



مدى التزام الصحافة المطبوعة وصحافة الإنترنت

بالمعايير المهنية من وجهة نظر الجمهور الكويتي

(دراسة مقارنة)

**The Commitment of the Internet Media and
Newspapers Media in the Professional Standards
From the Viewpoint of the Kuwaiti Public
(Comparative Study)**

إعداد الطالب: قيس سعود البدر

الرقم الجامعي: 401020012

إشراف الأستاذ الدكتورة: حميدة سميسم

قدمت هذه رسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط


أكتوبر/2012

التفويض

أنا قيس سعود يوسف البدر أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات أو المنظمات أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث العلمية عند طلبها.

الاسم: قيس سعود يوسف البدر

التاريخ: 2012/ 10/23

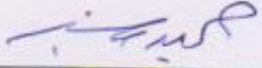
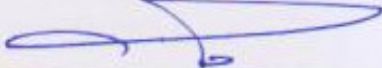

التوقيع: 

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها "مدى التزام الصحافة المطبوعة وصحافة الإنترنت بالمعايير المهنية من وجهة نظر الجمهور الكويتي (دراسة مقارنة)".

وأجيزت بتاريخ 2012 /10/23

أعضاء لجنة المناقشة

التوقيع	الاسم
	أ.د. حميدة سميسم / مشرفاً ورئيساً
	د. كامل خورشيد / عضواً
	أ.د. تيسير أبو عرجة/ مناقشا خارجياً

الشكر والتقدير

أتقدم بالشكر الجزيل إلى مشرفتي الأستاذة الفاضلة د. حميدة سميسم التي شرفنتني وكرمتني بالإشراف على هذه الرسالة وكان لنصحها وتوجيهها الأثر الطيب في إخراج هذه الرسالة بأقل قدر من الهنات.

والشكر الجزيل إلى الأساتذة أعضاء لجنة المناقشة الذين أثروا رسالتي هذه وقللوا من هناتها وزادوا من حسناتها من خلال ملاحظاتهم ومناقشاتهم الطيبة.

كذلك، أتقدم بالشكر إلى أفراد عائلتي كافة الذين وقفوا معي وصبروا طوال عامين استغرقتهما هذه الرسالة.

وأقدم بالشكر كذلك إلى كافة أصدقائي وزملائي الذين وقفوا معي بالتشجيع والنصح والمشورة وتقديم المساعدة كلما احتجت إليها.

فلهم مني جميعاً كل الحب والاحترام والتقدير

الإهداء

أهدي هذا العمل:

إلى روح الوالدين رحمهما الله...

وإلى أسرتي الغالية....

وإلى أصدقائي الأعزاء جميعهم...

لهم خالص محبتي وامتناني

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	العنوان
ب	التفويض
ج	قرار لجنة المناقشة...
د	الشكر والتقدير...
هـ	الإهداء...
و- ز	قائمة المحتويات...
ح - ط	قائمة الجداول.....
ي	قائمة الملحقات...
ك - ل	الملخص باللغة العربية...
م - ن	الملخص باللغة الإنجليزية...
1 - 9	الفصل الأول: مقدمة الدراسة
2	تمهيد
3	مشكلة الدراسة
4	أهداف الدراسة
4	أهمية الدراسة
5-7	أسئلة الدراسة وفرضياتها
7	حدود الدراسة
7	محددات الدراسة
8	مصطلحات الدراسة
11 - 65	الفصل الثاني: الإطار النظري الدراسات السابقة....
11	تمهيد
12	نظرية الاستخدامات والإشباع
15	نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
19	نشأة الصحافة وتطورها في العالم

20	مسيرة تطور الإعلام الكويتي
28	التغطية الإخبارية وفنونها وأنماطها
40	أخلاقيات الإعلام وموثيق الشرف الإعلامية
49	التداخل بين الأخلاقي والمهني في الصحافة
50	المعايير المهنية للصحافة
57	الدراسات السابقة:
67	تعليق على الدراسات السابقة
70 - 78	الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)....
71	منهج الدراسة
71	مجتمع الدراسة
71	عينة الدراسة
72	خصائص عينة الدراسة
74	أداة الدراسة
75	صدق الأداة
75	ثبات الأداة
76	متغيرات الدراسة
76	الأساليب الإحصائية
77	إجراءات الدراسة
77	المقياس الحسابي للدراسة
78 - 94	الفصل الرابع: نتائج الدراسة (التحليل الإحصائي واختيار الفرضيات)...
95 - 107	الفصل الخامس: مناقشة النتائج
108 - 109	توصيات الدراسة
110 - 118	المراجع:....
119 - 131	الملاحق:....

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	الفصل/ رقم الجدول
73	الجدول (1) توزيع أفراد العينة من حيث الجنس والعمر	3 /ف
73	الجدول (2) توزيع أفراد العينة من حيث الفئة	3 /ف
74	الجدول (3) توزيع أفراد العينة من حيث المستوى التعليمي	3 /ف
74	الجدول (4) توزيع أفراد العينة من حيث مستوى التعرض لوسائل الإعلام	3 /ف
79	جدول (6) خصائص أفراد العينة من حيث مستوى متابعة الوسائل الإعلامية الكويتية	4 /ف
80	جدول (7) تقييم الجمهور الكويتي لمصادقية مصادر المعلومات والأخبار	4 /ف
81	جدول (8) تقييم الجمهور الكويتي لشمولية التغطيات الإخبارية	4 /ف
82	جدول (9) تقييم الجمهور الكويتي لموضوعية التغطيات الإخبارية	4 /ف
83	جدول (10) تقييم الجمهور الكويتي لتوازن التغطيات الإخبارية	4 /ف
84	جدول (11) تقييم الجمهور الكويتي للتنوع والتعددية في التغطيات الإخبارية	4 /ف
85	جدول (12) تقييم الجمهور الكويتي لدقة التغطيات الإخبارية	4 /ف
86	جدول (13) تقييم الجمهور الكويتي للتفاعلية في التغطيات الإخبارية	4 /ف
87	جدول (14) تقييم الجمهور الكويتي للنزاهة في التغطيات الإخبارية	4 /ف
88	الجدول (15) اختبار التباين الأحادي للفروقات في تقييم الجمهور الكويتي لمصادقية التغطيات الإخبارية في الصحف الكويتية تبعاً لجنس المبحوثين	
89	الجدول (16) اختبار التباين الأحادي للفروقات في تقييم الجمهور الكويتي لموضوعية التغطيات الإخبارية في الصحف الكويتية تبعاً للفئة الاجتماعية	4 /ف
90	الجدول (17) اختبار التباين الأحادي للفروقات في تقييم الجمهور الكويتي لنزاهة التغطيات الإخبارية في الصحافة الكويتية تبعاً للمستوى التعليمي	4 /ف
91	الجدول (18) اختبار التباين الأحادي للفروقات في تقييم الجمهور لمدى شمولية التغطيات الإخبارية في الصحافة الكويتية تبعاً للمستوى التعليمي للمبحوثين	4 /ف
92	الجدول (19) اختبار التباين الأحادي للفروقات في تقييم الجمهور الكويتي لمدى	4 /ف

	التنوع والتعددية في تغطيات الصحافة الكويتية تبعاً للفئة العمرية	
93	الجدول (20) اختبار T-test للفروقات في تقييم الجمهور الكويتي لمدى التزام الصحافة الكويتية بالتنوع والتعددية تبعاً للفئة الاجتماعية	4ف/
	جداول الاختبارات - قسم الملاحق	
129	جدول (5) نتائج اختبار الاتساق لفقرات الاستبانة (كرونباخ ألفا)	قسم الملاحق
130	جدول اختبار شيفيه للمقارنات البعدية للتعرف على الفروقات ما بين فئات المستوى التعليمي	قسم الملاحق
131	جدول اختبار شيفيه للمقارنات البعدية للتعرف على الفروقات ما بين الفئات العمرية	قسم الملاحق

قائمة الملاحق

الصفحة	المحتوى	الرقم
120	أسماء محكمي الاستبانة	1
121	الاستبانة	2
129	جدول نتائج اختبار (كرونباخ ألفا) لاتساق فقرات الاستبانة	3
130	جدول اختبار شيفيه للمقارنات البعدية للتعرف على الفروقات ما بين فئات المستوى التعليمي	4
131	جدول اختبار شيفيه للمقارنات البعدية للتعرف على الفروقات ما بين الفئات العمرية	5

مدى التزام الصحافة المطبوعة وصحافة الإنترنت بالمعايير المهنية من وجهة نظر

الجمهور الكويتي (دراسة مقارنة)

إعداد الطالب: قيس سعود البدر

إشراف: أ.د. حميدة سميسم

الملخص

هدفت التعرف إلى طبيعة المعايير المهنية بين نوعين من أنواع الصحافة: الصحافة التقليدية ممثلة في الصحافة المطبوعة مقارنة بالصحافة الجديدة ممثلة في صحافة الإنترنت. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي وعلى عينة طبقية عشوائية قوامها (375) مستجيباً من فئتين من الجمهور الكويتي هما فئة طلبة جامعة الكويت وفئة الإعلاميين الكويتيين بنسب متساوية تقريباً.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- أفضلية واضحة للصحافة المطبوعة على صحافة الإنترنت من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة في أربعة محاور من أصل ثمانية هي: مصداقية المصادر الإخبارية والمعلوماتية، ومحور موضوعية التغطيات الإخبارية، ومحور توازن التغطيات الإخبارية، ومحور النزاهة في التغطيات الإخبارية.

- حققت صحافة الإنترنت أفضلية على الصحافة المطبوعة بفارق كبير من وجهة نظر أفراد العينة في محورين اثنين من محاور الدراسة هما محور أو خاصية التفاعلية بين الوسيلة الإعلامية والجمهور ومحور شمولية التغطيات الإخبارية.

- ظهر تقارب ملحوظ في تقييم أفراد عينة الدراسة في محورين من محاور الدراسة هما: التنوع والتعددية في التغطيات الإخبارية بين الصحافة المطبوعة وصحافة الإنترنت، وفي محور دقة التغطيات الإخبارية في كل من الصحافة المطبوعة وصحافة الإنترنت من وجهة نظر أفراد العينة.

Abstract

The Commitment of the Internet Media and Newspapers Media in the Professional Standards from the Viewpoint of the Kuwaiti Public (Comparative Study)

Prepared by: Qais Saud Al-Bader

Supervised by: Prpf. Hammida Smaiem

The study aimed to identifying the nature of the professional standards between the two types of journalism: "Traditional journalism" represented by "printed press" compared to the "new media" represented by "Internet journalism" or "online media".

The study relied on descriptive survey method and on a stratified random sample of (375) respondents from two categories of Kuwaiti public: The students of Kuwait University, and the Kuwaiti journalism category, in almost equal proportions.

The study revealed that:

- A clear preference for print on Internet journalism from the point of view of the respondents in fifth standards out of ten which are: credibility of news sources and information standard , the standard of comprehensive news coverage, the standards of objective news coverage, the standard of balance news coverage, , the integrity in news coverage standard.

- Internet journalism achieved an advantage over printed press with a large margin from the point of view of the respondents in one of the eight

standards of the study that represented in: focusing of interactive or property between the media and the public.

- Remarkable convergence appeared in the evaluation of the study sample in two standards, which are the standards of "diversity and pluralism in news coverage", and in the "accuracy of news coverage" in both printed and online media from the point of view of the respondents.

الفصل الأول: مقدمة عامة للدراسة

تمهيد:

مشكلة الدراسة

أهداف الدراسة

أهمية الدراسة

أسئلة الدراسة وفرضياتها

حدود الدراسة

محددات الدراسة

مصطلحات الدراسة

الفصل الأول: مقدمة عامة للدراسة

تمهيد:

تواجه وسائل الإعلام كافة مجموعة من التحديات في ضوء التطورات الكثيرة المتسارعة؛ منها ما هي تطورات سياسية وأخرى اجتماعية وتكنولوجية واقتصادية وغير ذلك مما طال شتى مناحي الحياة.

ومن التحديات المهمة التي تواجه وسائل الإعلام على أنواعها تحدي المعايير المهنية، ومنها الموضوعية والمصادقية والدقة والتوازن والالتزام بالقواعد الأخلاقية وبالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع وتجاه الدولة وتجاه البيئة أيضاً، وغني عن البيان أن مثل هذه الموضوعات تحتاج إلى بحوث كثيرة لتناولها من جوانب عدة وهي مواضيع واسعة ولها أبعادها الكثيرة من ناحية الجمهور ومن ناحية وسائل الإعلام نفسها.

إن التحدي الأكبر الذي واجهته الصحافة في العصر الحديث بدأ بشكل واضح مع ثورة الحاسبات وما صاحبها من توسع في توظيف شبكات المعلومات، إذ أخذ التطور معنى جديداً طال الشكل والمضمون والممارسة المهنية بشكل غير مسبوق ضمن نقلة تقنية هائلة شهدها العالم كله مع مطلع التسعينيات من القرن الميلادي الماضي تمثلت في ظهور شبكة الانترنت وانتشارها الجماهيري السريع في مختلف أنحاء العالم (الشهري، 2003).

وفي هذا السياق إذ أن صناعة النشر تُعد أحد أهم الأنشطة الاقتصادية في عصر المعلومات، ونظراً لأن خدمات المعلومات والأخبار على رأس قائمة الخدمات التي راجت على الشبكة فقد بدأ تأثير التقنيات الحديثة على هذه الصناعة واضحاً وملموساً من حيث المنافسة الشرسة على سوق يتناقص تدريجياً من ناحية، ومن ناحية أخرى من حيث التغيرات التي طالت

جوانب التوزيع وأساليب إيصال المحتوى إلى الجماهير في ظل شعبية شبكة الانترنت المتزايدة الأمر الذي جعل اللحاق بركب التقنية خياراً لا مفر منه أمام صناعة الصحافة المطبوعة (عبد الواحد، 2007).

تسعى هذه الدراسة لبحث واقع المعايير المهنية في كلا النوعين من الصحافة المطبوعة من جانب وصحافة الإنترنت من جانب آخر، وستعتمد الدراسة على وجهة نظر الجمهور الذي يستخدم هذه الصحف أو يقرأها، وتعد وجهة نظر الجمهور (الرأي العام) ركيزة أساسية في تقييم دور الصحافة ومستوى أدائها مما ينبغي الأخذ بتقييم الجمهور في تحسين ذلك الدور والأداء الذي تقوم به الصحافة ووسائل الإعلام عموماً.

مشكلة الدراسة:

لاحظ الباحث أن تساؤلات عديدة بدأت تطرح بشأن مستقبل وسائل الإعلام التقليدية في المجتمع الكويتي كما في المجتمعات العالمية، ويبدو أحياناً أن وسائل الإعلام التقليدية والجديدة على حد سواء تتعرض للنقد من قبل الجمهور ومن قبل بعض المتخصصين مما ينعكس في قلة المتابعة لها، وتراجع مصداقية تغطياتها الإخبارية في أعين الجمهور، خصوصاً في ظل أحداث مهمة كعمليات الانتخابات السياسية أو كأحداث ما سُمي بـ "الربيع العربي"، واتهم بعضهم وسائل الإعلام التقليدية بعدم مواكبة بعض المعايير المهنية الحديثة في التغطيات من حيث السرعة والشمولية والتفاعلية والنزاهة والتوازن وغير ذلك من المعايير مقارنة مع وسائل الإعلام الجديدة (الإنترنت والقنوات الفضائية)، بالمقابل توجه

انتقادات من نوع آخر لوسائل الإعلام الحديثة مثل عدم الدقة، والمبالغة، وعدم الاعتماد على مصادر موثوقة، والابتعاد عن الموضوعية لحساب السرعة والإثارة وغير ذلك من الأسباب. وتتحدد مشكلة الدراسة في التعرف إلى طبيعة المعايير المهنية بين نوعين من أنواع الصحافة: الصحافة المطبوعة اليومية، مقارنة بالصحافة الجديدة ممثلة في صحافة الإنترنت، تلك الصحافة الناشئة التي صممت خصيصاً لتناسب أغراض النشر عبر شبكة الإنترنت. فهل يوجد فروق واضحة من وجهة نظر الجمهور الكويتي في المعايير المعمول بها في كلا النوعين من أنواع الصحافة؟ هذا ما ستحاول الدراسة الاطلاع عليه وتبينه من خلال تحليل نتائجها.

أهداف الدراسة :

- 1- التعرف إلى مدى ثقة الجمهور بالتزام كل من الصحافة المطبوعة (الورقية) مقابل صحافة الإنترنت بالمعايير المهنية للعمل الإعلامي.
- 2- فحص إمكانية وجود فروق في تقييم الجمهور للمعايير المهنية في الصحافة المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت تعزى لبعض المتغيرات الشخصية (كالنوع الاجتماعي، والعمر، والمستوى التعليمي والفئة الاجتماعية)

أهمية الدراسة:

- تكتسب الدراسة أهمية في مستويات عديدة من وجهة نظر الباحث، وكما يلي:
- مستوى الجمهور: التعرف إلى وجهة نظر أفراد الجمهور نحو المعايير المهنية الأكثر أهمية التي على وسائل الإعلام الالتزام بها. وفي هذا خدمة كبيرة لوسائل الإعلام التي ترغب باحترام اتجاهات الجمهور وتقييماته لتحسين أدائها الإعلامي. ولذلك يمكن اعتبار

الدراسة من ضمن دراسات الجمهور لأنها تهتم بالتعرف إلى تقييمهم وحاجاتهم ووجهات نظرهم.

- مستوى وسائل الإعلام: التعرف إلى الفروق بين وسائل الإعلام في مدى ملاءمة المعايير المهنية لكل وسيلة إعلامية. مما قد يفيد في تفهم خصوصيات وسائل الإعلام أثناء قيامها بوظائفها الإعلامية المختلفة، وهذا بدوره يمكن أن يفيد القائمين على وسائل الإعلام والجمهور معاً لتفهم خصوصيات وسائل الإعلام وتكامل أدوارها.
- وتأمل هذه الدراسة أن تضيف إلى المكتبة الكويتية والمكتبة العربية عموماً ما يساعد الإعلاميين على تشخيص بعض السلبيات في عملهم الصحفي والتعرف إلى تقييم الجمهور لمدى التزام الإعلام بالمعايير المهنية.

أسئلة الدراسة:

لدراسة تساؤل رئيس يتمثل في " ما مدى التزام كل من الصحافة المطبوعة وصحافة الإنترنت بالمعايير المهنية للعمل الصحفي من وجهة نظر جمهور المتلقين والمستخدمين الكويتيين؟

ويتفرع التساؤل إلى الأسئلة الثمانية التالية:

- 1- السؤال الأول: ما تقييم الجمهور الكويتي لمصداقية مصادر المعلومات والأخبار في الصحافة المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت؟
- 2- السؤال الثاني: ما تقييم الجمهور الكويتي لشمولية التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت؟

3- السؤال الثالث: ما تقييم الجمهور الكويتي لموضوعية التغطيات الإخبارية في الصحافة

المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت؟

4- السؤال الرابع: ما تقييم الجمهور الكويتي لتوازن التغطيات الإخبارية في الصحافة

المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت؟

5- السؤال الخامس: ما تقييم الجمهور الكويتي للتنوع والتعددية في الرأي والرأي الآخر في

الصحافة المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت؟

6- السؤال السادس: ما تقييم الجمهور الكويتي لدقة التغطيات الإخبارية في الصحافة

المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت؟

7- السؤال السابع: ما تقييم الجمهور الكويتي للتفاعلية مع الجمهور في الصحافة المطبوعة

مقابل صحافة الإنترنت؟

8- السؤال الثامن: ما تقييم الجمهور الكويتي للالتزام بالنزاهة في الصحافة المطبوعة

مقابل صحافة الإنترنت؟

فرضيات الدراسة:

أولاً: الفرضية الأولى:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الجمهور الكويتي لمصادقية مصادر المعلومات

والأخبار في الصحافة الكويتية تبعاً للفئة الاجتماعية للمبشرين.

ثانياً: الفرضية الثانية:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الجمهور الكويتي لموضوعية التغطيات الإخبارية

في الصحافة الكويتية تعزى لجنس المبشرين.

ثالثاً: الفرضية الثالثة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الجمهور الكويتي لنزاهة التغطيات الإخبارية في الصحافة الكويتية تعزى للمستوى التعليمي للمبحوثين.

رابعاً: الفرضية الرابعة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الجمهور الكويتي لشمولية التغطيات الإخبارية في الصحافة الكويتية تبعاً للمستوى التعليمي للمبحوثين.

خامساً: الفرضية الخامسة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الجمهور الكويتي لمدى التنوع والتعددية في تغطيات الصحافة الكويتية تبعاً للفئة العمرية للمبحوثين.

سادساً: الفرضية السادسة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الجمهور الكويتي لمدى التزام الصحافة الكويتية بالتنوع والتعددية تبعاً للفئة الاجتماعية للمبحوثين.

حدود الدراسة:

- الحدود البشرية: تشمل الحدود البشرية دراسة الجمهور الكويتي ممثلاً في فئتين هما: فئة طلبة الجامعة، وفئة الإعلاميين العاملين في وسائل الإعلام الكويتية أو في إحدى المؤسسات ذات العلاقة بالعمل الإعلامي.
- الحدود المكانية: جمهور المتلقين والمستخدمين في دولة الكويت.
- الحدود الزمانية: طبقت هذه الدراسة ميدانياً بدءاً من (الأول من حزيران/ يونيو 2012 حتى نهاية شهر آب/أغسطس 2012).

محددات الدراسة:

إن نتائج هذه الدراسة تظل محددة بالمجتمع الكويتي الذي ستجرى فيه هذه الدراسة وفي الفترة الزمنية التي طبقت فيها، وليس بالضرورة تعميم نتائجها على مجتمع آخر غير المجتمع الكويتي أو ليس بالضرورة تعميم النتائج على مجتمع الدراسة نفسه في فترة زمنية لاحقة نظراً للتغيرات المتوقعة على مستوى وسائل الإعلام نفسها أو على مستوى جمهور الدراسة أيضاً.

مصطلحات الدراسة الإجرائية:

المعايير المهنية: ويقصد بها مجموعة من المعايير التي يُعدها الكثير من الإعلاميين والباحثين المعايير المهنية الأهم في العمل الإعلامي، وسنقوم باستعراض هذه المعايير ومناقشتها في الفصل الثاني من هذه الدراسة، والمعايير الثمانية هي:

1- مصداقية المصادر الإخبارية والمعلوماتية: ويقصد بها مدى اعتماد الصحافة على مصادر موثوقة ودقيقة.

2- شمولية التغطيات الإخبارية: يقصد بالشمولية تغطية الصحافة لجميع مناحي الحدث وعدم تجاهل الأحداث المهمة.

3- موضوعية التغطيات الإخبارية: يقصد بالموضوعية الالتزام بحدود الموضوع وعدم الشخصنة في تناول الأحداث.

4- توازن التغطيات الإخبارية: يقصد بالتوازن إعطاء الخصوم أو المتنافسين أو الأطراف - كالحكومة والمعارضة - الفرص نفسها في التغطيات الإعلامية.

