة وحياد، وعليها التمسك بالمبادئ الأخلاقية والمعينة لنجاح هذه القنوات في بثها للأخبار الصحيحة.

يتم كتابة الخبر للوسائل الإعلامية عن طريق خصائص مشابهة إلا أن الاختلاف يكون في بعض الأجزاء سواء كان ذلك الموضوع المطروح أو الأحكام المتنوعة، وبالتالي يتعرض للتلون الصحفي والذي يسعى للوصول والتأثير على الجمهور المشاهد، حيث ترتبط درجة مصداقية الصحيفة أو القناة التلفزيونية بتعديل السياسات التحريرية بالكامل حيث تسري الموضوعية والتوازن والمصداقية والحياد في الأخبار.

وانطلاقاً مما سبق واستناداً للقيمة العلمية والأهمية الموضوعية لموضوع "صناعة الخبر التلفزيوني في ظل الإعلام البديل" ويهدف الإحاطة الشاملة بموضوع الدراسة، كان علينا الإجابة على الإشكالية الرئيسية والمتمحورة في السؤال الجوهرى التالي:

- ما واقع صناعة الأخبار التلفزيونية في زمن الإعلام البديل؟.

ويندرج ضمن التساؤل تساؤلات فرعية أخرى وهي:

- كيف تتم صناعة الخبر التلفزيوني وماهي قواعد الكتابة فيه؟.

- إلى أي مدى ساهم الإعلام البديل في تحسين العمل الإعلامي؟.

- ما تقييم الجمهور لمحتوى الخبر التلفزيوني في زمن الإعلام البديل؟.

## 2- أسباب اختيار الموضوع:

من الصعاب التي تواجه الباحث هو اختيار موضوع مناسب للدراسة العلمية والعملية ويساهم في إثراء المعرفة الإنسانية، وهو قرار يسبقه الكثير من التفكير والاطلاع وقد تكون هذه الأسباب إما ذاتية متعلقة بالباحث أو موضوعية متعلقة بموضوع الدراسة ومن الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع ما يلي:

### الأسباب الذاتية:

- الميل للموضوعات التي لها علاقة بالإعلام البديل.
- الفضول العلمي لاكتساب معلومات حول صناعة الأخبار التلفزيونية والقواعد الملقاة على محرر الأخبار.
- الرغبة في خوض تجربة مهنة الصحافة والتحرير.
- الرغبة في تكوين صورة واضحة حول تأثير الإعلام البديل على الأخبار التلفزيونية.

### الأسباب الموضوعية:

- ارتباط موضوع الدراسة بمجال التخصص.
- الظروف التقنية التي انعكست على التلفزيون.
- انتشار مصطلح الإعلام البديل بشكل جعله يصنف ضمن أهم المصطلحات الحديثة نتيجة لتطوره الملحوظ.
- بلورة أفكار جديدة تشرح ماهية صناعة الخبر التلفزيوني في زمن الإعلام الجديد ووسائله.

### 3- أهداف الدراسة :

يعتبر مجال البحث العلمي مجالاً واسعاً تختلف أهدافه وتتعدد معطياته، حيث يهدف تبني أي باحث لموضوع معين إلى سد الفجوة المعرفي الذي يلزمه وبإزالة الغموض عن بعض القضايا لذلك تسعى دراستنا إلى تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على عالم صناعة الأخبار من خلال الخلفية النظرية للدراسة.
- التعرف على مدى تأثير الإعلام البديل على صناعة الإخبار التلفزيونية.
- التعرف على القيم الإخبارية مفهوماً، وظائفها وتحديد أهم المعايير المعتمدة في صناعة الخبر التلفزيوني في زمن الإعلام البديل.
- التعرف على التطورات والتغيرات التي أحدثها استخدام الإعلام البديل في صناعة الخبر التلفزيوني خاصة فيما يتعلق بجمع المعلومات وسرعه الحصول عليها، ومهارة الأداء ومواكبة الأحداث والتطورات.
- الوقوف على مدى استخدام التقنيات الحديثة في أخبار التلفزيون.
- البحث والتقصي حول الدور الذي يلعبه الإعلام البديل في مجال صناعة الخبر التلفزيوني.

### 4- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذا البحث في ظهور الإعلام البديل كإحدى التحديثات التي شهدتها مجال الإعلام والاتصال ودوره في صناعة الخبر التلفزيوني، وذلك من خلال إبراز أهمية الإعلام البديل في إنتاج الأخبار التلفزيونية في ظل تطورات بيئة الاتصال واقتراح أسس ومعايير لتقييم ذلك، ومعرفة مدى التزام النص الإخباري وقواعد الكتابة للإخبار التلفزيونية بهذه المعايير، ونلخص دور وسائل الإعلام الجديد في صناعة وتحرير الخبر التلفزيوني

وتنظيمه، حيث أن هناك الكثير من التغيرات في المهام والوظائف داخل غرفة الأخبار، كما تكمن أهمية هذه الدراسة في المزوجة بين تحرير النشرة الإخبارية في التلفزيون واستخدام وسائل الإعلام البديل في ذلك.

### 5- الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات السابقة التي طرقت لموضوع صناعة الخبر التلفزيوني في زمن الإعلام البديل وتناولته من زوايا مختلفة. وسوف تستعرض هذه الدراسة جملة من الدراسات التي تم الاستفادة منها مع الإشارة إلى أبرز ملامحها مع تقديم تعليق عليها يتضمن جوانب الاتفاق والاختلاف وبيان الفجوة العلمية التي تعالجها الدراسة الحالية.

لقد تم تصنيف هذه الدراسات حسب المتغيرات الرئيسية للدراسة وتم تصنيفها إلى دراسات خاصة للمتغير المستقل (صناعة الخبر التلفزيوني) ودراسة خاصة بالمتغير التابع (الإعلام البديل)، وفيما يلي نقدم عرضاً لهذه الدراسات ثم نبين جوانب الاتفاق والاختلاف فيما بينهما، ثم نوضح الفجوة العلمية من خلال التعارف على اختلاف دراسة الحالية عن الدراسات السابقة، وأخيراً جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة في الدراسة الحالية.

### أولاً: استعراض الدراسات السابقة

#### أ- الدراسات التي تناولت محور صناعة الخبر التلفزيوني:

- الدراسة الأولى: دراسة قام بها الباحث عاصم محمد العوض 2011 بعنوان التجهيزات الفنية والتقنية للخبر التلفزيوني الدرامي جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

هدفت الدراسة إلى معرفة سيناريو العمل الدرامي عبر تقديم فكرة عن آليات صناعة الدراما التلفزيونية والطرق الفنية وربطها بالخبر التلفزيوني، وتمثلت عينتها في خبر في قناة

ولاية الخرطوم الفضائية واستخدمت أداء الملاحظة لجمع البيانات وفق المنهج الوصفي والتحليلي واستفادت من المنهج التاريخي لمعرفة السيناريو وتقنياته وكان من أبرز نتائجها:

- عدم الاهتمام بالتجهيزات الفنية والتقنية أدت إلى إضعاف الخبر.  
- هناك معايير للخبر التلفزيوني الدرامي من خلالها يمكن صناعة الخبر في شكل فيلم تلفزيوني.

- **الدراسة الثانية:** دراسة قام بها الباحث الحسن العرفي سنة 2015 / 2016 بعنوان بنية نشرات الأخبار في التلفزيون الجزائري، دراسة وصفية تحليلية جامعة محمد بوضياف، المسيلة.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية صناعة الأخبار وتقسيمها ومعرفة أهم مصادر المعلومات لأحداث التلفزيون الجزائري، وتمثلت عينتها في دليل التعريفات الإجرائية على عينة من صحفيين التلفزيون الجزائري واستخدمت أداء المقابلة والملاحظة إلى جانب تحليل المضمون لجمع البيانات وفق المنهج المسحي، وكان من أبرز نتائجها:

- تعتبر الأرقام الصناعية من أهم المبتكرات الحديثة ذات التأثير الكبير على شكل ومضمون نشرات الأخبار.

- يعتمد التلفزيون الجزائري في نشراته على مراسليه ومبعوثيه بشكل كبير في استقاء أخباره، ويعتمد على المصادر الخارجية كوكالات الأنباء.

**ب- الدراسات التي تناولت محور الإعلام البديل:**

- **الدراسة الأولى:** دراسة وليد حدادي، فاطمة أعراب، 2017 بعنوان تأثير الإعلام البديل على العمل الإعلامي في الجزائر، دراسة ميدانية على إعلاميين بولاية سطيف، جامعة الجزائر/03 الجزائر.

هدفت هذه الدراسة إلى العلاقة بين الإعلام البديل والإعلام التقليدي في رأي الإعلاميين الجزائريين، كما أشارت إلى عوائق وتحديات استخدام الإعلام البديل في العمل الإعلامي في الجزائر. وتمثلت عينتها في الإعلاميين بالصحافة المكتوبة والإذاعة بولاية سطيف، واستخدمت أداة الاستمارة لجمع البيانات وكان من أبرز نتائجها:

- الإعلاميين لا يفضلون ما تنشره وسائل الإعلام البديل، فهم بطبعهم يفضلون المؤسسة الإعلامية التي ينتمون إليها.

- يرون أن الإعلام البديل وسيلة للترويج والوصول إلى أسواق جديدة من خلال تقديم المعلومات وحقائق تساعد في استكمال التغطيات الإعلامية .

- الدراسة الثانية: دراسة عائشة بختي، هاجر بالحاج سنة 2019 بعنوان استخدام الصحفيين الجزائريين للإعلام البديل كمصدر للمعلومة الصحفية (الفيسبوك نموذجاً)، دراسة مسحية لصحفي ولاية ورقلة.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة عادات وأنماط استخدام الصحفيين الجزائريين للفيسبوك كمصدر للمعلومات ومعرفة اشباعاتهم المحققة وتمثلت عينتها في المراسلين الصحفيين في القطاعين العام والخاص على مستوى مدينة ورقلة، واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات وفق المنهج المسحي، وكان من أبرز نتائجها:

- أغلبية الصحفيين الجزائريين يستخدمون الفيسبوك كمصدر للمعلومة.

- نصف المبحوثين اعتبروا أن استخدام الفيسبوك يعتبر تهديد للمهنة الصحفية .

**ثانياً: أوجه الاتفاق و الاختلاف بين الدراسات السابقة:**

- اتفقت الدراسات السابقة على هدف مشترك وهو كيفية صناعة الأخبار التلفزيونية وقوالب إعدادها باستثناء دراسة وليدة حدادي ودراسة عائشة بختي التي هدفت إلى عوائق وتحديات استخدام الإعلام البديل وعاداته وأنماطه.

- اتفقت الدراسات السابقة في عينتها حيث تطبق الدراسة على عينة من الأخبار الموجودة في الأرشيف باستثناء دراسة الحسن العرفي ودراسة وليدة حدادي ودراسة عائشة بختي التي طبقت على مجموعة من الصحفيين والمراسلين.

- استخدمت الدراسات السابقة أداء الملاحظة باستثناء دراسة الحسن العرفي التي استخدمت دليل التعريفات الإجرائية ودراسة وليدة حدادي التي استخدمت الاستمارة ودراسة عائشة بختي التي استخدمت الاستبيان.

- وظفت الدراسات السابقة المنهج الوصفي التحليلي باستثناء دراسة الحسن العرفي ودراسة وليدة حدادي ودراسة عائشة بختي التي استخدمت المنهج المسحي.

- اختلفت دراسة عاصم محمد العوض عن بقية الدراسات في احتوائها على تصور مقترح.

- اختلفت دراسة عاصم محمد العوض عن بقية الدراسات في أنها تناولت مشكلة الدراسة من جانب نظري مستخدمة منهج تحليل المحتوى.

**ثالثاً: الفجوة العلمية التي تعالجها الدراسة الحالية:**

من خلال استعراض أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسات السابقة نشير أن الدراسة الحالية تتفق مع الدراسة السابقة في موضوعها الرئيسي وهدفها العام إلا أنها تختلف عنها في عدة جوانب تمثل الفجوة العلمية التي تعالجها هذه الدراسة وهي:

- تضمنت هذه الدراسة ربط للمشكلة البحثية بالمتغيرات المعاصرة.
- استخدمت هذه الدراسة مدخلين بحثيين (المدخل الكمي/ المدخل الكيفي)، وذلك لتكوين فكرة دقيقة عن مشكلة الدراسة. كما تضمنت تنوعا في منهج الدراسة لتشمل المنهج الوصفي.
- لم تقتصر هذه الدراسة على عينة واحدة فقط وإنما تضمنت مجموعة من العينات لضمان تشخيص الواقع بدقة.
- تعددت أدوات هذه الدراسة حيث شملت الاستمارة والمقابلة وذلك من أجل جمع البيانات بدقة أكبر.

ومن العرض السابق يتضح أن هذه الدراسة عالجت فجوة علمية متعددة الجوانب بتطرقها لموضوع صناعة الأخبار التلفزيونية في زمن الإعلام البديل وشمول عينتها على صحافي قناة الشروق، وتعدد أدواتها بين الاستمارة والمقابلة واستخدامها المنهج الوصفي.

#### رابعا : جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة:

- مما لا شك فيه أن الدراسة الحالية استفادت كثيرا مما سبقها من دراسات، حيث حاولت أن توظف كثيرا من الجهود السابقة للوصول إلى تشخيص دقيق للمشكلة ومعالجتها بشكل شمولي، ومن جوانب الاستفادة العلمية للدراسة السابقة ما يلي:
- استفادت الدراسة الحالية من جميع الدراسات السابقة في الوصول إلى صياغة دقيقة للعنوان البحثي الموسوم بصناعة الخبر التلفزيوني في زمن الإعلام البديل .
- استفادت الدراسة الحالية من جميع الدراسات السابقة في الوصول إلى المنهج الملائم لهذه الدراسة.

- وظفت الدراسة الحالية توصيات ومقترحات الدراسات السابقة في دعم مشكلة الدراسة وأهميتها خصوصا دراسة وليدة حدادي بعنوان تأثير الإعلام البديل على العمل الإعلامي في الجزائر.

- استفادت الدراسة من دراسة عائشة بختي ودراسة عاصم محمد العوض في صياغة أدوات الدراسة.

- استفادت هذه الدراسة الحالية من دراسة الحسن العرفي ودراسة ووليدة حدادي في صياغة التصور المقترح.

## 6- المقاربة النظرية:

أ- **نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:** تستند الدراسة في إطارها النظري على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث يتضح مفهومها في الاعتماد المتبادل بين الأفراد ووسائل الإعلام، وأن العلاقة التي تحكمهم هي علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية والجمهور، إذ يعتمد الأفراد في تحقيق أهدافهم على مصادر معلومات الإعلام المنحدرة من جميع المعلومات ومعالجتها ونشرها، كما يبين "ديفلر" و"ساندرا بول" أن المعلومة هنا هي كل الرسائل الإعلامية حتى الترفيهية منها. (سلطان، 2014، ص 42).

تكمن الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد كالتالي: "إن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي، تزداد عندما تقوم وسائل الاتصال بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، كما تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير، فإن فكرة تغيير سلوك ومعارف الجمهور يمكن أن تصبح تأثيرا مرتدا لتغيير كل المجتمع ووسائل الاتصال هذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع. (المزاهرة، 2012، ص 270).

ب- أهداف نظريه الاعتماد على وسائل الإعلام:

- الفهم الذاتي: يتضمن تقييم الذات، الاعتقادات، القيم، التعرض لمصادر نظام للوسيلة لتحقيق أهداف فهم الشخص لذاته.
- الفهم الاجتماعي: تمثل المعرفة التي يمتلكها الفرد لكيفية عمل المجتمع ومؤسساته ودور الفرد في المجتمع والمؤسسات ويوظف لتحقيق أهداف فهم البيئة الاجتماعية واستخدامها لفهم طبيعة الآخرين وثقافتهم والأحداث المحيطة بهم.
- توجيه الفعل استخدام وسائل الإعلام في صنع القرارات السلوكية، توجيه العمل والتعرف بشكل يتماشى مع أخلاقيات المجتمع.
- توجيه التفاعل: من خلال تنمية مهارات مناسبة ومؤثرة فردية واجتماعية والحصول على إرشادات حول كيفية التفاعل مع الأفراد الآخرين.
- التسلية المنعزلة والهروب من الذات ومن المشاكل الضاغطة في الحياة واستخدام وسائل الإعلام بطريقه فردية تساعده على الاسترخاء.
- التسلية الاجتماعية: التسلية يشارك فيها الفرد مع الآخرين مثل: الصحبة الاجتماعية.(هشام رشدي خير الله، دون سنة النشر، ص172-173).

ج- فرضيات النظرية :

- نظام وسائل الإعلام جزء من النسق الاجتماعي المجتمع، ولهذا النظام علاقة بالأفراد والجماعات والنظم الاجتماعية الأخرى.
- لا يحدث استخدام وسائل الإعلام بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي يكون فيه الجمهور ووسائل الاتصال.

- يزداد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كلما كان النظام الإعلامي قادرا على الاستجابة لإحتياجات النظام الاجتماعي أو الجمهور، لهذا ينبغي أن يتطور النظام الإعلامي.

- يختلف الجمهور من حيث اعتماده على وسائل الإعلام فالصفوة قمة الهرم قد يكون لهم وسائل إعلام خاصة بهم غير الوسائل التقليدية (الصحافة)، بمعنى أن للصفوة مصادرها في الحصول على معلومات كالبرقيات أو وكالات الأنباء وغيرها وليست متاحة لكل الناس. (المزاهرة، 2012، ص ص 213-214).

د- الآثار المترتبة على الاعتماد على وسائل الاعلام:

أ- آثار معرفية: منها

- الغموض: هو عبارة عن مشكلة نقص في المعلومات.

- تكوين الاتجاه من خلال مساهمة وسائل الإعلام في تكوين الاتجاهات نحو قضايا معينة.

- ترتيب الأولويات: تلعب وسائل الإعلام دورها في ترتيب أولويات الجمهور في القضايا البارزة.

- اتساع المعتقدات يتم تنظيمها في فئات الأسرة أو الدين أو السياسة.

- القيم: مثل: الأمانة، الحرية والمساواة.

ب- آثار وجدانية: منها:

- الفتور العاطفي: كثرة التعرض للعنف في وسائل الإعلام يؤدي إلى الشعور بالتبؤ أو اللامبالاة.

- **الخوف والقلق:** عندما تعرض وسائل الاعلام إحداث العنف والاعتقالات، فإنها تشير مشاعر الخوف لدى المتلقي.

- **الدعم المعنوي والابتكار:** رفع الروح المعنوية لدى المواطنين أو تزايد شعورهم بالاعتراب، ويلاحظون أن اغتراب الفرد يزداد حين لا يجد معلومات من وسائل الإعلام.

### ج- أثار سلوكية:

- **التنشيط:** يعني قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسائل الإعلامية مثل: الإقلاع عن التدخين.

- **الخمول:** يعني عدم النشاط وتجنب القيام بالفعل مثل: عدم الإدلاء بالتصويت الانتخابي. (مخلوف لبنى فراح، 2020، ص ص 47-48).

### هـ - تطبيق المدخل النظري على الدراسة:

ارتأينا تطبيق هذه النظرية كمدخل نظري للدراسة، انطلاقا من كون دافع صناعة الأخبار التلفزيونية يعد اليوم من أهم دوافع الاعتماد على وسائل الإعلام البديل، خاصة في ظل قدراتها على تلبية هذه الدوافع، وهو ما جعل العديد من الإعلاميين حتى المؤسسات الإعلامية من إنشاء صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي، من أجل تلبية احتياجاتهم من المعلومات حول البيئة المحيطة بهم، كما تعتبر وسائل الإعلام البديل كمصدر للأخبار التلفزيونية، فوسائل الإعلام البديل ينطبق عليها ما ينطبق على وسائل الإعلام من حيث الوظائف والأهداف فهي تمثل وسيلة إعلام بدورها تقوم بنقل المعلومات والإبلاغ عن القضايا والأحداث بسرعة ومرونة مع إمكانية التفاعل مع طرفي العملية الإعلامية، فوسائل الإعلام أصبحت منافسة لوسائل الإعلام التقليدية كونها حرة ومستقلة بما أنها تحقق تفاعلية وتبادلية بين الفرد والوسيلة والمجتمع، فإنها تحقق ما تنادي نظرية الاعتماد المتبادل بين

وسائل الإعلام والمجتمع والأفراد، وعليه فإن الدراسة تحاول الاستفادة من هذه النظرية في تفسير صناعة الأخبار التلفزيونية في زمن الإعلام البديل ورصد التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكيات لديهم.

#### 7- فرضيات الدراسة:

- تتم صناعة الخبر التلفزيوني وفق أطر وقواعد أهمها هو لباقة الحديث خلفية الخبر والتطابق بين الصورة والكلمة.
- ساهم الإعلام البديل في تحسين العمل الإعلامي بشكل كبير وذلك اعتماداً على تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- هناك تقبل كبير من طرف الصحفيين لمحتوى الخبر التلفزيوني في زمن الإعلام البديل.

#### 8- تحديد مفاهيم الدراسة:

أولاً: مفهوم الخبر:

**لغة:** "Information" من فعل يخبر جديد منشور، مجموعات محتويات الاتصال، عملية جمع ووضع ونشر أنباء جديدة وأراء جديدة. (Dictionnaire, 1990, P118).

- جاء في المعجم الوسيط أن الخبر هو كل ما ينقل ويحد به قولاً أو كتابة (محمد شطاح، 2007، ص 07).

**اصطلاحاً:** يعرفه الدكتور عبد اللطيف حمزة: بأنه الجديد الذي يتلهم القراء على معرفته والوقوف عليه بمجرد صدور الجريدة.

وعرفه الدكتور عبد الستار جواد بأنه: "شيء لا نعرفه من قبل، شيء نسيته أو أنك لم تفهمه". (د. عبد الستار جواد، 2002، ص 43).

في تعريف آخر: هي تقديم معلومات مفيدة وجديدة عن واقعة أو حادثة أو موضوع معين يهم أكبر عدد من القراء وتختلف معايير نشر الخبر من مجتمع إلى آخر، تبعا لنظامه السياسي والقيم والعادات والتقاليد والمبادئ التي تحكم الناس فيه، وتبعا للسياسة التحريرية للصحيفة على أن تكون صياغة الخبر بطريقة سليمة وبأسلوب واضح يفهمه جميع القراء. (اسماعيل إبراهيم، 1998، ص13).