5- التنوع والتعددية في الرأي والرأي الآخر: يقصد بالتنوع والتعددية أن الوسائل الإعلامية تحرص على تقديم الأفكار ووجهات النظر والشخصيات المتنوعة ولا تقصي أيًا منها.

6- الدقة: يقصد بالدقة دقة التغطية من حيث المعلومات التي تساق فيها من أسماء وأحداث وأزمنة وأمكنة وغير ذلك من المعلومات.

7- التفاعلية: يقصد بالتفاعلية أن الفرص متاحة أمام القراء للرد والتعليق والمداخلات على التغطيات الإخبارية.

8- النزاهة: يقصد بالنزاهة الصدق في التغطيات والأخبار والتحليل حتى لو كان ذلك مغايراً لآمال وتوقعات الوسيلة الإعلامية.

الجمهور الكويتي: ويقصد به في هذه الدراسة شريحتان من شرائح المجتمع الكويتي وهما الطلبة الجامعيون والصحفيون الكويتيون.

الإعلام التقليدي: ويقصد به وسائل الإعلام التي كانت معروفة قبل ثورة تكنولوجيا الاتصال الجديدة، وهي محطات التلفزة الأرضية التابعة للحكومات، ومحطات الإذاعة، والصحف الورقية المطبوعة، وهذه الوسائل تعاني من بعض القيود على الحريات والأداء فيها إضافة إلى ضعف الإمكانيات بالمقارنة مع بعض وسائل الإعلام الجديدة.

الإعلام الجديد: وهي وسائل الإعلام التي ظهرت نتيجة ثورة الاتصال منذ عقد التسعينات من القرن العشرين الماضي، وتتمثل في الفضائيات وفي صحافة الإنترنت التي تمتلك حريات كبيرة نسبياً مقابل وسائل الإعلام التقليدية.

الصحافة المطبوعة: هي كل أشكال الصحف والمجلات التي تصدر في الكويت سواء كانت يومية أسبوعية شهرية ومهما كان مجال اهتمامها أو اختصاصها.

صحافة الإنترنت: هي تلك المواقع الإعلامية المسجلة رسمياً في الكويت، أو التي تصدر من الخارج وتكون موجهة للجمهور الكويتي، وسواء كانت تلك المواقع تجدد بشكل يومي أسبوعي شهري وبصرف النظر عن مجال اهتمامها أو اختصاصها.

الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

تمهيد

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

نظرية الاستخدامات والإشباع

نشأة الصحافة وتطورها في العالم

مسيرة تطور الإعلام الكويتي

التغطية الإخبارية وفنونها وأنماطها

أخلاقيات الإعلام ومواثيق الشرف الإعلامية

التداخل بين الأخلاقي والمهني في الصحافة

المعايير المهنية للصحافة

الدراسات السابقة

تعليق على الدراسات السابقة

تمهيد:

مرت الصحافة المطبوعة بمراحل عديدة منذ نشأتها الأولى في أوروبا والصين وغيرها من بلاد العالم، فقد أراد لها بعض الحكام الذين رعوها في بداياتها أن تنقل أخبارهم وفرماناتهم للناس ليكونوا على علم بها ويتقيدوا بما يرد فيها، وأراد لها تجار البحار التعرف على حركة السفن وحركة البضائع بين الأسواق، ثم تطورت وظائف الصحافة لتكتب المقالات التحليلية والإرشادية والتربوية بما في ذلك الأدب من شعر وقصة وغير ذلك، وفي مرحلة لاحقة تنبه التجار والمستثمرون إلى أهمية الصحافة في الإعلان والترويج لبضائعهم فأصبحت الصحافة ساحة للإعلانات التجارية والدعائية، وما أن بدأت الحرب العالمية الأولى (1914)، ثم الثانية (1937) حتى أصبحت الصحافة أيضاً وسيلة فاعلة في الحرب النفسية والدعائية بين الأطراف المتحاربة، لكنها أيضاً أخذت تسهم في رفق حركة الثقافة والوعي الجماهيري وأسهمت بقوة في توعية الجماهير وتنقيفها وإطلاعها على الأخبار والأحداث المحلية والعالمية التي كانت معرفتها حكراً على النخب السياسية والتجارية والثقافية.

وما أن بدأ القرن العشرون حتى كانت الصحافة قد وصلت إلى مرحلة النضوج وأصبح لها شأن كبير في شتى مجالات الحياة مثل الشؤون السياسية والاقتصادية والثقافية، وقد ظلت الصحافة في حركة تطور مستمر في شتى المجالات، فقد ظهرت الصحافة المتخصصة، والصحافة الاستقصائية، والصحافة المصورة، والصحافة الدولية التي تنتشر طبعاتها خارج بلد الصدور، وتطورت كذلك وظائف الصحافة وأساليب العمل فيها، فاهتمت الكثير من الصحف بالدور الرقابي الذي يمثل الجماهير، وبدأت الكثير من الصحف تهتم بأمر المعايير الأخلاقية والمهنية في أعمالها وللعاملين فيها أثناء تأدية أعمالهم، وعلى هذا الأساس كانت ضرورة افتتاح كليات

الصحافة والإعلام لتخرج صحفيين مؤهلين ومدربين، واهتمت الكثير من الصحف بالمواثيق الأخلاقية التي تحكم أعمالها وتوجهها الوجهة السليمة بما يحقق أهداف الصحافة من جانب والمجتمع والدولة من جانب آخر، وأصبح للتغطيات الإخبارية قواعد أخلاقية ومهنية أشارت إليها بعض قوانين الدول أو بعض مواثيق الشرف الطوعية التي تقوم على التنظيم والالتزام الذاتي.

نظرية الاستخدامات والإشباعات:

نشأت نظرية الاستخدامات والإشباعات على يد (الياهوكاتز) عام 1959، حيث تحول الاهتمام من الرسالة الإعلامية ومضمونها إلى الجمهور المتلقي لهذه الرسالة، وبذلك انتفى مفهوم قوة وسائل الإعلام المهيمنة حيث كان الاعتقاد السائد بأن متابعة الجمهور لوسائل الإعلام تم وفقاً للتعود على الوسيلة الإعلامية وليس لأسباب منطقية. (العبد الله، 2005، ص1)

ولكن نظرية الاستخدامات والإشباعات لها رؤية مختلفة عما سبقها من نظريات؛ وتكمن تلك الرؤية في إدراك تأثير الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، ووفق هذه النظرية، فإن عملية استخدام جمهور المشاهدين للوسيلة الإعلامية تحكمه عدة عوامل معقدة ومتشابكة من بينها: العمر والجنس والمؤهل العلمي. إذ إن لكل هذه المتغيرات أو لبعضها تأثيراً على اختيارات الفرد للمضامين الإعلامية التي يريد متابعتها، وتركز هذه النظرية على خصائص الجمهور ودوافعه انطلاقاً من مفهوم الجمهور الإيجابي الذي يستخدم رسالة إعلامية معينة لإشباع حاجة أو حاجات معينة أو لتحقيق منفعة ما بعيداً

عن مقولة التعود، وبهذا أصبح على القائمين بمهمة الإعلام جهد مضاعف وهو التعرف إلى اتجاهات و أذواق المتلقين، بالإضافة إلى صنع الرسالة الإعلامية التي تتناسب مع توجهات ورغبات واحتياجات جمهور المتلقين ورغبات وإمكانات الإعلاميين. (defluer & Rokeach t 1992)

وتسعى نظرية الاستخدامات والإشباع إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي:

1- التعرف إلى كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه .

2- توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام والتفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام.

3- التركيز على أن فهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري.(مكاوي والسيد، 2009)

وتفترض النظرية، أن أفراد الجمهور يستخدمون الوسائل لأمر كثيرة، وتلك الاستخدامات تكون عوامل وسيطة في عملية التأثير، ويشير كاتز وبلومر و جورفيتش (نقلًا عن، Klapper, 2001، 20-3) إلى أن هذا النموذج يستند على مجموعة فرضيات أساسية فيما يلي:

1- يتسم جمهور وسائل الاتصال بالإيجابية والفاعلية واستخدامه لوسائل الاتصال مرتبط بتحقيق أهداف لديه.

2- يقوم الجمهور بدور رئيسي في إشباع احتياجاته ورغباته في عملية الاتصال الجماهيري، حيث يربط بين إشباع هذه الحاجات والرغبات واختياره للوسائل التي تشبعها.

3- تتنافس وسائل الاتصال مع مصادر أخرى لإشباع حاجات الأفراد من قائمة احتياجاتهم المتعددة.

4- جمهور وسائل الاتصال قادر على تحديد اهتماماته ودوافع تعرضه لوسائل الاتصال، وتعكس استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال المستوى الثقافي السائد في المجتمع. ويفرق (كاتز) بين مفهوم الحاجات ومفهوم الإشباع، وهو يرى أن التوقعات لدى الجمهور تنتج عن دوافعه للتعرض لوسائل الإعلام بناء على العوامل والمتغيرات النفسية والاجتماعية التي يعيشها الأفراد، أي أن التوقعات تشكل سبباً في عملية التعرض لوسائل الإعلام. ويرى عبد الحميد أن الفرد يعتمد على خبراته حينما يبدأ برسم توقعاته عن تلبية وسائل الإعلام لحاجاته مقارنة بمصادر أخرى لإشباع هذه الحاجات. (عبد الحميد، 1997) كذلك فإن أي دراسة نتلقاها من وسائل الاتصال قد يكون لها نتائج مختلفة، اعتماداً على خبراتنا السابقة عن الموضوع، وتأثيرات الظروف الاجتماعية المحيطة.

ولذلك فإن الدراسات والبحوث يمكن أن تتعرف على الإشباع والتوقعات من خلال القيام بمسوح معينة يجري فيها سؤال أفراد المجتمع عن التوقعات والحاجات التي ينظرون من خلالها إلى وسائل الإعلام ووظائفها أو الأدوار التي تقوم بها.

ويشير أبو أصبع إلى أنه يمكن استنتاج بيانات من معلومات نستمدّها من الجمهور المتلقي للرسالة الاتصالية لأن أفراد هذا الجمهور لديهم الوعي الذاتي والقدرة على تسجيل اهتماماتهم ودوافعهم، حينما يسألون عنها بصيغة سهلة ومفهومة. (أبو أصبع، 2005). وبالمقابل فإن وسائل الاتصال الجماهيري نفسها تقوم بمثل تلك البحوث والدراسات، أو تقوم بالاستفادة مما ينشر منها إذا ما أرادت مواكبة حاجات الجمهور ورغباته، لذلك فإن عمل وسائل الاتصال الجماهيري هو في الأساس عمل هادف مخطط ومدروس، ولذلك عرف أبو عرقوب

الاتصال الجماهيري بأنه "الاتصال المنظم والمدرّس الذي يقوم على إرسال رسائل علنية عامة صادرة عن مؤسسة للاتصال الجماهيري عبر وسيلة اتصال جماهيري إلى جمهور عريض من الناس بقصد التأثير على معلوماتهم أو اتجاهاتهم أو سلوكهم. (أبو عرقوب، 1993).

وقد يكون من الجائز تلخيص معنى دمج النظريتين في العبارة التي تقول أنه كلما نشأت حاجات جديدة للمجتمع وأفراده ونظمه، زاد الاعتماد على وسائل الإعلام في تحقيق تلك الحاجات وتلبية الإشباعات لها. وأن وسائل الإعلام أيضاً سيزاد اعتمادها على المجتمع وأفراده ونظمه كي تقوم بأعمالها على خير ما يرام، لذلك فهي علاقة إشباعات وعلاقة اعتماد متبادل بين الأطراف.

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تعد هذه النظرية من النظريات الحديثة نسبياً التي ظهرت في نهايات القرن العشرين الماضي، وهي تشير إلى أن وسائل الإعلام أصبحت قطاعاً مهماً من قطاعات المجتمع والاقتصاد والدولة، فهي تتداخل في كل تلك المكونات والأطر وتؤثر فيها، ولذلك فقد نشأت علاقة اعتمادية بين وسائل الإعلام وبين مختلف تلك الجهات التي تكون المجتمع والدولة. وكما يوحي اسم النظرية فإن العلاقة الرئيسية التي تحكمها، هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور، وقد تكون هذه العلاقة مع وسائل الإعلام جميعها، أو مع أحد أجزائها. (مكاوي، والسيد، 1998).

والافتراض الأساسي في هذه النظرية هو أن وسائل الإعلام ستؤثر في الناس إلى الدرجة التي سوف يضطرون فيها إلى الاعتماد عليها في الحصول على حاجاتهم من المعلومات والأخبار والصور.

وتُعدُّ نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام نظرية شاملة، حيث تقدم نظرة كلية للعلاقة بين الاتصال والرأي العام، وتتجنب الأسئلة البسيطة عما إذا كانت وسائل الاتصال لها تأثير كبير على المجتمع أم لا، وأهم ما أضافته النظرية أن المجتمع يُوثر في وسائل الاتصال. (حمادة، 1996).

ومن الأهداف الرئيسة لهذه النظرية: تفسير لماذا يكون لوسائل الاتصال الجماهيرية أحياناً تأثيرات قوية ومباشرة وأحياناً أخرى تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما. وتعتمد فكرة هذه النظرية على أن استخدامنا لوسائل الاتصال لا يتم بمعزل من تأثيرات النظام الاجتماعي الذي نعيش فيه نحن ووسائل الاتصال، والطريقة التي نستخدم فيها وسائل الاتصال ونتفاعل بها مع تلك الوسائل تتأثر بما نتعلمه من المجتمع، كما إننا نتأثر بما سيحدث في اللحظة التي نتعامل فيها مع وسائل الاتصال. (إسماعيل، 2003) بمعنى آخر، فإن وسائل الإعلام تشاركنا حياتنا وتؤثر في شتى المجالات مثلما أن الإنسان نفسه هو الذي يصنع هذه الوسائل ويتحكم في مضمونها.

إن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي، سوف تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، وهذا الاحتمال تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير. إضافة إلى أن فكرة تغيير سلوك الجمهور ومعارفه ووجدانه يمكن أن تصبح تأثيراً مرتداً لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال، وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع. (حمادة، 1996)

ويستنتج الباحث من المبادئ أعلاه بأن هذه النظرية تعطي أهمية لأداء وسائل الإعلام من حيث خدمتها لكل من المجتمع والجمهور، ويبنى على ذلك أنه كلما طورت وسائل الإعلام من

أدائها وحسنت منه زاد اعتماد الجمهور والمجتمع على وسائل الإعلام لإشباع حاجاته المعرفية والعاطفية والسلوكية، وهذه الحاجات هي ما ركزت عليها نظرية الإشباعات والحاجات، لذلك ارتأى الباحث أن يستفيد من النظريتين ويدمج بينهما في توضيح نتائج دراسته هذه، إذ يرى الباحث أن النظريتين يكمل بعضهما بعضاً، فنظرية الاعتماد تركز على حاجة المجتمع والجمهور لوسائل الإعلام لتحقيق حاجاته، خصوصاً في أوقات الأزمات أو في حالة وقوع الأحداث الكبيرة الهامة، بينما تركز نظرية الإشباعات والحاجات على نوعية أو طبيعة الحاجات والإشباعات التي توفرها وسائل الإعلام.

ويسعى الباحث أن يستفيد من مفاهيم هاتين النظريتين في تفسير النتائج التي تتوصل لها دراسته، وأن تلقي الضوء على طبيعة العمليات والتفاعلات التي تتم في علاقة شرائح الجمهور بالصحافة خصوصاً بوسائل الإعلام عموماً. تقيدنا نظرية الاستخدامات والإشباعات مثلاً في تفهم علاقة الجمهور بالصحافة إذ إنها أصبحت مصدراً لإشباع الكثير من الحاجات التي تُعد حاجات ماسة أو ضرورية للناس، خصوصاً في مراحل الأزمات أو الأحداث الكبيرة أو المؤثرة في حياتهم مثل عملية الانتخابات أو أثناء الحروب والأزمات الاقتصادية وغير ذلك، ونظرية الاستخدامات والإشباعات تؤكد على أن أفراد الجمهور هم من يبحثون عن المصادر الإعلامية المناسبة لحاجاتهم، أي أنهم يقومون باستخدام تلك الوسائل بناء على عدد من المعايير التي يرونها مناسبة، ومنها المعايير المهنية للصحافة لأن أفراد الجمهور، أو بعضهم يستطيعون التمييز بين الغث والسمين في تغطيات وسائل الإعلام. أما نظرية الاعتماد المتبادل، فهي تقيد الدراسة الحالية إذ إنها تقدم إطار تفسيرياً أوسع لعلاقة وسائل الإعلام بالجمهور إضافة إلى الجهات الأخرى، والنظرية، إذ تفترض هذه الدراسة أن التزام الصحافة بالمعايير المهنية، من شأنه أن يدعم علاقة الاعتماد من قبل الجمهور على

هذا النوع من الصحافة أو ذلك النوع، والمفاضلة أو المقارنة في الدراسة الحالية هي بين نوعين من الصحافة، الصحافة المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت، وستوضح لنا نتائج التحليل الإحصائي المجالات التي يحقق كل نوع من أنواع الصحافة أفضلية في معايير مهنية معينة على حساب النوع الآخر. وهذا بعد ذاته يعد مؤشراً من مؤشرات الاعتمادية التي أكدت عليها نظرية الاعتماد المتبادل، لأن التقييم سيكون من وجهة نظر شرائح من الجمهور الذي يستخدم وسائل الإعلام تلك.

نشأة الصحافة وتطورها في العالم:

ظهرت الصحافة المطبوعة بداية في آسيا واستمرت لوقت أطول من أي مكان آخر في العالم. فقد ظهرت نماذج لصحف في الصين في عام 49 ق.م، حتى إن استخدام الحبر ظهر في وقت مبكر نحو (عام 1400 ق.م) وكانت الكتابة في البداية على شكل فقرات من الشعر تعود لنحو 5000 ق.م. وقد استعملت الصين الطباعة على الخشب بكثافة في عام 900 م، (الدليمي، 2011)

وفي أوروبا أخذ صدور الصحف يتتابع ابتداءً من مطلع القرن السادس عشر، وقد صدرت في عام 1502 صحيفة نيوزايتنغ في ألمانيا، وفي عام (1562) صدرت مجلة شهرية في البندقية (إيطاليا)، وفي عام 1616 صدرت صحيفة في بلجيكا. (الموسى، 1986)

كانت الصحافة منذ البداية محط اهتمام السلطات الرسمية وأصحاب النفوذ في المجتمع، وقد صاحب نشوء الصحافة وازدهارها ظهور الطبقة المتوسطة، لذا فإن الصحافة عانت من صرامة القوانين التي أخضعتها للسلطة والرقابة في القرنين السادس والسابع عشر. وكان من بين من تصدوا للدفاع عن الصحافة في هذه الفترة الشاعر الإنجليزي الضيرير (جون ملتون)، مؤلف (الفردوس المفقود)، الذي نشر مقالة مشهورة عام (1644) دعا فيها إلى حرية الصحافة وتبادل الأفكار، وإلغاء ترخيص الصحف ورفع الرقابة عنها. (الموسى، 1986)

الصحافة العربية:

بدأت الصحافة العربية مع حملة نابليون بونابرت على مصر عام 1798 حيث صدرت في القاهرة صحيفتان باللغة الفرنسية، وفي عام 1828 أصدر محمد علي باشا صحيفة رسمية باسم جريدة الوقائع المصرية، (خليل، 2010)

وفى الجزائر صدرت جريدة المبشر عام 1847 وكانت جريدة رسمية فرنسية، ثم صدرت جريدة كوكب أفريقيا عام 1907 وكانت أول جريدة عربية يصدرها جزائري. وفى ليبيا صدرت جريدة طرابلس الغرب 1866، وفى لبنان صدرت جريدة حديقة الأخبار عام 1858، وفى تونس صدرت جريدة باسم الرائد التونسي عام 1860، وفى سوريا بدمشق صدرت جريدة سوريا عام 1865، وفى العراق صدرت أول صحيفة باسم الزوراء عام 1869، وفى المغرب صدرت جريدة المغرب عام 1889، و صدرت الصحيفة الرسمية الأولى في فلسطين عام 1876م باللغتين التركية والعربية تحت اسم " القدس الشريف" وكانت بمثابة جريدة رسمية للحكومة العثمانية (العقاد، 1967)، ويعد عدد من الباحثين أن جريدة "النفير" هي الأولى التي تصدر في فلسطين 1908 لأنها الأولى التي أصدرها فلسطيني (مراد، 2011)، وعرفت المملكة العربية السعودية الصحف في عام 1908 أي بعد ربع قرن من وصول المطبعة إلى الحجاز. (عبد اللطيف، 2004) وفى الأردن صدرت جريدة باسم الحق يعلو 1920.. (خليل، 2010) و صدر في الكويت صحيفة "الكويت" عام 1928 من قبل المؤرخ الكويتي عبد العزيز الرشيد. (الوقيان، 1994) وسنعود استعراض تطور الصحافة الكويتية في الصفحات التالية.

مسيرة تطور الإعلام الكويتي:

المنتبع لتاريخ الصحافة الكويتية في مراحلها الأولى يلاحظ تذبذب معظم المطبوعات الكويتية وعمرها القصير (المشيخي، 2004). ويبدو أن ذلك عائد إلى تأخر استقلال الكويت عن الوصاية البريطانية، فقد نالت الكويت استقلالها عن بريطانيا في 19 يونيو عام 1961، أي بعد 62 عاماً من الحماية والوصاية من قبل البريطانيين، وقد مر المجتمع الكويتي بالعديد من مراحل النمو

والتطور في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية مما كون صورة النظام الحالي للدولة والمجتمع، وما التجربة الديمقراطية التي تعيشها الكويت إلاحقة في سلسلة متصلة الحلقات من تاريخها السياسي الذي يمتد ما يقارب القرنين من الزمن. (إدارة مركز البحوث والدراسات، 2001)

وتعد مسيرة الصحافة في الكويت مثالا للتطور السريع الذي حظيت به قطاعات مختلفة في الحياة السياسية والثقافية والتعليمية في الكويت، ويعزو الكثير من الباحثين هذا التطور السريع إلى عدة عوامل كان أهمها اكتشاف النفط في الكويت مما جعلها قبلة للكثير من الطامحين وللأيدي العاملة وللتكنولوجيا الحديثة، وساعد في ذلك رغبة الكويتيين حاكمين ومحكومين في تحقيق نهضة ملموسة وسريعة في مجتمعهم للاستفادة من عائدات النفط التي بدأت تتدفق عليهم. لقد كانت النخبة الكويتية في العشرينات من القرن الماضي وما بعده، تتابع الصحف المصرية التي تأتي متأخرة عن طريق الهند، وأعجب الكثير من أفراد هذه النخبة بمصطفى كامل وعدلي باشا وسعد زغلول، يقرؤون الأهرام والبلاغ والكشكول والهلال والمقتطف، وفي وسط الثلاثينات بدأ الدارسون الكويتيون يؤمنون عواصم العلم والمعرفة إما بغداد أو القاهرة، ثم تطور الأمر في الخمسينات إلى لندن ودبلن، بل والولايات المتحدة.(الرميحي،2004)

لم تظهر الصحف في الكويت إلا في أواخر العشرينات من القرن العشرين الميلادي، وتعد مجلة (الكويت) التي أصدرها عبد العزيز الرشيد في رمضان 1346 هجرية الموافق فبراير 1928م أول مطبوعة كويتية، وكانت تطبع في القاهرة، ولكنها لم تعش سوى عامين فقط، ومرت الكويت في حالة صمت صحفي إلى أن ظهرت مجلة (الكويت والعراقي) التي صدرت بشراكة رائد الصحافة الكويتية عبد العزيز الرشيد والمواطن العراقي يونس البحري، وهذه الأخرى لم تستمر سوى ثلاث سنوات، ثم صدرت أيضاً مجلة البعثة بين الأعوام 1946 -

1954، ثم مجلة كاظمة 1948 لمدة عام واحد فقط، و في عام 1953 صدرت مجلة (الإيمان) ثم مجلة (العربي) عام 1958 التي ما تزال تصدر حتى يومنا هذا وقد نالت شهرة عربية وعالمية واسعة (المشيخي، 2004)

أما الصحف اليومية الصادرة في الكويت حتى الأول من حزيران 2012 فهي:

جريدة الرأي العام 1961، جريدة السياسة 1965، جريدة القبس 1972، جريدة الوطن 1974، جريدة الأنباء 1976، وفي أعقاب صدور قانون المطبوعات المعدل (2006)، فتح المجال لإصدار مطبوعات جديدة بعد أربعة وثلاثين عاماً من توقف إصدار رخص صحف يومية سياسية، ظهرت الكثير من الصحف الجديدة منها: عالم اليوم 2007، الوسط 2007، جريدة الجريدة 2007. أما الصحف الكويتية الناطقة باللغة الإنجليزية فهما صحيفتا: الكويت تايمز 1961، وجريدة عرب تايمز 1977.

المجلات الكويتية:

يصدر في الكويت مجموعة كبيرة من المجلات الأسبوعية، ومعظم هذه المجلات صدرت في عقد الستينات من القرن الماضي مثل (النهضة، اليقظة، البلاغ، سعد، مرآة الأمة، وأسرتي، والمجتمع)، بينما صدرت كل من (المجالس) و(المجتمع) عام 1970. (الأمانة العامة، 2004) ويشير المشيخي إلى أنه في هذا البلد الصغير (الكويت) تصدر أكثر من 230 مطبوعة بمختلف أنواعها، منها عشر صحف يومية، ومجموعة كبيرة من المجلات أهمها مجلة العربي، وتعد كذلك وكالة الأنباء الكويتية (كونا) واحدة من أهم وكالات الأنباء في العالم العربي؛ لوجود كادر إعلامي كبير بها ولامتلاكها شبكة من المكاتب والمراسلين في مختلف دول العالم. (المشيخي، 2004)

أما المجالات والدوريات الثقافية فتتميز بها دولة الكويت عن غيرها من دول الخليج العربي، إذ إن الحكومة الكويتية هي التي ترعى وتصدر هذه المجالات الثقافية، وتعد مجلة (العربي) من أهم المطبوعات ذات التوجه الثقافي والتراثي في المنطقة، وتشير أرقام التوزيع أن مجلة العربي توزع أكثر من (350) ألف نسخة شهرياً حسب إحصائيات 1996. (الفريخ، 1999). ومؤخراً بدأت هذه المجلة التي نالت شهرة واسعة في الوطن العربي بالصدور بطبعة إلكترونية يمكن الحصول عليها عن طريق الإنترنت، مما سهل على الكثير من متابعيها الحصول عليها في وقت قياسي بعد أن كانوا ينتظرون لعدة أيام أو أسابيع للحصول على النسخ الورقية التي كانت - وما زالت - توزع في أكثر البلدان العربية وبعض الدول الأجنبية.

الإذاعات الكويتية:

يوجد في الكويت إذاعتان فقط واحدة رسمية والأخرى خاصة، الأولى هي إذاعة الكويت، وهي الإذاعة الرسمية في دولة الكويت، انطلق أول بث منها صباح يوم 12 مايو 1951. (المشيخي، 2004)، وسارت الإذاعة بعد ذلك مراحل تطورت فيها الكثير من مجالات العمل الإذاعي، فأصبح لها عدد من القنوات المتخصصة على موجات الإف إم مثل إذاعة القرآن الكريم وإذاعة البرنامج الإنجليزي، وإذاعة البرامج الموجهة. (موقع إذاعة الكويت)، أما الإذاعات الخاصة فهي إذاعة "مارينا"، وقد بدأت المحطة ببث برامجها على الهواء مباشرة في - 6 أبريل 2005، ومحطة المارينا إف إم هي محطة مملوكة لشركة United Networks. (موقع الإذاعة الإلكتروني)

القنوات التلفزيونية الكويتية العاملة في الفضاء الكويتي:

ظهر البث التلفزيوني لأول مرة في الكويت في العام 1957م، من خلال محطة إرسال تلفزيوني أنشئت على يد أحد رجال الأعمال الكويتيين، وكانت قوة البث مائة وات فقط، وكانت هذه المحطة تبث الأفلام الروائية والرسوم المتحركة (المشيخي، 2004) وفي ذلك الوقت لم يكن البث التلفزيوني يتخطى الحي الذي أقيم فيه مركز البث وهو الحي الشرقي من مدينة الكويت. (الداود، 2011)

ويبدو أن الحكومة الكويتية أعجبت بالفكرة وتنبهت لأهمية امتلاك محطة للبث التلفزيوني فاشترت المحطة الصغيرة من صاحبها وبدأت بالعمل على توسيعها وتطويرها، وفي 15 نوفمبر 1961، قررت الحكومة باعتبارها محطتها الرسمية، إذ بلغت ساعات إرسالها أربع ساعات يوميا حتى عام 1974 حيث بدأ البث الملون. (المشيخي، 2004)

وللتلفزيون الكويتي حاليا سبع قنوات هي: القناة الأولى وهي القناة الرسمية لدولة الكويت، والقناة الثانية وهي المتخصصة في البرامج الثقافية والدينية لغير الناطقين بالعربية كما تبث بعض الأفلام باللغة العربية إضافة إلى الاقتصاد والرياضة والمنوعات، والقناة الثالثة الرياضية المختصة بالرياضة والشباب، والقناة الثالثة بلس (Plus)، والقناة الرابعة، وهي متخصصة في الترفيه، وقناة الثقافة العربية، وقناة إثراء). (موقع تلفزيون الكويت الرسمي)، أما عدد القنوات التلفزيونية الكويتية العامة والخاصة العاملة في الفضاء الكويتي فقد بلغ ثماني عشرة قناة بين فضائية وأرضية منها سبع قنوات تعمل ضمن مؤسسة التلفزيون الرسمي الحكومي، والتلفزيون الرسمي الحكومي هو أول قناة تلفزيونية عاملة، وقد توالى بعد ذلك إطلاق القنوات الخاصة منذ بداية الألفية الثالثة. (الصلال، 2011)

دائرة المطبوعات والقوانين المنظمة للإعلام:

من المؤكد أن مسيرة التطور في أي صحافة في العالم لا بد وأن تتأثر بالقوانين التي تمس عمل الصحافة وبالتالي تؤثر في تطورها وفي خصائصها، ويعد صدور قانون المطبوعات والنشر المعدل (2006) من التطورات المهمة التي شهدتها الساحة الإعلامية الكويتية، وذلك بعد سنوات من المناقشات والمداولات، وقد تضمن هذا القانون إصلاحات كثيرة منها منع اعتقال الصحفيين دون حكم قضائي، وفتح المجال للمرة الأولى منذ 30 عاماً لإصدار صحف يومية جديدة. (المشيخي، 2004) لكن القانون اشترط الحصول على ترخيص من الحكومة الكويتية واشترط كما جاء في المادة (3) من الفصل الأول للقانون "يجوز لأي شخص إنشاء مطبعة أو استغلالها أو فتح محل لبيع أو تأجير المطبوعات أو النشر أو التوزيع أو الترجمة أو مكتب للدعاية والإعلان أو منشأة للإنتاج الفني فيما يتعلق بهذا القانون بعد الحصول على ترخيص في ذلك من الوزارة المختصة" واشترط القانون في طالب الترخيص عدة شروط أهمها أن يكون كويتي الجنسية كامل الأهلية. وإذا كان طالب الترخيص شخصاً اعتبارياً فيجب أن يكون جميع المؤسسين أو الشركاء كويتيين، أما الفصل الثالث من القانون فقد تضمن قائمة بالمسائل التي يحظر فيها على وسائل الإعلام القيام بها. (قانون رقم 3 لسنة 2006 في شأن المطبوعات والنشر (3 / 2006)

وكانت دائرة المطبوعات والنشر قد تأسست في 13 فبراير 1955م، ثم طُورت في وقت لاحق إلى وزارة الأنباء والإرشاد ثم عرفت بوزارة الإعلام الحالية. (منتدى تاريخ الكويت) وقد اهتم المشرع الكويتي بسن قوانين تنظم عمل البث التلفزيوني، إلا أنه جعل أمر البث التلفزيوني والإذاعي من صلاحيات الدولة. (الدستور الكويتي، قانون رقم 61 لسنة 2007 بشأن الإعلام المرئي والمسموع)

ورغم أن بعضهم قد يعد أن القوانين ما تزال مقيدة لبعض الحريات الإعلامية، فإنه ولا شك أن وسائل الإعلام الكويتية قطعت بمختلف فروعها شوطاً كبيراً في عدة مجالات، فالرسالة الإعلامية وصلت إلى مرحلة متقدمة من النضوج والمهنية. (المشيخي، 2004)

الإنترنت والصحافة الإلكترونية في الكويت:

تعد الكويت أول أفطار الخليج العربي في توفير خدمة الإنترنت للعموم؛ عبر مؤسسة "غلف نت" (Gulf Net)، وذلك عام 1994، وتقوم وزارة المواصلات بتقديم كافة الاتصالات، من خلال شبكات الألياف البصرية والربط الرقمي، وخلال العام 1998 تم اختيار خمس شركات للقيام بتوزيع الخدمة لتشجيع كافة طبقات المجتمع على الاشتراك بالشبكة، والاستفادة من إمكانياتها في نشر الوعي العلمي والثقافي، وقد بلغ عدد المشتركين في الإنترنت نهاية عام 1997 (15400)

مشتركاً، وارتفع العدد في أواخر العام 1998 إلى (20) ألف مشترك. (الدنانى، 2001)

وتعد جريدة "حدث الإلكترونية" من أولى المحاولات في الصحف الإلكترونية في الكويت، إلا أن البعض الآخر يعدُّ عام 2007م هو عام التجربة الأولى للصحيفة الإلكترونية المهنية، وذلك بعد ظهور جريدة "الآن الإلكترونية"، حيث احتوت على كادر من المحررين والكتاب والمبرمجين أسهموا في انتشارها على المستوى العربي والخليجي والمحلي، حتى باتت مصدراً معتبراً للأخبار، وتلتها محاولات ناجحة في الصحافة الإلكترونية، كالخط الأحمر، والحقيقة والحصيلة، وكاظمة، وسبر، وكويت نيوز، والمدار، ومؤخراً حيا. كما ظهرت صحف إلكترونية متخصصة كجريدة الأمل التطوعية المختصة بشؤون المعاقين وجريدة مقال، لصاحبها فيصل البيدان وهي مختصة بكتابة المقالات، وتعتبر محاولة فريدة من نوعها. (العجمي، 2011)

ويرى الدوسري (2011) أن الصحف الورقية في الكويت لا تزال هي المفضلة لدى القارئ اليومي رغم انحسار تلك المطبوعات في الكثير من دول العالم وحتى الدول العربية منها، لكن

الكويت كانت ولا تزال حالة خاصة، وإن كان الجيل الجديد أكثر استخداماً للكمبيوتر، إلا أن غالبيتهم لا يتصفحون الجرائد اليومية، ويفضلون عليها المدونات والمواقع الأخرى وبخاصة الرياضية ومواقع المحادثات النصية. لكن العجمي (2011) يرى أن مستقبل الصحافة الإلكترونية في الكويت في صعود ولا تزال الجرائد والصحف الإلكترونية في تزايد وتتافس إيجابياً في خدمة القراء مما سيسهم في خلق ثورة معلوماتية سيستفيد منها الجمهور، ويرى آخرون أن الصحف الإلكترونية ما تزال تعاني من مظاهر ضعف عديدة منها: ضعف المواقع الإلكترونية مقارنة بالصحف اليومية الورقية، خصوصاً من ناحية ملاحقة الأحداث والنشر أولاً بأول، فلا تزال مواقع الكثير من الصحف تكثفي بعرض ما نشر في الصحف الورقية، وهو ما يجعل المتصفح يعزف عن تلك المواقع، هذا إذا ما استثنينا صحيفة الوطن التي تقوم بشكل مستمر في تجديد الأخبار الإلكترونية. ومنها اعتماد الكثير من المواقع الكويتية الإلكترونية الإخبارية على توجه أصحابها (الدوسري، 2011) وحسب "العربية نت" فإن من أبعاد المشكلة في غالبية الصحف الإلكترونية هي عدم شموليتها في الطرح، وأن الجميع يتخذ خطأ واحداً إما في صف المعارضة أو الحكومة، وهو ما يعني الدخول في متهاتات والتعرض لرفع دعاوى قضائية في ظل الفوضى الإلكترونية وعدم سن قوانين واضحة، لذلك فإن جُل أصحاب المواقع يضعون أسماء مستعارة. (العربية نت، 2011)

وحتى أواسط العام (2012) فقد رصد الباحث ما لا يقل عن عشرين موقعاً من المواقع الإعلامية الكويتية على شبكة الإنترنت منها:

جريدة الآن الإلكترونية صدرت في 22 يوليو 2007، جريدة البلد، جريدة الوهج الإلكترونية، جريدة جنوب السرة الإلكترونية، جريدة الحدث الإلكترونية، جريدة ديره الإلكترونية، جريدة زووم الإلكترونية، جريدة حدث الإلكترونية، جريدة رقابة الإلكترونية، جريدة مباشر

الإلكترونية، جريدة الخط الأحمر الإلكترونية، جريدة الحقيقة الإلكترونية، جريدة كاظمة الإلكترونية، جريدة الجريئة الإلكترونية، جريدة عاجل الإلكترونية، جريدة لنا الإلكترونية، جريدة سارية الإلكترونية، جريدة الصوت الرابع الإلكترونية، موقع وكالة الأنباء الكويتية (كونا)، جريدة فرسان البدون. (مصادر متعددة من الإنترنت والصحافة الكويتية، 2012)

التغطية الإخبارية وفنونها وأنماطها

تعرف التغطية الإخبارية بأنها إحدى أشكال التغطية الصحفية، وتعرف بأنها العملية التي يقوم من خلالها المحرر الصحفي بالحصول على المعلومات عن التفاصيل والتطورات والجوانب المختلفة لحدث أو واقعة أو تصريح، أو بمعنى آخر: يجيب على كل الأسئلة التي قد تتبادر إلى ذهن القارئ بشأن هذه الواقعة أو الحدث أو التصريح، ثم يقيم هذه المعلومات ثم يحررها بأسلوب صحفي مناسب وفي شكل صحفي مناسب. (علم الدين، 1994).

ويعرف أحد الصحفيين العاملين في الواشنطن بوست التغطية الإخبارية بقوله: "إنها مهمة كشف طبقات الحقيقة المحيطة بنا وطبقات الفهم الذي يتحدانا". ويعرف الدكتور فاروق أبو زيد التغطية الإخبارية بأنها "عملية الحصول على بيانات وتفاصيل حدث معين، والمعلومات المتعلقة به والإحاطة بأسباب ومكان وقوعه، وأسماء المشتركين فيه، وكيف وقع، ومتى وقع وغير ذلك من المعلومات والعناصر التي تجعله صالحاً للنشر، ويضيف أن التغطية الإخبارية هي أن تحول الحدث إلى خبر يستحق النشر". (أبو زيد، 1992).

ويعرف عبد النبي التغطية الإخبارية بأنها: "عملية تتبع الأخبار في اتجاهات عدة؛ منها الاتصال بالمصادر الأساسية المشتركة في صنع الحدث والانتقال إلى مكان الحدث ذاته والرجوع إذا اقتضت الضرورة إلى المصادر الثانوية أو الثابتة، ثم حساب عامل الزمن اللازم وموعد دوران المطبعة وصدور الجريدة". (عبد النبي، 1989).

إن أساس كل كتابة جيدة هو التغطية الإخبارية الجيدة، ومن الصفات الضرورية أيضاً الوضوح والحدثة والأهمية، وتحظى بنفس القدر من الأهمية المقومات الأوسع مثل النزاهة التي يسميها بعضهم الموضوعية والذوق والحكم السليمين، ولكن التغطية الجيدة هي الصفة التي لا غنى عنها

والتي تجعل كل الصفات الأخرى ممكنة وبدونها يضيع الكاتب. (هوهنبرغ، 1990). وقدمت الأدبيات الغربية محاولة لصياغة المعلومات التي يحاول الصحفي الحصول عليها في تغطيته لأي حدث في شكل ستة تساؤلات يحاول الإجابة عليها، واعتبرت هذه الأدبيات أن الإجابة على هذه التساؤلات الستة تشكل تغطية متكاملة للحدث بحيث تكفي لإشباع حاجة القارئ من المعلومات حول الحدث، ويطلق على هذه التساؤلات 5W`s + How وهذه التساؤلات الستة هي ماذا؟، من؟، متى؟، أين؟، لماذا؟، وكيف؟ وكل من هذه التساؤلات يختص بالحصول على معلومات معينة. (عزت، 2010)

أنواع التغطية الصحفية:

النوع الأول:

التغطية الصحفية التحليلية أو التقريرية وتهتم بالحصول على التفاصيل والمعلومات والحقائق الخاصة بحدث معين تم وقوعه بالفعل. (عزت، 2010).

النوع الثاني:

التغطية التمهيدية وهي التغطية التي يحصل عليها الصحفي عن طريق الإحساس بحدوث الخبر، والحصول على الخبر بجهده وحده، إذ يجب أن يكون حدس الصحفي في غاية الحساسية لاتخاذ الإجراءات التمهيدية للبحث عن الخبر. (الفار، 2006).

مصادر الأخبار:

تعتمد الصحيفة على مصادرها الرئيسية الذاتية من بين هيئة تحريرها في الحصول على الأخبار، وخدمة النشاط الإخباري اليومي للصحيفة، وذلك عن طريق رسم الإطار العام للأخبار في الصحيفة وتزويد الصحيفة بالأخبار المهمة المختلفة. (عزت، 2010) ويعد بعضهم أن المهمة الأساسية للصحفي هي تغطية الأحداث، بمعنى أن يحصل على المعلومات التي يمكن الحصول عليها حول الحدث من مصادرها الأساسية، ثم القيام بمتابعة تطورات الحدث، وما يمكن أن ينتج عنه من أحداث أخرى. (هوهنبرغ، 1990).

ويقصد بمصدر الخبر الصحفي الإشارة إلى الوسيلة التي تحصل من خلالها الوكالة أو الصحيفة على الخبر الصحفي، وقد يكون المصدر من كبار الشخصيات الرسمية أو الشعبية أو الاجتماعية أو كبار الشخصيات الأجنبية التي تزور البلاد وتسمى بالمصادر الحية. أو يكون مصدر الخبر جهة ما مثل وكالات الأنباء والإذاعات المحلية والأجنبية والإعلانات والنشرات الرسمية والشعبية والهيئات والوزارات والمؤسسات العامة. (خليل، 2010).

مصادر الأخبار الذاتية:

تعتمد الصحيفة على مصادر الأخبار الذاتية من بين هيئة تحريرها في الحصول على الأخبار، وخدمة النشاط الإخباري اليومي للصحيفة، وذلك عن طريق رسم الإطار العام للأخبار في الصحيفة وتزويد الصحيفة بالأخبار المهمة المختلفة. (عزت، 2010).

والمصدر هو الأداة التي تحصل من خلالها الصحيفة على الخبر الصحفي والموضوع

ويكون من مصادر مختلفة. (المتولي، 2003).

ومن المصادر الذاتية ما يلي:

1- رئيس التحرير Editor in Chief :

وهو العقل المفكر والقلب النابض الذي يدفع بالصحيفة إلى الأمام؛ بوجهها التوجيه السليم مع الحض على إيجاد التوازن بين كيان الصحيفة المادي وكيانها الأدبي والاستقلالي، ويقوم بالربط بين أقسام الصحيفة الرئيسية والفرعية التي يتكون منها قطاع التحرير.

2- مدير التحرير Managing Editor :

يقوم على تحريك أقسام معينة من أقسام الجريدة بالنيابة عن رئيس التحرير، ويكون مسؤولاً عن سياسة التحرير أمام رئيس التحرير، والقيام بإخراج المادة التحريرية بالشكل المتفق عليه ويرأس اجتماعات التحرير نيابة عن رئيس التحرير في حالة غيابه أو انشغاله.

3- مساعد رئيس التحرير Assistant Editor :

يأتي مساعد رئيس التحرير في المسمى الوظيفي والمسؤولية بعد مدير التحرير وقد يقوم بعمله في حالة غيابه، بحيث يكون مسؤولاً عن أقسام الأخبار وغيرها، والمظهر التحريري العام للصحيفة، ويجب أن يكون لديه خبرة طويلة بالعمل في الجريدة وعلى علم تام بطبيعة عملها، كما يجب أن يكون لديه مصادر من كبار الشخصيات التي تشكل مصادر لأخبار الصحيفة.

4 رئيس قسم الأخبار Head of News Section :

يرأس قسم الأخبار واحد من الصحفيين المجرّبين، ممن لديهم خبرة واسعة في مجال جمع الأخبار، في مختلف المجالات، وهو عين الجريدة، وبذلك يجب عليه أن يرى ويسمع كل شيء حتى يمكنه أن يقدم خدمة إخبارية لآخر أربع وعشرين ساعة، وهو يُعد من قيادات الجهاز الصحفي الذين يعملون إلى جانب رئيس التحرير.

مصادر الأخبار غير الذاتية:

تعتمد الصحيفة على مصادر رئيسية غير ذاتية للحصول على قدر كبير من الأخبار، وتُعد المصادر غير الذاتية خارجة عن أنظمة الصحيفة ولوائحها، ولا يربطها بالصحيفة سوى روابط تحدد طبيعة العمل وحجمه وتكاليفه وطرق وصول الأخبار الصحفية وانتظامها، بدءاً من تقديم الأخبار بطريقة مجانية وحتى قيام الصحيفة بدفع قيمة الأخبار. (عزت، 2010).

وهذه المصادر هي:

1- المندوب الصحفي:

ويسمى أيضاً (المخبر) أو المراسل الصحفي، ويعد المندوب الصحفي من أهم المصادر الإخبارية التي تميز وكالة أو صحيفة بما يحقق لها النجاح والسبق الصحفي ويتوقف على جهوده وقدرته على العمل ما يحققه في هذا المجال. (مراد، 2011). وهو يعمل تحت إشراف رئيس قسم الأخبار المحلية مباشرة، وتعهد إليه الصحيفة بالحصول على الأخبار من عدة جهات ونقلها إلى مقر الجريدة في شكل مناسب. (عزت، 2010)

2- وكالات الأنباء:

إذ تعمل وكالات الأنباء من خلال شبكة واسعة من المندوبين والمراسلين الذين ينتشرون في جميع أنحاء المناطق ذات الاهتمام، بحيث توفر للصحف كمية كبيرة من الأخبار العالمية، حيث لا تستطيع أي صحيفة الحصول عليها بوسائلها الذاتية. (خليل، 2010).