إجرائيا: هو عبارة عن معلومات يجمعها صحفيوا الإذاعة والتلفزيون سواء كانت رسمية مصدرها موثوقة كمؤسسات الدولة أو تصريحات لأشخاص، أو قوانين مصدرة يتلقاها المراسل، أو يبحث عنها في الوسط الاجتماعي ولها صلة بحياة الفرد الاقتصادية، الثقافية، الصحية... يعمل الصحفي سواء في الإذاعة أو التلفزيون والجريدة على صياغة الأخبار والمعلومات في قاعة التحرير ومواقع الأحداث، ومن ثم بثها للجمهور مثل: فتح نقل جديد، أو للتأثير كالحديث عن أهمية الإنتخابات وضرورة المشاركة فيها.

ومن هنا نستنتج أن الخبر هو عبارة عن معلومات الأحداث الجارية أو التي جرت بحيث يتم معرفتها من خلال الطباعة، البث التلفزيوني، الأنترنت أو شهود العيان.

### ثانيا: مفهوم صناعة الخبر:

لغة: ينظر لغويا لكلمة مستقلة من أصلها صنع صنعه، يصنع، صنعا ، أما الخبر في اللغة العربية فإنه يعني "ما أتاك من نبأ عن تستخبر".

( [www.taamolat.com/2023/04/blos](http://www.taamolat.com/2023/04/blos) )

اصطلاحا: هي عملية تكوين رسالة اتصالية لها علاقات تأثير وتأثر في أبعاد العملية الاتصالية الأخرى وتستعين بنتائج العلوم المختلفة والأساليب الفنية والوسائل التقنية في تحويل الوقائع والأحداث والمعلومات والآراء المتيسرة التي تتضمن قيما إخبارية تهتم الجمهور

أو المؤسسة الاتصالية أو كليهما، وتتم بثلاث مراحل: جمع المعلومات، تحريرها ونشرها وتتأثر مرحلة صناعة الخبر بالسياسة الإعلامية التي تنتجها المؤسسة الاتصالية. (عظيم كمال، 2012، ص133).

إجرائياً: تطور إخباري على مستوى صياغة الأخبار وقوالبها ولغتها وتشكل هذا التطور في صناعة إخبارية تتنافس فيها الصحف والمجلات ووكالات الأنباء والشبكات الإخبارية ومحطات الإذاعة و التلفزة.

ومن هنا نستنتج أن صناعة الأخبار هي مجرد وصف لحدث معين تتم صناعته عبر سمات خاصة كما نجد عدة عوامل أسهمت في تطور أساليب الصناعة الصحفية وطرائق إيصالها للجمهور.

#### - ثالثاً: الخبر التلفزيوني:

اصطلاحاً: هو عبارة عن خبر مصور ينشأ في موقع الحدث وتتولى أطقم التصوير الإخبارية نقله أو تسجيله على أفلام أو شرائط. (معوذ، 1987، ص19).

يعرفه محمد الفاتح حمدي على أنه: تقدير معلومات وتفاصيل عن حدث ما بواسطة الصورة والصوت، وإن لم تتوفر المادة المصورة فهناك وسائل الاتصال التي يمكن الاستعانة بها، حيث يتكون من عدة لقطات تشكل في مجموعها مشهداً يستغرق عرضه عدة دقائق، ويبقى الخبر ما تقرره المؤسسة الإخبارية أن يكون كذلك من بين كل الأحداث التي تقع.

- إجرائياً: هو خبر مسجل أو حي ينشأ في موقع الحدث ويتولى طاقم التغطية الإخبارية تغطيته من جميع جوانبه، يتكون من مجموعة اللقطات المصورة واحدة تلو الأخرى مرتبطة معاً.

ومن هنا نستنتج أن الأخبار التلفزيونية عبارة عن صياغة لموضوع ما وفق قوالب ومعايير تخضع للسياسة الإعلامية للمؤسسة. يتميز بالموضوعية والآنية، يتم تصويره في موقع الحدث ويتم بثه في التلفزيون صوت وصورة.

#### رابعاً: الإعلام البديل:

**اصطلاحاً:** الإعلام البديل أو الإعلام الجديد أو صحافة المواطن أو إعلام "we media" وقد تعددت تصنيفاته بين صحافة المدونات ومواقع شبكة التواصل الاجتماعية " Site net work social " والمنتديات الالكترونية والمجموعات البريدية، أوالمواقع الالكترونية وغيره. (محمد جاد المولى حافظ عويس، 2012، ص150).

يعرفه قاموس التكنولوجيا الرفيعة بشكل مختصر ويصفه: "بأنه اندماج الكمبيوتر وشبكاته والوسائل المتعددة" وبحسب ليستر: "فان الإعلام الجديد هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من تزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو". (وسام عبد الرحمان مشاقبة، 2012، ص ص64-65).

**إجرائياً:** نقصد بالإعلام البديل هو ذلك الإعلام الموازي للإعلام الرسمي، يعني تقديم الأخبار والمعلومات وتحليلها والتعليق عليها فهو مصطلح يستخدم الوصف في أشكال من أنواع الاتصال الالكتروني أصبح ممكن استخدام الكمبيوتر والهاتف كمقابل للإعلام القديم، الذي يشمل الصحافة المكتوبة من جرائد ومجلات وتلفزيون والراديو إلى حد ما وغيرها من الوسائل الساكنة.

ومن خلال التعريفات السابقة نستنتج أن الإعلام البديل هو عبارة عن وسائل جديدة، تعمل على أساسها العملية الاتصالية، التي تعتمد على الشبكة العنكبوتية، وتشمل هذه الوسائط: بريد الرسائل الالكترونية، مواقع التواصل الاجتماعي.

قائمة مراجع الفصل الأول:

1. المزهرة، منال هلال، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع للطباعة والنشر، عمان، ط01، 2012.
2. اسماعيل ابراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 1998.
3. هشام رشدي خير الله، محاضرات في نظريات الإعلام، كلية التربية النوعية، قسم العلوم الاجتماعية والإعلام، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة المنوفية، دون سنة النشر.
4. عبد الستار جواد، فن كتابة الأخبار، عمان، 2002.
5. وسام عبد الرحمان مشاقبة، أخلاقيات العمل الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2012.
6. مخلوف لينى افراح، تناول الإعلام لقضايا المجتمع في الفضائيات العربية، دراسة تحليلية على عينة من حلقات برنامج قمره الجزء الثاني، قناة mbc، 2018-2019.
7. محمد شطاح، الإعلام التلفزيوني، دار الكتاب الحديث، الجزائر، دط، 2007.
8. معوض محمد، الخبر التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987.
9. محمد جاد المولى، حافظ عويس، تأثير الإعلام البديل على تداول المعلومات في مصر، دراسة تحليلية ميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2012.
10. سلطان محمد صاحب، الدعاية وحروب الإعلام، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
11. عظيم كمال، ثناء اسماعيل العاني، صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط01، 2012.

12. Dictionnaire de la presse et des mères, Conseil international de la langue française, Paris, 1990.

13. [www.taamolat.com/2023/04/blos](http://www.taamolat.com/2023/04/blos) أبريل 2023

## الفصل الثاني:

### فن صياغة الخبر التلفزيوني

تمهيد:

يعد التلفزيون وسيلة من أهم وسائل الاتصال الحديثة، كونه ينقل الصوت والصورة من جميع أنحاء العالم إلى ملايين الناس في منازلهم، فهو ينقل مختلف البرامج كالأخبار التي تمثل جانبا مهما في عالم الإعلام وفي عالمنا المعاصر، كما تعتبر السبيل الفاعل في متابعة الأحداث وتطوراتها.

وشاهدت صناعة الأخبار التلفزيونية تطورا كبيرا في أساليبها وإعدادها وإخراجها كما شمل هذا التطور لغة الخبر وطريقة صياغته وتحريره وقوالبه والشكل الذي يصل به إلى المتلقي.

## 1- ماهية التلفزيون:

## 1-1- نشأة التلفزيون:

لقد أسهم العديد من العلماء في اختراع وتطوير التلفزيون وقد جاء نتيجة لجهودهم الجبارة، وقد كانت البداية سنة 1883م من قبل العالم الرائد "نيكو" الذي توصل باختراعه إلى ما يسمى بالأسطوانة المنقوبة لتركيب الصورة التي بإمكانها أن تقسم جسم من الأجسام إلى عناصر تكون في مجموعها صوراً من الصور، وفي سنة 1905 استعملت الصور التيليغرافية من طرف الألماني "دي كون"، وفي بريطانيا بدأت تجارب إدخال التلفزيون سنة 1925م حينما ظهرت شركة للتلفزيون أنشأها "جون بيرد" "john logie baird"، وهو مهندس اسكتلندي اخترع وسيلة ميكانيكية لعرض الصورة وفي نفس السنة أجريت التجارب لنقل الصور سلكياً وفي سنة 1927م تم إرسال الصورة التلفزيونية عبر دائرة مغلقة من واشنطن إلى نيويورك، وفي العام التالي بدأت شركة جنرال إلكتريك بتجارب الإرسال التلفزيونية، ثم بدأت شركة "NBC" بثها في نيويورك. وقامت شركة "RCA" بتطوير الجهاز، كما استطاع "جون بيرد" في عام 1931م أن ينقل لأول مرة بالتلفزيون سباق الدربي الشهير في إنجلترا حيث توقف التلفزيون البريطاني عن الإرسال مع اندلاع الحرب العالمية الثانية. (طارق سيد أحمد الخليلي، 2008، ص ص 38-40).

ففي عام 1952م ظهرت الشاشة الملونة في السوق الأمريكية بعدما اكتشفها الأمريكي "جون مارك" في مخابر "CBS" واستفاد من اختراع الترانزستور الإلكتروني عام 1960 في تقليص حجم الجهاز فتعددت القنوات التلفزيونية ولم يحل عام 1970م حتى عمت أجهزة الاستقبال بنسبه 90 % في البيوت الأمريكية وعم الإرسال التلفزيوني معظم بلاد العالم. (د. فضيل دليو، 2013، ص 137).

أما في البلدان العربية فقد ظهر التلفزيون في بعض البلدان قبل استقلالها منها: الجزائر التي عرفته 1956م مصر وسوريا عام 1960م الكويت سنة 1961م المغرب والسودان 1962م ثم اليمن، السعودية، تونس وباقي البلدان العربية الأخرى. (د. فضيل دليو، 2013، ص138).

حيث أن نمو التلفزيون الهائل لم يقتصر على اتساع رقعة انتشاره وتعدد أجهزة استقبال رسائله، بل تعداها وهذا بفضل تتابع الاختراعات التكنولوجية التي ساهمت في تطويره من أقمار صناعية وكابلات...إلخ.

آخر مرحلة توصل إليها هي المرحلة العصرية إلى الانتقال من التلفزيون القياسي "la télévision analogique" إلى التلفزيون الرقمي "la télévision numérique" وهذا نتيجة للتطور التقني في مجال الإعلام الآلي حيث اهتم بجوده الصورة والصوت كما يمكن تقديم خدمات ووسائط متعددة وساهمت في إلغاء الحدود الفاصلة بين التلفزيون والكمبيوتر. بفضل التلفزيون الرقمي ظهر ما يسمى بالتلفزيون التفاعلي فهو وسيط ثنائي الاتجاه يمنح المشاهد الفرصة في الاختيار والتعديل بجدول البرامج ومواعيدها كي تتلائم مع أوقاته ومواعيده. (د.يسرى خالد إبراهيم، 2010، ص248-251)

## 1-2- خصائص التلفزيون:

يعد التلفزيون أحد أهم وسائل الاتصال الجماهيري التي اخترعها الإنسان في العصر الحديث فقد تفرد بعدة مزايا وأهم ميزتين هما: الصورة المرئية الجذابة، الاستجابة الفورية للأحداث، كما توفر التلفزيون على مجموعة من الخصائص يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

- التلفزيون وسيلة سمعية بصرية، يجمع بين الصوت والصورة لأنه يعتمد على حاستي السمع والبصر.

- يعتبر التلفزيون أسرع وسائل الاتصال الجماهيري.
- الثقة فيما يقدمه التلفزيون من برامج ومضامين إعلامية فورية حيث أن الصورة لها دور كبير على المشاهدين لتصديق ما يرونه على شاشتهم. (رحمة الطيب عيساني، 2008، ص ص 141-143).
- سهل الاستعمال ( زر بسيط ، آلة التحكم عن بعد، البرمجة الزمنية).
- تكبير الأشياء الصغيرة وتصغير الأشياء الكبيرة وتحريك الثابتة وتثبيت المتحركة.
- التلفزيون يعتبر من أكثر الوسائل تأثيرا على الأفراد. (د . شعباني مالك، 2012، ص ص 214-215).
- يقدم المادة الإعلامية في أنيتها لمشاركة الأحداث والوقائع، فالمشاهدة هنا ترتبط بين الصورة والكلمة المنطوقة. (ماجي الحلواني، ص 23).
- إمكانية نقل المشاهد من أماكن صعبة، مثال ذلك: النقل الفوري لنزول مركبة أمريكية على سطح القمر في عام 1969م.
- يتمتع التلفزيون بميزة المشاهدة الجماعية.
- يتمتع التلفزيون بقدرة كبيرة على الترويج والدعاية للسلع أكثر مما يقوم به الراديو أو الصحيفة. (د. محمد عبد البديع السيد، دون سنة النشر، ص ص 100-102).
- التلفزيون متوفر في كل البيوت ويعمل على نقل المستجدات دون عناء سوى بالضغط على زر التحكم. (رحمة الطيب عيساني، 2008، ص 143).

## 2-الخبر التلفزيوني:

### 2-1- خصائص الخبر التلفزيوني:

- الإيجاز: على محرر الأخبار أن يستوعب الخبر في ذهنه، لكي يتم توضيحه للمشاهد بوضوح، ويعتبر هذا العنصر أكثر أهمية نظرا لقيود الوقت التي تفرض على التلفزيون.
- التطابق بين الصورة والكلمة: يجب أن يكون السرد الوصفي مرتبط بموضوع الصورة على الشاشة، لأن المشاهد تعود على تصديق الصور أكثر الكلمات.
- استخدام المجاز: تعتمد على استخدام التعبير المجازي عند وصف الحدث، من أجل إضافة عناصر تشويقية عند المشاهد وتذهب الملل عنه، وأن يكون الهدف منه فريدا من الوضوح وتمام المعنى. (عامر إبراهيم العمرو، 2015، ص57-58)
- الخبر فوري ويوكب الحدث ويقترّب منه وهو ما يطلق عليه الجودة أو الحداثة وهي عناصر أساسية للغاية في الأخبار وتمثل الجودة عنصر استقطاب الشخص المتلقي.
- أن تكون لغته بسيطة وموجزة لكنها متينة البناء: تعتبر هذه الميزة ضرورية للأخبار مما يجعلها قريبة إلى مدارك الناس وعقولهم وعلى العموم فإن الصحفيين يكتبون بلغة يفهمها خريج الدراسة المتوسطة كمعدل. (أ،م،د، إياد هلال حمادي الدليمي، 2021، ص63).

### 2-2- نماذج الخبر التلفزيوني:

لقد عقد دراسات وندوات علمية في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا وبعض دول العالم الثالث، قدم فيها الباحثون أربعة نماذج ذات ملامح وخصائص مميزة، وكل نموذج من هذه النماذج له تأثيره في غرف الأخبار وجمهورها، كما تكشف عن القوى المؤثرة في صناعة الخبر ونذكرها على النحو التالي:

- نموذج المرأة: يعكس الخبر واقعا محددا، فالصحفيون والمراسلون يراقبون ويتأملون من العالم الذي حولهم ويرون ما يشاهدونه بدقة وموضوعية مثلما تكون المرأة صادقة في عكس الصورة التي تقف أمامها.

يذهب أنصار هذا النموذج للدفاع عن وجهة نظرهم بالقول: "نحن لا نصنع الخبر، بل ننقله فقط"، بمعنى أن الصحفي يفسر الحدث أي ينقل المعلومات التي ينتجها غيرهم وصياغتها وفق شكل معين.

هذا النموذج تتميز به الصحافة السكسونية الناطقة باللغة الإنجليزية التي تعتمد في تغطيتها للأخبار على الموضوعية بعيدا عن الانحياز. (الدكتور محمد العمر، 2020، ص50).

بمعنى أن النموذج ينقل ويعكس كل الأحداث التي تدور في العالم دون التغيير فيها أي كتابة الخبر التلفزيوني بدقة وموضوعية دون تفسير.

- النموذج الاحترافي: أصحاب هذا النموذج يرون أن صناعة الأخبار يقوم به محترفون ماهرون، يقومون باختيار الأخبار ويؤلفونها حسب الأهمية وجاذبيتها لجمهور وسائل الإعلام التي تحقق مكسبا اقتصاديا جراء إقبال الجمهور عليها.

فالجماهير هم حراس البوابة يختارون المواضيع التي تحظى بالنشر وما يتم رفضه يهمل. (نفس المرجع السابق، ص50)

ومن هنا نستنتج أن الصحفي المحترف هو الذي يعرف ماذا يريد الجمهور و مالذي يمكن أن يكون مقبولا أو مرفوضا اجتماعيا بالرغم من كل الضغوطات الداخلية والخارجية التي يواجهها، ويعتبر الخبر خدمة اجتماعية يستفيد منها القراء بشكل رئيسي.

-النموذج المؤسساتي: يرى أنصار هذا النموذج انه يقوم على نظرية المؤسسة وتقاليدها وتعليماتها وطرائق تعاملها مع الأحداث، فإختيار الأخبار يتم من خلال الضغوط التي تخضع لها العمليات المؤسساتية وأهدافها، كذلك الضغوط النابعة من العمليات الفنية لإنتاج الأخبار واعتبارات التكلفة وتحقيق الربح.

كل مؤسسة إخبارية تعتمد على الدليل الأسلوبي "Style book"، كما يسمى أيضا "Hand book" وأحيانا "House style" الذي يتضمن تعليمات لغوية وقواعد تحرير الأخبار والتعامل مع الأحداث على اختلاف أنواع وتقاليد الوسيلة الإخبارية في إعداد الأخبار وتوزيعها هذا ما يؤدي إلى بروز الأثر المؤسساتي في الخبر. (الدكتور عبد الستار جواد، 2001، ص ص 66-67).

بمعنى أن هذا النموذج يعتمد في صناعة الأخبار على المعايير الأسلوبية ومراعاة الكتابة، كما تعرض المؤسسة الإخبارية أو الصحفية على التميز والإتقان الدقيق.

- النموذج السياسي: حسب أنصار هذا النموذج فصناعة الخبر يتم من خلال الميولات الإيديولوجية للقائم بالأخبار، وضغوط البيئة السياسية التي تعمل من خلالها المؤسسة الإخبارية. (أ،م،د، إياد هلال حمادي، الدليمي، 2021، ص ص 68-69).

### 3- صناعة الخبر التلفزيوني:

#### 3-1- أشكال تحرير النص الإخباري:

شهد النصف الثاني من القرن العشرين تطورا هائلا في العلوم والمعارف، فنجد الصحافة في بداية نشأتها كانت تسجل الأحداث كما وقعت وحسب تسلسلها الزمني، فكان الخبر الصحفي يكتب ضمن قالب التسلسل الزمني، لكن بعض كتاب الأخبار بدؤوا البحث عن قوالب أخرى أكثر تنوعا وتشويقا لشد انتباه الجمهور، وسيتم التطرق على مجموعة من

قوالب كتابة الخبر الصحفي نذكرها كآلاتي: (قوالب كتابة الخبر الصحفي، <http://sotar.com>)

- قالب التتابع الزمني: يعد من أقدم الأشكال الصحفية التي استخدمتها الصحافة من أجل تغطية الأحداث بنفس التسلسل الزمني الذي وقعت فيه، فالتتابع أو الترتيب (Chronologies) يعني وضع الأشياء في مكانها منذ البداية حتى النهاية ويعتمد على الطابع السردي من أجل كتابة قصة خبرية جيدة.

يستخدم قالب التتابع الزمني غالباً في المقالات، خاصة تلك التي تسجل تجارب المتحدث أو ما يسرده المتكلم الذي يسجل مغامراته وتجاربه، ويعتبر قالب سهل الفهم يأخذ الخبر الذي يصاغ ضمن هذا القالب الشكل الآتي:

- استعمال موجز.

- انتقال جيد إلى السرد أو الترتيب

- معلومات إضافية (الدكتور عبد الستار جواد، 2001، ص 139).

حيث نستنتج بأن هذا القالب تستخدمه الصحف في المواضيع ذات الطابع الإنساني، ويعني سرد الأخبار أو تقديمها بالشكل الذي وقعت فيه أي أن عناصر الخبر تظهر بنفس التسلسل الذي حدثت فيه مثل: الاجتماعات.

- قالب الهرم من المعكوس: يعد من أكثر الأشكال شيوعاً والأكثر توظيفاً في كتابة الأخبار، فإن بناء الخبر وفق هيكل الهرم المعكوس يسهل المتلقي المهمة في مقدمة إخبارية مركزة على الأخبار الجوهرية وتترك له حرية متابعة أو إهمال الخبر دون إرهاق ذهنه في قراءة كل الخبر. فالملاحظ أن المعلومات توزع حسب تسلسل الأهمية ابتداءً من الأهم إلى الأقل أهمية ويرجع شيوع هذا القالب لسببين:

❖ أنه اقدر الوسائل على نقل المعلومات، فالناس عادة يكتفون بقراءة الجمل الأولى من الخبر قبل أن يقرروا الاستمرار في قراءة الفقرات اللاحقة، وقد تعلم كتاب الأخبار ومحررها هذه الطريقة خدمة لقرائهم وأدرك القراء أهم المعلومات توضع في البداية والأقل أهمية في نهاية الموضوعات.

❖ المساحات المخصصة للخبر أو المقال، تشكل دائما مشكلة للصحيفة، فإذا ضيقت الأخبار ضمن هذا القالب أصبح اختصارها سهل من أسفل الهرم وحسب الأهمية والاهتمام وطبيعة المطبوع، وهكذا يستطيع المحرر اختزال خبر معين دون الإصرار بجوهر الموضوع.

يرى "هاو" "Hough" بأن قالب الهرم المعكوس هو من أبسط أساليب تنظيم الأخبار القصيرة وغير المعقدة، ويتضمن الأسئلة الخمسة (عدا كيف)، وليس لهذا القالب خاتمة. (الدكتور عبد الستار جواد، 2001، ص140).

بمعنى أن الصحفي لا يعيد إنتاج الحدث كما وقع فعلا، وإنما يعتمد في كتابة الخبر على الترتيب القائم على الأهمية في العناصر المهمة تأتي في المقدمة ثم يكمل تنازليا من الأهم إلى المهم في جسم الخبر. كون معظم القراء يرغبون في معرفة الحدث بأسرع طريقة.

- **القالب التشويقي:** يعتبر هذا القالب نقيض الهرم المعكوس لان أهم عنصر يأتي في النهاية وليس البداية ويتم الاحتفاظ بعنصر مهم يتم طرحه في نهاية الموضوع، وفي بعض الأحيان تأتي القصة الخبرية التي تكتب بالأسلوب التشويقي وفق القالب الترتيبي تقريبا لأنه من أكثر الأساليب تشويقا في زاوية الخبر. (صالح شاكر وتوت، 2004، ص362).