وقد استمدت وكالات الأنباء اسمها من طبيعة عملها، فهي بمثابة وكيل أو ممثل للصحف، وهي تعمل عمل جمعية تعاونية تشترك فيها الصحف لجمع الأخبار، لأن كل صحيفة لا تستطيع أن تقوم بهذا العمل وحدها، فهي تتشارك في النفقات، ولأنها تعمل من خلال شبكة

واسعة من المراسلين المنتشرين في جميع أنحاء العالم، فهي توفر عدداً كبيراً من الأخبار العالمية، وتعمل أربعاً وعشرين ساعة في اليوم وسبعة أيام في الأسبوع. وتقوم بجمع الأخبار من جميع أنحاء العالم، وتعيد توزيعها للمشاركين في جميع أنحاء العالم. وازدادت الحاجة إلى وكالات الأنباء بعد أن تحولت من صحف رأي إلى صحف خبرية، وأصبحت تحتاج إلى المزيد من الأخبار لتلبية القراءة المتزايدة للأخبار. (عزت، 2010).

ومن أشهر وكالات الأنباء العالمية اليوناييتد برس، الاسيوشيند برس الامريكيتين، ووكالة الصحافة الفرنسية ورويترز، وكالة أنباء الصين (شينخوا)، إنتربرس سيرفيسز. (ماكفيل، 2005)

3- الإذاعات المحلية والأجنبية:

وتُعد من أهم مصادر الأنباء وخاصة في تلك الدول التي تخضع فيها الإذاعة لإشراف الحكومة وسيطرتها، وتعتبر الإذاعة عن الاتجاهات الرسمية للدولة، وللإذاعات الأجنبية أهمية كمصدر للأخبار، إذ قامت الوكالات والصحف الكبرى بإنشاء أقسام الاستماع ويضم الأجهزة المخصصة والدقيقة بحيث يتم استقبال وتحميل ما تديعه محطات الإذاعة في العالم. (خليل، 2010).

4- الصحف المحلية والأجنبية:

تتفرد بعض الصحف أو المجالات المحلية بنشر منبر مهم أو وثيقة مهمة نقلاً عن صحف أخرى وتتوسع فيها وتضيف إليها، وقد تتفرد بإجراء عدد من الأحاديث مع الزعماء المحليين أو الأجانب أو تصريحات مهمة نقلاً عن صحف أجنبية. وتُعد الصحف من المصادر المهمة للأخبار الصحفية إذ تتفرد بعض الصحف المحلية والعالمية بنشر خبر أو وثيقة خطيرة قد تنقلها عن الصحف الأخرى أو تتوسع فيها أو تضيف إليها معلومة جيدة من مصادرها

الخاصة، ويشترط نسبة الخبر إلى الصحيفة التي انفردت به ، ثم استكمال الخبر والتوسع فيه إن أمكن.(عزت، 2010).

5- النشرات:

تصدر الوزارات والمصالح الحكومية والشعبية والهيئات الدولية والسفارات والمكاتب الثقافية والمحلية والأجنبية نشرات خاصة تصدر في أوقات دورية أو بشكل غير منتظم، وتتضمن أخبار الجهة التي تصدر عنها، وقد تكون مصدر العديد من الأخبار الصحفية المهمة.(خليل، 2010).

6- المؤتمر الصحفي:

إذ يُعد مصدر الأخبار التي تدلي بها إحدى الشخصيات المهمة في حضور أكثر من صحفي لشرح سياسة جديدة أو قوانين أو مناقشة قضية تهم الرأي العام. والمؤتمرات الصحفية يقوم بعقدها كبار المسؤولين والوزراء والرؤساء والزعماء، وتكون هناك حاجة لشرح سياسة معينة أمام أكبر عدد ممكن من الصحفيين لكي تصل إلى أكبر نسبة من الرأي العام، وعادة ما تعقد المؤتمرات الصحفية لأنه يكون من الصعب مقابلة كل صحفي على حدة. (خليل، 2010، 115).

7- الوزارات والهيئات الرسمية والشعبية:

إذ إن الصحف تحصل على الأخبار من خلال الوزارات والهيئات الرسمية والشعبية، والشركات والمؤسسات العامة والخاصة ومن أقسام الشركة والمحاكم والنقابات العمالية والمهنية والمستشفيات والإذاعة والتلفزيون والفنادق والمطارات ووسائل النقل. (خليل، 2010).

8- الإنترنت: تُعد شبكة الإنترنت من أهم مصادر الأخبار أيضاً، فهي توفر أخباراً أسرع وأكثر انتشاراً من وسائل الإعلام الأخرى. (مراد، 2011) وقد تأتي الأخبار والمعلومات من مصادرها

الأساسية، مثل أن يعلن بعض المسؤولين أخباراً وأنشطة قاموا أو شاركوا بها، ومن خلال مواقع بعض المؤسسات والهيئات السياسية وغير السياسية يمكن الحصول من خلالها على معلومات مفيدة لاستكمال الأخبار أو التقارير أو لمعرفة بعض الأنشطة والفعاليات.

9- مصادر أخرى: ومنها المدونات Blogs والمواقع الإلكترونية الشخصية والمنتديات، ومن المصادر التي يمكن الحصول من خلالها على أخبار الأصدقاء والزلاء ومعاوني الشخصيات البارزة في المجتمع، والحفلات والمهرجانات واللجان الرسمية والشعبية والمجلات المتخصصة. (مراد، 2011)

مصادر الأخبار الثانوية:

1- ويقصد بها المصادر التي يحصل منها المندوب على ما يساعده في الحصول على الخبر، أو يقدم له مؤشرات لخبر معين. (المتولي، 2003، 89) حيث من خلال هذه المصادر يمكن الحصول على بعض المؤشرات التي تؤدي للحصول على أخبار كاملة أو قصص صالحة للنشر، ومن هذه المصادر: (عزت، 2010).

2- **التقويم العام:** بما يحوي من أعياد ومناسبات قومية وتاريخية روتينية، والأيام المشهورة وما يرتبط بها من احتفالات.

3- **الأحداث الدولية المتوقعة:** كجلسات الجمعية العامة للأمم المتحدة أو مجلس الأمن أو الهيئات والمؤتمرات الدولية، والزيارات الرسمية والمحادثات المقررة بين دولتين.

4- **الأخبار نفسها:** بما توحى بعض فقراتها، أو مضمونها بأخبار متوقعة أو غير متوقعة.

فنون الكتابة الصحفية:-

تُعرف الكتابة الصحفية بأنها عملية فنية يتم من خلالها تحويل الوقائع والأحداث والأفكار والآراء والخبرات من تصورات ذهنية وأفكار إلى لغة مكتوبة ومفهومة للقارئ العادي، فهي الأداة التي يتم من خلالها تحويل المضمون والمادة الصحفية إلى مادة واضحة مكتملة صحيحة دقيقة تقود القارئ إلى أفكار جديدة. (عبد المجيد وعلم الدين، 1991).

ونظراً لأن قارئ الصحيفة يوصف بأنه انتقائي ومحاط بكم هائل من المعلومات المتدفقة عبر أجهزة الإعلام المختلفة، فهذا يجعله يتطلب أسلوب معالجة خاصة في الكتابة الصحفية يتباين عن الأسلوب التقليدي في الكتابة الإنشائية أو الأدبية، حيث يتطلب الأمر تقديم كم كبير من المعلومات المشوقة بقدر الإمكان في بساطة ودقة بالغين. (عبد النبي، 1989).

ومن أهم فنون الكتابة الصحفية هي ما يلي :-

1- الخبر الصحفي :-

يعرف الخبر تعريفات عديدة منها أنه "أحداث جارية مهمة ومثيرة تحظى باهتمام الجمهور، أو كل حقيقة غير معروفة يهتم بها أكبر عدد من الناس." ويعرف أيضاً بأنه "حدث يتميز بالجدة، وقع، في مكان وزمان ما، ينطوي على الأهمية والغرابة ويثير الفضول، ويجب على كل أو بعض الأسئلة الستة الشهيرة: من - ماذا - متى - أين - كيف - لماذا؟ (مراد،

(2011، 296)

2- التقرير الصحفي: التقرير هو الفن التحريري الذي يقدم بشكل موضوعي ومتوازن من

مجموعة من الوقائع والمعلومات والآراء حول حدث ما أو قضية أو شخصية مع وجود دافع إخباري، ويمثل التقرير الإخباري الاتجاه الجديد في الصحافة نحو التفسير من خلال تقديم

معلومات عن خلفيات الحدث والظروف المحيطة به والأشخاص الذين اشتركوا فيه، حيث يعتمد التقرير الناجح على الجمع بين المادة الإخبارية الحديثة والمنظور التاريخي والرؤية التحليلية للكاتب. (قطب، 1994).

وهناك عدة مداخل لكتابة التقارير الصحفية ومنها: مدخل التركيز على الفرد، المدخل الكرونولوجي أي التسلسلي، مدخل السرد، مدخل ضمير المتكلم، حيث يتم سرد الوقائع على لسان المحرر. (علم الدين، 1994)

3- التحقيق الصحفي:-

يقوم التحقيق الصحفي على خبر أو فكرة أو مشكلة أو قضية يلتقطها الصحفي من المجتمع الذي يعيش فيه، ثم يقوم بجمع المادة عن الموضوع من بيانات وآراء وغيرها، ثم يزاوج بينها للوصول إلى اقتراح الحل أو العلاج للقضية أو المشكلة أو الفكرة التي يطرحها التحقيق. (ابو زيد، 1992)

ويستهدف التحقيق غالباً إقناع القارئ بأهمية وخطورة القضية أو المشكلة أو الفكرة التي يطرحها أو الحل الذي يقدمه لهذه القضية، ولكي يقتنع القراء بالتحقيق فإنه يحتاج إلى الأسلوب البسيط العميق المعتمد على الأبحاث والدراسات والمعلومات والمستند إلى الأرقام والإحصاءات والرسوم الإيضاحية والصور الفوتوغرافية أكثر من أي فن صحفي آخر (أبو زيد، 1992).

ولا بد من الإشارة إلى أن درجة الثقة والصدق تكون عالية لدى القارئ بالتحقيق الصحفي إذا ما اعتمد على مصادر موثوقة وذات مصداقية، ومع تنوع مصادر التحقيق (مسؤولين، متخصصين، مفكرين، محللين، رأي عام، وثائق) فإنها تلعب دوراً أساسياً في توجيه الفكرة داخل النص، حيث يكون التحقيق الصحفي مجالاً لعرض الأفكار المختلفة لهذه المصادر حول المشكلة أو الموضوع المطروح. (عبد الحميد، 1997)

4- الحديث الصحفي:-

الحديث الصحفي يستهوي القراء لما فيه من ذاتية تشعر القارئ بأنه ليس أمام حقائق مجردة أو مادة جافة، بل يجد نفسه أمام إنسان يبادل الحوار، فالكلمة التي ترد على لسان شخصية مهمة تعطي حياة للموضوع لأنها توحى بأن الشخصية التي أجري معها الحديث تتحدث مع كل قارئ بشكل منفرد، وتجعل القارئ يراه وهو يتكلم، كما أن الأحاديث الصحفية تجري عادة مع شخصيات لها قيمتها، فالآراء التي تقدمها هذه الشخصيات عادة ما يكون لها قيمتها ووزنها عند القارئ. (الناغي، 1986).

ويرجع إقبال الجمهور على الأحاديث الصحفية عموماً وأحاديث الشخصية خصوصاً إلى الطبيعة الفضولية للنفس البشرية وحبها الاطلاع على أحوال الآخرين ومعرفة الأسرار، والأحاديث الصحفية تشبع هذا الميل إشباعاً كبيراً، فغريزة حب الاستطلاع تدفع الناس إلى الرغبة في معرفة المزيد عن الآراء الخاصة للشخصيات البارزة في المجتمع، كما أن بعض الشخصيات يُعدها القراء نموذجاً وقدوة ومثالاً يحتذى بهم، وبالتالي يجب التعرف على أسباب نجاح الشخصية هذه، وكيف وصلت لهذه المكانة. (أدهم، 1979)

5-المقال الصحفي :-

المقال هو شكل كتابي تحليلي يتناول مختلف جوانب ظاهرة أو حدث، أو مجموعة ظواهر وأحداث ذات حضور وثيق ومعنى اجتماعي مهم. (مراد، 2011) وهو عبارة عن رسالة اتصالية يتم تقديمها للقارئ، حيث يعرض كاتب المقال الموضوع من الناحية التاريخية وهو ما يعبر عنه بالمدخل التسلسلي ويتم فيه ترتيب الأحداث على حسب وقوعها، ويقوم الكاتب

باستقراء الأفكار ويعطي القارئ عدة أمثلة ويترك النتيجة غير واضحة ليترك المجال أمام القارئ باستنتاج الهدف من المقال. (علي، 2003).

ويتميز جمهور المقال بالثقافة الواسعة وبأنهم غالباً من صفوة المجتمع وذوي التعليم العالي، وتختلف نسبة قراءة الأنواع المختلفة من المقالات نظراً لطبيعة كل مقال، حيث ترتبط قراءة الجمهور للمقال بالاهتمام والتفصيل ودوافع القراءة، وذلك لأن القارئ قد يفضل قراءة الموضوعات الجادة في المقال الافتتاحي أو التحليلي بينما يفضل قراءة الموضوعات الخفيفة في مقال العمود والكاركاتير، وتؤثر دوافع القارئ في اختياره لنوع المقال الذي يقرؤه، فاكْتساب المعرفة أو المعلومات قد يكون مصدرها بالنسبة للقارئ هو المقال التحليلي بينما يبحث عن الترفيه والتسلية في الطرائف والقصص الأدبية والصحفية وغيرها، ويبحث عن المشاركة في الاهتمامات الاجتماعية من خلال مقال العمود. (عبد الحميد، 1992).

أخلاقيات الإعلام ومواثيق الشرف الإعلامية

مفهوم أخلاقيات الإعلام:

يشير مفهوم الخلق بشكل عام إلى كل ما يملكه الفرد من سلوكيات حميدة، أي أنه يعني الطبع والسجية والدين والمروءة والسلوك السليم والتعامل الإيجابي، وهو الابتسام والتواضع والهدوء والتروي وضبط النفس والابتعاد عن الغضب، والحلم والصبر، ويشير هذا إلى أن الخلق هو كل ما نحبه ونفضله لدى التعامل مع الآخرين، ويرتبط الخلق ارتباطاً لصيقاً بمكنونة الفرد الداخلية، وما ينتج عن هذه المكنونة من سلوك وطباع يمكن من خلالها الحكم على خلقه، والخلق علم معياري يتناول مجموعة القواعد والمبادئ المجردة التي يخضع لها الإنسان في تصرفاته، ويحتكم إليها في تقييم سلوكه. (المصري، 2002)

وبناء على التعريف السابق للأخلاق، فإن الأخلاقيات هي قواعد ومعايير تُحدد المعايير السلوكية والأخلاقية والمهنية المطلوب أن يتبعها أفراد جمعية أو مؤسسة مهنية. وتعرف القواعد الأخلاقية أو المواثيق الأخلاقية بأنها: "بيان المعايير المثالية لمهنة من المهن تتبناه جماعة أو مؤسسة لتوجيه أعضائها لتحمل مسؤولياتهم المهنية، ولكل مهنة أخلاقيات وآداب عامة حددتها القوانين الخاصة بها". (الجابري، 2001)

وأخلاقيات الإعلام لا تختلف عن الأخلاقيات عموماً من حيث كونها معايير وقواعد يفضل أو يجب الالتزام بها والعمل بموجبها، ويمكن أن يكون لمخالفتها جزاء واضح أو جزاء معنوي من خلال بعض الأساليب المتبعة في المنظمات أو الجماعات، أي حسب ثقافة الجماعة التي تتبنى المعايير الأخلاقية، وهناك عدة تعريفات لأخلاقيات الإعلام، منها:

أخلاقيات الإعلام: هي مجموعة من المبادئ والمعايير التي يقوم الإعلامي بتطبيقها بشكل اختياري لتحديد قراراته حول ما يقوم به من أفعال، وهذه المبادئ هي التي تحدد مدى صحة الفعل الإنساني، حيث إن الأخلاقيات المهنية تتعلق بسلوك الشخص، وتصرفاته وممارسته عندما يقوم بتنفيذ عمله المهني. (صالح، 2005)

وتعرف أيضاً بأنها "مجموعة من المبادئ والقيم المنظمة لما هو صحيح أي في موضوع العمل الإعلامي، وهي تعتمد على مجموعة القيم المنتقاة من المبادئ الموجهة للسلوك الأخلاقي، وهذه المبادئ مهمة للمؤسسات الإعلامية خاصة في أوقات الأزمات، وتستهدف هذه المبادئ تشكيل ذاتية المؤسسة الإعلامية أو الجماعة المهنية. (شاكرا، 2011)

وفي المعجم الإعلامي تعرف أخلاقيات الصحافة بأنها: مفهوم أخلاقي، ويعد هذا المفهوم من أهم الأسس التي تقوم عليها نظرية المسؤولية الاجتماعية، ولكن بالرغم من ذلك ما زال هذا المفهوم محل جدل حيث يرى الكثير من الباحثين والصحفيين أنها وسيلة لفرض قيود جديدة على حرية الصحافة، وتقوم هذه الرؤية على استقراء الكثير من التجارب خاصة في العالم الثالث، وأخلاقيات الإعلام هي مجموعة من المعايير والقيم المرتبطة بمهنة الصحافة التي يلتزم بها الصحفيون في عملية استقاء الأنباء ونشرها، وفي طرحهم لأرائهم، وفي قيامهم بوظائف الصحافة المختلفة. (حجاب، 2004)

- دوافع الاهتمام بأخلاقيات الإعلام وأسبابها :-

زاد الاهتمام في الآونة الأخيرة بأخلاقيات الصحافة والإعلام، فظهرت العديد من مدونات السلوك أو ميثاق الشرف الإعلامية التي تضعها نقابات أو جمعيات لها علاقة بالعمل الإعلامي، خصوصاً نقابات الصحفيين، ويعود هذا الاهتمام بأخلاقيات الإعلام وميثاق الشرف الإعلامية لعدة دوافع وأسباب هي :-

1- تطور تكنولوجيايات الاتصال وثورة المعلومات : لقد فرض التطور الهائل في التكنولوجيا ضرورة البحث عن نظريات جديدة في مجال الاتصال والإعلام، لأن هذا الطريق السريع في الحصول على المعلومات سينتج عنه طرق جديدة للتعامل مع الأخبار وجمع المعلومات من مصادرها وبالتالي إعادة نشرها، حيث وصف كل من كابلر ومايتر الطريقة الجديدة التي فرضها التطور التكنولوجي بالتفاعلية باستخدام الوسائط المتعددة التي تمتلك قوة التلفزيون وإمكانيات الصحف المطبوعة والتركيب المرن لشبكة التلفزيون. (صالح، 2005)

ومع التطورات الإعلامية المتلاحقة ظهر العديد من القوانين والمواثيق سواء الوطنية أم الإقليمية أم الدولية لأخلاقيات العمل الإعلامي.(المسلمي، 2003) حيث سيصبح إنتاج الأخبار أكثر أهمية من جمعها، إذ يتيسر جمعها من عدة وسائل وأحياناً كثيرة بتكاليف بسيطة إن لم يكن شبه مجانية، ويكمن الفن في عملية إعادة تبويبها وتصنيفها وإنتاجها وتقديمها للناس بطرق مقنعة، لكي تكون أخباراً نوعية، لأن الجمهور سيكون أكثر تخصصية بمعنى جمهور أصغر بمساحات أكبر لأن كل مجموعة ستبحث عن أخبارها بطريق مباشرة وفورية.

2- أزمة المصداقية:

تعد مصداقية الصحفي من الركائز الأساسية في عمله اليومي والمهني، ويعد الصدق من عناصر الخبر الرئيسية، لكن التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال وسهولة عملية النقل الحي والمباشر، والمحسنات التي دخلت على عملية التصوير والنقل كلها ساعدت في خفوت وتراجع مصداقية الصحفي. إذ إن هناك نسبة عالية من الناس يعتقدون أن الصحفيين لا ينقلون الحقيقة، لذلك فإن عنصر الثقة بين الجمهور ووسائل الإعلام غير متوفر أو لا يتسم بدرجة كبيرة من المصداقية، وينقل صالح عن بعض الباحثين أن أسباب تناقص المصداقية بين وسائل الإعلام الجماهير تتمثل في عدة أسباب هي: (صالح، 2005)

أ- عدم دقة الصحفيين في نقل الأخبار.

ب- عدم عدالة الصحفيين في نقل الأخبار.

ج- عدم احترام خصوصية الحياة الخاصة للناس التي لا يرغبون بنشرها للعام.

د- احتقار أو عدم احترام بعض المناطق المهمشة الفقيرة.

هـ- عدم الشعور بحساسية أو خصوصية بعض الأمور المتعلقة بالجنس والعرق والدين.

وعليه فإن على الصحفيين أن يلتزموا بالمعايير الأخلاقية لمهنة الصحافة حتى يستعيدوا ثقة الناس بهم التي تأتي من خلال الالتزام بالقواعد المجتمعية العامة، وعدم انتهاك الحريات الشخصية والعرقية والدينية والجنسية، لأن ما يكون مقبولاً في مجتمع ما قد لا يكون كذلك في مجتمع آخر بناء على منظومة القيم والأعراف والمعتقدات السائدة، وإذا ما تعرف الصحفي على المعايير العامة والأخلاق الاجتماعية التي تنظم المجتمع الذي يعمل به قبل القيام بعمله، فإنه سيعرف ما هي المهمة التي يقوم بها، وسيعمل على تحسين المضمون الذي يقدمه عبر التزامه بأهم المعايير الأخلاقية وتحقيق مستوى مرتفع من المعايير المهنية.