ومنه هذا القالب يعتمد على تشويق القارئ وجذب اهتمامه لمواصلة القراءة حتى النهاية، كونه يترك العناصر المهمة تحت نهاية الخبر، ومن مزاياه: أكثر تشويق ودرامي، وأنه سهل الفهم.

- **قالب السرد المباشر:** هذا القالب له مكانته ورواده في عالم الصحافة المعاصر ومن الداعمين له الكاتب الصحفي "Charles Mc Dowel"، حيث دخل الجريدة اليومية قادما من عالم المجلة وأسلوبها المميز وعلى القارئ منذ البداية حتى النهاية ليعرف ما يتحدث عنه الكاتب ولم يستخدم هذا القالب إلا نادرا. يستحسن استخدامه في الموضوعات الصغيرة كون المساحة المتوفرة في الجريدة صغيرة. (الدكتور عبد الستار جواد، 2001، ص ص156-157).

أي أن الكاتب يروي الموضوع من بدايته إلى نهايته المنطقية ويجب على القارئ أن يقرأ الموضوع حتى النهاية لكي يعرف ما حدث كما يفيد هذا القالب الموضوعات الصغيرة أو القصيرة.

- **القالب التجميعي:** يستخدم هذا القالب لجمع الموضوعات أو إخبار الحوادث والجريمة معا في موضوع واحد، يبدأ بقصة قصيرة وتأتي بقية تفاصيل الخبر في فقرات متساوية من حيث الأهمية. (يعقوب، 2012، ص ص449).

بمعنى إن هذا القالب يقوم بتجميع عدة قصص إخبارية متشابهة وتقديمها في قالب واحد، ويسمى هذا النوع من الأخبار جولة إخبارية تضم عدة موضوعات ذات طبيعة متشابهة كحالة الطقس في العالم. كما يمكن أن يجمع أخبارا غير متشابهة بدون استهلال أو فقرة مقدمة عكس الأخبار المتشابهة التي يكون فيها كل مقطع على أنه خبر مستقل له مقدمة وجسم وخاتمة.

- **قالب الدورق:** هذا القالب متفرع من قالب الهرم المعكوس حيث يتم وضع المادة الصحفية معكوسة على قمة قالب سردي، ويستخدم هذا القالب في الحوادث غير الاعتيادية التي لها حاجة إلى تفصيلات عديدة تحتاج إلى نسق دقيق وعلى الكاتب أن يتأكد من أن

هذا القالب هو الفريد لمثل هذه الأحداث. (الدكتور عبد الستار، 2001، ص ص 165-166).

يضم هذا القالب أهم المعلومات في على الخبر، ثم يحتوي على سرد تتابعي لبقية الخبر. أي المقدمة تشمل المعلومات المهمة ومن ثم يبدأ الكاتب في السرد الطويل المفصل للحدث. كما يستخدم في الحوادث غير الاعتيادية التي تحتاج إلى نوع من الكتابة الإبداعية وان تكون له مقدرة لغوية عالية وخيال، مثل: تصوير مشهد محاكمة الرئيس العراقي صدام حسين.

- **بيضة الإوزة:** هذا القالب قصصي كلاسيكي يظهر المشهد ثم تكتشف الأحداث ويجري إيضاح المقدمة وفق المغزى الذي نجده في النهاية. على الكاتب أن يضع في القصة معلومات مهمة للأحداث وإيضاحات مشوقة تجعل من الموضوع وحدة سردية حكاية ذات نهاية مشوقة وبداية جذابة، أما عرض التفاصيل يمكن أن يبدأ من أية نقطة يراها الكاتب مناسبة. (نفس المرجع السابق، ص 168).

يعني أن نبدأ بمقدمة معينة للخبر ثم نعود إليها في النهاية أي ربط المقدمة بالنهاية، ويجب أن تكون النهاية ذات تأثير درامي. فالصحفي يبدأ حيث يريد وبدور الخبر بالطريقة الفنية التي يراها مناسبة لتقديم الخبر بشكله النهائي.

- **القالب الماسي:** هذا القالب يأخذ شكل المعين، تكون البداية من المقدمة السردية لعنصر مهم ونادر ثم تأتي الفقرة الجوهرية لتبرز عندها فكرة الخبر الأساسية، ثم فقرة الأهمية لتضع الفقرة الجوهرية ضمن سياقها العام.

بمعنى أن يبدأ القالب بفقرة قصة أو رواية، مثال: عن شخصية ثم ينتقل إلى الفقرة الرئيسية التي تبرز عنها النقطة الأساسية في الموضوع، كما يناقش القضايا ذات الصلة بخلفية الموضوع بتسلسل وحسب أهميتها.

- قالب الأحداث المتوقعة: حسب "جورج هاو" هذا القالب منظور عن القالب المعكوس بوجود مقدمة تلخيصية ثم التفاصيل التي ترتب بشكل منتظم ويؤكد على عنصرى الزمان والمكان.

قبل الحدث لا بد من إشعار القارئ عن اليوم والساعة ثم المكان ويجب أن يحدد الخبر طبيعة الجمهور ومن سيدعى؟، والمعلومات الأساسية الأخرى ولسهولة حفظ صيغ التسلسل على شكل عبارة سهلة الحفظ (memory jogger) حسب الترتيب الآتي:

Stop digging here

حيث يرمز الحرف S إلى المتحدث Speaker

T إلى الموضوع Topic

O إلى المؤسسة Organisation

P إلى المكان Place

D إلى اليوم Day

H إلى الساعة Hour

ويستخدم هذا القالب في الأحداث المتوقعة من قبل:

- الإعلانات الروتينية

- الأحداث المبرمجة

- البرامج الاجتماعية والحفلات

- حفلات من عقد القران ... إلخ.(الدكتور عبد الستار جواد، 2001، ص171-

(172)

ومن هنا نستنتج أن هذا القالب يستخدم في سرد الأخبار القصيرة المتوقع حدوثها مع التركيز على مكان وزمان الحدث، بمعنى يبدأ هذا الصحفي بهوية المتحدث ثم ذكر الموضوع ومن ثم المكان، اليوم والساعة.

### 3-2- النص الإخباري وقواعد الكتابة لأخبار التلفزيون:

رغم حداثة عهد التلفزيون وتاريخ الصحافة العريق إلى أن اخبار التلفزيون أصبح لها أسلوبها المميز وشخصيتها المستقلة التي تميزها عن الأشكال الصحفية الأخرى، فالكتابة للتلفزيون يجب أن يكون للعين والأذن لان الصورة تخاطب العاطفة والكلمات تجذب العقل، لصياغة النص الإخباري يجب البدء بالعناصر المهمة. (وهبي، 1980، ص88).

تتكون القصة الإخبارية من أربعة أجزاء وهو:

- **العنوان الرئيسي:** يعتبر مدخلا هاما لدفع المتلقي لمتابعة النص، رغم أهميته الأساسية لكنه أحيانا يكون غير كاف فيتطلب إضافة عناوين فرعية للتباين والتنوع.

- **المقدمة:** Lead تعتبر الركيزة الأولى التي ينطلق منها قطار القصة الصحفية، ويجب أن تتصف بالموضوعية وأن تكون متماسكة وقوية، تفرض على القارئ جو خاص وان تحمل حقائق غير قابلة للشك.

- **جسم القصة Body:** هو شرح وتحليل لما طرح في المقدمة، كما يتغذى من المعلومات والحقائق التي يحصل عليها الكاتب من مقابلاته ولقاءاته، والبحث الذي يجريه بموضوعية للحصول على معلومات صحيحة.

- الخاتمة: هي مشهد الوداع الأخير لمغادرة القارئ لنص القصة الصحفية، وكلما كانت أكثر إثارة كانت أجمل، والقارئ تفتح له الرغبة في إعادة قراءة النص الإخباري. (إبراهيم الطائي، 2012، ص ص 71-72).

قواعد الكتابة لأخبار التلفزيون:

- عنوان مختصر لصلب الموضوع.
- مقدمة تشمل أهم عنصر من عناصر الخبر وتجيب عن بعض الأسئلة الستة، أما معظم التفاصيل فيتناولها الخبر في الفقرات اللاحقة.
- ذكر المصدر في المقدمة أو في الفقرة اللاحقة.
- جسم الخبر الذي يشمل سلسلة من الفقرات المستقلة من ناحية صياغتها والفقرات المتكاملة من ناحية الموضوع.
- إهمال العناصر أقل أهمية واختيار العناصر الأكثر دلالة.
- ترتيب العناصر حسب القلب الفني المعروف بالهرم المقلوب أي تسلسل الأخبار يكون من المهم إلى الأهم إلى الأقل أهمية.
- الفصل بين الرأي والإنطباع من جهة والوقائع والمعلومات من جهة أخرى.
- لكتابة الخبر التلفزيوني يجب الإلتزام ببعض المواصفات كالإختصار، الوضوح، الدقة.
- تجنب الأخطاء ونج تخريف الأقوال والتأكد من صحة المعلومات وسلامه اللغة. (هاشم الجندوبي، 2010، ص 214).

### 3-3- تحرير النشرة الإخبارية:

التحرير هو العملية التي يتم بواسطتها تصويب الأخطاء النحوية والإملائية وبها يتم تهذيب العمل، فالكتابة للتلفزيون يجب أن تراعي سلامة الأسلوب والوضوح، البساطة الإحكام والتلوين لأنها تستهدف المشاهد والمستمع، يبدأ تحديد موضوع الخبر بمقدمة قصيرة خفيفة أو ثقيلة حسب مقتضيات الخبر ومهارات المحرر، كما تصنف القصص الإخبارية إلى أخبار جادة وأخبار خفيفة. (د. أحمد اسماعيل حسن، 2017، ص119).

يتولى قسم تحرير نشرة الأخبار في التلفزيون مسؤولية تحرير جميع الأخبار من قصص إخبارية محلية أو دولية ويتم تحريرها بطريقه تتفق مع طبيعة وسياسة التلفزيون من أجل إعدادها تلفزيونيا بما يعطيها الشكل الملائم للعرض. (العقاد ليلى، 1998، ص104).

بمعنى أن عملية تحرير الأخبار تبدأ بجمع المعلومات اللازمة، بالتوجه إلى موقع الحدث المراد تغطيته وهناك يتم جمع تفاصيل الحدث التي ستشكل الخبر الصحفي. كما يجب على الصحفي في صناعته للخبر أن يحرص على أن يكون خاليا من الأخطاء الطباعية والإملائية، وأن يستخدم اللغة الموجزة في كتابة الخبر.

#### مهام محرر أخبار التلفزيون:

- تحسين جودة المادة الصحفية من خلال تحريرها واختصارها وصلها.
- تصحيح الأخطاء المعلوماتية واللغوية والنحوية والأسلوبية.
- القيام بعمليات المونتاج للمادة المصورة المطلوبة.
- مراعاة دقة المعلومات المستقاة من المصادر مع الربط بين المعلومات والموضوعات ذات العلاقة.

- الاهتمام بتحرير العناوين بما يحقق عوامل جذب الانتباه والإثارة والأهمية. (موسى بن عودة، 2020، ص03).

ومن هنا نستنتج بأن المحرر هو من يقوم بتخطيط وتنظيم وتدقيق ومراجعة المواد والنصوص حتى تصبح جاهزة للنشر، ومن مهام المحرر: مراجعة الأفكار وجعل المعلومات تصل بصورة واضحة ودقيقة إلى القارئ.

- كتابة النص الاخباري يتم على صفحة مقسمة لجزئين وبشكل طولي، الجزء الأيمن يخصص للصورة أما الأيسر يخصص للنص، وتخضع عملية تحرير النشرة الإخبارية التلفزيونية لعدة أسس وقواعد مهنية تتغير حسب طبيعة المحطة التلفزيونية. من بينها مراعاة النطاق الجغرافي والتوازن في انتقاء الأخبار التي تثبت كما ترتبط النشرة بمستوى وحجم التغطية الفيلمية، كونها معيار أساسي لاختيار الأخبار.

إن تحرير الأخبار في الصحافة الكبرى والمتقدمة يتم على أيدي ثلاثة أنواع من المحررين:

- **المحرر معيد الكتابة:** تخلص الأخبار من الأخطاء اللغوية والسياسية والصحفية وإعدادها لتكون جاهزة أمام المحرر.
- **المحرر:** هو الذي يضع الأخبار بصيغته شبه نهائية لتكون جاهزة للبت كونه معروفا بكفاءته.
- **المحرر الذواق:** يعتبر نوع نادر كونه متميز، مهمته تنحصر في مراجعة الأخبار ليحذف أو يستبدل الكلمات غير اللائقة. (العرفي حسين، 2016، ص46).

بعد وصول الخبر إلى مكاتب التحرير أو أقسام الخبر يخضع إلى عملية مراجعة دقيقة وتتجاذبه أقسام مختلفة بالصقل وإعادة الصياغة، وهذه العملية التحريرية ضرورية بسبب عامل السرعة الذي تتسم به التغطية الإخبارية التي تحكمها المفاجأة وتحديد الوقت والتنافس على السبق الصحفي. (نفس المرجع، ص54).

### 3-4- خطوات ومراحل إنتاج الإخبار التلفزيونية:

- **تجميع الأخبار:** في هذه المرحلة يقوم المندوب بجمع معلومات الخبر التلفزيوني بمكوناته المرئية والمسموعة على شريط فيديو ثم يقوم بكتابة النص الذي يفسرها وفق قواعد وشروط الكتابة للتلفزيون وهي الكتابة التفسيرية كما يقوم بإجراء بعض المقابلات والتصريحات لتعزيز الخبر ثم يقوم بترتيب كل عناصر الخبر وإعداده للبث عبر التلفزيون. (د. أحمد اسماعيل حسين، 2018، ص 123)

بمعنى يتم الحصول على الأخبار إما عن طريق وكالة الأنباء والمراسلون الصحفيون أو مواقع التواصل الاجتماعي.

- **إنتقاء الأخبار وترتيبها (إعداد نشرات الأخبار):** هناك أخبار عديدة تصل إلى غرفة التحرير من مصادر عدة داخلية خارجية، وعلى المحرر أن يقوم باختيار الأخبار التي يجب أن تبث وتحديد الزمن لكل منها، وهذا بسبب ضيق الوقت لهذا يجب على المحرر أن يقدم الأخبار الضرورية والهامة. (عامر إبراهيم العمرو، 2015، ص 65)

ثم يتم صياغة الأخبار بلغه خاصة، وترتيبها وتركيبها لتصبح ملائمة سواء مع طبيعة الوسيلة أو مع الأشكال البرمجية التي تقدم من خلالها هذه الأخبار.

- **التحقق من المعلومات:** يقوم الصحفي بمراجعة البيانات الأصلية، والتأكد منها عبر الآليات المناسبة قبل نشرها واعتمادها، ويتم التحقق من خلال عنصرين أساسيين هما: التحقق الموضوعي الذي يتم من خلال الحدث وتداعياته وخلفياته، وكذلك عن طريق الاستماع والمشاهدة والمتابعة من خلال وجهتي النظر وطرفي الحدث من مؤيدين ومعارضين، وحتى من طرف محايدين للحدث سواء كانت مؤسسات رسمية أو شعبية

وأشخاص عاديين، وفي كثير من الأحيان عن طريق الربط العقلي والمنطقي والتحقق التقني من خلال أدوات وبرامج تقنية متنوعة. (وريار رستم محمد وآخرون، 2021، ص 130).

- **المونتاج:** يتم إعادة ترتيب اللقطات التلفزيونية التي تم تصويرها، كما يتم حذف اللقطات واللقاءات الغير المهمة، وإصلاح الكثير من عيوب الصوت والصورة بشكل يجعلها قابلة للبلث للجمهور، وتتم عملية المونتاج عن طريق جهاز مزج بين الصوت والصورة Audio video mixer المثبت على طاولة الإخراج "Disk control"، الذي يوفر حركات الانتقال الأساسية بين المصادر. (د. نجلاء الجمال، 2013، ص 19).

ومن أهمها:

- **القطع "Cut":** هو انتقال سريع من لقطة إلى أخرى يتم في (1/24 ثانية)، بهدف تحقيق عنصر التنوع في اللقطات لجذب انتباه المشاهد والاستحواذ عليه لمتابعة ما يعرض أمامه دون ملل.
- **المرج "Dissolve / Mix":** هو اختفاء وظهور بين لقطتين تضعف إحداها وتختفي بحيث تقوى الأخرى وتظل أكثر وضوحا على الشاشة، وفي لحظة معينة تتطابق اللقطتان بشكل مؤقت فتصبح كل لقطة في نصف قوتها وتسمى "lap dissolve". (د. أحمد اسماعيل حسين، 2018، ص 124).
- **الظهور والاختفاء التدريجي "Fade in fade out":** هو الانتقال التدريجي بالصورة الأولى بالسواد إلى الظهور التدريجي للصورة أو اللقطة الثانية، ويسمى هذا الأسلوب "Fade in" بينما تسمى الحركة العكسية المتمثلة في الخروج التدريجي لإحدى اللقطات إلى السواد ب "Fade out"، وتستخدم في نهايات برامج الهواء المسجلة. (د. نجلاء الجمال، 2013، ص ص 78-79).

- **المسح: "Wipe":** هو الإنتقال من صورة لأخرى، تبدأ الصورة بحجم صغير ثم تكبر بسرعة، وله عدة أنواع هي: المسح الرأسي، المسح الأفقي، والشاشة المنقسمة "Spilt screen" (د. أحمد اسماعيل حسين، 2018، ص ص 124-125).

- **تقديم نشرة الأخبار وبنثها (تنفيذ النشرة):** تعتبر الخطوة النهائية من خطوات الإنتاج، ويقصد بالتنفيذ تقديم النشرة الأخبار وبنثها على الهواء مباشرة من الاستوديو، ويبدأ المخرج بإعداد النشرة مبكرا خصوصا في النشرات الرئيسية، ويجتمع الطاقم الإخباري لتحديد تسلسل الأخبار، وطبيعة المادة المرئية التي سيتم استخدامها، يكون المذيعون وطاقم التنفيذ من مصورين و فني الصوت والكاميرات والإضاءة والجرافيك وغيرهم، قد قاموا بمهارتهم وبمجرد أن يحين توقيت إذاعة النشرة، يعطي المخرج أمره بالبدا لإذاعة النشرة. (وريا رستم محمد وآخرون، 2021، ص 731)

خلاصة:

يمكن القول من خلال ما سبق أن تطور التلفزيون فتح مجال التوسع والاندماج، كما أنه جعل العالم قرية صغيرة باستخدام البث الفضائي في الإرسال التلفزيوني.

كما يعتبر البناء النصي للخبر التلفزيوني أهم ما يجذب القارئ أو المشاهد لأنه يحتوي على مجموعة من المضامين التي تعالج مختلف الموضوعات، وبفضل التلفزيون أصبح بإمكان الفرد أن يرى ما يجري في العالم دون الحاجة إلى التنقل.

قائمة المراجع:

1. إبراهيم الطاني، عناصر القصة القصيرة وتطبيقاتها في القصة الصحفية، الجامعة العراقية، كلية الآداب، 2012م.
2. أم، د، إياد هلال حمادي الدليمي، صناعة الأخبار الإذاعية والتلفزيونية بين اشكاليتي ترجمة المصطلحات واختلاف المدارس الإعلامية، ط1، 2021م.
3. العقاد ليلي، مدخل إلى التلفزيون، جامعة دمشق، سوريا، 1990.
4. العرفي حسن، بنية نشرات الأخبار في التلفزيون الجزائري، دراسة وصفية تحليلية، مذكرة لنيل شهادة الماستر علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة المسيلة، 2016.
5. الدكتور محمد العمر، البرامج الإخبارية في الإذاعة التلفزيونية، الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020.
6. الدكتور عبد الستار جواد، فن كتابة الأخبار، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، ط2، 2001.
7. د.شعباني مالك، دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، بسكرة، ط، ن، ع، 7، جانفي 2012.
8. د.صالح شاكر وتوت، الخبر الصحفي عنصر أساسي من عناصر العملية الإعلامية، 2004.
9. د.أحمد اسماعيل حسن، أقمار الاتصالات والأخبار التلفزيونية، جامعة غرب كردفان، كلية الإعلام، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، 2018.
10. د.فضيل دليو، تاريخ وسائل الإعلام والاتصال، دار الخلدونية، الجزائر، ط4، 2013.
11. د.يسرى خالد إبراهيم، التلفزيون الرقمي والتفاعلي تقنيات عملية الاتصال وتطورها، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 9-10، جامعة بغداد، أيلول، 2001.

12. د. نجلاء جمال، فن المونتاج التلفزيوني خطوات العمل على برنامج ، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2013م.
13. طارق سيد أحمد الخليفي، فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، د ط، 2001.
14. رحمة الطيب عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال، عالم الكتب، الحديث، إرد، الأردن، د ط، 2008.
15. عامر إبراهيم العمرو، تقييم الصحفيين الأردنيين لمهنية الأخبار في التلفزيون الأردني، رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة البترا، الأردن، 2015.
16. ماجي الحلواني، المدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، د ط، د س، 2002.
17. موسى بن عودة، مطبوعة بيداغوجية بعنوان فنيات التحرير الصحفي، تخصص علوم الإعلام والاتصال، 2020/2019.
18. هاشم والحدوبي، عوض المهدي، دليل كتابة الخبر، نشر وزارة الإعلام بالبحرين، 2010.
19. وهبي ابراهيم، الخبر الإذاعي، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1980.
20. وريار رستم محمد وآخرون، توظيف التقنيات التلفزيونية في إنتاج النشرات الإخبارية في القنوات الفضائية الكوردية، مجلة علمية دورية محكمة تصدر عن الجامعة اللبنانية الفرنسية، المجلد 02، العدد 04، خريف 2021.
21. يعقوب طالب، تقنيات الإعلام، دار أفقار للنشر والتوزيع، سوريا، ط1، 2012.
22. http:// sotor.com/ قوالب كتابة الخبر الصحفي 03 : 00- 2023/18 : 18.

## الفصل الثالث: الإطار النظري

### للإعلام البديل

**تمهيد:**

ساعدت التكنولوجيات الحديثة في ظهور شبكة المعلومات التي شكلت نقلة نوعية في الحياة البشرية، وظهر ما يسمى بالإعلام البديل أو إعلام المواطن ووسائله ومختلف تقنياته الحديثة التي لها أثر في مجالات متعددة.

يهدف هذا الفصل إلى تقديم نبذة تاريخية عن الإعلام البديل وبعض المداخل النظرية لتعريفه، كما يتناول مميزات ووسائل الإعلام البديل بالإضافة إلى أهمية وعوائق استخدام وسائله في العمل الإعلامي.

## 1- نشأة وإشكالية مصطلح الإعلام البديل:

## 1-1- نشأة الإعلام البديل:

جاء الإعلام البديل بعد التطور المذهل لشبكة الإنترنت التي نشأت فكرتها في الستينيات من القرن الماضي، عندما افتترضت وزارة الدفاع الأمريكي وقوع هجوم أو كارثة نووية تؤدي إلى تعطيل الاتصالات فتم تكليف مجموعة من الباحثين للنظر فيما يمكن عمله في حال حدوث هذه الحالة الافتراضية.

تأسست شبكة الانترنت في الولايات المتحدة الأمريكية لأغراض عسكرية باسم "أربانت"، وفي عام 1969م قام مهندس جامعة كاليفورنيا ومركز سان فورد للبحوث بإرسال أول معلومة بينهما. (ليلى أحمد حرار، 2012، ص24).

حيث تعتبر شبكة الانترنت أكبر جزء من تقنية المعلومات " Technologie information" في العالم يتم عن طريقها إجراء المعاملات المختلفة، تجارية كالأبحاث عن الأسواق وأوضاع المنافسين وتبادل المعلومات والأخبار الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، كما تعتبر شبكة الانترنت أداة اتصال وتواصل بين الأفراد في العالم كله. (أ.علي خليل شقرة، 2014، ص42).

بفضل انتشار الحاسوب والتوسع الهائل في استخدام شبكة الانترنت وخاصة بعد انتشار التقنية الحديثة للاتصال وتزايد تطبيقاتها في مجال الإعلام والاتصال ظهر ما يسمى بالإعلام الإلكتروني.

أصبح الإعلام الجديد بميزاته وخصائصه وخدماته محور الحياة ويعتبر ثورة في الإعلام والاتصال حيث شمل وسائل الإعلام التقليدية وطور من أدائها، وأصبح بإمكان القنوات التلفزيونية بث مختلف برامجها عبر الحاسوب أو الموبايل، وكذلك المحطات الإذاعية. (حارث عبود، ومزهر الهاني، 2015، ص49).

بفضل هذا التطور سارعت الكثير من الصحف لإنشاء مواقع الكترونية لها على شبكة الانترنت وهو كثير للمجالات وانتشار مختلف المواقع الالكترونية. (أ.علي خليل شقرة، 2014، ص 49).

## 2- خصائص الإعلام البديل:

الإعلام البديل كفلسفة جديدة له علاقة بين الوسائل الإعلامية وجمهورها حيث يمتاز بمجموعة من الخصائص وهي:

- **التفاعلية:** يقصد بها وجود تفاعل بين المرسل والمستقبل لدرجة تقارب الاتصال المباشر، كما نجد عدة مواقع تحرص على معرفة ردود ودور الجمهور المستقبل من خلال تخصيص بريد الكتروني لتلقي التعليقات. (حسين شفيق، 2015، ص 37).

- **اللاتزامية:** إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في الوقت المناسب للفرد المستخدم، كما لا يتطلب من كل مشارك استخدام النظام في الوقت نفسه، مثال: الفيديو لتسجيل البرامج وتخزينها لمشاهدتها في الأوقات التي تناسب الفرد المستخدم. (مسعود بوسعدية وآخرون، 2011، ص 08).

- **الحركة والمرونة:** يمكن تحريك الوسائل الجديدة إلى أي مكان. مثل: الهاتف النقال، الحاسبات الشخصية وغيرها.

- **الشمول والتنوع في المحتوى:** بفضل ظهور شبكة الانترنت أصبح بإمكان كل من الشركة عن طريق وسائل الإعلام الالكتروني المختلفة أن يقوم بذلك دون عاجز من ضيق مسافة أو غيره، حيث أصبح المتابع بإمكانه أن يستفيد في كثير من الروابط والمواقع الالكترونية التي تظهر على صفحة الموضوع الذي يهمله لزيادة معلوماته. (أ.علي خليل شقرة، 2014، ص 57).

- **التخزين والحفظ:** في الإعلام الجديد يتم استخدام كل وسائل الاتصال مثل النصوص، الصوت، الصورة الثابتة، الصورة المتحركة والرسوم البيانية الثنائية والثلاثية الأبعاد... إلخ. (رضوان سلامن، سامي علي مهني، 2019، ص364).

- **الانتباه والتركيز:** يقوم المتلقي في وسائل الإعلام الجديد بعمل فاعل في اختيار المحتوى والتفاعل معه، فإنه يتميز بدرجة عالية من الانتباه والتركيز بخلاف التعرض لوسائل الإعلام التقليدية التي تكون عادة سلبية وسطحية. (مصطفى يوسف كافي، 2015، ص165).

- **نظام الإدارة:** العمل في المؤسسة الحرة المستقلة وعدم القضاء القوانين التي يعمل بها الإعلام التقليدي.

- **مدى التغطية:** من خلال تقديم خدمات إعلامية، محلية، إقليمية، قومية. (د. خالد جمال عبده، 2012، ص ص30-31).

2- استخدام الإعلام البديل في العمل الإعلامي:

2-1- وسائل الإعلام البديل:

أ- **الانترنت:** تعد الانترنت احد التقنيات الاتصالية التي عرفها العالم خلال العقدين الماضيين، حيث استطاعت الشبكة أن تقلب المفاهيم المكانية والزمانية للإنتاج والتطبيقات الإعلامية في العالم، كما سمحت لمستخدميها بالاختيار بحرية ما يريدون من خدمات اتصالية تتلائم مع حاجاتهم. حيث تعرف الانترنت على أنها شبكة المستخدمين التي يتم عرضها على أنها من الكابلات والأسلاك ووصلات المستخدمين التي يتم عبرها بث صفقات البدء لتسهيل الوصول إليها. (عبد العظيم كامل الجميلي، وثناء إسماعيل العاني، 2016، ص11).

تم بناء أول شبكة عام 1969م تسمى "أربانيت" ترتبط بين أربعة أدمغة الكترونية ونظرا إلى ما حققه هذا المشروع من نتائج جيدة تم توسيع الأربانيت إلى مؤسسة عسكرية ثم إلى مؤسسات مدنية كالوزارات والسفارات. (محمد العقاب، 1999، ص25).

ففي الفترة الممتدة ما بين 1982م إلى 1989م انقسمت الانترنت إلى قسمين "Arpanet" و "Milnet" حيث استخدمت الأولى في جهود الأبحاث المدنية والثانية للإستخدامات العسكرية، كما ارتبطت كل من أستراليا، ألمانيا، إسرائيل وغيرها من الدول للاستفادة من خدمات شبكة الانترنت بتكلفة مالية رخيصة وعملية. (فيصل أبو عيشة، 2010، ص46).

أما في فترة التسعينيات فقد عرفت الانترنت ارتفاعا في عدد المستعملين يختلف من بلد لآخر، كما أصدرت طبعة جديدة أكثر تطورا وسرعة "Next génération internet" ما يسمى بانترنت 02. (بشار عباس، 2001، ص69).

وفي العام 2000 إلى يومنا هذا بدأ انتشار الأنترنت في كافة العالم، كما ظهر ما يسمى بموقع ويكيبيديا للبحث عن المعلومات.

(<http://mawdo3.com> الأنترنت 2023/03/08 طلع عليه على الساعة 17:15).

ب- مواقع التواصل الاجتماعي: وهي مصطلح يشير إلى تلك المواقع عبر شبكة الانترنت والتي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب (جواد علي مسلماني، 2015، ص128)، وتعرف بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح المشترك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع الأعضاء الآخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية. (زاهر راضي، 2003، ص23).

ومن أشهر المواقع استخداما نجد:

- الفيسبوك: هو عبارة عن موقع يمكن للعضو إعداد نبذة شخصية عن حياته تكون بمثابة بطاقة هوية وتعارف لمن يريد أن يتعرف أو يتواصل معه، كما أنه يتيح العديد من الفرص كمتابعة أخبار الشخصيات المشهورة وكذلك تحميل ألبومات الصور تأسس هذا الموقع سنة 2004م، على يد "مارك زوكبيرغ"، (أ. علي خليل شقرة، 2014، ص ص64-66).

- التويتر: هو موقع يقدم خدمة تدوين مصغر يسمح لمستخدميه بإرسال تغريدات عن حالتهم أو عن أحداث حياتهم بحد أقصى 140 حرفا للرسالة الواحدة، ظهر تويتر سنة 2006م كمشروع بحثي قامت به شركة "ob vious" الأمريكية ثم أطلق رسميا للمستخدمين في نفس العام. (نفس المرجع، ص75).

- اليوتيوب: تأسس هذا الموقع بداية عام 2005 على يد موظفين هم: الأمريكي "تشارد هيرلي"، والتايواني "تشين" والبنغالي " جاو كريم" في مدينة "Menlopark" في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، الذين يعملون في شركة "pay pal" للتجارة الإلكترونية. (عبد الرزاق محمد الدليمي، 2011، ص49).

هو موقع لمقاطع الفيديو متفرغ من جوجل يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، كما تستفيد منه وسائل الإعلام ومرتادي الفيسبوك، وهناك أعداد كبيرة للمشاركين فيه ويزوره الملايين. (محمد منصور، 2012، ص94).

- تيك توك: يسمى كذلك "Douyin"، عبارة عن تطبيق وخدمة استضافة مقاطع الفيديو القصيرة والتي تتعدد أنواعها من الرقص أو الغناء إلى ما يتعلق بالترفيه. كانت انطلاقة سنة 2018م حيث وصل إلى ما يقارب المليار مستخدم نشط في وقت قصير.

(ترتيب أفضل 10 مواقع التواصل الاجتماعي <http://www.star2apps.com>)

ج- المدونات الإلكترونية: يعرفها عبد الله ولد حظري أحد الباحثين في المدونات على الشبكة الدولية، أن المدونات أو الصفحات الشخصية هي تطبيق من تطبيقات الانترنت يعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى وهو أبسط صورة للتعبير عن صفحة "Web" تظهر عليها تدوينات مؤرخة ومرتبطة ترتيبا زمنيا. (فراح بسمة، 2018، ص33).

كان أول ظهور لها في منتصف التسعينات، وانتشر بكثرة بعد أحداث 11 سبتمبر 2001م والحرب على العراق سنة 2003م، حيث اتجه بعض المدونين إلى التعبير عن مشاعرهم وتنديدهم بالهجمات التي تعرضت لهم الولايات المتحدة، كما اتجه البعض الآخر

لتدوين المعلومات التي تحجبها وسائل الإعلام التقليدية. (عبد الرزاق انتصار إبراهيم، 2011، ص30).

د- الصحف الإلكترونية: يعرفها البعض بأنها تلك التي تجمع مفهوم الصحافة، ونظام الملفات المتتابعة أو المتسلسلة، فهي منشور الكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات عامة أو بموضوعات ذات طبيعة خاصة ويتم قراءتها من خلال جهاز كمبيوتر وغالبا ما تكون متاحة عبر شبكة الانترنت وتكون الصحيفة الإلكترونية مرتبطة أحيانا بصحيفة مطبوعة. (الشفيع عمر حسين، 2011، ص ص 9-10).

ظهرت الصحافة الإلكترونية أو ما يسمى بصحافة الانترنت وتطورت كنتاج لشبكة الانترنت العالمية التي جاءت نتيجة لما يعرف بالتقنية الرقمية، ولم تكد تمضي سنوات على ظهور الانترنت حتى ظهرت عدة مواقع تعتبر نسخا الكترونية للصحف الورقية. (عباس نجي حسن، 2011، ص49).

## 2-2- المداخل النظرية للتعريف بالإعلام البديل:

لقد شهد مجال الإعلام والاتصال عدة نظريات تقدم تصورات عن كيفية عمل الإعلام وتأثيره على الجمهور أو من الجمهور نفسه اتجاه الوسائل أو الرسائل الإعلامية، كما يقدم تصور عام يمكن أن يحدث مستقبلا، وتساعد على توجيه البحث العلمي في مجال الإعلام إلى مسارات مناسبة تجسد بشكل فاعل تطبيقات وسائل الإعلام في المجتمع.

كما نجد العديد من النماذج الاتصالية التي تناولت احتياجات الجمهور من جوانب مختلفة سواء نفسية أو اجتماعية أو اتصالية، ابتداء من نموذج الاستخدامات والتأثيرات الذي قدمه "ويندول" سنة 1979م، مؤكدا لنموذج "كلاير" الذي قدمه عام 1969م. ثم ظهر نموذج الاستخدامات والاشباع لـ "كاتز" يؤكد على وعي الجمهور وقدرته على تحديد احتياجاته واختيار الوسيلة المناسبة القادرة على إشباع الاحتياجات. (د. مسعود رزيق، 2021، ص30).

بعدها جاء نموذج "دينيس ماكويل" تحت اسم الإعلام الديمقراطي المشارك الذي يركز على حق المواطن في استخدام وسائل الاتصال من أجل التفاعل والمشاركة بين أفراد المجتمع لاختيار وتقديم المعلومات المناسبة ووسائل الإعلام البديلة التي تتسم بالتفاعل والمشاركة بين المرسل والمستقبل. كما نجده في الوسائل المطبوعة (صحف ومجلات، نشرات) الوسائل المسموعة المرئية (الراديو، التلفزيون، الانترنت). (د. هشام رشدي خير الله، دون سنة النشر، ص 148-149).

من خلال الدراسات العربية والأجنبية التي حددت الإعلام البديل بوسيلة الانترنت وما تقدمه من مواقع ومدونات تتيح التفاعلات والمشاركة والديمقراطية للرأي والتعبير، إلا أنها أهملت جوانب أخرى متعلقة بهوية الإعلام البديل فقد حدد كتاب "فهم الإعلام البديل" أربعة مداخل لتحديد هوية الإعلام البديل:

### 1- المدخل الأول: الإطار العقلاني:

يعتمد هذا المذهب على العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع. فهدف الإعلام البديل هو خدمة المجتمع ويتم إعطاء الأشخاص العاديين فرصة سماع أصواتهم وتحمل مسؤولية توزيع إيديولوجيتهم وتمثيلاتهم وهذا يمكن أفراد المجتمع المحرومين من استخدام قنوات الاتصال المفتوحة بواسطة الإعلام البديل من أجل تقوية هويتها الداخلية. (د. مسعود رزيق، 2021، ص 31).

### 2- المدخل الثاني: الإطار البديل:

ركز هذا المدخل على الفرق بين الإعلام السائد والإعلام البديل، كون هذا الأخير كاملاً للإعلام السائد، فالإعلام البديل يمثل رؤية بديلة للسياسات والأولويات والمنظورات المهيمنة. حيث تعبر عن أولئك الممثلين بدرجة غير كافية في قنوات الاتصال المهيمنة. فوسائل الإعلام المهيمنة تعطي الأولوية لرئيس الدولة والقطاع الخاص على حساب الأطراف المحرومة من المجتمع المدني، وتعتبر وسائل الإعلام البديلة بأنها بدائل لوسائل الإعلام المسيطرة ومكملة لها. وتعتبر ذات الهيكل الأكثر أفقي واختلاف في المحتوى.

وفي هذا السياق يشارك نموذج المشارك الديمقراطي "لماكويل" أن أجهزة الإعلام البديلة تفضل الأنماط الأفقية بين التفاعل للتعبير عن احتياجات المواطنين عكس وسائل الإعلام الجماهيرية التي تخدم الحكومة. ولهذا النموذج عدة أمثلة منها: الصحافة السرية، التلفزيون الأرضي المشترك... إلخ. (د. سحر خليفة سالم الجبوري، دون سنة النشر، ص17).

### 3- المدخل الثالث: الاستقلالية:

ركز هذا المدخل على وضع وسائل الإعلام المجتمعية كمنظمات مستقلة عن الدولة. فوسائل الإعلام البديلة تعتبر الصوت الثالث بين إعلام الدولة والإعلام التجاري الخاص. وتعرف بأنها جزء من المجتمع المدني وقطاع مجتمعي وتسمح عملية إضافة الصبغة الديمقراطية على الإعلام للمواطنين أن يكونوا فاعلين وناشطين في أحد المجالات الجزئية الكثيرة وثيقة الصلة بالحياة اليومية. (د. مسعود رزيق، 2021، ص31).

### 4- المدخل الرابع: الجذموري:

يركز هذا المدخل على ثلاث جوانب أساسية لوسائل الإعلام البديل كجذمور وهي:

- دورها في المجتمع المدني.

- طبيعتها المراوغة المحيرة.

- ترابطها وصلتها بالسوق والدولة. (نبيل حورة، 2015، ص64).

### 3- تقييم الإعلام البديل:

#### 3-1- أهمية استخدام وسائل الإعلام البديل في العمل الإعلامي:

تزايدت أهمية استخدام الانترنت كمصدر من مصادر المعلومات بالنسبة للصحفيين حالياً وأصبحت تستخدم في العمل الإعلامي، خاصة مع بداية ظهور الويب 2، حسب دراسة "لروس ومدليبيرج" (Rose, Midelberg, 1998) التي أشارت إلى زيادة في نسبة المستخدمين الانترنت وزيادة اعتمادهم على قواعد المعلومات العامة، التي تغذيهم بمعلومات وأخبار ونشاطات المؤسسات والأجهزة الأمريكية الحكومية، حيث وصلت نسبة استخدام

الصحفيين للانترنت عام 1997م إلى 91 %، حسب دراسة أخرى قام بها "بروس جاريسون" " على عينة من الصحفيين الأمريكيين واتضح أن حوالي 90 % من أفراد العينة يستخدمون البريد الإلكتروني و51% يستخدمون الانترنت لنقل الملفات من وإلى صحفهم. (علي بن شويل القرني، 2012، ص07).

حيث تكمن أهمية الاعتماد على هذه الوسيلة، ثورة الاتصال الجديدة التي أنهت عدد من المفاهيم كهرمية الاتصال وحارس البوابة، وأحادية مصدر الرسالة، واستحدثت عدد من المفاهيم الاتصالية الجديدة. مثل: المجتمعات الافتراضية، التشبيك الاجتماعي... إلخ. كونها تدل على وفرة وتنوع وسائل الاتصال الجديدة.

فإيجابيات الإعلام البديل تكمن في سرعة الاتصال والقيمة المعلوماتية وضمان وصولها والتفاعل معها، هذا ماخلق مساواة داخل المجتمع في الاتصال كونه ليس إعلاما يرسل من جانب واحد فقط بل بالإمكان المشاركة والتفاعل معه، وساهم الإعلام البديل في جذب الأنظار بعد تفجيره العديد من القضايا التي أثارت الرأي العام بنشرهم الأخبار ذات التوجه السياسي الذي أرغم بعض الحكومات في اتخاذ القرارات أو التراجع عنها وهذا سبب الاحتجاج الجماهيري. فنجد: حراك 22 فبراير 2019م بالجزائر. (حاتم سليم العلوانة، 2012، ص ص 5،6)

حيث نجد وسائل الإعلام البديل أصبحت لها أهمية كبيرة في العمل الإعلامي كونها تزيد من نسب المشاهدة في القناة، كما تتمتع بالمصداقية كونها تنقل كل الأحداث التي تجري في الحياة اليومية دون الخوف من السلطة لأنها تعتبر وسائل حرة ومستقلة بإمكان الفرد أن يعبر عما يشعر به ويعيشه في حياته. وتعتبر وسائل الإعلام البديل الوسيلة الوحيدة التي توفر تغطية مباشرة للرياضات والجوائز دون اشتراك عكس وسائل الإعلام التقليدية.

فقد تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات الحديثة الفرصة أمام الجمهور لمشاركة أكبر للمعلومات وتبادل المعارف، حيث أدى هذا إلى:

- مجتمعات أكثر انفتاحا.
- توفير مساحات جديدة للتعبير عن الذات والمشاركة على نطاق واسع في المناقشات العامة في مختلف القضايا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية.
- جعل الأخبار والقضايا العالمية أكثر قربا للمجتمعات المحلية.

### 3-2- عوائق استخدام وسائل الإعلام البديل:

- عدم شفافية المضمون في الكثير من الأحيان، حيث أصبح بإمكان أي شخص أن يصح مراسلا صحفيا ومواطنا، يتم بنشر الأخبار بطريقة غير مهنية ويقوم بإرسالها لوسائل الإعلام.
- غموض مصدر المعلومات بسبب عدم استخدام اسم المصدر هذا ما يؤدي إلى الشك حول مصداقية المعلومات وصعوبة التحقق من ذلك.
- غياب التحقق الميداني والواقعي من مصدر المعلومة نظرا للتباعد المكاني وغياب البعد الإنساني من التغطية، وأصبحت تعتمد على المصادر المتاحة عبر شبكة الانترنت كمصادر للمعلومات كما أصبحت تميل إلى التغطية السطحية وأصبحت تميل إلى التغطية السطحية وأصبحت لاتعتمد على المصادر الشخصية التي تعتبر أكثر مصداقية.
- صعوبة التعامل مع مع تقنيات وخدمات الانترنت بالنسبة للإعلاميين القدامى مقارنة بالإعلاميين الجدد الذين يفضلون استخدام هذه التقنيات، والذين لاتزال نسبتهم ضعيفة مقارنة بالكوادر الإعلامية القدامى في المؤسسات الإعلامية المختلفة. (فطيمة أعراب، 2017، ص77)
- انعدام الضوابط والقوانين الخاصة بعمل الإعلام الإلكتروني الجديد وعدم خضوعه للمراقبة.
- انتهاك حقوق النشر والملكية الفكرية وسهولة الترويج للمعلومات الزائفة. (أحلام

زليش، نصيرة كروي، 2020، ص37)

ومن هنا نستنتج أن الإعلام البديل له عدة مساوئ، لأنه يعتبر وسيلة حرة وبإمكان إي شخص تزوير هوية لإنشاء حساب، فوسائل الإعلام البديل لا تعتمد على الشفافية كما لا تخضع لأيّة قوانين تحمي المجتمع من الأكاذيب التي تنتشر بسبب عدم وجود مراقبة لتلك الوسائل.

خلاصة:

للإعلام الجديد مجموعة من الخصائص كالتفاعلية والمشاركة التي يجدها الفرد عند استعماله لوسائل الإعلام البديل المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات الإلكترونية.

يعتبر الإعلام البديل جزء من المجتمع المدني فهو إعلام تعددي بلا حدود، يعطي فرصة للأشخاص العاديين المحرومين لسماع أصواتهم والتعبير عن آرائهم كون الإعلام التقليدي سيطرت عنه رجال السياسة ورؤساء الدولة.