3- تحسين نوعية المضمون الذي تقدمه وسائل الإعلام:

يعني تحسين نوعية مضمون وسائل الإعلام، أن تقدم للمجتمعات التي تتواجد فيها معلومات توفر لها معرفة دون فائدة، أي لا تقدم مهارة لا تفيد أحداً، وإنما على وسائل الإعلام أن تقدم المعلومات التي تعد الإنسان لأن يكون فاعلاً في مجتمعه وتوسع مداركه، وتجعله عنصراً فاعلاً ومتعاوناً في المحيط الذي يعيش فيه، لأن النظرة الحالية هي أن وسائل الإعلام لا تقدم للناس المعلومات التي تساعد على عملية اتخاذ القرار السليم أو القرارات ذات المعنى، لأن وسائل الإعلام تركز على نشر أخبار الفضائح والإثارة والجرائم وأخبار التسلية، التي لا تعبر عن مضمون جيد، بل إنها تعبر عن إفلاس أخلاقي، وأن مضمونها لم يكن راقياً ولا يدعم

الجوانب الثقافية والعملية. ووجه كل من "بيلس" و "شاودويك نقداً لوسائل الإعلام الأمريكية والبريطانية بقولهم: " إنه في ضوء المشكلات التي يواجهها العالم فإن المضمون الذي يتلقاه الجمهور عبر قناة تلفزيونية أمريكية أو جريدة تابلويد بريطانية لا يشكل عاراً فقط ولكنه يشكل أيضاً جريمة". (صالح، 2005) ويشير أبو عرجة إلى أن أهمية إرساء قواعد للعمل الصحفي على أسس راسخة تراعي الأهداف والمثل التي تسعى إليها الصحافة باعتبارها مهنة ورسالة تهدف إلى مواكبة بناء المجتمع وتطلعاته، ومقاومة التخلف وتبعاته، باعتبارها تحمل على عاتقها عبء الإعلام والتنمية والتوعية والتنقيف والإرشاد، وتخوض معركة التنوير بسلاح الكلمة. (أبو عرجة، 2006)

4- تجنب إصدار قوانين تؤثر على حرية الإعلام:

لم توافق الجهات ذات الصلة بالإعلام على وجود موثيق شرف إلا بعد تعالي الأصوات المطالبة بإصدار قوانين تحد من حرية الصحافة وتحمي حقوق الأفراد من وسائل الإعلام، لذلك ارتأى القائمون على وسائل الإعلام أن الموافقة على موثيق الشرف يكون أخف ضرراً من إصدار قانون، إذ إن إصدار موثيق أخلاقية يمكن أن يشكل حماية لحرية الإعلام ويواجه التهديدات بالتدخل التشريعي لحماية بعض الحقوق المجتمعية الفردية، وهذا ما يعرف بعملية "التنظيم أو الضبط الذاتي" لحرية الإعلام، وبالمقابل فإن الصحفيين لا بد وأن يشعروا بالأمان وحرية التعبير بدرجة كافية لحمايتهم من تعسف السلطة والقوانين، بمعنى أن أزمة الإعلام الأخلاقية لا يمكن حلها بالقوانين الجائرة التي تحد من حرية التعبير. فظهرت رؤية أخرى داخل وسائل الإعلام تقوم على إصدار موثيق أخلاقية كجزء من عملية التنظيم الذاتي، مما يجنبها إصدار تشريعات تحد من حرية الوسائل الإعلامية خاصة في قضايا مثل حق الخصوصية،

فالقانون يمكن أن يسمح للإعلامي أن يعمل الكثير من الأشياء التي يرفضها ضميره وهناك حالات يمكن أن يكسر فيها الإعلام القانون لصالح الأخلاقيات. (نصر، 2010)

وتقوم أخلاقيات العمل الإعلامي على عدة أركان ومحاور ومنها:

المحور الأول - التفكير الأخلاقي:-

يعني هذا المحور أنه قبل كتابة الخبر أو نشر الصور لا بد للإعلامي أو الصحفي أو المحرر من التفكير تفكيراً استراتيجياً أي التفكير بعمق في جميع المواقف التي يواجهها أثناء عملية التغطية من خلال دراسة كافة البدائل والاقتراحات. (حجاب، 2010)

المحور الثاني - المصداقية والصدق :-

إن المصداقية تُعد الدافع لأدبيات التعامل مع المنتج الإعلامي، فالحقيقة هي المحرك للإعلامي والوصول إليها ليس من خلال الطرق الملتوية ولا القصيرة المشوبة، بما يخدش دقتها وصدقها وواقعيتها، بل يمكن الوصول إليها من خلال طرق صعبة ولكن سليمة تكون مدعاة للسرور وجلب الاطمئنان بالتميز. (شاكور، 2010)

والمصداقية في الصحافة تعني معنيين هما: (قريعي، 2008)

الأول- المصداقية بالنسبة للقارئ:

وتعني مدى دقة المعلومات وصحتها ومدى موضوعية صاحب الرأي فيها، لأن الخبر معياره الدقة والرأي معياره موضوعية الكاتب وصاحب القلم، كما وتشمل مدى التغطية الصحفية في عرض وتقديم مختلف جوانب الحقيقة، وكذلك أن لا تقتصر بعض الصحف في تغطيتها للأخبار على ما يجري في بلاد أخرى وتسكت عما يجري في بلادها، وهذا الأسلوب مستخدم بكثرة في صحافة الدول العربية كنوع من الإدعاء بالحريات الصحفية.

الثاني- المصداقية بالنسبة لصانع القرار أو مصدر الأخبار:

حيث تعني القدرة على معرفة ما يجري بالنسبة للشعب أو الجمهور أو المستهلك، أي إلى أي مدى يستفيد صانع القرار من انعكاسات ما يجري في الصحف في إصداره قراراته، وهل يأخذ ما رآه ويضعه موضع الاعتبار أم يعده مجرد شوشرة ونقد مغلوط. (مشاقبة، 2010) وبمعنى آخر، فهل تقدم الصحافة التغذية الراجعة الصادقة حول الجمهور وحاجاته ومصالحه بعيدا عن التضليل والتهويل والمبالاة، بحيث تساعد صناع القرار والسياسات على اتخاذ السياسات والقرارات المناسبة.

المحور الثالث - النزاهة:-

تعرف النزاهة بأنها تقديم الخبر والصور بنوع من الحياد وتجنب الخلط بين الخبر والتعليق أو الإشهار، وبين الصالح العام والصالح الخاص، وتفيد النزاهة بالتجرد عن الهوى والاستقلالية في العمل وعدم التأثير لأي رقابة داخلية، أي رقابة المؤسسة الداخلية أو الخارجية أي رقابة الرأي العام والضغط السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية بجميع أشكالها. (شاكر، 2010)

والتحدي الذي يواجه الوسط الصحفي هو تغطية جميع وجهات النظر المهمة بطريقة نزيهة ومنصفة بالنسبة للمعنيين بالموضوع، وتقديم صورة كاملة وأمينة لجمهور القراء، وفي هذا فالنزاهة والإنصاف لا يعنيان تكرار المساواة الكسولة التي تجعل بعض الصحفيين يسعون للحصول على تصريحات متناقضة يستشهدون بها حين تكون الوقائع مؤيدة لجانب واحد بصورة لا تقبل الشك، وعلى حد تعبير "كيفين مارش" المحرر في "BBC" أن الصحفي الجيد يملك القدرة على الحقائق الكبيرة والتواضع اللازم عنها حين لا تكون الوقائع متساوية. (قريعي، 2008)

المحور الرابع - احترام الكرامة الإنسانية :-

يعني ذلك احترام الكرامة الإنسانية بما يقتضي عرض الأخبار والصور والأنباء بما لا يمس هذه الكرامة جماعية كانت أو تعود لفئة أو لثقافة أو لدين، أو فردية كانت مثل عرض شخص دون إذنه، أي أن ذلك يقتضي استعمال وسائل قانونية سليمة للحصول على المعلومات بحيث لا يجوز استعمال أساليب الخداع والتوريط والابتزاز أو التلاعب بالأشخاص مثل التسجيل أو التصوير الخفي غير القانوني. (نصر، 2010) وكثيراً ما يواجه الصحفيون تحديات كبيرة للالتزام بهذا المبدأ بالذات، لأن الكثير من مصادر الأخبار، خصوصاً في التحقيقات الاستقصائية، يعملون على إخفاء الأحداث والوقائع، مما يضطر الصحفي الاستقصائي إلى استخدام أساليب التخفي والخداع وانتحال هوية غير هويته ليتسنى له الحصول على الحقائق، وأحياناً ما يقوم بتصويرها أو تسجيلها دون علم أصحابها أو المسؤولين عنها مما يسبب حرجاً كبيراً وقد يترتب عليه بعض الدعاوي القانونية.

المحور الخامس - المسؤولية :-

تحدد المواثيق الأخلاقية أنواعاً متعددة من المسؤولية الملقاة على عاتق الإعلاميين ومؤسساتهم الإعلامية، وهي تركز على مسؤولية الإعلاميين تجاه المجتمع الذي يعملون فيه، وتشير الكثير من المواثيق إلى ضرورة احترام الإعلاميين لمعتقدات وقيم وتقاليد المجتمعات التي يعملون بها، ومن أوجه المسؤولية كذلك ما يتعلق بمعالجة الأخبار والتغطيات الإعلامية. إن على الإعلامي أن يتحمل مسؤولية صحة الأخبار التي ينشرها أو يبيثها، أي بمعنى لا يجوز نقل أي خبر دون التحقق منه والتحري بشأنه والتزام الدقة في معالجة الخبر. (قريعي، 2008)

والصحيفة الجيدة لا بد أن تكون مسؤولة، والحقيقة هي المبدأ الذي يجب أن تسترشد به، أنها تتجنب الممارسات التي قد تتعارض مع قدرتها على تغطية وتقديم الأخبار بطريقة منصفة

وغير منحازة، كما أن الصحيفة يجب أن تخدم كل فئات المجتمع، ويجب أن تكشف بكل حماس الخطأ وسوء استخدام السلطة سواء أكانت خاصة أم عامة. (هاتلينج، 1993)

كما أن المسؤولية تحتم على الوسط الصحفي التأكيد على أن الهدف الرئيسي من جمع المعلومات والأخبار هو خدمة المصلحة العامة وذلك من خلال إعداد الرأي العام بالمعلومات وتمكينهم من إصدار الأحكام والمواقف حول مختلف القضايا، ولذلك فالصحفيون الذين يسيئون استخدام هذه السلطة المتاحة لهم بحكم مهنتهم أو يوجهونها بدافع أنانية أو لأغراض غير جديرة يكونوا قد خانوا المسؤولية وبالتالي ثقة الرأي العام.

المحور السادس - الموضوعية :-

الموضوعية شيء نسبي ولا يوجد حتى اللحظة الراهنة تعريف موحد يتفق عليه فقهاء الإعلام، ورغم أن عددا كبيرا من المؤتمرات الدولية عقدت ولا تزال تعقد من أجل وضع تعريف شامل لمفهوم الموضوعية، إلا أن جميع المحاولات فشلت في الوصول إلى مفهوم محدد ومع ذلك توجد تعريفات لا تحصى وأبرز التعريفات للموضوعية هي: (حجاب، 2010)

- أسلوب معين أثناء التحرير للالتزام والابتعاد عن المبالغة والتهويل، وتعد الموضوعية من أهم المعايير العالمية في تصنيف عمل وسائل الإعلام الجديدة، وهي من أهم معايير الحكم على مصداقية وسائل الإعلام بل تعد من أهم الشروط المهنية للعاملين في الصحافة الإخبارية بل يمكننا القول: إن الموضوعية بأبسط معانيها تعني الحياد.

- كما وعرفت الموضوعية بأنها القيم التحريرية في التعامل مع الخبر والحدث بالوقوف بمسافة واحدة وعدم التعريض والتشويه والتزويق أو الإساءة في استخدام المعلومة بعيداً عن المواقف المسبقة من الحدث، وكذلك الابتعاد عن التقطيع للصورة المنتقاة عن الحدث، والتحريف والتشويه للنص والخبر والخروج بعيداً عن سياق الحدث أو التوازن بإعطاء الأطراف المختلفة

فرصاً متكافئة لإبداء وجهات نظرها حتى يتسنى للجمهور الحصول على كل المعلومات اللازمة حول قضية أو حدث من الأحداث.

ويعرف الإعلام الموضوعي بأنه: ذلك الإعلام الذي يحترم عقول الناس في الاختيار وتحديد المواقف وبالقدر الذي يعكس الإعلام ذلك يكون تقدماً وإيجابياً وبناءً ومتطوراً وبيتعد عن التطرف والتعصب والتحريض. (نصر، 2010)

التداخل بين الأخلاقي والمهني في الصحافة:

يلاحظ الخلط الكبير بين القواعد والمعايير الأخلاقية وبين المعايير المهنية في الدراسات والأدبيات التي تتناول الأخلاق الإعلامية والمعايير المهنية، وربما أن بعضاً من هذا الخلط عائد إلى التداخل بين المفهومين في الواقع أو في الممارسة الإعلامية، إذ إن بعض المعايير المسماة مهنية تحكمها مبادئ وقيم أخلاقية مثلها مثل أي سلوك مهني آخر سواء في الطب أو في الحرف اليدوية أو في التجارة وغيرها، وللتفريق بين المفهومين، الأخلاقي والمهني، فإنه يجب أن نلاحظ أن أغلب تعريفات المعايير الأخلاقية ظلت تستند إلى الفلسفة والقيم والمبادئ الأخلاقية، وقد أورد صالح في كتابه (أخلاقيات الإعلام) ستة تعريفات لأخلاق الإعلام أشارت جميعها إلى: إما أنها فلسفة معينة، أو أنها قيم معينة تحدد الصّح والخطأ في السلوك الإنساني. (صالح، 2005) ويلاحظ صالح أن الأخلاقيات مسألة فردية تتعلق بالضمير... والضمير متميز من فرد إلى آخر، لذلك فهو يتبنى الرأي القائل بضرورة أن تخرج الأخلاقيات من نطاق الفلسفة، لكي تنمو مع نمو المجتمع، وتتطور مع تطوره، ذلك أن الفلسفة تتعامل مع قضايا نظرية بينما الصحافة تعمل في الواقع، وتقوم بتصويره. (صالح، 2005)

وحيث تُذكر عبارة (المهنية الإعلامية) فربما انصرف ذهن المتلقي في الحال نحو مفهوم آخر هو (الأخلاقيات المهنية).. والكثير من الإعلاميين وغيرهم هم على هذا الفهم في تصور دلالات تلك العبارة. وهذا التصور لا يقتصر معنى العبارة على أحد الأسس التي تقوم عليها المهنة الإعلامية فحسب، بل يُرسخ في ذهن ان في هذا كفاية عن الإلمام ببقية الأسس والاكتفاء بهذا المعيار النسبي والذي تحدده الكثير من قيم مختلفة باختلاف المجتمعات والثقافات والطبقات وحتى المستويات التعليمية، والذي يصعب ضبطه أو التحقق منه. (الرفاعي، 2009) وفي النتيجة، فإن العلاقة بين الأخلاق وقواعدها ومعاييرها من جانب، والقواعد والمعايير المهنية من جانب آخر، هي علاقة متداخلة يصعب التمييز في الكثير من قواعدها.

المعايير المهنية للصحافة:

لا بد من الإشارة إلى أنه لا يوجد اتفاق واضح بين كافة المعنيين والمختصين بالمعايير المحددة للتغطية الصحفية للأحداث، ولكن اجتهادات الدارسين والباحثين تتناول أعداداً مختلفة من تلك المعايير، فمنهم ما ينقص شيئاً ومنهم ما يزيد شيئاً آخر. ويعالج صالح (2005) مجموعة من المعايير الأخلاقية للصحافة عندما يحلل مبادئ ميثاق الشرف الأخلاقية للصحافة، ويورد فيها الكثير مما يعده بعضهم معايير مهنية، ومن ذلك الموضوعية، وعدم التحيز، وعدم إساءة تقديم الصور والمعلومات، وعدم تشويه المعلومات، والحياد، والتوازن، والعدالة، والأمانة. وتظهر الإشكالية الأساسية في هذا الأمر - التي أشرنا إليها في الصفحات السابقة - من حيث إن بعض تلك المبادئ تنتم بالأخلاقية أكثر منها بالمهنية، مثل الأمانة، والعدالة. ومعظم تلك المبادئ والمعايير وردت في الكثير مما يسمى ميثاق الشرف

الإعلامية التي تصنف باعتبارها مبادئ أخلاقية غير ملزمة، وهي أيضاً لا يتعلمها الإعلامي من خلال التدريب أو الدراسة، بل هي تأتي من قناعاته ومبادئه، لكن الخلط بين الأخلاقي وبين المعايير المهنية، يظل واضحاً لأن الكثير من المعايير أو المبادئ لا تتعلق بما يؤمن به الإعلامي، بل بالتدريب والمهارات التي يمتلكها، ومن ذلك الشمولية في التغطيات الإخبارية، والموضوعية، والتفاعلية.

والحقيقة أن الصحف كثيراً ما تقع في بعض الأخطاء المهنية نتيجة الرغبة العارمة في اجتذاب الجمهور، أو نتيجة الرغبة في لفت الانتباه إلى بعض القضايا، ويبدو الأمر كأنه تنافس محموم مع الصحف الأخرى أو مع بعض الجهات ذات العلاقة بدوافع سياسية أو حزبية أو إيديولوجية وغير ذلك من الدوافع، ويشير الباز إلى أن الصحف تسعى إلى أن تكون جاذبة وقادرة على لفت الانتباه فتميل إلى إضفاء روح الإثارة على الأحداث العادية، فتجعل منها أحداثاً جديرة بالمتابعة والقراءة، وحتى يتحقق لها ذلك فإنها تقع في أخطاء مهنية فادحة. (الباز، 2000).

ومن الإشكاليات الأخرى التي ترتبط بالمهنية هو ما ينظر إلى المهنية باعتبارها شروطاً أو التزامات تخص المؤسسة الإعلامية ولا ترتبط بالإعلاميين كأفراد، لذلك فإن بعض المختصين يشيرون إلى المهنية في المؤسسات الإعلامية من مثل قدرة وسائل الإعلام على أن تحافظ على استقلاليتها وأن تعبر عن تعددية حقيقية تعكس أحوال المجتمع والواقع. وكذلك أن توفر برامج تدريبية وأن تواكب التطور التكنولوجي والمعلوماتي وغير ذلك من الظروف التي تقع على عاتق المؤسسة الإعلامية. (الطويسي، 2008)

إن الذين يحصرون هذا المفهوم (المهنية...) في طبيعة سلوك الإعلامي أو المؤسسة الإعلامية وانعكاسات ذلك على نجاح أو فشل ذلك الإعلامي أو تلك المؤسسة أو يقصرونه على مدى الالتزام بـ(مواثيق الشرف الإعلامي) فإنما يتحدثون عن واحد من عدة أسس تمثل في مجموعها

متزافرة المهنة الإعلامية. (الرفاعي، 2009) وتعد الدورات التدريبية التي يشارك فيها الصحفيون عنصراً أساسياً في ترقية الأداء المهني للعاملين في الصحافة والإعلام، ومواكبتهم المستجدات التي تحفل بها مهنة الصحافة. (أبو عرجة، 2006).

وفيما يلي عرضٌ موجزٌ للمعايير المهنية الأساسية للتغطيات الإعلامية:

المصداقية: يرتبط مفهوم المصداقية بقيمة الصدق، وهي تعني أن القائم بالاتصال يتحرى الصدق في أفعاله وأقواله فلا يعتمد تغيير الحقائق والوقائع، ولا يقدم الأضاليل للجمهور، ولذلك نلاحظ أن هذا المعيار ينتمي إلى القيم الأخلاقية في جانب، ولكنه ينتمي أيضاً إلى المعايير المهنية حينما يتطلب الأمر مصداقية في النقل والنشر من لحظة الحصول على المعلومات ونسبتها إلى مصادرها الحقيقية إلى حين عملية تحريرها أو نقلها للجمهور.

ويشير بعض الباحثين إلى أن قياس مصداقية القائم بالاتصال يعتمد على عنصرين أساسيين هما الخبرة *Expertise* وزيادة الثقة في القائم بالاتصال *Trust worthiness*. ويشير مفهوم الخبرة بمدركات المتلقي عن معرفة القائم بالاتصال للإجابة الصحيحة عن السؤال أو القضية المطروحة وموقفه السليم منها، وهذه تعتمد على التدريب، والتجربة والقدرة، والذكاء، والإنجاز المهني، والمركز الاجتماعي، أما عنصر الثقة فيشير إلى إدراك المتلقي عن القائم بالاتصال بأنه يشارك الاتصال بشكل موضوعي ودون تحيز. (العبد الله، 2005)

الشمولية: إن أحد عناصر المهنية تتمثل في قدرة وسائل الإعلام على تقديم تغطية شاملة، وإحاطة جارية، لكل ما يحدث في البيئة الداخلية والخارجية للمجتمع في سياق يعطيها

معنى. (الطويسي، 2008)

ويشير مفهوم الشمولية في التغطيات الإعلامية إلى شمول واتساع التغطيات بحيث تتضمن أو تشمل القضايا والأحداث الأكثر أهمية من وجهة نظر الجمهور والمحليين السياسيين، وبذلك فهي لا تقتصر على التغطيات التي يراها السياسيون كذلك أو التي يقررها المسؤولون السياسيون أو المحررون في وسائل الإعلام. وتختلف وسائل الإعلام بعضها عن بعض في قدرتها على تحقيق هذا المعيار من حيث الزمن المتاح أو من حيث المساحة المتاحة، فالصحف الورقية كثيراً ما تضطر إلى الإيجاز والاختصار حينما يكون الخبر أو الحدث واسعاً ومتشابكاً بحيث يصعب عليها تحقيق ذلك التوازن، خصوصاً إذا ما تعددت جوانب الحدث وكثر الفاعلون فيه بحيث يصعب الوصول إليهم جميعاً. كذلك يمكن أن تواجه هذه المشكلة الوسائل الإعلامية المرئية والمسموعة من حيث توفر الزمن المتاح في نشرات الأخبار أو في البرامج الحوارية لأن البث الإذاعي أو التلفزيوني عادة ما يكون محكوماً بضوابط زمنية تنظم الأوقات المتاحة للبرامج المختلفة. وتستفيد الصحافة الإلكترونية (صحافة الإنترنت) من ميزة المساحة المفتوحة للتوسع في التغطيات عن طريق النصوص التشعبية Hypertext التي تحيل إلى التفاصيل والفروع والخلفيات للحدث حسب رغبة القارئ.

الموضوعية: تعددت تعريفات الموضوعية في وسائل الإعلام، وربما كان مفهوم الموضوعية من أكثر المفاهيم أو المعايير إثارة للخلاف ومداراً للجدل، ومثلها مثل باقي المعايير يجري الخلط بين الموضوعية وبين معايير أخرى كالنزاهة أو التوازن أو الحيادية وغير ذلك. وفي أحد تعريفاتها فالموضوعية الصحفية ذلك الإعلام الذي يحترم عقول الناس في الاختيار وتحديد المواقف وبالقدر الذي يعكس الإعلام ذلك يكون تقديمياً وإيجابياً وبناءً ومتطوراً وبيتعد عن التطرف والتعصب والتحريض. (نصر، 2010).

وللموضوعية ثلاثة عناصر هي: الإسناد للمصدر، وفصل الخبر عن الرأي، والتوازن. (حسام الدين، 2003).

ويصف بعض الباحثين الغربيين الموضوعية بأنها مفهوم أخلاقي تم تطويره في الولايات المتحدة وتصديره للعالم، وأنه المذهب الرئيسي للصحافة في الولايات المتحدة، لكن المفهوم راح يتعرض لنقد شديد في الولايات المتحدة نفسها، مما جعل بعض المرجعيات الصحفية تستبدل به مفهوم "العدالة" Fairness. (صالح، 2005).

التوازن: يشير هذا المفهوم إلى آراء عديدة منها أن التوازن يعني إفساح المجال لأصحاب الآراء ووجهات النظر المختلفة ليكونوا في دائرة الضوء، وليس فقط اثنين من المتخاصمين أو وجهتي نظر، وهو ما يصور الأمر على أن هناك اختياريين فقط، بينما هناك الكثير من الاحتمالات والآراء والحلول. (صالح، 2005) ويشير آخرون إلى الدور المنوط بالمؤسسة الإعلامية في قدرتها التعبير عن وظيفتها الرقابية والتعبير عن الرأي العام، والتوازن بين صياغة الرأي العام والتعبير عنه. (الطويسى، 2008)، لكن مبدأ التوازن هذا كثيراً ما يجري تطبيقه بصورة زائفة وشكلية. (صالح، 2005)، كذلك لا يلاحظ التمايز بين وسائل الإعلام المختلفة في هذا المعيار، إذ باستطاعة كافة وسائل الإعلام تحقيق قدر كبير من هذا المعيار مع بذل بعض الجهد لهذا الغرض.

التنوع والتعددية في الرأي والرأي الآخر: التنوع يعني ببساطة عدم الاقتصار في التغطيات الإخبارية على اتجاهات معينة من الأحداث والقضايا على حساب الأخرى، إذ إن بعض وسائل الإعلام تميل إلى تغطية الأحداث والقضايا التي تنطوي على قدر من الإثارة وتتجاهل تلك التي تخلو من الإثارة رغم أنها قد تكون أكثر أهمية وأعمق تأثيراً في حياة الناس وقضاياهم المختلفة.

والتعددية تقتضي الاهتمام برأي الأقليات سواء كانت أقليات سياسية أم فكرية أم عرقية أم مذهبية.

الدقة:

الدقة accuracy مفهوم يعني أن كل عبارة في القصة الخبرية، وكذلك كل اسم أو تاريخ أو اقتباس من كلام المصدر لا بد أن تكون صحيحة، فضلاً عن تقديم عبارات الخبر بطريقة واضحة لا لبس فيها. (صالح، 2005)، وتكاد تشترك كافة وسائل الإعلام في هذا المبدأ أو هذا المعيار من الدقة، إذ لا فرق في تحقيق الأخبار والمعلومات بين وسيلة إعلامية وأخرى، وذلك أشبه ما يجري في البحوث والدراسات العلمية التي يجب أن يقوم فيها الباحث بالتحقق من موثوقية مصادر معلوماته وأن يتحرى الدقة في نقلها إلى الجمهور.

ويربط بعض الكتاب الدقة بالاحتراف المهني للصحفي، فيقول الباز إن "الصحفي المحترف هو الذي يحصل على المعلومة الصحيحة والدقيقة، ويجيد صياغتها بالشكل الذي يتناسب مع حجمها، ويستطيع القارئ من خلال هذه الصياغة أن يفهم ما يريده منه الصحفي أو ما يريده له. (الباز، 2009)

التفاعلية: التفاعلية هي عملية الاتصال المتبادل بين طرفي عملية الاتصال، المرسل والمستقبل، أي أن الوسيلة الإعلامية أو القائم بالاتصال يفتح المجال أمام عملية تبادل الرسائل بحيث يتمكن المستقبل من أن يقوم بدور المرسل في بعض الأحيان، وهذه العملية تؤدي نتائجها الايجابية لكلا الطرفين المرسل والمستقبل، إذ إنها تتيح للمستقبل (المواطن) أن يعبر عن رأيه ويسهم في بناء الرأي العام ويصحح الكثير من المعلومات التي قد تكون غير دقيقة، أما المرسل (القائم بالاتصال) فإنه يجني الكثير من الفوائد منها أنه يتعرف إلى رجوع الصدى ويتزود بالتغذية الراجعة التي تساعد في تحسين أدائه وأداء الوسيلة الإعلامية، وهي تفيده أيضاً في التعرف إلى

اهتمامات المواطنين وبالتالي يأخذ بالاعتبار قضاياهم واهتماماتهم في جدول الأولويات في الوسيلة الإعلامية، لا أن تكون الوسيلة الإعلامية في واد واهتمامات المواطن في واد آخر، كما يحدث أحياناً مع بعض وسائل الإعلام الرسمية العربية التي تنتقد بالبرامج المقررة سلفاً دون أن تفتح المجال أمام أي تغيير أو اجتهاد مهما كان التطورات على أرض الواقع.

النزاهة: النزاهة هي في أساسها قيمة إنسانية، فأن يكون الإنسان نزيها هو أن يكون حريصاً على الصدق والعدالة حتى مع خصومه، ونزاهة العمل الإعلامي هي أن يتحرى الإعلامي الصدق والعدالة ويتعدى عن التحريف والمبالغة والتحويل والتضليل، كأن يضع عنواناً مخالفاً لمحتوى الخبر أو المقال، والنزاهة تعني العدالة في إعطاء الفرص أمام أطراف الحوار أو الخصوم ضمن الأخبار والتحليلات والتقارير.

الدراسات السابقة:

- الدراسات العربية:

1- دراسة أبو العلا (1996) بعنوان "المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية: دراسة مقارنة للمضمون والقائم بالاتصال في الصحف القومية والحزبية من 1991-1994"، وهدفت التعرف إلى المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية عن طريق مقارنة للمضمون والقائم بالاتصال في الصحف القومية والحزبية من 1991-1994".

وأجرى الباحث دراسة استطلاعية تحليلية وصفية لدراسة مدى التزام الصحف القومية بقيمة الموضوعية الصحفية بالتطبيق على صحيفتي الأهرام والأخبار مقارنة بالصحف الحزبية وهي الوفد والأهالي والشعب في الفترة من أول يناير 1991 إلى نهاية ديسمبر 1994م.

وكان من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- لم تصل أي صحيفة إلى الموضوعية المطلقة إسناداً أو توازناً في الصحف المدروسة وتشابهت في مستويات تحيزها، ودرجته في الصحف القومية والحزبية واحدة.

- تشابهت موضوعية الصحيفتين القوميتين الأهرام والأخبار فلا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الأهرام والأخبار تتعلق بموضوعية الإسناد.

- تباينت موضوعية الصحف الحزبية الثلاث (الوفد، الشعب، الأهالي) خلال فترة الدراسة وكانت صحيفة الوفد أكثر موضوعية من صحيفتي الشعب والأهالي مع تساوي درجة الموضوعية بين الشعب والأهالي وفسر الباحث ذلك بخليط السيطرة والملكية والتمويل المتمثل في الحزب الذي يدير تلك الصحف.

وتتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في أنها تعالج مبدأ الموضوعية في عدة صحف محددة، وهو مبدأ من عدة مبادئ تناولتها الدراسة الحالية، لكن الدراسة الحالية عالجت عدة مبادئ في حين أن هذه الدراسة أجرت دراسة مقارنة لعدة صحف ورقية محددة.

2- دراسة (فهيم، أماني، 2001) بعنوان "أثر الممارسة الإعلامية للعاملين في أخبار التلفزيون على اتجاهاتهم نحو العمل" واستهدفت توضيح أبعاد التفاعلية والعوامل المؤثرة فيها وإجراء دراسة تحليلية حول مدى توافرها في المواقع الإخبارية العربية.

واستخدمت الدراسة منهج المسح مع الاستعانة بتليل المضمون كأداة لجمع البيانات من عينة عشوائية من المواقع الإخبارية بلغ عددها (45) موقعا إخبارياً تابعة لصحف مطبوعة ومحطات إذاعية أو شركات تعمل في مجال الإنترنت.

وكشفت نتائج الدراسة عن أن المواقع الإخبارية كلها أتاحت عدة بدائل للأخبار أمام المتلقي كما وفّرت جميع المواقع عنوان بريد إلكتروني واحد على الأقل، وحرصت (46%) من مواقع العينة على توفير إمكانية التفاعل مع النص، وأشارت إلى أن (80%) من المواقع تحرص على تجديد المادة الإخبارية بصورة يومية، وأشارت إلى أن المواقع الإخبارية التابعة لشركات كانت أكثر استفادة من الإمكانيات التكنولوجية مقارنة بالمواقع التابعة لدور الصحف.

وتتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في تناولها بعض عناصر التغطيات الصحفية للمواقع الإلكترونية الإخبارية.

3- دراسة الحمود والعسكر (2002) بعنوان "إصدارات الصحف السعودية المطبوعة على الإنترنت في ضوء السمات الاتصالية للصحافة الإلكترونية". فقد أجريت هذه الدراسة على المسؤولين عن النسخ الإلكترونية التي تصدرها الصحف السعودية (الجزيرة، الرياض، الوطن، عكاظ). وقد حدد الباحثان هدف الدراسة الرئيس بتقويم مدى تناسب الخدمات الصحفية المقدمة

في إصدارات الصحف السعودية اليومية المطبوعة على الإنترنت مع الطبيعة الاتصالية الخاصة بالصحافة الإلكترونية، وقد كشفت الدراسة أنه على رغم تميّز الإصدارات الإلكترونية السعودية ومحاولتها تقديم خدمات اتصالية حديثة، إلا أن تقويم هذه الإصدارات وفقاً للسمات الاتصالية للصحافة الإلكترونية، تبين أنها لا تخرج عن كون هذه النسخ الإلكترونية قد تم تكيفها مع النمط التقني الجديد لتقديم الخدمة الصحفية نفسها المقدمة في النسخ المطبوعة. ومما كشفتته الدراسة عدم مراعاة المضمون المنشور في الصحف الإلكترونية السعودية للطبيعة الاتصالية الخاصة بالصحافة الإلكترونية، كذلك طول الموضوعات المنشورة (النشر على الانترنت يقتضي الاختصار)، وفي ضوء نتائج دراستهما أوصى الباحثان الصحف لإلكترونية السعودية، بأهمية النظر إلى النشر الإلكتروني كنمط اتصالي مستقل عن النشر المطبوع من حيث مضامينه، وجماهيره من خلال إعادة النظر في أهداف وسياسات إصداراتها الإلكترونية.

وتقترب هذه الدراسة من الدراسة الحالية في اهتمامها بالجانب الإلكتروني من الصحافة والأساليب المتبعة فيها للتغطيات الإخبارية. لكنها تختلف عنها في أن هذه الدراسة عالجت جوانب متعددة من الصحافة الإلكترونية ولم تهتم بإجراء مقارنات مع الصحافة المطبوعة.

4- دراسة الشهري (2003) بعنوان "واقع ومستقبل الصحف اليومية على شبكة الانترنت: دراسة مسحية شاملة على رؤساء تحرير الصحف السعودية ذات الطبعات الإلكترونية" إلى كشف واقع نشر الصحف السعودية اليومية الصادرة باللغة العربية على شبكة الإنترنت، وتبيان الأسباب التي دعت هذه الصحف إلى إطلاق نسخ الكترونية، وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وفيما يخص مشكلة الدراسة فهذه الدراسة ترصد مرحلة في تاريخ الصحافة السعودية التي وضعت لها مواقع على شبكة الانترنت، وخلصت الدراسة إلى أن

القضية اليوم في عالم النشر الإلكتروني أصبحت تتمحور حول مصير ومستقبل المهنة، وهل ستحل الإنترنت وصحافتها محل الصحافة التقليدية.

وأوصت الدراسة بتحديد أهداف واضحة من النشر عبر الإنترنت ومن ثم رسم الخطط لتحقيق هذه الأهداف وفق خطط زمنية، ثم إرساء مفاهيم إدارية وتحريرية خاصة بالنسخ الإلكترونية من الصحيفة، ثم أوصت أيضاً بالاهتمام بتوظيف أسرار جاذبية الإنترنت لملايين الناس حول العالم من حيث زيادة الخدمات التفاعلية ومن حيث الشكل والإخراج.

وتقترب هذه الدراسة من الدراسة الحالية في تناولها بعض جوانب التغطية الإخبارية لصحافة الإنترنت ولكنها وسعت اهتمامها لتشمل عناصر وجوانب أخرى.

5- دراسة **غالي (2003)** بعنوان "العوامل الإدارية المؤثرة على السياسة التحريرية في الصحف المصرية"، حيث قام الباحث بدراسة استكشافية وصفية لرصد وتوصيف وتحليل السياسات التحريرية للصحف المصرية "الأهرام - الوفد - الأسبوع" والعوامل المؤثرة في صياغة قواعدها ومبادئها العامة والمؤثرة في تشكيل المنتج الصحفي النهائي في الفترة من يوليو 2001 وحتى يناير 2002 م.

وكان من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة هي:

1- السياسات التحريرية للصحف المصرية المدروسة تسعى لتلبية احتياجات ورغبات ملاك الصحف من خلال الالتزام بالخط السياسي والفكري في المقام الأول ثم يأتي التزامها بتلبية رغبات واحتياجات القراء بالتعبير عن هموم القراء ونقد الأداء الحكومي في المقام الثاني.

وتتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في تناولها بعض جوانب التغطية الصحفية لصحافة الإنترنت والعوامل المؤثرة فيها. وتختلف عنها في أن الدراسة الحالية لا تعتنى بالعوامل المؤثرة في السياسة التحريرية للتغطيات الإخبارية.

6- دراسة سلامة، سحر (2004) بعنوان "تطور الفنون الصحفية في الصحافة المصرية في الفترة من عام 1924-1954" واستخدمت الباحثة المنهج التاريخي على عينة صحف هي: الأهرام، المقطم، السياسة اليومية، البلاغ اليومي، المصري، وذلك في الفترة من 1924-1954.

وأظهرت نتائج الدراسة أن مرحلة العشرينات عرفت نوعين فقط من الأحاديث الصحفية وهما حديث الرأي وحديث الخبر والمعلومات، لكن الفنون الصحفية شهدت خلال الفترة من 1930-1945 تنوعاً في الأحاديث الصحفية.

وتتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية باهتمام كلا الدراستين ببعض الفنون الصحفية في الصحافة المطبوعة ومعايير التغطية الصحفية الإخبارية من أشكال وأساليب تحريرية.

7- دراسة الصبيحي (2008) بعنوان "العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال والجمهور - دراسة وصفية في ضوء متغيرات البيئة الاتصالية الحديثة في المملكة" وهدفت الدراسة التعرف إلى مدى سعي القائم بالاتصال لتأسيس علاقة وظيفية مع الجمهور بحيث تستهدف تقديم أداء إعلامي يتسق مع معايير الأداء المهني من جهة، ويلبي حاجات الجمهور من جهة أخرى، في ضوء التطورات التي تشهدها البيئة الاتصالية الجديدة في المملكة العربية السعودية. واستطلعت الدراسة - في جانبها الميداني - آراء القائم بالاتصال في ست عشرة وسيلة إعلامية محلية، مثلتها (438) مفردة، وآراء الجمهور السعودي في مدينة الرياض في عينة قوامها (1020) مفردة، وباستخدام أداة الاستبانة لكل منهما.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

1- حدد القائم بالاتصال وظائفه الإعلامية بست وظائف فقط، بينما حدد الوظائف الإعلامية التي يرى أنه نجح في تحقيقها بخمس وظائف، جاءت على التوالي: الإخبار، توعية الجمهور وتنمية قيمه الاجتماعية ومشاركته الاتصالية، التثقيف، والشرح والتقويم، والترفيه والإعلان.

2- حدد الجمهور وظائفه الإعلامية بست وظائف فقط، هي على التوالي: الإخبار، التنشئة الاجتماعية والتنمية، المعلوماتية، والترفيه والخدمات، والمشاركة الاتصالية، والنقد والتقويم، بينما رأى الجمهور أن وسائل الإعلام قد نجحت في تحقيق أربع وظائف إعلامية فقط، هي: الإخبار والتماس المعلومات، والترفيه والخدمات، والتنشئة الاجتماعية والتنمية، والتقويم والمشاركة الاتصالية.

3- أظهرت الدراسة أن العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال في وسائل الإعلام السعودية المحلية والجمهور السعودي ضعيفة، وغير متوافقة، وأن القائم بالاتصال لا يسعى -غالباً- لدعم تصوراتهم عن الجمهور واحتياجاته بصورة موضوعية تستفيد مما يتيح البيئة الاتصالية الجديدة من إمكانات للتواصل مع جمهوره بطريقة فعالة؛ مما جعله يعتمد في تحديد الوظائف الإعلامية على مصادر ذات مصالح تتعارض مع احتياجات الجمهور، أو تفتقد الموضوعية والواقعية في تفسير احتياجاتهم؛ أو نتيجة لما قد تفرضه عليه سياسة الوسيلة الإعلامية التي يعمل بها من وظائف إعلامية لا تأخذ بعين الاعتبار مصالح الجمهور. وهذا يعني وجود خلل وظيفي في الأداء الإعلامي بين أهم عنصرين في العملية الاتصالية.

وتتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في اهتمامها بتأثير الأداء الصحفي على علاقة الوسيلة الإعلامية بالجمهور، لكنها تتناول محاور أو موضوعات تختلف عن المعايير المهنية وإن كانت لها صلة غير مباشرة بها.

8- دراسة الهيئة الأردنية للثقافة الديمقراطية وآخرون (الأردن) (2011) بعنوان "تغطية

المادة الإخبارية الانتخابية في وسائل الإعلام لمجلس النواب الأردني السادس عشر".

جاءت هذه الدراسة ضمن مشروع كبير للمجموعة العربية لرصد الإعلام في 12 دولة عربية بالتعاون مع الهيئة ومركز عدالة لدراسات حقوق الإنسان وبدعم من المجموعة الدنمركية للإعلام.

وقد اعتمدت الدراسة على عملية رصد شملت تحليل مضامين تغطية الصحافة اليومية والأسبوعية والإعلام المرئي والمسموع ووكالة الأنباء الأردنية للانتخابات النيابية، وهدفت إلى معرفة مدى توافر "عدة معايير صحفية في التغطية مثل عدم الانحياز والمهنية وفحص مدى النزاهة والشفافية التي تتمتع بها وسائل الإعلام في تقديمها للأخبار والموضوعات للمواطنين بدون تحيز".

وأظهرت الدراسة عدداً كبيراً من النتائج منها:

وصلت درجة الحيادية في الصحف الخمس (الرأي والعرب اليوم والدستور والغد والسبيل) إلى ما نسبته (86.4%)، بينما التغطية الإيجابية المنحازة فقد وصل إلى (10.6%)، والتغطية السلبية بنسبة (3%).

أما بالنسبة لحجم تغطية الصحافة الأسبوعية للانتخابات بين الرصد أن شيحان احتلت الصدارة بنسبة (47.7%) تلتها الشاهد بنسبة (30.2%) والأهالي بنسبة (9.1%).

كما أظهرت أن الوسائل الإعلامية المرصودة خصصت مساحات كبيرة للإعلان وافتتاح المقرات الانتخابية والتي تفوقت على المقالات والآراء.

وتتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في اهتمامها بعدة معايير للتغطيات الإعلامية إلى جانب اهتمامها بمحاور أخرى كثيرة.

9- دراسة المطيري (2011) بعنوان "اتجاهات الشباب الجامعي الكويتي نحو مطالعة الصحف الورقية والإلكترونية في الكويت". وهدفت المقارنة بين اتجاهات القراء الشباب في عدد من المحاور بين الصحافة الورقية وصحافة الإنترنت الإلكترونية، واستخدمت لذلك المنهج الوصفي والاستبيان الذي طبق على عينة من الشباب الجامعي. وتوصلت الدراسة إلى نتائج مقارنة بين الصحافة الورقية وصحافة الإنترنت كان أهمها:

أن 63% من الشباب الكويتيين يقرؤون الصحف الورقية الكويتية بين "دائماً وغالباً"، وبينت أن أهم أهداف قراءة الصحف الورقية يتمثل في "معرفة ما هو جديد من حولي" بينما أجاب 42% من العينة أنهم يقرؤون الصحف الإلكترونية بين "دائماً وغالباً"، والهدف الأول هو "معرفة ما هو جديد من حولي" بنسبة 49% تقريباً، وبينت النتائج أن اتجاهات الشباب الجامعي الكويتي نحو الصحافة الورقية كان مرتفعاً، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.71)، وظهر متوسط حسابي مرتفع أيضاً للصحافة الإلكترونية بمعدل (3.60) مما يدل على منافسة قوية مع الصحافة الورقية. أما عن التحديات التي تواجه الصحافة الورقية في ظل انتشار الصحافة الإلكترونية فقد أشارت الدراسة إلى أن التحدي الأهم هو منافسة الصحافة الإلكترونية للصحافة الورقية من حيث الخصائص التي تتمتع بها، ومن تلك الخصائص وسائل جذب القراء ومصداقية الصحف والمعلومات الدقيقة وغير ذلك.

وتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في اهتمامها بعقد مقارنات بين النوعين من الصحافة، الورقية والإلكترونية، وفي تناولها لبعض المعايير المهنية مثل المصداقية والدقة.

10- دراسة الدبيسي (2011) بعنوان "المعايير المهنية في الصحافة الإلكترونية الأردنية: دراسة مسحية لأساليب الممارسة المهنية في الصحافة الإلكترونية الأردنية". وتمثلت أهداف الدراسة في كشف واقع الممارسة المهنية للصحافة الإلكترونية الأردنية، ومدى تطبيق الصحافة

الإلكترونية الأردنية للمعايير المهنية الصحفية المتمثلة في الموضوعية، الدقة، والمصداقية، والحياد في النشر. وهدفت الدراسة كذلك إلى التعرف إلى العوامل المؤثرة على تطبيق المعايير المهنية في الصحافة الإلكترونية الأردنية؟

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والمسحي، وطبقت على عينة عمدية من الصحفيين الأردنيين العاملين في الصحافة الإلكترونية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

1- رغم سعي الصحافة الإلكترونية الأردنية لاعتماد أساليب ووسائل لتحقيق المعايير المهنية، إلا أن هناك مآخذ عديدة على تلك الأساليب والوسائل، مثل الانتقائية وعدم الالتزام بقواعد التحرير الصحفي ونشر ما يشكل انتهاكا للحريات الشخصية والقذف والتشهير وغير ذلك من السلبيات.

2- أشارت نتائج الدراسة إلى وجود ضعف في اعتماد الصحافة الإلكترونية الأردنية للمعايير المهنية المتمثلة بالموضوعية، والدقة، والمصداقية، والحياد في نشر الأخبار والتقارير.

3- كان من أهم العوامل المؤثرة على تطبيق المعايير المهنية في الصحافة الإلكترونية الأردنية هي: عامل السعي لتحقيق سبق الصحفي، وعامل نقل الأخبار من صحف ومواقع أخرى على شبكة الإنترنت دون تدقيقها.

4- أشارت النتائج إلى ضرورة العمل على ترسيخ قواعد جديدة للعمل الإعلامي تركز على أداء الصحافة الإلكترونية الأردنية لرسالتها وفقاً لمعايير مهنية سليمة.

وهذه الدراسة هي أكثر الدراسات تشابهاً من الدراسة الحالية من خلال تناولها المباشر للمعايير المهنية، لكن هذه الدراسة اقتصرت على أربعة معايير هي (الموضوعية، والدقة، والمصداقية، والحياد في نشر الأخبار والتقارير) بينما اهتمت الدراسة الحالية بتناول ثمانية

معايير هي (مصداقية المصادر الإخبارية والمعلوماتية، الشمولية، الموضوعية، التوازن ،
التنوع والتعددية في الرأي والرأي الآخر، الدقة، التفاعلية، النزاهة).

الدراسات الأجنبية:

1- دراسة (Singer & Others (1998) وعنوانها " Superstars or Second-Class Citizens?: Management and Staffing Issues Affecting Newspapers' Online Journalists".