## قائمة المراجع الفصل الثالث:

1. أحلام زليش، نصيرة كروي، الإعلام الجديد ودوره في تنمية السياسة لدى الطلبة الجامعيين، دراسة مسحية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال، مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مطبوعة والإلكترونية، جامعة جيجل، 2020/2019.
2. الشفيح عمر حسنين، الصحافة الإلكترونية المفهوم والخصائص والانعكاسات، مركز الإدارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، ط1، 2011.
3. أ.علي خليل شقرة، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
4. بدر الدين بلمولاي، دور الإعلام الجديد في التنشئة والممارسة السياسية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 29، الجزائر، جوان، 2017.
5. بشار عباس، ثورة المعرفة والتكنولوجيا، التعليم بوابة المجتمع، دار الفكر للنشر والتوزيع، دمشق، 2002.
6. جواد علي مسلماني، الإعلام والمجتمع، د ط، دار للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
7. فاتح سليم العلوانة، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين على المشاركة في الحراك الجماهيري، دراسة ميدانية على عينة من النقابيين، ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان ثقافة التغيير، كلية الأدب، جامعة فيلاديفيا، الأردن، نوفمبر 2012.
8. حارث عبود، ومزهر العاني، الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2015.
9. حسين شفيق، الإعلام الجديد والجرائم الإلكترونية، د ط، دار الفكر والفن للطباعة والنشر والتوزيع، د ب، 2015.

10. د.خالد جمال عبده، الإعلام البديل على الانترنت، فلسفة جديدة في الإعلام والاتصال، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2010.
11. د.مسعود رزيق، سوسيولوجيا الإعلام البديل على الانترنت فلسفة جديدة في الإعلام والاتصال، العدد04، ديسمبر 2021م.
12. د.هشام رشدي خير الله، محاضرات في نظريات الإعلام، قسم العلوم الاجتماعية والإعلام، دون سنة النشر.
13. د.سحر خليفة سالم الجبوري، الإعلام البديل الواقع والأفاق، دراسة نظرية، نماذج وأشكال الإعلام البديل، مجلة الباحث الإعلامية، العدد 15، العراق، د س ن.
14. رضوان سلامن، سامي علي مهني، البيئة الإعلامية الجديدة في الوطن العربي، المفاهيم والضوابط، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 08، العدد01،الجزائر، 2019.
15. زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 16، جامعة عمان الأهلية، الأردن، 2003.
16. عباس نجي حسن، الصحفي الإلكتروني، د ط، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
17. عبد الرزاق انتصار إبراهيم، حسام الساموك، الإعلام الجديد ، تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، د ط، الدار الجامعية للنشر والتوزيع والترجمة، بغداد، 2011.
18. عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
19. عبد العظيم كمال الجميلي وثناء إسماعيل العاني، الإعلام الجديد وإشكاليات التواصل الرقمي، دار الأيام للنشر والتوزيع، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.

20. علي بن شويل القرني، الإعلاميون السعوديون، دراسة في استخدامات الوسائل، ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر، بعنوان "ثقافة التغيير"، كلية الأدب جامعة فيلاديفيا، الأردن، تشرين الثاني، 2012.
21. فراح بسمة، استخدام الطلبة الجامعيين للمدونات الإلكترونية وانعكاسها على تحصيلهم العلمي، طالبة جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي أنموذجاً، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، علاقات عامة، 2018/2017.
22. فطيمة أعراب، وليدة حدادي، تأثير الإعلام البديل على العمل الإعلامي في الجزائر، دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين بولاية سطيف، مجلة الإعلام والعلوم الاجتماعية للأبحاث المتخصصة، المجلد 02، العدد 02، تموز 2017.
23. فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010.
24. ليلي أحمد حرار، الفيسبوك والشباب العربي، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2012.
25. محمد لعقاب، الأنترنت وعصر المعلومات، ط1، دار هومة، الجزائر، 1999.
26. محمد منصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور المتلقي، دراسة مقارنة للمواقع الإلكترونية العربية أنموذجاً، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية في الدنمارك، منشورة كلية الآداب والتربية، 2012.
27. مسعود بوسعدية وآخرون، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة الاستخدام والتأثير، ط1، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.

28. مصطفى يوسف كافي، وسائل الإعلام والطفل، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
29. نبيل حورة، اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين بين دور الإعلام الجديد في تشكيل الوعي المعلوماتي، دراسة مسحية على عينة من أساتذة جامعة باتنة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة باتنة، 2014.
30. <http://mawdo3.com> على الساعة 17:15 الانترنت 2023/03/08
31. <http://star2apps.com> (ترتيب أفضل). الساعة 20:28. 2023/03/26
- مواقع التواصل الاجتماعي)

الفصل الرابع:

الإجراءات المنهجية والتطبيقية للدراسة  
ونتاؤها

**تمهيد:**

ارتأينا في هذا الفصل أن نتطرق إلى الإجراءات المنهجية للدراسة وهذا من خلال  
كلما يتعرض بمجتمع البحث وعينته وكذا المنهجية المستخدمة بالإضافة إلى أدوات جمع  
البيانات وتحليلها، نتائج الدراسة، صعوبات ومجالات الدراسة.

## 1- نوع الدراسة:

تتتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تسعى للإجابة عن السؤال كيف؟ أي كيف نوجد هذه الظاهرة محل البحث؟ وكما هو واضح يقوم الباحث بوصف وتشخيص ملامح الظاهرة وأبعادها، ويندرج ضمن الدراسات الوصفية عدد من الأنواع الفرعية تبعا للمناهج المستخدمة فيه. (إسماعيل محمود حسن، 2003م، ص 04).

فالدراسات الوصفية تستهدف وصف الاتجاهات والدوافع والحاجات واستخدامات وسائل الإعلام والتفضيل، وكذلك وصف النظام والمؤسسات الإعلامية والوقائع والأحداث ثم وصف و تفسير العلاقات المتبادلة بين هذه العناصر. (محمد عبد الحميد، 2000م، ص 13)

وفقا لهذا فإن هذا البحث يسعى إلى التعرف على كيفية صناعة الأخبار في زمن الإعلام البديل وكيف تؤثر فيها، كما تتسم الدراسات الوصفية بأن تقرب الباحث من الواقع حيث يدرس الظاهرة على أرض الواقع ويصنفها بشكل دقيق، إما بتغير كمي حول خصائص وسمات الواقعة أو بأسلوب كفي وقد ارتبط هذا الأسلوب بالظواهر الإنسانية.

## 2- منهج الدراسة:

إن كل دراسة علمية تحتاج إلى منهج بحثي يساعد على فهم الظاهرة ودراستها دراسة دقيقة لبلوغ نتيجة ما حيث يقول ديكارت: "لا نستطيع أن نفكر في بحث حقيقة ما إذا كنت سنبحثها بدون منهج." (مروان عبد الرحمان المجيد، 2000م، ص 60)

يعرف الدكتور "عبد الرحمان يدوي" المنهج بأنه: "الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة، تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة." (عبد الرحمان يدوي، 1977م، ص 1-6)

وقد اعتمدنا في موضوع الدراسة على المنهج الوصفي بالدرجة الأولى لأن هذا المنهج يهتم بوصف ماهو كائن ويشرحه من خلال تكرار الظاهرة وخصائص المبحوثين ومعرفة اتجاهاتهم وميولاتهم، كون هذا المنهج لا يكتفي بالوصف الخارجي للظاهرة بل يتعداها إلى تفسيرها، فمهمة الوصف قاصرة على كشف الدورات التي نلاحظها في ميدان الدراسة فهو يركز على الملائمة من خلال الرؤية ثم تأتي مرحلة الوصف التي نقوم فيها بتحليل ما رأيناه.

كما يعرف المنهج الوصفي بأنه: "طريقة بوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة وتصوير النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها." (أ.د/محمد سرحان علي المحمودي، 2019م، ص46)

### (3) - أدوات جمع البيانات:

يتوقف نجاح أي بحث في تحقيق أهدافه على الاختيار المناسب لأدوات البحث من أجل الحصول على المعلومات والبيانات المناسبة إلا أنه من الضروري أن يحقق درجة معينة من الثقة في البيانات التي يتحصل عليها الباحث عن طريق أدوات البحث، وذلك قصد تحقيق الدقة والموضوعية في النتائج التي سنتوصل إليها، ومن بين الأدوات التي اعتمدنا عليها في جمع المعلومات لهذه الدراسة هي:

- استمارة الاستبيان: هو أداة للوصول على الحقائق وتجميع البيانات عن الظروف و الأساليب القائمة بالفعل ويعتمد على إعداد مجموعة من الأسئلة ترسل لعدد كبير نسبيا من أفراد المجتمع المراد فحص أرائها. (أحمد بدر، 1999م، ص335)

لقد اعتمدنا في هذه الدراسة على الاستمارة نظرا لما تتميز به عن الأدوات الأخرى، كونها تعد من الأدوات الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية خاصة علوم الإعلام والاتصال، فهي تستخدم للحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه،

كما أنها تساعد على تحديد عينة الدراسة تحديدا دقيقا، ووجهت هذه الاستمارة للصحفيين العالمين بقناة الشروق نيوز والمقدر عددهم 30 صحفي وصحفية حيث تألفت هذه الاستمارة من 33 سؤال موزعة على أربعة محاور أساسية هي:

- المحور الأول: البيانات الشخصية.
- المحور الثاني: تتم صناعة الخبر التلفزيوني وفق أطر وقواعد.
- المحور الثالث: ساهم الإعلام البديل في صناعة الخبر التلفزيوني.
- المحور الرابع: هناك تقبل كبير من طرف الصحفيين لمحتوى الخبر التلفزيوني في زمن الإعلام البديل.

إن موضوع صناعة الخبر التلفزيوني في زمن الإعلام البديل، قناة الشروق نموذجا. اعتمدنا في طرح أسئلة في هذا الإطار كما حاولنا قدر المستطاع أن تكون الأسئلة واضحة ودقيقة موجهة للعينة المقصودة وهم الصحفيين، بحيث تكون إجابات المبحوثين مطابقة لفروض الدراسة. وفي الأخير تم تحكيم الاستمارة من قبل الأستاذة المشرفة ولجنة التحكيم. وبعد التأكد من صحتها تم توزيعها على عينة البحث.

#### (4) - مجتمع الدراسة:

- **مجتمع البحث:** هو المجتمع الأكبر أو مجتمع المفردات الذي يمثل المجتمع المستهدف والذي يهدف الباحث دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته، إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف بضخامته، فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات، والذي يعتبر عادة جزءا ممثلا للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها، ونختار منه عينة البحث. (الدكتور محمد عبد الحميد، 2000م، ص130).

بمعنى أن مجتمع الدراسة هو جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها، ويتمثل مجتمع البحث في دراستنا من الإعلاميين الذين ينتمون إلى مؤسسة الشروق نيوز الجزائرية وهي عبارة عن قناة تلفزيونية إخبارية.

#### (5) - عينة الدراسة:

يعرف محمد عبد الحميد العينة بأنها: "عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجياً، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلاً لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع. (محمد عبد الحميد، 2000م، ص 133)

بمعنى أن الباحث يعتمد في إجراءاته للبحوث الميدانية وغيرها من الأبحاث الأخرى على طريقة العينة المأخوذة من مجتمع البحث للوصول للحقائق التي تفي بالغرض النهائي للدراسة، حيث يتم الاعتماد على النتائج المتوصل إليها على كل مجتمع البحث.

ففي دراستنا هذه "صناعة الخبر التلفزيوني في زمن الإعلام البديل، دراسة ميدانية على عينة من صحفيين قناة الشروق نيوز"، يعتبر الصحفيين الجزائريين هم الجمهور المستهدف، وصحفي قناة الشروق نيوز هم الجمهور المتاح دراسته، وعليه تم اختيار عينة الدراسة من بين مجموع مفرداته موزعين على عدة فئات، فقد وقع اختيارنا على العينة العرضية التي تتم عن طريق الصدفة.

تعرف العينة العرضية بأنها: "اختيار الباحث الحالات التي تصادفه، ومن أمثلة ذلك أن يسأل الباحث مئة شخص الذي يقابلهم قبل غيرهم في الطريق، أو كما يحدث في معظم التحقيقات الإعلامية حينما يسأل الإعلامي أول من يصادفه في الشارع. (الدكتور عاطف عدلي العبد، دكتور زكي أحمد عزمي، 1993م، ص 142).

بمعنى أن الباحث يقوم بتوزيع الاستمارات على المبحوثين الذين يصادفهم حتى يصل إلى عدد المبحوثين المراد دراستهم، وتضم عينة بحثنا 30 صحفي وصحفية، حيث يعود اختيارنا لدراسة الصحفيين كونهم يعملون في المؤسسات الإعلامية ويستعملون وسائل الإعلام البديل في صناعة الأخبار.

تتكون عينة بحثنا من صحفيين تتراوح أعمارهم بين 18 سنة و 60 سنة، 13 منهم ذكور و 17 منهم إناث، ولقد تم اختيارنا للصحفيين العاملين بقناة الشروق نيوز في مختلف الوظائف منهم: محررين، مراسلين، صحفيين، مقدمين أخبار.. الخ.

#### (6) - مجالات الدراسة:

يعتبر تحديد مجال الدراسة خطوة أساسية في البناء المنهجي لكل دراسة علمية ميدانية، كونه يساعد على قياس مدى تحقق المعارف النظرية في الميدان، ونقصد بميدان الدراسة النطاق الجغرافي و الزمني والبشري الذي أجريت فيه الدراسة.

➤ **المجال المكاني للدراسة:** أجريت هذه الدراسة بمقر قناة الشروق نيوز الكائن مقرها القبة بالجزائر العاصمة، وتضم هذه المؤسسة العديد من المصالح والأقسام: قسم الأخبار، قسم الإنتاج، قسم الإدارة العامة، قسم الأجهزة التقنية، الاستوديوهات... الخ، وقد تم اختيار هذه المؤسسة بالذات كمجال للدراسة كونها مؤسسة إعلامية سمعية بصرية تتوفر على تكنولوجيا الإعلام الحديثة، أيضا تخدم موضوع بحثنا بالدرجة الأولى، وتعتبر أول قناة جزائرية تعرض بتقنية HD.

➤ **المجال الزمني للدراسة:** هي الفترة الزمنية المستغرقة لإنجاز هذه الدراسة، حيث امتدت فترة إنجاز الجانب المنهجي من شهر جانفي 2023م إلى نهاية شهر فيفري 2023م، وقد تم فيها صياغة إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، صياغة الفرضيات

والعناصر الأخرى المتعلقة به. أما الجانب النظري استمر البحث فيه أكثر من شهر بداية من شهر مارس 2023م إلى نهاية شهر ابريل من نفس السنة.

وفي الأخير الجانب الميداني الذي استغرقنا فيه شهر كامل بداية من شهر ماي، حيث مر بعدة مراحل وهي:

- مرحلة إعداد الاستمارة.
- مرحلة نشر الاستمارة وتوزيعها على الصحفيين والتي دامت أربعة أيام.
- مرحلة تفريغ البيانات وتحليل الجداول.
- مرحلة تحليل النتائج.

➤ **المجال البشري:** إن مجتمع البحث في هذه الدراسة يشمل مجموعة من الصحفيين العاملين في قناة الشروق نيوز، لكي نصل إلى النتائج التي نريدها قمنا بإعداد أداة الاستمارة وتم توزيعها عليهم.

#### (7) - صعوبات الدراسة:

لا يخلو أي جهد علمي من الصعوبات والعراقيل التي تعترض الباحث خلال جمعه للمادة الإعلامية العلمية الخاصة بموضوع بحثه، وأثناء النزول إلى الميدان للتطبيق العلمي ومن الصعوبات التي واجهتنا ما يلي:

- ❖ صعوبة الحصول على المراجع ذات الصلة بالموضوع كون معظم النسخ الإلكترونية أصبحت بالدفع.
- ❖ قلة المصادر والمراجع التي تخدم الموضوع في مكتبة الجامعة.
- ❖ صعوبة الاتصال بالصحفيين والحصول على المعلومات من طرفهم وهذا راجع لظروف وضغوطات العمل الإعلامي التلفزيوني.
- ❖ ضيق الوقت.
- ❖ رفض بعض الصحفيين لملء الاستمارة.

(8)\_ عرض وتحليل البيانات:

الجدول رقم 01: توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

| النسبة المئوية التراكمية | النسبة المئوية المؤكدة | النسبة المئوية | التكرار | الجنس   |
|--------------------------|------------------------|----------------|---------|---------|
| %43.3                    | %43.3                  | %43.3          | 13      | ذكر     |
| %100.0                   | %56.7                  | %56.7          | 17      | أنثى    |
|                          | %100.0                 | %100.0         | 30      | المجموع |

(المصدر: من إعداد الطالبة همالي ثيزري، بناء على مخرجات برنامج SPSS

نسخة 23، سنة 2023)

نلاحظ من خلا الجدول رقم (01) توزيع المبحوثين حسب الجنس، حيث نجد أغلبية المبحوثين هم من فئة الإناث وذلك بنسبة تقدر بـ 56,67% بينما نجد فئة الذكور قدرت بنسبة بـ 43.3% ويرجع ذلك إلى انه صفة العينة كانت عن طريق الصدفة وكثرة الإناث في المؤسسة الإعلامية تفوق نسبة الذكور هذا ما أثبتته نتائج الجدول.

الجدول رقم 02: يبين تمثيل الأفراد حسب عامل السن

| النسبة المئوية التراكمية | النسبة المئوية المؤكدة | النسبة المئوية | التكرار | السن         |
|--------------------------|------------------------|----------------|---------|--------------|
| %36.7                    | %36.7                  | %36.7          | 11      | من 18-20 سنة |
| %93.3                    | %56.7                  | %56.7          | 17      | 31-45        |
| %100.0                   | %6.7                   | %6.7           | 2       | 60-46        |
|                          | %100.0                 | 100.0          | 30      | المجموع      |

(المصدر: من إعداد الطالبة همالي ثيزري، بناء على مخرجات برنامج SPSS

نسخة 23، سنة 2023)

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن الأفراد الذين تتراوح أعمارهم ما بين 31-45 سنة يحتلن أكبر نسبة، والمقدرة ب 56,7%، حيث تمثل هذه المرحلة مرحلة العطاء وبذل الجهود، لتأتي بعدها في المرتبة الثانية فئة ما بين 18-30 سنة بنسبة تقدر 36,7% ويمكن وصفها بالطاقة الشبابية التي تستوعب العمل في المؤسسة. ثم الفئة 46-60 سنة بنسبة 6,7% وهذه الفئة تضم الأفراد الذين يتحملون المسؤوليات ولديهم أقدمية وخبرة في العمل.

جدول رقم 03: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المؤهلات العلمية

| المؤهلات العلمية | التكرار | النسبة المئوية | النسبة المئوية المؤكدة | النسبة المئوية التراكمية |
|------------------|---------|----------------|------------------------|--------------------------|
| ليسانس           | 8       | 26.7%          | 26.7%                  | 26.7%                    |
| ماستر            | 17      | 56.7%          | 56.7%                  | 83.3%                    |
| ماجستير          | 4       | 13.3%          | 13.3%                  | 96.7%                    |
| دكتوراه          | 1       | 3.3%           | 3.3%                   | 100.0%                   |
| المجموع          | 30      | 100.0%         | 100.0%                 |                          |

(المصدر: من إعداد الطالبة همالي ثيزري، بناء على مخرجات برنامج SPSS

نسخة 23، سنة 2023)

يتبين من خلال هذا الجدول أن نسبة الحاصلين على شهادة الماستر تأتي في المرتبة الأولى بنسبة 56,7% تليها الفئة الحاصلة على شهادة الليسانس في المرتبة الثانية بنسبة 26,7%، ثم تأتي فئة الحاصلين على شهادة الماجستير بنسبة 13,3%، وتحثل المرتبة الأخيرة فئة الحاصلين على شهادة الدكتوراه بنسبة 3,3%، ويمكن تفسير ذلك على أن طبيعة المؤسسة تفرض على الصحفيين العاملين فيها بالإلمام بتقنيات العمل الصحفي (تقارير، روبرتجات، أخبار ...) وهذا ما يزيد من الكفاءة والخبرة للصحفيين.

جدول رقم 04: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب التخصص

| النسبة المئوية التراكمية | النسبة المئوية المؤكدة | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية التراكمية |
|--------------------------|------------------------|----------------|---------|--------------------------|
| %20.0                    | %20.0                  | %20.0          | 6       | اتصال وعلاقات عامة       |
| %60.0                    | %40.0                  | %40.0          | 12      | سمعي وبصري               |
| %76.7                    | %16.7                  | %16.7          | 5       | اتصال جماهيري            |
| %96.7                    | %20.0                  | %20.0          | 6       | صحافة مكتوبة             |
| %100.0                   | %3.3                   | %3.3           | 1       | حقوق                     |
|                          | 100.0                  | 100.0          | 30      | المجموع                  |

(المصدر: من إعداد الطالبة همالي ثيزري، بناء على مخرجات برنامج SPSS

نسخة 23، سنة 2023)

نلاحظ من خلال هذا الجدول الذي يوضح عينة الدراسة حسب التخصص العلمي، فنجد تخصص سمعي بصري يحتل المقدمة بنسبة 40%، يليه تخصص اتصال وعلاقات عامة وصحافة مكتوبة بنسب متساوية 20%، ثم اتصال جماهيري بنسبة 16,7%، حقوق بنسبة 3,3%، ويمكن تفسير هذا أن معظم الصحفيين العاملين بالقناة هم خريجي علوم الإعلام والاتصال، خاصة تخصص سمعي بصري كونهم أولى بالعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية.

جدول رقم 05: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الوظيفة

| الوظيفة      | التكرار | النسبة المئوية | النسبة المئوية المؤكدة | النسبة المئوية التراكمية |
|--------------|---------|----------------|------------------------|--------------------------|
| صحفي         | 20      | %66.7          | %66.7                  | %66.7                    |
| محرر         | 6       | %20.0          | %20.0                  | %86.7                    |
| مقدم أخبار   | 3       | %10.0          | %10.0                  | %96.7                    |
| رئيس التحرير | 1       | %3.3           | %3.3                   | %100.0                   |
| المجموع      | 30      | %100.0         | %100.0                 |                          |

(المصدر: من إعداد الطالبة همالي ثيزري، بناء على مخرجات برنامج SPSS

نسخة 23، سنة 2023)

من خلال قراءة الأرقام المسجلة في الجدول يتبين لنا أن الصحفيين هم أكثر المبحوثين حيث سجلت نسبة هؤلاء 66,7% وهي أعلى نسبة في الجدول. ويرجع ذلك إلى حاجة المؤسسة إلى الكثير من الصحفيين لإنجاز التغطية الميدانية، كما نلاحظ أن نسبة المحررين بلغت 20% وهم من يقومون بصياغة المقالات الصحفية، ثم تليه نسبة مقدم الأخبار التي بلغت 10%، وفي الأخير نجد نسبة رئيس تحرير قد بلغت 3,33% وهذا نظرا لكون هذه المناصب محدودة في المحطة وهي التي تتولى الإشراف على المحتوى الجاهز للنشر كما يعتبر الشخص المسؤول عن الإدارة.