وهدفت إلى التعرف على القضايا المرتبطة بمستقبل وواقع الصحف الأمريكية ومهنة الصحافة من حيث التوظيف في مجال النشر الإلكتروني، والرواتب ومستويات الخبرة وتصنيفات العمل ومزاياه. واعتمدت الدراسة على مسح شمل 466 صحفياً في عدد من الصحف الأمريكية (مطبوعة وإلكترونية).

وكشفت نتائج الدراسة إلى أن عدد موظفي الصحف الإلكترونية لا يزال قليلاً، وأن الرواتب والمزايا تتساوى تقريباً مع تلك التي لموظفي الصحف المطبوعة على الورق في الوظائف المماثلة. ولقد عبر محررو صحافة الإنترنت عن قلقهم من الضغوط نحو التحول إلى فقدان أعمالهم، وكذلك أبدت نسبة مهمة من عينة الدراسة من العاملين في الصحف الإلكترونية قلقاً

ظاهراً من النظرة السلبية تجاههم وكأنهم مواطنون من الدرجة الثانية، جراء النظرات غير المستحبة التي يرمقهم بها زملاؤهم في الصحف المطبوعة.

وأظهرت الدراسة أيضاً أن أهم اهتمامات رؤساء تحرير الصحف المطبوعة تتركز حول محتوى المادة الإخبارية وقضايا التوظيف. وفي هذا السياق تكشف الدراسة أن بعضهم كان مهتماً بالعثور على صحفيين مؤهلين وتوظيفهم والاحتفاظ بهم.

وتتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية بتناول بعض المعايير المهنية وأثر ذلك على أداء الصحافة الإلكترونية والعاملين فيها وخصائصهم المهنية.

2- وأجرى (A-Ishehri & Gunter, 2002) دراسة بعنوان "سوق الصحف الإلكترونية في العالم العربي" هدفت إلى الحصول على بيانات أساسية عن قارئ الصحف الإلكترونية ومعرفة مدى رضاهم عن الخدمات التي تقدمها، واعتمدت الدراسة على مسح إلكتروني لـ (800) قارئ للجراند الإلكترونية العربية المنتشرة في أرجاء مختلفة من العالم، وأظهرت الدراسة مجموعة من النتائج أهمها:

1- وجود ضعف في البنية الأساسية لشبكة الاتصالات، بالإضافة إلى بعض العوائق الاجتماعية، والثقافية، والاقتصادية مما أدى إلى التأخير في الاستفادة من الإنترنت.

2- بينت الدراسة أنه في ظل التحدي الذي جلبته الإنترنت وظهور الأجيال الجديدة، حاولت الصحف العربية مجاراة الإنترنت بقليل من التخطيط وضعف دراسات الجدوى، وعدم وضوح مستقبل الصحافة الإلكترونية أمام الناشرين العرب.

3- أظهرت الدراسة أن نصف أفراد العينة يشعرون بالرضا عن خدمات الصحافة الإلكترونية لعدة أسباب منها أنها متوفرة طوال اليوم وهي لا تحتاج إلى دفع رسوم، وهي تمكن القراء من الحصول على الأخبار عن أي مكان في العالم.

4- عدم وجود صحفيين مؤهلين تأهيلاً مناسباً لتحرير الصحف الإلكترونية.

5- وجود منافسة شديدة بين الصحافة العربية الإلكترونية والصحافة الأجنبية التي أصدرت لها نسخاً عربية.

وتتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في تناولها بعض خصائص التغطيات الإعلامية لصحافة الإنترنت ومدى رضا جمهور القراء عن تلك الخصائص مثل الشمولية. كذلك أظهرت هذه الدراسة حالة التنافس بين كلا النوعين: الصحافة المطبوعة وصحافة الإنترنت (الإلكترونية).

تعليق على الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة محاور عديدة حول الصحافة المطبوعة والصحافة الإلكترونية (صحافة الإنترنت)، فمنها ما اهتم بمستقبل صحافة الإنترنت والسياسات التحريرية لهذا النوع الجديد من الصحافة. ومنها ما اهتم بموضوع الاتجاهات وعلاقتها بالتحصيل الدراسي للطلبة ومنها ما اهتم بمحور الإنتاج والوسائط التفاعلية في صحافة الإنترنت، ومنها ما اهتم بمستقبل الصحافة المطبوعة في ضوء التطورات التكنولوجية الحديثة في الاتصال والإعلام. وكانت دراسة (الدبيسي 2011) هي الأقرب من حيث عنوانها وأهدافها للدراسة الحالية، لكنها لم تهتم بالمقارنة بين الصحافة المطبوعة والصحافة الإلكترونية (صحافة الإنترنت)، هذا فضلاً عن أن دراسة الدبيسي اهتمت بالصحافة الإلكترونية الأردنية مقابل اهتمام الدراسة الحالية بالصحافة الكويتية. لكن دراسة الدبيسي كانت مفيدة في تأكيد الباحث على مصلح "المعايير المهنية" بدل المعايير الصحفية الذي كان من ضمن المقترحات السابقة. وتمتاز الدراسة الحالية عن الدراسات الأخرى التي تم استعراضها بأنها حاولت التوسع في دراسة

المعايير المهنية لتشمل كافة المعايير المشار إليها في المصطلحات الإجرائية، وهي التي لم يجر تناولها مجتمعة من قبل أي من الدراسات السابقة على حد علم الباحث، وتمتاز أيضاً هذه الدراسة بأنها حاولت التفريق بين المعايير الأخلاقية للصحافة والمعايير المهنية، والمعايير الأخلاقية تنطلق من الأخلاق وفلسفاتها، بينما تخضع المعايير المهنية للتعليم والتدريب والاتفاق على صحتها أو سلامتها بناء على أسس موضوعية.

وتمتاز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة أيضاً في أن هذه الدراسة التزمت بأهم المعايير المهنية للعمل الإعلامي وجعلتها موضوعاً لدراستها، وهي خطوة أولى نحو بلورة حزمة المعايير المهنية وتمييزها عن المعايير الأخلاقية التي تحكم كافة الأعمال، بينما المعايير المهنية تختص بالعمل الإعلامي والتغطيات الإعلامية التي تجري من خلال وسائل الإعلام. وأخيراً، فإن هذه الدراسة سعت إلى وضع لبنة صغيرة في مجال تعزيز المعايير المهنية التي من شأنها تحسين مستوى الأداء الإعلامي والتغطيات الإخبارية بناء على أسس ومعايير معروفة ومتفق عليها كمعايير مهنية، ولا بد أن هذه اللبنة الصغيرة بحاجة إلى المزيد من التطوير والتحسين من خلال البحث والحوار.

الفصل الثالث: الطريقة والإجراءات

منهج الدراسة

مجتمع الدراسة

عينة الدراسة

أدوات الدراسة

صدق الأداة

ثبات الأداة

متغيرات الدراسة

الأساليب الإحصائية

إجراءات الدراسة

الفصل الثالث: الطريقة والإجراءات

منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، ويهدف هذا المنهج إلى وصف واقع المشكلات والظواهر كما هي في ظل معايير محددة " (النعيمي وآخرون، 2009، ص 238)، وتستخدم هذه الدراسة المنهج الوصفي المسحي باعتباره منهجاً مناسباً لمثل هذه الدراسة التي تهدف إلى الوصف، من خلال تقييمات أو وجهات نظر عينة من مجتمع الدراسة، والوصف يشتمل أيضاً على التحليل في محاولة لفهم واقع المشكلة أو الظاهرة المدروسة وتشخيص أبعادها واقتراح الحلول لمشكلاتها.

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من الجمهور الكويتي الذي يتعامل مع مختلف وسائل الإعلام على أنواعها المطبوع والمسموع والمرئي والإلكتروني (الإنترنت).

عينة الدراسة:

أختار الباحث عينة طبقية عشوائية من حوالي (400) مبحوثٍ ينتمون لطبقتين أو لفتتين، وهما:

1- فئة الطلبة الجامعيين: 200 طالب وطالبة من الجامعات الكويتية (طلبة كلية الإعلام في جامعة الكويت) وقد جرى اختيارهم بطريقة العينة العشوائية البسيطة، وتم توزيع (220)

استبانة على أفراد هذه الفئة (تم زيادة 10 استبانة من باب الاحتياط). وتم حصر ما مجموعه (183) استبانة صالحة للتحليل الإحصائي بنسبة (48.8) من العينة الكلية.

2- فئة الإعلاميين الكويتيين: وشملت (210) أفراد من الإعلاميين الكويتيين الممارسين في بعض وسائل الإعلام وهم من المسجلين في جمعية الصحفيين الكويتيين أو من العاملين في وزارة الإعلام جرى اختيارهم بطريقة العينة العشوائية البسيطة، إذ تم توزيع (210) استبانة على أفراد هذه الفئة. (يتضمن الرقم 10 استبانات تم توزيعها زيادة من باب الاحتياط). وعند إجراء التحليل الإحصائي، تم حصر ما مجموعه (192) استبانة صالحة للتحليل الإحصائي بنسبة (51.2) من العينة الكلية.

وبناء عليه ، بلغ العدد الإجمالي للاستبانات الصالحة للتحليل الإحصائي (375) استبانة، وهذا يعادل نسبة عالية ومقبولة بلغت (93%) من العينة المستهدفة البالغة (400) مبحوث.

خصائص عينة الدراسة:

الجدول التالي تبين خصائص عينة الدراسة من حيث الجنس والعمر و"الفئة" والمستوى التعليمي ومن حيث مستوى متابعة وسائل الإعلام (مستوى التعرض لوسائل الإعلام):

وفيما يلي خصائص أفراد عينة الدراسة:

1- خصائص أفراد العينة من حيث الجنس والعمر:

الجدول (1) توزيع أفراد العينة من حيث الجنس والعمر

توزيع أفراد العينة من حيث الجنس		
المتغير	التكرار	النسبة المئوية
أنثى	197	52.5
ذكر	178	47.5
المجموع	375	100.0
توزيع أفراد العينة حسب العمر		
المتغير	التكرار	النسبة المئوية
18- 25 سنة	151	40.3
26-40 سنة	187	49.8
41 سنة فأكثر	37	9.9
المجموع	375	100.0

2- توزيع أفراد العينة حسب الفئة:

الجدول (2) توزيع أفراد العينة من حيث الفئة

توزيع أفراد العينة حسب الفئة		
المتغير	التكرار	النسبة المئوية
طالب جامعي	183	48.8
إعلامي	192	51.2
المجموع	375	100.0

3- توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي:

الجدول (3) توزيع أفراد العينة من حيث المستوى التعليمي

توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي		
المتغير	التكرار	النسبة المئوية
ثانوية عامة	33	8.8
الدبلوم	46	12.3
جامعي	288	76.8
دراسات عليا	8	2.1
المجموع	375	100.0

4- توزيع أفراد العينة حسب مستوى التعرض لوسائل الإعلام:

الجدول (4) توزيع أفراد العينة من حيث مستوى التعرض لوسائل الإعلام

توزيع أفراد العينة حسب مستوى التعرض لوسائل الإعلام		
المتغير	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	220	58.7
أحياناً	143	38.1
لا أتابعها	12	3.2
المجموع	375	100.0

أدوات الدراسة:

1- الاستبيان: قام الباحث بتطوير استبانة خاصة لهذه الدراسة تعبر عن أهدافها وأسئلتها وتجمع البيانات المطلوبة من عينة الطلبة ومن عينة الصحفيين الكويتيين. وتتكون الاستبانة من عدد من الأقسام والمحاور الأول منها يهدف لجمع بيانات لخصائص أفراد عينة الدراسة، فيما تعبر المحاور الأخرى عن أسئلة الدراسة وتتألف من (24) فقرة. وبناء على توصيات

عدد من المحكمين، فقد جعل الباحث تفسيراً لكل عنصر أو لكل مفهوم من المفاهيم الاصطلاحية ليسترشد بها المبحوثون على المعنى الحقيقي لفقرات الاستبيان. (مرفق رقم 2)

صدق الأداة:

للتأكد من صدق الأداة في قياس الغرض الذي تهدف إليه الدراسة، قام الباحث بعرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين ذوي الاختصاص في مجال الصحافة والإعلام (ملحق رقم 1) وذلك من أجل تحقيق صدق الأداة الظاهري، أي الحكم على أن أسئلة الأداة وضعت لأجل الأهداف التي صممت لها، وأن فقرات الأداة صيغت بطريقة مفهومة لأفراد العينة، وبناء على ملاحظات واقتراحات المحكمين، تم حذف بعض العبارات التي كانت نسبة الاتفاق عليها أقل من 60%، كذلك قام الباحث ببعض التعديلات أو الاقتراحات التي تهدف إلى تحسين الصياغة والتناسق في أسئلة وفقرات الاستبيان حتى وصلت إلى الشكل النهائي الذي طبق فيه على أفراد عينة الدراسة.

ثبات الأداة:

تم حساب الثبات باستخراج معامل (كرونباخ ألفا) كمؤشر لثبات الأداة، وقد بلغت قيمة (كرونباخ ألفا) (87%)، وهي نسبة عالية ومقبولة وتعبر عن قوة الارتباط بين فقرات الاستبانة. والجدول (5 ملحق رقم) يتضمن نتائج اختبار (كرونباخ ألفا) لكل الفقرات.

متغيرات الدراسة :

أ- المتغيرات المستقلة: وهي متغيرات:

1- معدلات التعرض لوسائل الإعلام المختلفة.

2- المتغيرات الديموغرافية كالجنس و العمر والمستوى التعليمي والفئة الاجتماعية.

ب- المتغيرات التابعة: وهي:

1- تقييم المبحوثين لمدى التزام الصحافة المطبوعة وصحافة الإنترنت بالمعايير المهنية

أثناء أدائها لأعمالها.

2- مستوى رضا المبحوثين للأداء الصحفي في كل من الصحافة المطبوعة وصحافة

الإنترنت الكويتية.

المعالجة الإحصائية:

قام الباحث بإدخال البيانات إلى ذاكرة الحاسوب باستخدام الرزم الإحصائية للعلوم

الاجتماعية (SPSS) (بالاستعانة بمختصين في الإحصاء) لإجراء التحليلات الإحصائية

المناسبة للدراسة والتي تتضمن:

1- التكرارات والنسب المئوية لخصائص أفراد العينة.

2- المتوسطات والانحرافات المعيارية والرتب لأسئلة الدراسة.

3- اختبار "Independent Sample T-test" لعينتين مستقلتين للفرضيتين الأولى

والثانية والسادسة واختبار التباين الأحادي One Way Anova للفرضيات الثالثة

والرابعة والخامسة واختبار شافيه للمقارنات البعدية للإجابة على الفرضيتين: الثالثة والخامسة.

إجراءات الدراسة:

بعد أن تم إقرار خطة هذه الدراسة بعون الله في شهر أيار/ 2012، باشر الباحث بالاطلاع على المزيد من الدراسات والأدب النظري، ثم شرع الباحث بتصميم أداة الدراسة وتحكيمها من قبل المختصين جنباً إلى جنب مع جمع المعلومات والبيانات والمراجع ذات العلاقة بمباحث الإطار النظري، ثم باشر بتطبيق أداة الدراسة لمجتمع المعلومات الميدانية في أواسط شهر تموز 2012، وبناء على ذلك جرى تحليل المعلومات والبيانات إحصائياً من خلال الحاسوب، ثم بعد ذلك قام الباحث بكتابة تقرير النتائج في الفصل الرابع وقام بمناقشتها في الفصل الخامس الذي انتهى بكتابة عدد من التوصيات.

المقياس الحسابي للدراسة:

اعتمد التحليل الإحصائي المقياس الثلاثي التالي:

- المستوى المنخفض من (1) - أقل من (2.33).

- المستوى المتوسط من (2.34) - (3.66).

- المستوى المرتفع من (3.67) إلى (5).

الفصل الرابع: عرض نتائج الدراسة

- خصائص الجمهور من حيث مستوى متابعة الوسائل الإعلامية الكويتية:

- نتائج أسئلة الدراسة:

- نتائج فرضيات الدراسة:

- خصائص الجمهور من حيث مستوى متابعة الوسائل الإعلامية الكويتية:

- والجدول (6) التالي يبين خصائص أفراد العينة من حيث مستوى متابعة الوسائل

الإعلامية الكويتية:

جدول (6) خصائص أفراد العينة من حيث مستوى متابعة الوسائل الإعلامية الكويتية

الفقرة	دائماً	%	أحياناً	%	لا أتابعها	%
صحافة مطبوعة	220	58.7	143	38.1	12	3.2
إذاعات مسموعة	101	26.9	224	59.7	50	13.3
محطات تلفزة	230	61.3	118	31.5	27	7.2
صحافة إنترنت	200	53.3	139	37.1	36	9.6

* الأرقام والنسب لا تجمع لأن خيارات الإجابة تسمح بالتعددية.

يبين الجدول (6) خصائص الجمهور من حيث مستوى متابعة الوسائل الإعلامية الكويتية، إذ تبين أن غالبية أفراد العينة (230) مبحوثاً بنسبة (61.3%) هم من يشاهدون محطات التلفزة، وعليه فقد جاءت محطات التلفزة في المرتبة الأولى بين الوسائل الإعلامية الأخرى من حيث مستوى المتابعة الدائمة، أما المرتبة الثانية فجاءت من نصيب الصحف المطبوعة بتكرار بلغ (220) وبنسبة مئوية (58.7%) من أفراد العينة، وجاءت المرتبة الثالثة لصحافة الإنترنت بتكرار بلغ (200) وبنسبة مئوية بلغت (53.3%) من أفراد العينة، في حين جاءت المرتبة الرابعة والأخيرة للإذاعات المسموعة بتكرار بلغ (101) وبنسبة مئوية بلغت (26.9%) من أفراد العينة.

وتبين قراءة العمود الثاني الذي يشير إلى مستوى متابعة من درجة "أحياناً" أن النسبة الأعلى كانت من نصيب الإذاعات المسموعة بتكرار بلغ (224) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت

(59.7%) من أفراد العينة، ويأتي بعد ذلك الصحافة المطبوعة بتكرار (143) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (38.1%) من أفراد العينة، وهذه النسب تُعد نسباً منطقية في ضوء معرفتنا بالعادات الاتصالية للجمهور الكويتي، وأهمها سيادة محطات التلفزة في نسب المشاهدة للجمهور الكويتي، ثم يتلوها "الصحف المطبوعة" ثم "صحافة الإنترنت"، في حين تشهد متابعة "الإذاعات المسموعة تراجعاً واضحاً، لكنها تظل في المرتبة الأولى التي يجري متابعتها أحياناً، وهذا بفعل بعض العوامل المتصلة بالجمهور أو بالوسيلة الإعلامية نفسها. وتدل نتائج هذا المحور على أفضلية لمحطات التلفزة في مستويات المتابعة الدائمة، ثم الصحافة المطبوعة بفوارق صغيرة، ثم صحافة الإنترنت، بينما تأتي الإذاعات المسموعة في المرتبة الأخيرة بفوارق ملحوظة.

1- نتائج السؤال الأول: ما تقييم الجمهور الكويتي لمصادقية مصادر المعلومات والأخبار في الصحافة المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت:
والجدول (7) التالي يبين تقييم الجمهور الكويتي لمصادقية مصادر المعلومات والأخبار:

جدول (7) تقييم الجمهور الكويتي لمصادقية مصادر المعلومات والأخبار

المرتبة	الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرة
الأولى	متوسط	1.015	3.11	مصادقية مصادر الصحافة المطبوعة
الثانية	ضعيف	1.35	1.84	مصادقية مصادر صحافة الإنترنت

يبين الجدول (7) نتائج محور مصداقية مصادر الصحافة المطبوعة مقارنة بصحافة الإنترنت، إذ تبين أن الصحافة المطبوعة احتلت المرتبة الأولى بوسط حسابي متوسط بلغ (3.11) وبانحراف معياري بلغ (1.015). في حين جاءت صحافة الإنترنت في المرتبة الثانية وبوسط حسابي ضعيف بلغ (1.84) وبانحراف معياري بلغ (1.35). وهذا يدل على أفضلية واضحة للصحافة المطبوعة على صحافة الإنترنت بفارق كبير في محور مصداقية المصادر الإخبارية والمعلوماتية من وجهة نظر أفراد العينة.

2- نتائج السؤال الثاني: ما تقييم الجمهور الكويتي لشمولية التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت؟
والجدول (8) التالي يبين تقييم الجمهور الكويتي لشمولية التغطيات الإخبارية:

جدول (8) تقييم الجمهور الكويتي لشمولية التغطيات الإخبارية

المرتبة	الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرة
الثانية	متوسط	1.05	2.97	شمولية التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة
الأولى	متوسط	1.09	3.58	شمولية التغطيات الإخبارية في صحافة الإنترنت

يبين الجدول (8) نتائج محور شمولية التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة مقارنة بصحافة الإنترنت، إذ تبين أن صحافة الإنترنت حازت على المرتبة الأولى بوسط حسابي

متوسط بلغ (3.58) وبانحراف معياري بلغ (1.09). في حين جاءت الصحافة المطبوعة في المرتبة الثانية وبوسط حسابي متوسط بلغ (2.97) وبانحراف معياري بلغ (1.05). وهذا يدل على أفضلية لصحافة الإنترنت على الصحافة المطبوعة بفارق ملحوظ في محور شمولية التغطيات الإخبارية من وجهة نظر أفراد العينة.

3- نتائج السؤال الثالث: ما تقييم الجمهور الكويتي لموضوعية التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت؟

والجدول (9) التالي يبين تقييم الجمهور الكويتي لموضوعية التغطيات الإخبارية:

جدول (9) تقييم الجمهور الكويتي لموضوعية التغطيات الإخبارية

المرتبة	الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرة
الأولى	متوسط	1.16	3.04	إن موضوعية التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة
الثانية	ضعيف	1.04	2.23	إن موضوعية التغطيات الإخبارية في صحافة الإنترنت

يبين الجدول (9) نتائج محور موضوعية التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة مقارنة بصحافة الإنترنت، إذ تبين أن الصحافة المطبوعة حازت على المرتبة الأولى بوسط حسابي متوسط بلغ (3.04) وبانحراف معياري بلغ (1.16). في حين جاءت صحافة الإنترنت في المرتبة الثانية بوسط حسابي ضعيف بلغ (2.23) وبانحراف معياري بلغ (1.04).

وهذا يدل على أفضلية الصحافة المطبوعة على صحافة الإنترنت بفارق كبير في محور موضوعية التغطيات الإخبارية من وجهة نظر أفراد العينة.

4- نتائج السؤال الرابع: ما تقييم الجمهور الكويتي لتوازن التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت؟

والجدول (10) التالي يبين تقييم الجمهور الكويتي لتوازن التغطيات الإخبارية:

جدول (10) تقييم الجمهور الكويتي لتوازن التغطيات الإخبارية

المرتبة	الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرة
الأولى	متوسط	1.07	3.51	إن توازن التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة
الثانية	ضعيف	1.19	2.14	إن توازن التغطيات الإخبارية في صحافة الإنترنت

يبين الجدول (10) نتائج محور توازن التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة مقارنة بصحافة الإنترنت، إذ تبين أن الصحافة المطبوعة حازت على المرتبة الأولى بوسط حسابي متوسط بلغ (3.51) وبانحراف معياري بلغ (1.07). في حين جاءت صحافة الإنترنت في المرتبة الثانية بوسط حسابي "ضعيف" بلغ (2.14) وبانحراف معياري بلغ (1.19). وهذا يدل على أفضلية الصحافة المطبوعة على صحافة الإنترنت بفارق ملحوظ في محور توازن التغطيات الإخبارية من وجهة نظر أفراد العينة.