المحور الثاني: تتم صناعة الخبر التلفزيوني وفق أطر وقواعد

جدول رقم 06: تخضع عملية تحرير النشرة الإخبارية لأسس وقواعد

| النسبة المئوية التراكمية | النسبة المئوية المؤكدة | النسبة المئوية | التكرار | العبارة |
|--------------------------|------------------------|----------------|---------|---------|
| %100.0                   | %100.0                 | %100.0         | 30      | نعم     |

(المصدر: من إعداد الطالبة همالي ثيزري، بناء على مخرجات برنامج SPSS

نسخة 23، سنة 2023)

نلاحظ من خلال هذا الجدول الذي يوضح أن كل الصحفيين يرون أن النشرة الإخبارية تخضع لأسس وقواعد معينة وكان هذا بنسبة 100%، كون النشرات الإخبارية لا يمكن تحريرها دون أساليب وقوالب تحرير النصوص الإخبارية.

جدول رقم 07: الأشكال الأكثر استخداما في تحرير النص الإخباري

| النسبة المئوية الملاحظة | النسبة المئوية | التكرار | الأساليب              |
|-------------------------|----------------|---------|-----------------------|
| %100.0                  | %51.2          | 21      | أسلوب الذروة أو القمة |
| %76.2                   | %39.0          | 16      | أسلوب الترتيب الزمني  |
| %19.0                   | %9.8           | 4       | أسلوب التفسير         |
| %195.2                  | %100.0         | 41      | المجموع               |

(المصدر: من إعداد الطالبة همالي ثيزري، بناء على مخرجات برنامج SPSS

نسخة 23، سنة 2023)

نلاحظ من خلال هذا الجدول الذي يوضح الأشكال الأكثر استخداما في تحرير النص الإخباري أن أعلى نسبة من أفراد العينة يستخدمون أسلوب الذروة أو القمة بنسبة 51,2% حيث يقوم الصحفي بإعطاء المعلومات العامة في المقدمة ثم تليها المعلومات الأقل أهمية، ثم يأتي في المرتبة الثانية أسلوب الترتيب الزمني بنسبة 39,0%، الذي يستخدم في القصص الإخبارية المثيرة لاهتمامات الجمهور، وفي الأخير نجد أسلوب التفسير بنسبة 9,8% وهو أسلوب يجمع بين النمطين السابقين.

جدول رقم 08: تتوافر معايير الصياغة الإعلامية التالية في صناعة الخبر التلفزيوني

| النسبة المئوية<br>الملاحظة | النسبة المئوية | التكرار | العبرة  |
|----------------------------|----------------|---------|---|
| 100.0%                     | 44.4%          | 28      | يستخدم الصحفيون في الأخبار الجمل والعبارات القصيرة في صياغة الأخبار                             |
| 17.9%                      | 7.9%           | 5       | يستخدم الصحفيون في الأخبار عمليات الترقيم (الوقت و الصمت) في صياغة الأخبار التي يبثها التلفزيون |
| 75.0%                      | 33.3%          | 21      | العبارات التي   |

|        |       |    |  |
|--------|-------|----|--|
|        |       |    | تصاغ بها<br>الأخبار في<br>التلفزيون تمتاز<br>بالوضوح |
| %14.3  | %6.3  | 4  | تظهر في أخبار<br>التلفزيون الجمل<br>الإنشائية        |
| %17.9  | %7.9  | 5  | تظهر في أخبار<br>التلفزيون الكتابة                   |
| %225.0 | 100.0 | 63 | المجموع  |

(المصدر: من إعداد الطالبة همالي ثيزري، بناء على مخرجات برنامج SPSS

نسخة 23، سنة 2023)

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن 44,4% من أفراد عينة الدراسة يستخدمون في صياغة الأخبار الجمل والعبارات القصيرة، وأن نسبة 33,3% يستخدمون في صياغة الأخبار العبارات والجمل الواضحة، ثم يليها استخدام الصحفيون لعمليات الترقيم (الوقت والصمت) في صياغة الأخبار وظهور الكتابة في أخبار التلفزيون بنسب متساوية تقدر ب 7,9%، وفي الأخير نجد 6,3% من أفراد عينة الدراسة يستخدمون الجمل الإنشائية في صياغة الأخبار.

جدول رقم 09: المصادر التي يعتمد عليها الصحفي في صناعة الأخبار

| النسبة المئوية الملاحظة | النسبة المئوية | التكرار | المصادر                 |
|-------------------------|----------------|---------|-------------------------|
| %100.0                  | %35.6          | 26      | وكالات الأنباء          |
| %61.5                   | %21.9          | 16      | مواقع التواصل الاجتماعي |
| %84.6                   | %30.1          | 22      | مندوب صحفي              |
| %34.6                   | %12.3          | 9       | مراسل صحفي              |
| %280.8                  | %100.0         | 73      | المجموع                 |

(المصدر: من إعداد الطالبة همالي ثيزري، بناء على مخرجات برنامج SPSS

نسخة 23، سنة 2023)

يوضح هذا الجدول المصادر التي تعتمد عليها قناة الشروق نيوز في صناعة الأخبار التلفزيونية، حيث تعتمد على وكالات الأنباء بالدرجة الأولى وقد بلغت هذه النسبة 35,6%، ثم تليه نسبة 30,1% للمندوبين الصحفيين، ونسبة 21,9% لمواقع التواصل الاجتماعي، وفي الأخير نسبة 12,3% للمراسلين الصحفيين. هذا يدل على أن القناة تهتم بالأنية في

نقل الأحداث وضمان وصولها إلى المواطن وتحقيق سبق الصحفي لهذا تعتمد على مصادر عدة في نقل الأخبار.

جدول رقم 10: القوالب الأكثر استعمالاً في صناعة الأخبار التلفزيونية

| القوالب            | التكرار | النسبة المئوية | النسبة المئوية الملاحظة |
|--------------------|---------|----------------|-------------------------|
| قالب الهرم المعكوس | 26      | 57.8%          | 100.0%                  |
| قالب الهرم المعتدل | 6       | 13.3%          | 23.1%                   |
| قالب التابع الزمني | 8       | 17.8%          | 30.8%                   |
| قالب الدروق        | 5       | 11.1%          | 19.2%                   |
| المجموع            | 45      | 100.0%         | 173.1%                  |

(المصدر: من إعداد الطالبة همالي ثيزري، بناء على مخرجات برنامج SPSS

نسخة 23، سنة 2023)

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن القالب الأكثر استعمالاً في صناعة الأخبار التلفزيونية هو قالب الهرم المعكوس بنسبة 57,8% لأنه يركز على كتابة الأحداث الأكثر أهمية في البداية ثم المهمة والأقل أهمية، وهذا النوع يخدم القراء الذين لا يهتمون لقراءة كل محتوى المقال، ويأتي في المرتبة الثانية قالب التابع الزمني بنسبة 17,8% ويعني سرد الأخبار بالشكل الذي وقعت فيه، يليه قالب الهرم المعتدل بنسبة 13,3% حيث يقوم الصحفي في المقدمة بتهيئة القارئ بموضوع الحدث، ثم يعرض باقي التفاصيل الخاصة به

في جسم الخبر وأهم معلومة تكون في الخاتمة، أما قالب الدورق يضم أهم معلومة في بداية الخبر ثم يحتوي على سرد تتابعي لبقية الخبر و هذا بنسبة 11,1%.

## المحور الثالث: ساهم الإعلام البديل في تحسين العمل الإعلامي بشكل كبير

جدول رقم 11: استخدام الإعلام البديل من عدمه في مجال العمل الإعلامي

| النسبة المئوية التراكمية | النسبة المئوية المؤكدة | النسبة المئوية | التكرار | العبرة    |
|--------------------------|------------------------|----------------|---------|-----------|
| %53.3                    | %53.3                  | %53.3          | 16      | نعم       |
| %100.0                   | %46.7                  | %46.7          | 14      | إلى حد ما |
|                          | %100.0                 | %100.0         | 30      | المجموع   |

(المصدر: من إعداد الطالبة همالي ثيزري، بناء على مخرجات برنامج SPSS

نسخة 23، سنة 2023)

يوضح هذا الجدول استخدام الإعلام البديل من عدمه في العمل الإعلامي، وكانت نسبة 53,3% من أفراد العينة يقومون باستخدام الإعلام البديل في العمل الإعلامي للقناة، أما النسبة المتبقية والتي تقدر 46,7% كانت إجاباتهم إلى حد ما، في حين انعدمت نسبة الإجابة ب لا، ويمكن تفسير هذا نظرا للأهمية الكبيرة التي يلعبها الإعلام البديل في المؤسسة الإعلامية، ودورها الإيجابي في تطوير العمل الإعلامي.

جدول رقم 12: الوسائل المستخدمة في العمل الإعلامي

| الوسائل               | التكرار | النسبة المئوية | النسبة المئوية الملاحظة |
|-----------------------|---------|----------------|-------------------------|
| فيسبوك                | 28      | %29.8          | %100.0                  |
| تويتر                 | 15      | %16.0          | %53.6                   |
| تيكتوك                | 4       | %4.3           | %14.3                   |
| أنستغرام              | 12      | %12.8          | %42.9                   |
| يوتيوب                | 12      | %12.8          | %42.9                   |
| لينكدان               | 4       | %4.3           | %14.3                   |
| مدونات<br>الالكترونية | 16      | %17.0          | %57.1                   |
| واتساب                | 3       | %3.2           | %10.7                   |
| المجموع               | 94      | %100.0         | %335.7                  |

(المصدر: من إعداد الطالبة همالي ثيزري، بناء على مخرجات برنامج SPSS

نسخة 23، سنة 2023)

نلاحظ من خلال هذا الجدول الذي يوضح الوسائل المستخدمة في العمل الإعلامي فنجد فيسبوك في المرتبة الأولى بنسبة 29,8%، كونه الوسيلة الأكثر استخداما من طرف الجمهور من مختلف فئات العمر. ثم تأتي في المرتبة الثانية المدونات الإلكترونية بنسبة 17,0% وهي عبارة عن موقع إلكتروني يجمع عدد من التدوينات كما تعتبر ساحة طرح آراء شخصية يستخدمها الصحفيون للكتابة عن الأخبار اليومية، ونجد منصة تويتر بنسبة 16%، معظم الصحفيون يستخدمون هذه الوسيلة للحصول على مختلف الأخبار في كل أنحاء العالم كون معظم الرؤساء و المشاهير يلجأون إلى تويتر، أما يوتيوب وانستغرام لهما نفس النسبة

التي تقدر ب 12,8% كما نجد أغلب المؤسسات الإعلامية لها صفحات على اليوتيوب لنشر نشرات الأخبار وبرامجها المتعددة، كما يستخدم الانستغرام لنشر الصور ومقاطع الفيديوها الصغيرة، نجد نسبة استخدام تيك توك ولينكدان متساوية بلغت 4,3% وفي الأخير نجد الواتساب بنسبة 3,2%

جدول رقم 13: مجالات استخدام الصحفي لوسائل الإعلام البديل

| النسبة المئوية الملاحظة | النسبة المئوية | التكرار | العبرة                               |
|-------------------------|----------------|---------|--------------------------------------|
| 87.5%                   | 43.8%          | 21      | الاتصال بالموظفين                    |
| 100.0%                  | 50.0%          | 24      | مصادر المعلومات                      |
| 8.3%                    | 4.2%           | 2       | عملية التسيير                        |
| 4.2%                    | 2.1%           | 1       | تحميل المادة الإعلامية لتتبع الأخبار |
| 200.0%                  | 100.0%         | 48      | المجموع                              |

(المصدر: من إعداد الطالبة همالي ثيزري، بناء على مخرجات برنامج SPSS

نسخة 23، سنة 2023)

يتضح من خلال هذا الجدول أن مجال مصادر المعلومات تأتي في مقدمة مجالات استخدام الصحفيين لوسائل الإعلام البديل بنسبة 50,0%، لتأتي بعدها الاتصال بالموظفين بنسبة 43,8%، تليها عملية التسيير بنسبة 4,2%، وفي الأخير مجال تحميل المادة الإعلامية بنسبة 2,1% ويمكن تفسير اختيار الصحفيين لمجال مصادر المعلومات كونه

الوظيفة الأساسية التي تمارسه وسائل الإعلام هي جمع المعلومات والأخبار لنقلها للجمهور.

وقد جاء الإعلام البديل بوسائل جديدة تساعد وتسهل على الصحفيين مهمة جمع المعلومات الحصرية وإعدادها لتكون قابلة للبحث، الأمر الذي دفعهم للاتجاه نحو هذه الوسائل قصد إشباع رغباتهم وتلبية حاجاتهم وتجسيد كامل إمكانياتها المادية والبشرية والتقنية للنهوض بهذا المجال كونها مؤسسة إعلامية تسعى للحصول على مصادر المعلومات.

#### جدول رقم 14: ساهم الإعلام البديل من عدمه في صناعة الأخبار التلفزيونية

| النسبة المئوية التراكمية | النسبة المئوية المؤكدة | النسبة المئوية | التكرار | العبرة   |
|--------------------------|------------------------|----------------|---------|----------|
| 40.0%                    | 40.0%                  | 40.0%          | 12      | كثيرا    |
| 93.3%                    | 53.3%                  | 53.3%          | 16      | قليلا    |
| 100.0%                   | 6.7%                   | 6.7%           | 2       | لم يساعد |
|                          | 100.0%                 | 100.0%         | 30      | المجموع  |

(المصدر: من إعداد الطالبة همالي ثيزري، بناء على مخرجات برنامج SPSS

نسخة 23، سنة 2023)

يوضح لنا هذا الجدول مساهمة الإعلام البديل من عدمه في صناعة الأخبار التلفزيونية، وأن نسبة 53,3% من أفراد عينة الدراسة كانت إجابتهم قليلا، أما نسبة 40% يقرون بمساهمة الإعلام البديل في صناعة الأخبار التلفزيونية، أما النسبة المتبقية والتي تقدر ب 6,7% كانت إجابتهم ب لا، حيث يمكن تفسير هذا نظرا لأهمية الإعلام البديل في المؤسسة الإعلامية ودوره الإيجابي في صناعة الأخبار التلفزيونية من حيث تطوير الأداء والكفاءة و وجود المصدقية.

جدول رقم 15: الفائدة المرجوة من استخدام وسائل الإعلام البديل  
في صناعة الأخبار التلفزيونية

| النسبة المئوية<br>الملاحظة | النسبة المئوية | التكرار | العبرة                        |
|----------------------------|----------------|---------|-------------------------------|
| 7.4%                       | 5.4%           | 2       | زيادة الدقة                   |
| 18.5%                      | 13.5%          | 5       | الرفع من كفاءة<br>العمل       |
| 100.0%                     | 73.0%          | 27      | سهولة الوصول<br>إلى المشاهدين |
| 11.1%                      | 8.1%           | 3       | لا فائدة مرجوة من<br>ذلك      |
| 137.0%                     | 100.0%         | 37      | المجموع                       |

(المصدر: من إعداد الطالبة همالي ثيزري، بناء على مخرجات برنامج SPSS

نسخة 23، سنة 2023)

يبين لنا هذا الجدول الفائدة المرجوة من استخدام وسائل الإعلام البديل في صناعة الأخبار التلفزيونية، أن أعلى نسبة والمقدرة ب 73% كانت سهولة الوصول إلى المشاهدين تليها نسبة 13,5% وهي الرفع من كفاءة العمل، أما بعض الصحفيين يرون بأنه لا فائدة مرجوة من استعمال الإعلام البديل في صناعة الأخبار بنسبة 8,1%، وفي الأخير زيادة الدقة بنسبة 5,4%. من خلال هذه النتائج نلاحظ أن معظم الصحفيين تركزت إجاباتهم على سهولة الوصول إلى المشاهدين كون أغلبية الناس أصبحوا يستخدمون وسائل الإعلام البديل في حياتهم اليومية كونها لا تحتاج إلى مكان وزمان لاستخدامها.

جدول رقم 16: هناك تغيير في صناعة الأخبار التلفزيونية بسبب الإعلام البديل

| النسبة المئوية التراكمية | النسبة المئوية المؤكدة | النسبة المئوية | التكرار | العبرة  |
|--------------------------|------------------------|----------------|---------|---------|
| %60.0                    | %60.0                  | %60.0          | 18      | نعم     |
| %100.0                   | %40.0                  | %40.0          | 12      | لا      |
|                          | %100.0                 | %100.0         | 30      | المجموع |

(المصدر: من إعداد الطالبة همالي ثيزري، بناء على مخرجات برنامج SPSS

نسخة 23، سنة 2023)

من خلال تفحص المعطيات الواردة في هذا الجدول اتضح لنا أن 60% من الباحثين يرون بأن هناك تغيير في صناعة الأخبار التلفزيونية بسبب الإعلام البديل وقد برروا اختيارهم هذا من خلال التغيير في ملامح الخبر ومصادر الحصول على الأخبار كما أصبح الصحفيون يسعون لمواكبة ما يدور في مواقع التواصل الاجتماعي. في حين مثلت 40% من نسبة الباحثين الذين أجابوا ب لا أي ليس هناك تغيير في صناعة الأخبار التلفزيونية بسبب الإعلام البديل.

جدول رقم 17: شكل تأثير وسائل الإعلام البديل في صناعة الأخبار التلفزيونية

| النسبة المئوية التراكمية | النسبة المئوية المؤكدة | النسبة المئوية | التكرار | العبارة  |
|--------------------------|------------------------|----------------|---------|----------|
| 70.0%                    | 70.0%                  | 70.0%          | 21      | الإيجابي |
| 100.0%                   | 30.0%                  | 30.0%          | 9       | السلبي   |
|                          | 100.0%                 | 100.0%         | 30      | المجموع  |

(المصدر: من إعداد الطالبة همالي ثيزري، بناء على مخرجات برنامج SPSS

نسخة 23، سنة 2023)

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن نسبة 70% من المبحوثين يرون أن وسائل الإعلام البديل أثرت على صناعة الأخبار التلفزيونية بالشكل الإيجابي، لأنه حسن كثيرا من محيط العمل عن طريق توفير مصادر المعلومات وإضافة تقنية تفاعل الجمهور مع الرسالة الإعلامية، في حين أن نسبة 30% من المبحوثين يرون بأن الإعلام البديل أثر بالشكل السلبي على صناعة الأخبار التلفزيونية.

جدول رقم 18: يلتزم الصحفيين بتعميم استخدام وسائل الإعلام البديل من عدمه

في توفير المعلومات

| النسبة المئوية التراكمية | النسبة المئوية المؤكدة | النسبة المئوية | التكرار | العبارة   |
|--------------------------|------------------------|----------------|---------|-----------|
| 23.3%                    | 23.3%                  | 23.3%          | 7       | نعم       |
| 33.3%                    | 10.0%                  | 10.0%          | 3       | لا        |
| 100.0%                   | 66.7%                  | 66.7%          | 20      | إلى حد ما |
|                          | 100.0%                 | 100.0%         | 30      | المجموع   |

(المصدر: من إعداد الطالبة همالي ثيزري، بناء على مخرجات برنامج SPSS

نسخة 23، سنة 2023)

تشير البيانات الإحصائية من خلال هذا الجدول أن 66,7% من المبحوثين يرون أن الصحفيين يلتزمون بتعميم استخدام وسائل الإعلام البديل إلى حد ما في توفير المعلومات، في حين أن نسبة 23,3% يرون أن الصحفيين يلتزمون بتعميم استخدام وسائل الإعلام البديل، في حين يرى 10% أنهم لا يلتزمون بذلك. يمكن تفسير هذا بأن الصحفيين يعتبرون وسائل الإعلام البديل توفر المعلومات والحقائق المختلفة لهذا أصبحت تستخدم كمصادر للمعلومات.

جدول رقم 19: ساهمت وسائل الإعلام البديل من عدمها في توفير المعلومات

| النسبة المئوية التراكمية | النسبة المئوية المؤكدة | النسبة المئوية | التكرار | العبرة  |
|--------------------------|------------------------|----------------|---------|---------|
| 86.7%                    | 86.7%                  | 86.7%          | 26      | نعم     |
| 100.0%                   | 13.3%                  | 13.3%          | 4       | لا      |
|                          | 100.0%                 | 100.0%         | 30      | المجموع |

(المصدر: من إعداد الطالبة همالي ثيزري، بناء على مخرجات برنامج SPSS

نسخة 23، سنة 2023)

لقد أكدت بيانات هذا الجدول أن 86,7% من المبحوثين يرون أن الإعلام البديل يساهم في توفير المعلومات، في حين أن 13,3% من المبحوثين يرون بأنها لا تساهم. كما يمكن تفسير هذا بأن الإعلام البديل يوفر المعلومات ويبرز الحقائق التي يسعى الصحفي لإيصالها للجمهور بدقة ووضوح تحاكي الواقع.

جدول رقم 20: يعتبر الصحفيين وسائل الإعلام البديل كمصادر للمعلومات

| النسبة المئوية التراكمية | النسبة المئوية المؤكدة | النسبة المئوية | التكرار | العبرة  |
|--------------------------|------------------------|----------------|---------|---------|
| %70.0                    | %70.0                  | %70.0          | 21      | نعم     |
| %100.0                   | %30.0                  | %30.0          | 9       | لا      |
|                          | %100.0                 | %100.0         | 30      | المجموع |

(المصدر: من إعداد الطالبة همالي ثيزري، بناء على مخرجات برنامج SPSS

نسخة 23، سنة 2023)

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن معظم الصحفيين يعتبرون وسائل الإعلام البديل كمصادر للمعلومات بنسبة 70% في حين أن 30% من المبحوثين لا يعتبرونه كمصادر للمعلومات، ويمكن تفسيره كون هذه الوسائل تحتوي على كل الأخبار التي تدور في العالم و تكون أنية وفورية كما تتيح العديد من مصادر المعلومات للتأكد من صحتها.

جدول رقم 21: الغاية التي تحققها المؤسسة من استخدام وسائل الإعلام البديل

| العبارة                                  | التكرار | النسبة المئوية | النسبة المئوية<br>الملاحظة |
|--|---------|----------------|----------------------------|
| الحصول على<br>الأخبار<br>الضرورية        | 13      | %28.3          | %61.9                      |
| منافسة المؤسسة<br>أو القنوات<br>الأخرى   | 21      | %45.7          | %100.0                     |
| اكتساب خبرات<br>جديدة في مجال<br>الإعلام | 11      | %23.9          | %52.4                      |
| معالجة جديد<br>القضايا                   | 1       | %2.2           | %4.8                       |
| المجموع                                  | 46      | %100.0         | %219.0                     |

(المصدر: من إعداد الطالبة همالي ثيزري، بناء على مخرجات برنامج SPSS

نسخة 23، سنة 2023)

لقد أكدت بيانات هذا الجدول أن الحاجات التي تحققها المؤسسة من خلال استخدام وسائل الإعلام البديل، الحاجة الأولى هي منافسة المؤسسات الإعلامية والقنوات الأخرى بنسبة %45,7، تليها الحصول على الأخبار الضرورية بنسبة %28,3، ثم اكتساب خبرات جديدة في مجال الإعلام بنسبة %23,9، وفي الأخير نجد متابعة جديد القضايا والأحداث لحظة بلحظة بنسبة %2,2، وهذا راجع لاستخدام وسائل الإعلام البديل من أجل الاحترافية وتحسين العمل الإعلامي وتطويره، واكتساب مشاهدات أكثر من القنوات الأخرى. ومن هنا نستنتج أن وسائل الإعلام البديل هامة وإيجابية.

جدول رقم 22: مستوى صناعة الأخبار التلفزيونية من خلال استخدام وسائل

الإعلام البديل

| النسبة المئوية التراكمية | النسبة المئوية المؤكدة | النسبة المئوية | التكرار | العبرة  |
|--------------------------|------------------------|----------------|---------|---------|
| %26.7                    | %26.7                  | %26.7          | 8       | جيدة    |
| %90.0                    | %63.3                  | %63.3          | 19      | متوسطة  |
| %100.0                   | %10.0                  | %10.0          | 3       | ضعيفة   |
|                          | %100.0                 | %100.0         | 30      | المجموع |

(المصدر: من إعداد الطالبة همالي ثيزري، بناء على مخرجات برنامج SPSS

نسخة 23، سنة 2023)

يمثل هذا الجدول مستوى صناعة الأخبار التلفزيونية من خلال استخدام وسائل الإعلام البديل، حيث أكد المبحوثين أن مستوى صناعة الأخبار التلفزيونية متوسطة بنسبة %63,3، في حين أن %26,7 من المبحوثين كانت إجاباتهم بأن المستوى جيد و %10 من المبحوثين يرون أن المستوى ضعيف، وهذا راجع لمستوى تحكم كل واحد منهم وكفاءاتهم في استخدام وسائل الإعلام البديل في صناعة الأخبار التلفزيونية، كما نجد من هب ودب يستخدم هذه الوسائل وينشر فيها الأخبار دون مراعاة الصياغة الإعلامية.

جدول رقم 23: تأثير وسائل الإعلام البديل على جودة المضمون المستقبل من طرف المشاهدين

| النسبة المئوية التراكمية | النسبة المئوية المؤكدة | النسبة المئوية | التكرار | العبرة  |
|--------------------------|------------------------|----------------|---------|---------|
| %56.7                    | %56.7                  | %56.7          | 17      | نعم     |
| %100.0                   | %43.3                  | %43.3          | 13      | لا      |
|                          | %100.0                 | %100.0         | 30      | المجموع |

(المصدر: من إعداد الطالبة همالي ثيزري، بناء على مخرجات برنامج SPSS

نسخة 23، سنة 2023)

يوضح هذا الجدول تأثير وسائل الإعلام البديل على جودة المضمون المستقبل من طرف الجمهور المشاهدين وكانت %56,7 من المبحوثين إجابتهم ب نعم وقد برروا اختيارهم بالتفاعل المباشر والأنية في نقل الأخبار، كما أصبح الكل يستطيع النشر فيه وحول أي موضوع، وفي غالب الأحيان عدم وجود المصادقية في الأخبار المنشورة، في حين %43,3 من المبحوثين كانت إجابتهم ب لا، لم تؤثر وسائل الإعلام البديل على جودة المضمون المستقبل من طرف المشاهدين.

جدول رقم 24: المجالات التي تظهر فيها وسائل الإعلام البديل على  
الأخبار التلفزيونية

| النسبة المئوية<br>الملاحظة | النسبة المئوية | التكرار | العبرة                  |
|----------------------------|----------------|---------|-------------------------|
| 18.5%                      | 9.3%           | 5       | التحرير وبناء<br>النشرة |
| 100.0%                     | 50.0%          | 27      | التفاعل مع<br>الجمهور   |
| 37.0%                      | 18.5%          | 10      | جودة المضمون            |
| 40.7%                      | 20.4%          | 11      | مصادر الأخبار           |
| 3.7%                       | 1.9%           | 1       | مراحل إنتاج<br>الأخبار  |
| 200.0%                     | 100.0%         | 54      | المجموع                 |

(المصدر: من إعداد الطالبة همالي تيزري، بناء على مخرجات برنامج SPSS نسخة 23،  
سنة 2023).

من خلال هذا الجدول اتضح لنا أن نسبة 50% من المبحوثين أجابوا بأن التفاعل مع الجمهور يعتبر أهم مجال تظهر فيه وسائل الإعلام البديل على الأخبار التلفزيونية، ثم يليه مصادر الأخبار بنسبة 20,4% بعدها جودة المضمون بنسبة 18,5%، ثم التحرير وبناء النشرة بنسبة 9,2% وفي الأخير مراحل إنتاج الأخبار بنسبة 1,9%، ومن خلال هذه النتائج المتوصل إليها نستنتج أن الإعلام البديل ساهم في تحسين صناعة الأخبار التلفزيونية انطلاقاً من إضافة خاصية التفاعل مع الأخبار ومناقشتها، التنوع في مصادر الأخبار عكس السابق.

جدول رقم 25: الفرق بين صناعة الأخبار التلفزيونية في الفترة السابقة والفترة الحالية التي تتوفر فيها وسائل الإعلام البديل

| النسبة المئوية التراكمية | النسبة المئوية المؤكدة | النسبة المئوية | التكرار | العبرة  |
|--------------------------|------------------------|----------------|---------|---------|
| %66.7                    | %66.7                  | %66.7          | 20      | نعم     |
| %100.0                   | %33.3                  | %33.3          | 10      | لا      |
|                          | %100.0                 | %100.0         | 30      | المجموع |

(المصدر: من إعداد الطالبة همالي ثيزري، بناء على مخرجات برنامج SPSS نسخة 23، سنة 2023)

يوضح لنا هذا الجدول الفرق في صناعة الأخبار التلفزيونية بفضل وسائل الإعلام البديل مقارنة بالسابق، ويتضح أن نسبة الذين أجابوا ب نعم قد بلغت %66,7 وقد كان تبريرهم الإعلام البديل أصبح متاحا للجميع ولم يعد فيه نخبة متحكمة أو قادة إعلاميين في حين أن %33,3 من المبحوثين يرون بأنه لا يوجد فرق بين السابق والفترة الحالية.

جدول رقم 26: استخدام وسائل الإعلام في صناعة الأخبار التلفزيونية بكثرة يضعف من الأداء الإعلامي في الوقت الراهن

| النسبة المئوية التراكمية | النسبة المئوية المؤكدة | النسبة المئوية | التكرار | العبرة  |
|--------------------------|------------------------|----------------|---------|---------|
| %73.3                    | %73.3                  | %73.3          | 22      | نعم     |
| %100.0                   | %26.7                  | %26.7          | 8       | لا      |
|                          | %100.0                 | %100.0         | 30      | المجموع |

(المصدر: من إعداد الطالبة همالي ثيزري، بناء على مخرجات برنامج SPSS نسخة 23، سنة 2023)

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن نسبة 73,3% من المبحوثين قد أجابوا بأن كثرة استخدام وسائل الإعلام البديل في صناعة الأخبار التلفزيونية يضعف من الأداء الإعلامي في الوقت الراهن، أما 26,7% من المبحوثين يرون العكس. ومن هنا نستنتج أن كثرة استخدام هذه الوسائل ينعكس سلباً على المنتج الإعلامي سواء من ناحية الصياغة الإعلامية أو من ناحية المصادقية.

جدول رقم 27: الإعلام البديل أكثر مصداقية من الإعلام التقليدي

| العبرة  | التكرار | النسبة المئوية | النسبة المئوية المؤكدة | النسبة المئوية التراكمية |
|---------|---------|----------------|------------------------|--------------------------|
| نعم     | 1       | 3.3%           | 3.3%                   | 3.3%                     |
| لا      | 29      | 96.7%          | 96.7%                  | 100.0%                   |
| المجموع | 30      | 100.0%         | 100.0%                 |                          |

(المصدر: من إعداد الطالبة همالي ثيزري، بناء على مخرجات برنامج SPSS

نسخة 23، سنة 2023)

من خلال تحليل هذه البيانات اتضح لنا بأن الإعلام التقليدي أكثر مصداقية من الإعلام البديل بنسبة 96,7%، وكان تبريرهم بأن الإعلام البديل يحتوي على الكثير من الكذب والإشاعات عكس الإعلام التقليدي الذي يتحرى الموضوعية ومبني على أسس سليمة، وكانت نسبة 3,3% من المبحوثين يرون بأن الإعلام البديل أكثر مصداقية من الإعلام التقليدي كونها يعمل على إيصال حاجات الجمهور دون تردد كما أنه لا يخضع للمراقبة.

#### - مستوى الأخبار التلفزيونية الذي بلغته المحطة الآن مقارنة بالسابق

أغلبية عينة الدراسة رأَت أن المستوى الذي بلغته المحطة الآن مقارنة بالسابق "عادي" في حين أن باقي العينة ترى بأن المستوى الذي بلغته "ضعيف" ثم يليه المستوى "الجيد"، وهذا

يدل على وعي المبحوثين بكل التطورات الحاصلة في هذا الميدان وعزمهم على الاستعداد لمسايرتها والتحكم في وسائل الإعلام البديل، لهذا أصبح مستوى المؤسسة الإعلامية في تحسن ملحوظ مقارنة بالسابق على الرغم من أنها لم تصل إلى المستوى الإعلامي المطلوب.

جدول رقم 28: أهم الجوانب التي تطورت بفضل الإعلام البديل في صناعة الأخبار التلفزيونية

| النسبة المئوية<br>الملاحظة | النسبة المئوية | التكرار | العبرة  |
|----------------------------|----------------|---------|---|
| %95.8                      | %28.8          | 23      | الآنية والفورية<br>في الحصول<br>على الخبر<br>ومعالجته |
| %45.8                      | %13.8          | 11      | تسهيل الاتصال<br>بالمسؤولين                           |
| %4.2                       | %1.3           | 1       | تحسين نوعية<br>الرسالة<br>الإعلامية                   |
| %87.5                      | %26.3          | 21      | التفاعل المهني<br>بين الزملاء                         |
| %100.0                     | %30.0          | 24      | تفاعل الجمهور<br>مع الرسالة                           |
| 333.3%                     | 100.0%         | 80      | المجموع   |

(المصدر: من إعداد الطالبة همالي ثيزري، بناء على مخرجات برنامج SPSS

نسخة 23، سنة 2023)

من خلال الجدول التالي اتضح لنا أن 30% من المبحوثين يرون أن الإعلام البديل قد طور في تفاعل الجمهور مع الرسالة، تليها نسبة 28,8% من المبحوثين يرون أن الإعلام البديل أني وفوري في الحصول على الخبر ومعالجته، ثم تليها الفئة التي ترى بأنه طور من خلال التفاعل المهني بين الزملاء بنسبة 26,3%، ثم جانب تسهيل الاتصال بالمسؤولين بنسبة 13,8%، وفي الأخير طورت من جانب تحسين نوعية الرسالة الإعلامية بنسبة 1,3%. ومن هنا نستنتج أن بفضل الإعلام البديل تطورت عدة جوانب في صناعة الأخبار التلفزيونية انطلاقاً من خاصية التفاعل وسرعة تلقي الأحداث فور حدوثها، وتتوع مصادر الحصول على الأخبار.

المحور الرابع: هناك تقبل كبير من طرف الصحفيين لمحتوى الخبر التلفزيوني في

زمن الإعلام البديل

جدول رقم 29: مستوى تقديم الصحفيين للأخبار التلفزيونية في زمن الإعلام البديل

| النسبة المئوية التراكمية | النسبة المئوية المؤكدة | النسبة المئوية | التكرار | العبرة  |
|--------------------------|------------------------|----------------|---------|---------|
| 36.7%                    | 36.7%                  | 36.7%          | 11      | جيد     |
| 100.0%                   | 63.3%                  | 63.3%          | 19      | متوسط   |
|                          | 100.0%                 | 100.0%         | 30      | المجموع |

(المصدر: من إعداد الطالبة همالي ثيزري، بناء على مخرجات برنامج SPSS

نسخة 23، سنة 2023)

يوضح لنا هذا الجدول بمستوى تقديم الصحفيين للأخبار التلفزيونية في زمن الإعلام البديل، حيث أكد المبحوثين أن مستوى تقديم الأخبار متوسط بنسبة 63,3%، يليه المستوى الجيد بنسبة 36,7%، ويمكننا تفسير هذا على أساس أن معظم الأخبار التي نجدها في وسائل الإعلام البديل ينقصها الكثير من فنيات التحرير فهي لم تصل بعد إلى المستوى الإعلامي المطلوب لأنها لازالت تعاني من نقائص عديدة.

جدول رقم 30: ظهور وسائل الإعلام البديل أصبحت عائق على صناعة الأخبار التلفزيونية

| النسبة المئوية التراكمية | النسبة المئوية المؤكدة | النسبة المئوية | التكرار | العبرة  |
|--------------------------|------------------------|----------------|---------|---------|
| %20.0                    | %20.0                  | %20.0          | 6       | نعم     |
| %100.0                   | %80.0                  | %80.0          | 24      | لا      |
|                          | %100.0                 | %100.0         | 30      | المجموع |

(المصدر: من إعداد الطالبة همالي ثيزري، بناء على مخرجات برنامج SPSS

نسخة 23، سنة 2023)

من خلال هذا الجدول اتضح لنا وسائل الإعلام البديل ليست عائق على صناعة الأخبار التلفزيونية بنسبة 80% من أفراد عينة الدراسة، في حين أن النسبة القليلة المتبقية التي بلغت 20% من المبحوثين أقرروا أن وسائل الإعلام البديل أصبحت عائق على صناعة الأخبار التلفزيونية. ويمكننا تفسير هذا بأن وسائل الإعلام البديل ساعدت كثيرا في تطوير صناعة الأخبار التلفزيونية سواء من ناحية تفاعل الجمهور مع الرسالة الإعلامية أو من ناحية مصادر الحصول على المعلومات، أو من ناحية نقل الأحداث فور حدوثها.

جدول رقم 31: تقييم استخدام وسائل الإعلام البديل في صناعة الأخبار التلفزيونية

| النسبة المئوية التراكمية | النسبة المئوية المؤكدة | النسبة المئوية | التكرار | العبرة     |
|--------------------------|------------------------|----------------|---------|------------|
| %70.0                    | %70.0                  | %70.0          | 21      | ضرورية     |
| %100.0                   | %30.0                  | %30.0          | 9       | غير ضرورية |
|                          | %100.0                 | %100.0         | 30      | المجموع    |

(المصدر: من إعداد الطالبة همالي ثيزري، بناء على مخرجات برنامج SPSS

نسخة 23، سنة 2023)

تشير هذا الجدول أن نسبة 70% من أفراد عينة الدراسة يرون أن تقييم استخدام وسائل الإعلام البديل في صناعة الأخبار التلفزيونية ضرورية، أما النسبة المتبقية 30% كانت الإجابة بأنه غير ضروري، ويمكن تفسير هذا بأن الذين يرون أن استخدام وسائل الإعلام البديل غير ضرورية قد يكونون من فئة المحافظين الذين مازالوا متمسكين بوسائل الإعلام التقليدية وهم فئة قليلة في المؤسسة، لاحظنا أثناء زيارتنا للقناة أن معظم العاملين فيها من فئة الشباب.

جدول رقم 32: استخدام الإعلام البديل من أجل زيادات عدد المشاهدات في القناة

| النسبة المئوية التراكمية | النسبة المئوية المؤكدة | النسبة المئوية | التكرار | العبرة  |
|--------------------------|------------------------|----------------|---------|---------|
| 80.0%                    | 80.0%                  | 80.0%          | 24      | نعم     |
| 100.0%                   | 20.0%                  | 20.0%          | 6       | لا      |
|                          | 100.0%                 | 100.0%         | 30      | المجموع |

(المصدر: من إعداد الطالبة همالي ثيزري، بناء على مخرجات برنامج SPSS

نسخة 23، سنة 2023)

من خلال هذا الجدول اتضح لنا أن نسبة 80% من أفراد عينة الدراسة يستخدمون الإعلام البديل من أجل زيادة عدد المشاهدات في القناة، أما النسبة المتبقية 20% من أفراد عينة الدراسة لا يستخدمونه من أجل زيادة عدد المشاهدة. ويمكن تفسير هذا بأن معظم المؤسسات الإعلامية تسعى لكسب أكبر جمهور لهذا تلجأ لاستخدام الإعلام البديل.

## (9) - النتائج العامة:

بعد إجرائنا الدراسة الميدانية حول صناعة الأخبار التلفزيونية في زمن الإعلام البديل توصلنا للنتائج التالية:

1- إن النشرة الإخبارية التلفزيونية في قناة الشروق نيوز تخضع لأسس وقواعد معينة وهذا ما أكدته نسبة 100% ، ومن هنا نستنتج أن النشرات الإخبارية في القنوات الجزائرية تعتمد على مجموعة من الأساليب والقوالب الصحفية ومعايير الصياغة الإعلامية في صناعة الخبر التلفزيوني.

2- إن صحفيون قناة الشروق نيوز يستخدمون الإعلام البديل في مجال عملهم بدرجة كبيرة، وهذا ما أكدته نسبة 53,3% بينما ترى الفئة القليلة والتي تمثل نسبة 46,7% أن القناة تستخدم الإعلام البديل إلى حد ما، ومن هنا نستنتج أن القنوات الجزائرية تحاول جاهدة إدخال كل وسائل الإعلام البديل في عملها من أجل تطويره والحصول على المعلومات فور حدوثها.

3- أما فيما يتعلق بوسائل الإعلام البديل التي يستخدمها الصحفيون في عملهم، احتل الفيسبوك المرتبة الأولى بنسبة 8,29%، تليها المدونات الإلكترونية بنسبة 17%، ثم تويتر بنسبة 16%، وهذا يدل على وعي الصحفيين بأهمية استخدام هذه الوسائل في عملهم ولتقديم أفضل ما لديهم من أجل إرضاء المشاهدين.

4- أما فيما يخص مساهمة وسائل الإعلام البديل في توفير المعلومات فيتضح أن نسبة 86,7% يرون أنها ساهمت كثيرا في توفير المعلومات في حين أن نسبة 13,3% ترى أنها لم تساهم، ومن خلال هذه النتائج توصلنا إلى أن صحفيين هذه القناة يحاولون استغلال الجوانب الإيجابية للإعلام البديل.

5- أشارت البيانات حول مستوى صناعة الأخبار التلفزيونية من خلال استخدام وسائل الإعلام البديل أن عبارة متوسط احتلت المرتبة الأولى بنسبة 63,3%، أما عبارة ضعيف بنسبة 26,7%، أما عبارة جيد فقد جاءت في المرتبة الموالية بنسبة ضئيلة

تقدر ب 10% وهذا يدل على أن استخدام وسائل الإعلام البديل في صناعة الأخبار أصبح أمرا بالغ الأهمية، ففضلها تحررت وسائل الإعلام من التقليد والتقييد إلى التفاعلية والحيوية والمرونة.

6- أما بالنسبة للفروق التي أحدثتها وسائل الإعلام البديل في صناعة الأخبار التلفزيونية مقارنة بالفترة السابقة فإن 66,7% من المبحوثين يرون أنها أحدثت فروق، في حين أن نسبة 33,3% يرون أنها لم تحدث فرق، ومن هنا نستنتج أن استخدام وسائل الإعلام البديل في المؤسسات الإعلامية ساهم في ترقية العمل الإعلامي خاصة صناعة الأخبار التلفزيونية لكن لم يصل بعد إلى المستوى المطلوب، رغم مساهمته في التطور إلا أن هناك أسباب أخرى قد تساهم في التطور والتغيير المستوى الإعلامي.

7- ومن النتائج التي استخلصت من المعطيات المحصل عليها نذكر أن عددا معتبرا من أفراد عينة الدراسة يرون أن كثرة استخدام وسائل الإعلام البديل في صناعة الأخبار التلفزيونية يضعف من الأداء الإعلامي بنسبة 73,3%، أما النسبة المتبقية أجابوا ب لا بنسبة 26,7%.

8- هناك رضا وارتياح كبير في صناعة الأخبار التلفزيونية في زمن الإعلام البديل وهذا ما عبر عنه الأغلبية بالمستوى "العادي" ثم يليه المستوى "الجيد"، وفي الأخير عبارة "ضعيف"، مما يدل على إلمام أفراد عينتنا ووعيهم الكبير بكل التطورات الحاصلة في هذا الميدان وعزمهم على الاستعداد لمسايرتها والتحكم فيها.

9- أما بالنسبة لاستخدام الصحفيين الإعلام البديل من أجل زيادة عدد المشاهدات في القناة فإن 80% من المبحوثين يرون بأنها تستخدم من أجل زيادة المشاهدات في حين أن أفراد العينة المتبقية لا يستخدمونه من أجل المشاهدات وهذا بنسبة 20%، ومن هنا نستنتج أن كل المؤسسات الإعلامية تسعى إلى زيادة عدد المشاهدات وذلك من أجل الشهرة والربح.

## (10) - نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:

لقد سعت الدراسة إلى اختيار الفرضيات الآتية:

- تتم صناعة الخبر التلفزيوني وفق أطر وقواعد أهمها هو لباقة الحديث، خلفية الخبر و التتابع بين الصورة والصوت.
- ساهم الإعلام البديل في تحسين العمل الإعلامي بشكل كبير وذلك اعتماداً على تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- هناك تقبل كبير من طرف الصحفيين لمحتوى الخبر التلفزيوني في زمن الإعلام البديل.

ومن خلال النتائج التي انتهت إليها الدراسة يمكن تقييم الفرضيات كما يلي:

1-الفرضية الأولى: أكدت نتائج الدراسة أن صناعة الخبر التلفزيوني وفق أطر وقواعد وذلك من خلال أساليب وقوالب متنوعة يتم عن طريقها تحرير الخبر الصحفي، كما يخضع لمعايير الصياغة الإعلامية، ويكون السرد الوصفي مرتبط بموضوع الصورة على الشاشة كون تعود على تصديق الصور أكثر من الكلمات، وعلى العموم تكون لغة الصحفي بسيطة و موجزة يفهمها عامة الناس.

ومن هذا المنطلق فإن هذه الفرضية قد تحققت كلياً في هذه الدراسة ومؤكدة عليها في الدراسات السابقة.

2-الفرضية الثانية: أدى إدخال الإعلام البديل إلى المؤسسات الإعلامية إلى تحسين العمل الإعلامي وذلك اعتماداً على تكنولوجيا المعلومات والاتصال وعلى الرغم من سعي الصحفيين على استخدام وسائل الإعلام البديل أكثر ملائمة من أجل الحصول على المعلومات والأخبار الفورية ومن أجل تفاعل الجمهور مع الرسالة الإعلامية، إلا أن العمل الإعلامي مازال لم يصل إلى المستوى المطلوب وهذا راجع إلى كثرة الكذب والإشاعات التي طغت في وسائل الإعلام البديل.

لذا فإنه يمكن القول أن هذه الفرضية قد تحققت جزئياً.

3- الفرضية الثالثة: أكدت مجتمع الدراسة أن مجتمع البحث لديه إقبال كبير لمحتوى الخبر التلفزيوني في زمن الإعلام البديل وذلك من خلال التحسين الذي طرأ على سرعة الحصول على الخبر ومعالجته وتفاعل الجمهور مع الرسالة الإعلامية عكس الإعلام التقليدي، كما أصبح الصحفيين يستخدمون وسائل الإعلام البديل من أجل زيادة عدد المشاهدات في القناة.

ومن هذه الدراسة فإن الفرضية الثالثة محققة.

### 11- التوصيات والاقتراحات:

بعد القيام بهذه الدراسة (نظريا و ميدانيا) فإننا قد توصلنا إلى مجموعة من النتائج، وبناءا عليها فإننا نرى:

- أن تضطلع إدارة تلفزيون الشروق إلى الارتقاء لتطوير نشرات الأخبار بما يلبي رغبات الجمهور.
- الاهتمام أكثر بالعلاقة بين استخدام الإعلام البديل في العمل بالمؤسسات الإعلامية والعمل على مدى استخدامها لدى الإعلاميين و مقدمي البرامج للوصول إلى مفهوم الإعلام البديل في الوسط الإعلامي.
- استحداث برامج تفاعلية جديدة تخدم المجتمع من خلال توظيف وسائل الإعلام البديل في العمل الإعلامي.
- توفير كل السبل والإمكانيات المادية والمعنوية والبشرية لتسخير أهم وسائل الإعلام البديل في مجال الإعلام الذي أصبح له دور هام في المجتمع.
- العمل على توفير المعايير الأخلاقية كالمصداقية والموضوعية والدقة والابتعاد عن نشر الإشاعات في وسائل الإعلام البديل.
- إيجاد المناخ والآليات المناسبة والموارد الكافية وسبل التعاون الملائمة، لتحسين انتشار وسائل الإعلام البديل من أجل صناعة الخبر التلفزيوني.

قائمة مراجع الفصل الرابع:

1. أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، ط3، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 1999.
2. أ.د، محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، ط3، دار الكتب، الجمهورية اليمنية، صنعاء، 2015.
3. إسماعيل محمود حسن، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003.
4. الدكتور محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
5. دكتور عاطف عدلي العبد، دكتور زكي أحمد عزمي، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993.
6. عبد الرحمان بدوي، مناهج البحث، ط3، وكالة المطبوعات بالكويت، 1977.
7. مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2000.

خاتمة

لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة التعرف على استخدام وسائل الإعلام البديل في صناعة الخبر التلفزيوني وتطبيقه في المؤسسات الإعلامية بالتركيز على قناة الشروق نيوز، وذلك من خلال مواكبة الصحفيين الجزائريين العاملين بالقناة لوسائل الإعلام البديل ومدى تحكمهم فيها وتحديد انعكاساتها على العمل الإعلامي وذلك من خلال اختيار ثلاثة فرضيات، حيث الهدف الفرضية الأولى إلى كيفية صناعة الخبر التلفزيوني وفق أطر وقواعد من خلال التعرف على نماذج، أساليب وأشكال تحرير الخبر، وتهدف الفرضية الثانية إلى مدى مساهمة الإعلام البديل في تحسين العمل الإعلامي بشكل كبير وذلك اعتماداً على تكنولوجيا المعلومات والاتصال وهذا من خلال ظهور وسائل عدة للإعلام البديل: فيسبوك، أنستغرام، مدونات الكترونية... الخ، أما الفرضية الثالثة فتهدف إلى أن هناك تقبل كبير من طرف الصحفيين لمحتوى الخبر التلفزيوني في زمن الإعلام البديل وهذا من خلال التطور الذي نجده في سرعة الحصول على المعلومات ومواكبة الأحداث ونقلها فور حدوثها، كما يسعى الصحفيين من خلال استخدام وسائل الإعلام البديل إلى زيادة عدد المشاهدات في القناة.

وقد أسفرت نتائج الدراسة الميدانية التي أجريناها في قناة الشروق نيوز، أن استخدام وسائل الإعلام البديل وإتباع تطوراتها واعتماده في مختلف مراحل صناعة الخبر التلفزيوني قد رفع من مستوى الرسالة الإعلامية وأثر في مستوى أدائها بشكل مقبول، كما أصبح من السهل الحصول على المعلومات من كل أنحاء العالم وتفاعل الجمهور معها، غير أنه يبقى بعيداً عن التطلعات بالنظر إلى أن الإعلام البديل يحتوي على الإشاعات وعدم توفر المصدقية في الأخبار التي تبث، كما يتطلب الصرامة والجدية في مراقبة ما يبث فيه باعتماده سياسة تخطيطية النهوض بهذا المجال والاستفادة من هذه الوسائل التي لها انعكاسات على حياة المجتمع الحديث.

وفي ختام هذه الدراسة نرجوا أن نكون قد وفقنا في الإلمام بجميع الجوانب المتعلقة بدراستنا، كما نتمنى أن تحمل هذه الدراسة بين ثناياها أفكاراً وأفاقاً جديدة للاستفادة منها في الدراسات المستقبلية.

# قائمة المراجع

أولاً: الكتب

1. أ.د، محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، ط3، دار الكتب، الجمهورية اليمنية، صنعاء، 2015.
2. أ.علي خليل شقرة، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
3. أم،د، إياد هلال حمادي الدليمي، صناعة الأخبار الإذاعية والتلفزيونية بين إشكاليتي ترجمة المصطلحات واختلاف المدارس الإعلامية، ط1، 2021م.
4. إبراهيم الطاني، عناصر القصة القصيرة وتطبيقاتها في القصة الصحفية، الجامعة العراقية، كلية الآداب، 2012م.
5. أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، ط3، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 1999.
6. إسماعيل إبراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 1998.
7. إسماعيل محمود حسن، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003.
8. بشار عباس، ثورة المعرفة والتكنولوجيا، التعليم بوابة المجتمع، دار الفكر للنشر والتوزيع، دمشق، 2002.
9. جواد علي مسلماني، الإعلام والمجتمع، د ط، دار للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
10. حارث عبود، ومزهر العاني، الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2015.

11. حسين شفيق، الإعلام الجديد والجرائم الإلكترونية ، د ط، دار الفكر والفن للطباعة والنشر والتوزيع، د ب، 2015.
12. د.أحمد إسماعيل حسن، أقمار الاتصالات والأخبار التلفزيونية، جامعة غرب كردفان، كلية الإعلام، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، 2018.
13. د.خالد جمال عبده، الإعلام البديل على الانترنت، فلسفة جديدة في الإعلام والاتصال، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2010.
14. د.صالح شاكرو توت، الخبر الصحفي عنصر أساسي من عناصر العملية الإعلامية، 2004.
15. د.فضيل دليو، تاريخ وسائل الإعلام والاتصال، دار الخلدونية، الجزائر، ط4، 2013.
16. د.مسعود رزيق، سوسيولوجيا الإعلام البديل على الانترنت فلسفة جديدة في الإعلام والاتصال، العدد04، ديسمبر 2021م.
17. د.نجلاء جمال، فن المونتاج التلفزيوني خطوات العمل على برنامج ، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2013م.
18. د.هشام رشدي خير الله، محاضرات في نظريات الإعلام، قسم العلوم الاجتماعية والإعلام، دون سنة النشر.
19. دكتور عاطف عدلي العبد، دكتور زكي أحمد عزمي، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993.
20. الدكتور عبد الستار جواد، فن كتابة الأخبار، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، ط2، 2001.

21. الدكتور محمد العمر، البرامج الإخبارية في الإذاعة التلفزيونية، الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020.
22. الدكتور محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
23. رحمة الطيب عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال، عالم الكتب، الحديث، إربد، الأردن، د ط، 2008.
24. سلطان محمد صاحب، الدعاية وحروب الإعلام، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
25. الشفيق عمر حسنين، الصحافة الإلكترونية المفهوم والخصائص والانعكاسات، مركز الإدارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، ط01، 2011.
26. طارق سيد أحمد الخلفي، فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، د ط، 2001.
27. عباس نجي حسن، الصحفي الإلكتروني، د ط، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
28. عبد الرحمان بدوي، مناهج البحث، ط3، وكالة المطبوعات بالكويت، 1977.
29. عبد الرزاق انتصار إبراهيم، حسام الساموك، الإعلام الجديد ، تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، د ط، الدار الجامعية للنشر والتوزيع والترجمة، بغداد، 2011.
30. عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
31. عبد الستار جواد، فن كتابة الأخبار، عمان، 2002.

32. عبد العظيم كمال الجميلي وثناء إسماعيل العاني، الإعلام الجديد وإشكاليات التواصل الرقمي، دار الأيام للنشر والتوزيع، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
33. عظيم كمال، ثناء إسماعيل العاني، صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط01، 2012.
34. العقاد ليلي، مدخل إلى التلفزيون، جامعة دمشق، سوريا، 1990.
35. فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010.
36. ليلي أحمد حرار، الفيسبوك والشباب العربي، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2012.
37. ماجي الحلواني، المدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، د ط، د س، 2002.
38. محمد شطاح، الإعلام التلفزي، دار الكتاب الحديث، الجزائر، د ط، 2007.
39. محمد لعقاب، الأنترنت وعصر المعلومات، ط1، دار هومة، الجزائر، 1999.
40. مخلوف ليني فراح، تناول الإعلامي لقضايا المجتمع في الفضائيات العربية، دراسة تحليلية على عينة من حلقات برنامج قمره الجزء الثاني، قناة mbc، 2018-2019 .
41. مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2000.
42. المزاهرة، منال هلال، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع للطباعة والنشر، عمان، ط01، 2012.

43. مسعود بوسعدية وآخرون، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة الاستخدام والتأثير، ط1، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.
44. مصطفى يوسف كافي، وسائل الإعلام والطفل، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
45. معوض محمد، الخبر التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987.
46. موسى بن عودة، مطبوعة بيداغوجية بعنوان فنيات التحرير الصحفي، تخصص علوم الإعلام والاتصال، 2020/2019.
47. هاشم والجندي، عوض المهدي، دليل كتابة الخبر، نشر وزارة الإعلام بالبحرين، 2010.
48. هشام رشدي خير الله، محاضرات في نظريات الإعلام، كلية التربية النوعية، قسم العلوم الاجتماعية والإعلام، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة المنوفية، دون سنة النشر.
49. وسام عبد الرحمان مشاقبة، أخلاقيات العمل الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2012.
50. وهبي إبراهيم، الخبر الإذاعي، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1980.
51. يعقوب طالب، تقنيات الإعلام، دار أفق للنشر والتوزيع، سوريا، ط1، 2012.

ثانيا: الرسائل والمذكرات الجامعية:

1- الرسائل الجامعية:

1. محمد جاد المولى، حافظ عويس، تأثير الإعلام البديل على تداول المعلومات في مصر، دراسة تحليلية ميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2012.

2- المذكرات الجامعية:

أ- مذكرات الماجستير:

1. عامر إبراهيم العمرو، تقييم الصحفيين الأردنيين لمهنية الأخبار في التلفزيون الأردني، رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة البترا، الأردن، 2015.
2. محمد منصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور المتلقي، دراسة مقارنة للمواقع الإلكترونية العربية أنموذجاً، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية في الدنمارك، منشورة كلية الآداب والتربية، 2012.
3. نبيل حورة، اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين بين دور الإعلام الجديد في تشكيل الوعي المعلوماتي، دراسة مسحية على عينة من أساتذة جامعة باتنة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة باتنة، 2014.

ب- مذكرات الماستر:

1. أحلام زليش، نصيرة كروي، الإعلام الجديد ودوره في تنمية السياسة لدى الطلبة الجامعيين، دراسة مسحية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال، مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية، جامعة جيجل، 2020/2019.
2. العرفي حسن، بنية نشرات الأخبار في التلفزيون الجزائري، دراسة وصفية تحليلية، مذكرة لنيل شهادة الماستر علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة المسيلة، 2016.

3. فراح بسمة، استخدام الطلبة الجامعيين للمدونات الإلكترونية وانعكاسها على تحصيلهم العلمي، طلبة جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي أنموذجاً، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، علاقات عامة، 2018/2017.

ثالثاً: المجالات والمؤتمرات العلمية:

1- المجالات:

1. بدر الدين بلمولاي، دور الإعلام الجديد في التنشئة والممارسة السياسية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 29، الجزائر، جوان، 2017.
2. رضوان سلامن، سامي علي مهني، البيئة الإعلامية الجديدة في الوطن العربي، المفاهيم والضوابط، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 08، العدد 01، الجزائر، 2019.
3. زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 16، جامعة عمان الأهلية، الأردن، 2003.
4. سحر خليفة سالم الجبوري، الإعلام البديل الواقع والأفاق، دراسة نظرية، نماذج وأشكال الإعلام البديل، مجلة الباحث الإعلامية، العدد 15، العراق، د س ن.
5. شعباني مالك، دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، بسكرة، ط، ن، ع، 7، جانفي 2012.
6. فطيمة أعراب، وليدة حدادي، تأثير الإعلام البديل على العمل الإعلامي في الجزائر، دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين بولاية سطيف، مجلة الإعلام والعلوم الاجتماعية للأبحاث المتخصصة، المجلد 02، العدد 02، تموز 2017.
7. وريا رستم محمد وآخرون، توظيف التقنيات التلفزيونية في إنتاج النشرات الإخبارية في القنوات الفضائية الكردية، مجلة علمية دورية محكمة تصدر عن الجامعة اللبنانية الفرنسية، المجلد 02، العدد 04، خريف 2021.

8. يسرى خالد إبراهيم، التلفزيون الرقمي والتفاعلي تقنيات عملية الاتصال وتطورها، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 9-10، جامعة بغداد، أيلول، 2001.

## 2- المؤتمرات العلمية:

1. علي بن شويل القرني، الإعلاميون السعوديون، دراسة في استخدامات الوسائل، ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر، بعنوان "ثقافة التغيير"، كلية الأدب جامعة فيلاديفيا، الأردن، تشرين الثاني، 2012.

2. فاتح سليم العلوانة، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين على المشاركة في الحراك الجماهيري، دراسة ميدانية على عينة من النقابيين، ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان ثقافة التغيير، كلية الأدب، جامعة فيلاديفيا، الأردن، نوفمبر 2012.

## رابعاً: المعاجم والقواميس:

1. Dictionnaire de la presse et des mères, Conseil international de la langue française, Paris, 1990.

## خامساً: المواقع الإلكترونية:

1. [www.taamolat.com/2023/04/blos](http://www.taamolat.com/2023/04/blos). avril2023
2. <http://sotor.com/> 03:00- 2023/18 :18. /قوالب كتابة الخبر الصحفي
3. <http://mawdo3.com> 2023/03/08 على الساعة 17:15 الانترنت
4. <http://star2apps.com> 2023/03/26 على الساعة 20:28. (ترتيب أفضل مواقع التواصل الاجتماعي).

ملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

MINISTÈRE DE L' ENSEIGNEMENT  
SUPÉRIEUR  
ET DE RECHERCHE SCIENTIFIQUE  
UNIVERSITÉ AKLI MOHAND  
OULHADJ



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة أكلي محند أولحاج

-البويرة-

كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية

قسم: الإعلام والاتصال

بعنوان:

## صناعة الخبر التلفزيوني في زمن الإعلام البديل

- دراسة ميدانية في قناة الشروق -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذة:

- صونيا عفان

إعداد الطالبة:

- همالي تيزري

## استبيان

## المحور الأول: البيانات الشخصية:

1. الجنس: ذكر  أنثى
2. السن: 18-30  31-45  46-60
3. المستوى التعليمي: ليسانس  ماجستير  دكتوراه
4. التخصص: اتصال وعلاقات عامة  سمعي بصري  اتصال
- جماهيري  صحافة مكتوبة
- أخرى أذكرها؟

.....

## 5. الوظيفة داخل المؤسسة:

- مراسل.  صحفي.  محرر
- أخرى أذكرها؟

.....

## المحور الثاني: تتم صناعة الخبر التلفزيوني وفق أطر وقواعد:

6. هل تخضع عملية تحرير النشرة الإخبارية التلفزيونية لأسس وقواعد معنية

نعم.  لا.

7. ماهي الأشكال الأكثر استخداما في تحرير النص الإخباري:

أسلوب الذروة أو القمة.

أسلوب الترتيب الزمني.

أسلوب التفسير.

أخرى أذكرها؟

.....

8. هل تتوفر معايير الصياغة الإعلامية التالية في صناعة الأخبار التلفزيونية:

- يستخدم الصحفيون في الأخبار الجمل والعبارات القصيرة في صياغة الأخبار.
- يستخدم الصحفيون في الأخبار عمليات الترقيم (الوقت والصمت) في صياغة الأخبار التي يبثها التلفزيون.
- العبارات والجمل التي تصاغ بها الأخبار في التلفزيون تمتاز بالوضوح
- تظهر في أخبار التلفزيون الجمل الإنشائية
- تظهر في أخبار التلفزيون الكتابة

9. ماهي المصادر التي تعتمد عليها في صناعة الأخبار:

- وكالات الأنباء
  - مواقع التواصل الاجتماعي.
  - المندوب الصحفي.
- أخرى أذكرها؟

.....

10. ماهي القوالب الأكثر استعمالاً في صناعة الأخبار التلفزيونية:

- قالب الهرم المعكوس.
  - قالب الهرم المعتدل
  - قالب التابع الزمني.
  - قالب الدروق.
- أخرى أكرها؟

.....

المحور الثالث: ساهم الاعلام البديل في تحسين العمل الاعلامي بشكل كبير

11. هل نستخدم الإعلام البديل في مجال عملك

نعم.  لا  إلى حد ما

12. ماهي الوسائل المستخدمة في عملك

- فيسبوك.
- تويتر.
- تيك توك.
- انستغرام
- يوتيوب.
- لينكدان.
- مدونات الكترونية

أخرى أذكرها؟

.....

13. ماهي مجالات استخدامك لهذه الوسائل

الاتصال بالموظفين.  مصادر المعلومات  عملية التسيير

أخرى اذكرها؟

.....

14. حسب رأيك هل ساهم الإعلام البديل في صناعة الأخبار التلفزيونية

كثيرا  قليلا  لم يساعد

15. حسب تصورك ماهي الفائدة المرجوة من استخدام وسائل الإعلام البديل في

صناعة الأخبار التلفزيونية.

- زيادة الدقة.  - الرفع من كفاءة العمل.

- سهولة الوصول إلى المشاهدين

أخرى أذكرها؟

.....

16. هل هناك تغيير في صناعة الأخبار التلفزيونية بسبب الإعلام البديل

- نعم.  - لا

ماهو؟

.....

17. هل أثرت وسائل الإعلام البديل في صناعة الأخبار التلفزيونية بالشكل:

- الايجابي.  - السلبي

18. هل يلتزم الصحفيين بتعميم استخدام وسائل الإعلام البديل في توفير المعلومات

نعم  لا.  - إلى حد ما

19. هل ساهمت وسائل الإعلام البديل في توفير المعلومات

نعم  لا

20. هل يعتبر الصحفيين وسائل الإعلام البديل كمصادر المعلومات

نعم  لا

21. ماهي الحاجات التي تحققها المؤسسة من خلال استخدام وسائل الإعلام

البديل:

الحصول على الأخبار الضرورية.  منافسة المؤسسة أو القنوات الأخرى

اكتساب خبرات جديدة في مجال الإعلام

أخرى أذكرها؟

.....

22. كيف ترى مستوى صناعة الأخبار التلفزيونية من خلال استخدام وسائل الإعلام

البديل:

جيدة.  متوسطة.  ضعيفة.

23. هل أثرت وسائل الإعلام البديل على جودة المضمون المستقبل من طرف

المشاهدين

نعم.  لا.

كيف ذلك؟

.....

24. ماهي المجالات التي تظهر فيها وسائل الإعلام البديل على الأخبار التلفزيونية:

التحرير وبناء النشرة.

التفاعل مع الجمهور

جودة المضمون.

مصادر الأخبار

مراحل إنتاج الأخبار

أخرى اذكرها؟

.....

25. هل تجد فرقا في صناعة الأخبار التلفزيونية بين الفترة السابقة والفترة الحالية التي

تتوفر فيها وسائل الإعلام البديل

نعم.  لا

ما هو الفرق؟

.....

26. هل ترى أن كثرة استخدام وسائل الإعلام البديل في صناعة الأخبار التلفزيونية

يضعف من الأداء الإعلامي في الوقت الراهن

نعم.  لا.

27. هل ترى أن الإعلام البديل أكثر مصداقية من الإعلام التقليدي

نعم.  لا.

لماذا؟

.....

28. بكل موضوعية؛ كيف ترى مستوى الأخبار التلفزيونية الذي بلغته المحطة الآن

مقارنة بالسابق

.....

29. في رأيكم، ماهي أهم الجوانب التي تطورت بفضل الإعلام البديل في صناعة

الأخبار التلفزيونية؟

- الآنية والفورية في الحصول والخبر على ومعالجته

- تسهيل الاتصال بالمسؤولين

- تحسين نوعية الرسالة الإعلامية

- التفاعل المهني بين الزملاء

- تفاعل الجمهور مع الرسالة

**المحور الرابع: هناك تقبل كبير من طرف الصحفيين لمحتوى الخبر التلفزيوني في زمن**

**الإعلام البديل:**

30. كيف ترى مستوى تقديم الصحفيين للأخبار التلفزيونية في زمن الإعلام البديل

جيد.  متوسط.  ضعيف

31. هل ترى أن ظهور وسائل الإعلام البديل أصبحت عائق على صناعة الأخبار

التلفزيونية

نعم.  لا

32. ماهو تقييمك لاستخدام وسائل الإعلام البديل في صناعة الأخبار التلفزيونية

ضرورية.  غير ضرورية

33. هل الصحفيون أصبحوا يستخدمون الإعلام البديل من أجل زيادات عدد

المشاهدات في القناة

نعم.  لا.