5- نتائج السؤال الخامس: ما تقييم الجمهور الكويتي للتنوع والتعددية في الرأي والرأي

الآخر في الصحافة المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت؟

والجدول (11) التالي يبين تقييم الجمهور الكويتي للتنوع والتعددية في التغطيات الإخبارية:

جدول (11) تقييم الجمهور الكويتي للتنوع والتعددية في التغطيات الإخبارية

المرتبة	الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرة
الثانية	متوسط	1.19	3.14	إن التنوع والتعددية في الرأي والرأي الآخر للتغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة
الأولى	متوسط	1.13	3.34	إن التنوع والتعددية في الرأي والرأي الآخر للتغطيات الإخبارية في صحافة الإنترنت

يبين الجدول (11) نتائج محور التنوع والتعددية في التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة مقارنة بصحافة الإنترنت أن صحافة الإنترنت حازت على المرتبة الأولى بوسط حسابي متوسط بلغ (3.34) وبانحراف معياري بلغ (1.13). في حين جاءت الصحافة المطبوعة في المرتبة الثانية بوسط حسابي متوسط أيضاً بلغ (3.14) وبانحراف معياري بلغ (1.19).

وهذا يدل على تقارب ملحوظ في تقييم أفراد العينة لمحور التنوع والتعددية في التغطيات الإخبارية بين الصحافة المطبوعة وصحافة الإنترنت من وجهة نظر أفراد العينة.

6- نتائج السؤال السادس: ما تقييم الجمهور الكويتي لدقة التغطيات الإخبارية في

الصحافة المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت؟

والجدول (12) التالي يبين تقييم الجمهور الكويتي لدقة التغطيات الإخبارية:

جدول (12) تقييم الجمهور الكويتي لدقة التغطيات الإخبارية

المرتبة	الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرة
الأولى	متوسط	.99	3.39	إن دقة التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة
الثانية	متوسط	1.11	3.02	إن دقة التغطيات الإخبارية في صحافة الإنترنت

يبين الجدول (12) نتائج محور دقة التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة مقارنة

بصحافة الإنترنت أن الصحافة المطبوعة حازت على المرتبة الأولى بوسط حسابي متوسط

بلغ (3.39) وبانحراف معياري بلغ (.99). في حين جاءت صحافة الإنترنت في المرتبة

الثانية بوسط حسابي متوسط أيضاً بلغ (3.02) وبانحراف معياري بلغ (1.11).

وهذا يدل على تقارب ملحوظ في تقييم أفراد العينة لمحور دقة التغطيات الإخبارية في كل

من الصحافة المطبوعة وصحافة الإنترنت من وجهة نظر أفراد العينة.

7- نتائج السؤال السابع: ما تقييم الجمهور الكويتي للتفاعلية مع الجمهور في الصحافة المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت؟

والجدول (13) التالي يبين تقييم الجمهور الكويتي للتفاعلية في التغطيات الإخبارية في الصحافة الكويتية:

جدول(13) تقييم الجمهور الكويتي للتفاعلية في التغطيات الإخبارية

المرتبة	الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرة
الثانية	ضعيف	1.12	1.16	إن التفاعلية في التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة
الأولى	مرتفع	1.13	3.92	إن التفاعلية في التغطيات الإخبارية في صحافة الإنترنت

يبين الجدول (13) نتائج محور التفاعلية في التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة مقارنة بصحافة الإنترنت، إذ حازت صحافة الإنترنت على المرتبة الأولى بوسط حسابي مرتفع بلغ (3.92) وانحراف معياري بلغ (1.13). في حين جاءت الصحافة المطبوعة في المرتبة الثانية وبوسط حسابي ضعيف بلغ (1.16) وانحراف معياري بلغ (1.12). وهذا يدل على أفضلية صحافة الإنترنت على الصحافة المطبوعة بفارق كبير في محور أو خاصية التفاعلية من وجهة نظر أفراد العينة.

8- نتائج السؤال الثامن: ما تقييم الجمهور الكويتي للالتزام بالنزاهة في الصحافة

المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت؟

والجدول (14) التالي يبين تقييم الجمهور الكويتي لنزاهة التغطيات الإخبارية:

جدول (14) تقييم الجمهور الكويتي للنزاهة في التغطيات الإخبارية

المرتبة	الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرة
الأولى	متوسط	1.26	3.28	إن النزاهة في التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة
الثانية	ضعيف	1.04	2.01	إن النزاهة في التغطيات الإخبارية لصحافة الإنترنت

يبين الجدول (14) نتائج محور النزاهة في التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة مقارنة بصحافة الإنترنت، إذ حازت الصحافة المطبوعة على المرتبة الأولى بوسط حسابي متوسط بلغ (3.28) وبانحراف معياري بلغ (1.26). في حين جاءت صحافة الإنترنت في المرتبة الثانية وبوسط حسابي ضعيف بلغ (2.01) وبانحراف معياري بلغ (1.04). وهذا يدل على أفضلية الصحافة المطبوعة على صحافة الإنترنت بفارق واضح في محور النزاهة في التغطيات الإخبارية من وجهة نظر أفراد العينة.

نتائج فرضيات الدراسة:

نتائج الفرضية الأولى:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الجمهور الكويتي لمصادقية مصادر المعلومات والأخبار في الصحافة الكويتية تبعاً للفئة الاجتماعية للمبحوثين.

لاختبار الفرضية الأولى تم استخدام اختبار Independent Sample T-test للتعرف

على الفروقات في تقييم الجمهور الكويتي لمصادقية مصادر المعلومات والأخبار في الصحافة الكويتية تبعاً للفئة الاجتماعية للمبحوثين والجدول (15) يوضح ذلك:

الجدول (15)

اختبار Independent Sample T-test للتعرف على الفروقات في تقييم الجمهور الكويتي

لمصادقية مصادر المعلومات والأخبار في الصحافة الكويتية تبعاً للفئة الاجتماعية

جدول(15) تقييم الجمهور الكويتي لمصادقية مصادر المعلومات

الدلالة الإحصائية	قيمة ت	العدد	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
0.313	2.24-	183	0.623	1.6885	طالب جامعي
	2.24-	192	0.623	1.8333	إعلامي

يتضح من الجدول (15) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الجمهور الكويتي

لمصادقية مصادر المعلومات والأخبار في الصحافة الكويتية تبعاً للفئة الاجتماعية للمبحوثين،

حيث كانت الدلالة الإحصائية أعلى من (0.05) مما يشير إلى قبول الفرضية الصفرية.

وهذه النتائج تعني أن اتجاهات كل من الطلبة الجامعيين والإعلاميين الكويتيين هي اتجاهات متقاربة أو متماثلة، وهي تتراوح بين المستويين المتوسط والضعيف مثلما اتضح في نتائج السؤال الأول.

نتائج الفرضية الثانية:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الجمهور الكويتي لموضوعية التغطيات الإخبارية في الصحافة الكويتية تعزى لجنس المبحوثين.

لاختبار الفرضية الثانية تم استخدام اختبار Independent Sample T-test للتعرف على الفروقات في تقييم الجمهور الكويتي لموضوعية التغطيات الإخبارية في الصحافة الكويتية تبعاً لجنس المبحوثين والجدول (16) يوضح ذلك:

الجدول (16)

اختبار Independent Sample T-test للفروقات في تقييم الجمهور الكويتي لموضوعية التغطيات الإخبارية في الصحف الكويتية تبعاً لجنس المبحوثين

الدلالة الإحصائية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العدد	قيمة ت	الدلالة الإحصائية
0.866	2.6041	0.515	197	5.16-	إناث
	2.9017	0.599.	178	5.13-	ذكور

يتضح من الجدول (16) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الجمهور الكويتي لموضوعية التغطيات الإخبارية في الصحافة الكويتية تعزى لجنس المبحوثين ، حيث كانت الدلالة الإحصائية أعلى من (0.05) مما يشير إلى قبول الفرضية الصفرية.

وهذه النتائج تعني أن اتجاهات كل من الذكور والإناث هي اتجاهات متقاربة أو متماثلة فيما يخص موضوعية الصحافة الكويتية، وهي تتراوح بين المستويين المتوسط للصحافة المطبوعة والضعيف لصحافة الإنترنت مثلما اتضح في نتائج السؤال الثالث.

نتائج الفرضية الثالثة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الجمهور الكويتي لنزاهة التغطيات الإخبارية في الصحافة الكويتية تعزى للمستوى التعليمي للمبحوثين.

لاختبار الفرضية الثالثة تم استخدام اختبار التباين الأحادي One Way Anova

للتعرف على الفروقات في تقييم الجمهور الكويتي لنزاهة التغطيات الإخبارية في الصحافة الكويتية تبعاً للمستوى التعليمي للمبحوثين والجدول (17) يوضح ذلك:

الجدول (17)

اختبار التباين الأحادي One Way Anova للتعرف على الفروقات في تقييم الجمهور الكويتي

لنزاهة التغطيات الإخبارية في الصحافة الكويتية تبعاً للمستوى التعليمي

الدلالة الإحصائية	قيمة (F)	مربع المتوسطات	درجات الحرية	مجموع المربعات	
0.000	11.149	4.078	3	12.235	بين المجموعات
		0.366	371	135.714	داخل المجموعات
			374	147.949	المجموع

يتضح من الجدول (17) وجود فروقات في تقييم الجمهور الكويتي لنزاهة التغطيات الإخبارية

في الصحافة الكويتية تعزى لمتغير المستوى التعليمي، وللتعرف على هذه الفروقات ولأى فئة

كانت الفروقات لصالحها، تم استخدام اختبار شيفيه للمقارنات البعدية ويبين الجدول في الملحق

رقم (4) بيانات تلك الفروقات. إذ اتضح من الجدول أن الفروقات جاءت لصالح الفئات التعليمية "المؤهل الجامعي" و"الدبلوم" و"الدراسات العليا" فيما يتعلق بتقييم الجمهور الكويتي لنزاهة التغطيات الإخبارية في الصحافة الكويتية. أي أن كافة الفئات (باستثناء) فئة "ثانوية عامة فأقل" كان لها تقييمات متباينة نتج عنها هذه الفروقات في اتجاهات أفراد العينة، وقد يعزى هذا الأمر إلى تباين الاتجاهات في المستويات التعليمية لأفراد العينة أو نتيجة تباين في درجات التعرض لوسائل الإعلام، ويبدو أن الأمرين مرتبطان إلى حد كبير.

نتائج الفرضية الرابعة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الجمهور الكويتي لمدى شمولية التغطيات الإخبارية في الصحافة الكويتية تبعاً للمستوى التعليمي للمبحوثين.

لاختبار الفرضية الرابعة تم استخدام اختبار التباين الأحادي One Way Anova

للتعرف على الفروقات في تقييم الجمهور الكويتي لمدى شمولية التغطيات الإخبارية في

الصحافة الكويتية تبعاً للمستوى التعليمي للمبحوثين والجدول (18) يوضح ذلك:

الجدول (18)

اختبار التباين الأحادي One Way Anova للتعرف على الفروقات في تقييم الجمهور لمدى

شمولية التغطيات الإخبارية في الصحافة الكويتية تبعاً للمستوى التعليمي للمبحوثين

الدلالة الإحصائية	قيمة (F)	مربع المتوسطات	درجات الحرية	مجموع المربعات	
0.238	1.400	0.584	1	0.584	بين المجموعات
		0.418	373	155.749	داخل المجموعات
			374	156.333	المجموع

يتضح من الجدول (18) عدم وجود فروقات في تقييم الجمهور الكويتي لمدى التزام الصحافة الكويتية لمدى شمولية التغطيات الإخبارية تبعاً للمستوى التعليمي.

نتائج الفرضية الخامسة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الجمهور الكويتي لمدى التنوع والتعددية في تغطيات الصحافة الكويتية تبعاً للفئة العمرية.

لاختبار الفرضية السادسة تم استخدام اختبار التباين الأحادي One Way Anova للتعرف على الفروقات في تقييم الجمهور الكويتي لمدى التزام الصحافة الكويتية بالتنوع والتعددية تبعاً للفئة العمرية للمبحوثين والجدول (19) يوضح ذلك:

الجدول (19)

اختبار التباين الأحادي One Way Anova للتعرف على الفروقات في تقييم الجمهور

الكويتي لمدى التنوع والتعددية في تغطيات الصحافة الكويتية تبعاً للفئة العمرية

الدلالة الإحصائية	قيمة (F)	مربع المتوسطات	درجات الحرية	مجموع المربعات	
0.000	77.338	22.956	2	45.913	بين المجموعات
		0.297	372	110.421	داخل المجموعات
			374	156.333	المجموع

يتضح من الجدول (19) وجود فروقات في تقييم الجمهور الكويتي لمدى التزام الصحافة الكويتية بالتنوع والتعددية تبعاً للفئة العمرية، وللتعرف لصالح أي فئة من الفئات العمرية كانت الفروقات تم استخدام اختبار شيفيه للمقارنات البعدية، والجدول في الملحق رقم (5) يوضح هذه الفروقات.

ويتضح من جدول شيفيه للاختبارات البعدية أن الفروقات جاءت لصالح جميع الفئات العمرية فيما يتعلق بتقييم الجمهور الكويتي لمدى التزام الصحافة الكويتية بالتنوع والتعددية. أي أن تقييمات أو اتجاهات كافة الفئات العمرية لمدى التزام الصحافة الكويتية بالتنوع والتعددية كانت متباينة، بمعنى أن لكل فئة عمرية اتجاهاتها الخاصة المغايرة لاتجاهات الفئات الأخرى.

نتائج الفرضية السادسة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الجمهور الكويتي لمدى التزام الصحافة الكويتية بالتنوع والتعددية تبعاً للفئة الاجتماعية للمبحوثين.

لاختبار الفرضية السادسة تم استخدام اختبار Independent Sample T-test

للتعرف على الفروقات في تقييم الجمهور الكويتي لمدى التزام الصحافة الكويتية بالتنوع والتعددية تبعاً للفئة الاجتماعية للمبحوثين والجدول (20) يوضح ذلك:

الجدول (20)

اختبار Independent Sample T-test للتعرف على الفروقات في تقييم الجمهور الكويتي لمدى التزام الصحافة الكويتية بالتنوع والتعددية تبعاً للفئة الاجتماعية

الدلالة الإحصائية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العدد	قيمة ت	
0.027	2.26	0.565	197	5.52-	طالب جامعي
	2.82	0.679	178	5.47-	إعلامي

يتضح من الجدول (20) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الجمهور الكويتي لمدى التزام الصحافة الكويتية بالتنوع والتعددية تبعاً لمتغير الفئة الاجتماعية للمبحوثين حيث بلغت

الدلالة الإحصائية أقل من معدلها (0.05)، حيث كانت الفروقات لصالح فئة الإعلاميين، إذ بلغ المتوسط الحسابي لها (2.82) وهو أعلى من فئة الطالب الجامعي والبالغ (2.26). وتدل هذه النتيجة على أن الإعلاميين يرون تنوعاً وتعددية في الصحافة الكويتية (المطبوعة والإلكترونية) أكثر من الفئة الأخرى المتمثلة بفئة الطلبة الجامعيين.

الفصل الخامس: مناقشة نتائج الدراسة

مناقشة نتائج أسئلة الدراسة

مناقشة نتائج فرضيات الدراسة

توصيات الدراسة

1- مناقشة نتائج السؤال الأول: ما تقييم الجمهور الكويتي لمصادقية مصادر

المعلومات والأخبار في الصحافة المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت؟

بينت نتائج محور مصداقية مصادر الصحافة المطبوعة مقارنة بصحافة الإنترنت، أن الصحافة المطبوعة احتلت المرتبة الأولى بوسط حسابي متوسط بلغ (3.11)، في حين جاءت صحافة الإنترنت في المرتبة الثانية وبوسط حسابي ضعيف بلغ (1.84). وهذه النتائج تدل على أفضلية واضحة للصحافة المطبوعة على صحافة الإنترنت بفارق كبير في محور مصداقية المصادر الإخبارية والمعلوماتية من وجهة نظر أفراد العينة. وتتشابه هذه النتائج مع دراسة الدبيسي (2011) التي أظهرت هذا الضعف في عدة معايير منها معيار المصداقية، وبينت الدراسة أن ذلك عائد لعدة عوامل أهمها عامل نقل الأخبار من صحف ومواقع أخرى على شبكة الإنترنت دون تدقيقها. ولا شك أن ضعف مصداقية الوسائل الإعلامية سيؤدي إلى ضعف أو تراجع في اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام مثلما أشارت نظرية الاعتماد المتبادل، مما يعني أن وسائل الإعلام تفقد بعضاً من مصدر قوتها المتمثل في الجمهور.

ويرى الباحث أن أسباب ضعف المصداقية عائد إلى شيوع ظاهرة نقل الأخبار في المواقع على شبكة الإنترنت، وعائد أيضاً إلى حقيقة أن أياً كان يستطيع كتابة أي تقرير ثم يقوم بنشره على مدونته أو في مواقع أخرى مفتوحة لا يوجد فيها رقابة أو سياسة تحريرية واضحة.

2- مناقشة نتائج السؤال الثاني: ما تقييم الجمهور الكويتي لشمولية التغطيات

الإخبارية في الصحافة المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت؟

بينت نتائج محور شمولية التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة مقارنة بصحافة الإنترنت، أن صحافة الإنترنت حازت على المرتبة الأولى بوسط حسابي متوسط بلغ (3.58)، في حين جاءت الصحافة المطبوعة في المرتبة الثانية وبوسط حسابي متوسط بلغ (2.97).

وهذه النتائج تدل على أفضلية لصحافة الإنترنت على الصحافة المطبوعة بفارق ملحوظ في محور شمولية التغطيات الإخبارية من وجهة نظر أفراد العينة.

وقد أيدت نتائج دراسة غالي (2003) على الصحف المصرية هذه النتيجة وعزت ذلك إلى التزام محرري الصحف برغبات ملاك الصحف من خلال الالتزام بالخط السياسي والفكري في المقام الأول ثم يأتي التزامها بتلبية رغبات واحتياجات القراء بالتعبير عن هموم القراء ونقد الأداء الحكومي في المقام الثاني. ويرى الباحث أن من أهم أسباب عدم تحقيق الشمولية في الصحف المطبوعة عاملين اثنين هما: المساحة المحددة لعدد أوراق الصحيفة، ثم المنافسة أو المزاحمة الكبيرة للإعلانات التجارية للمادة الإعلامية.

3- مناقشة نتائج السؤال الثالث: ما تقييم الجمهور الكويتي لموضوعية التغطيات

الإخبارية في الصحافة المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت؟

بينت نتائج محور موضوعية التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة مقارنة بصحافة الإنترنت، أن الصحافة المطبوعة حازت على المرتبة الأولى بوسط حسابي متوسط بلغ

(3.04)، في حين جاءت صحافة الإنترنت في المرتبة الثانية بوسط حسابي ضعيف بلغ (2.23).

وهذه النتائج تدل على أفضلية الصحافة المطبوعة على صحافة الإنترنت بفارق كبير في محور موضوعية التغطيات الإخبارية من وجهة نظر أفراد العينة.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة الدبيسي (2011) التي أظهرت ضعف مستوى الموضوعية في صحافة الإنترنت الأردنية، لكن دراسات أخرى أظهرت أيضاً ضعفاً في مستوى الموضوعية في بعض الصحف المطبوعة مثل دراسة أبو العلا (1996)، وقد فسّر الباحث ذلك بعدة أسباب مثل السيطرة والملكية والتمويل. أما دراسة الصبيحي (2008) فقد بينت أن الصحف السعودية تفتقد للموضوعية والواقعية لأنها تعتمد في تحديد وظائفها الإعلامية على مصادر ذات مصالح تتعارض مع احتياجات الجمهور. وبذلك فالموضوعية في تلك الدراسة هي الالتزام بحاجات الجمهور. وبناء على ذلك يرى الباحث أن مفهوم الموضوعية مفهوم نسبي لا يمكن تحقيقه بأي شكل من الأشكال، لكن يمكن تحقيق مستوى جيد منه بحيث يجري تجنب الشخصية والإسهاب والإيجاز المُخل بالمعنى أو بعناصر التغطية وغير ذلك من المحددات.

4- مناقشة نتائج السؤال الرابع: ما تقييم الجمهور الكويتي لتوازن التغطيات

الإخبارية في الصحافة المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت؟

بينت نتائج محور توازن التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة مقارنة بصحافة الإنترنت، أن الصحافة المطبوعة حازت على المرتبة الأولى بوسط حسابي متوسط بلغ (3.51) في حين جاءت صحافة الإنترنت في المرتبة الثانية بوسط حسابي "ضعيف" بلغ (2.14).

وهذه النتائج تدل على أفضلية الصحافة المطبوعة على صحافة الإنترنت بفارق ملحوظ في محور توازن التغطيات الإخبارية من وجهة نظر أفراد العينة.

يقصد بالتوازن أنها تعطي الخصوم أو المتنافسين أو الأطراف - كالحكومة والمعارضة- الفرص نفسها في التغطيات، وهذا يختلف عن التنوع والتعددية.

وتقتضي طبيعة التغطية المتوازنة تحقيق العدالة والتوازن بين عدة جهات لها مصالح في التغطيات الإخبارية وأهمها: الجمهور، الحكومة، المعلنون. وقد أشارت نظرية الإشباعات والحاجات إلى أن الجمهور يقوم بالتعرض لوسائل الإعلام ليصبح مجموعة من الحاجات المعرفية والاجتماعية والوجدانية، ولذلك فإن حجب أو كتم أي من تلك الحاجات عن الجمهور لن يكون في صالحه ولن يكون في صالح الوسيلة الإعلامية، لأن الجمهور سيقوم بالبحث عن وسائل أخرى ليحقق إشباعاته التي لم يجز إشباعها.

وقد كشفت دراسة غالي (2003) أن الصحف المصرية التي درسها لم تحقق هذا المبدأ لأن السياسات التحريرية للصحف كانت تسعى لتلبية رغبات ملاك الصحف أكثر من أي جهة أخرى. وأكدت دراسة أبو العلا (1996) على أن أياً من الصحف لم تحقق مبدأ التوازن.

ويرى الباحث أنه كلما زاد المستوى المتحقق من التوازن في التغطيات الإخبارية في الصحف فإن ذلك يعني فائدة عامة لكافة الأطراف وأن ذلك يُعد مؤشراً على سلامة السياسة

التحريرية للصحيفة. وكذلك يمكن أن يزيد من اعتمادية الجمهور على وسائل إعلامه فلا يبحث عن أخرى بديلة أو أجنبية.

5- مناقشة نتائج السؤال الخامس: ما تقييم الجمهور الكويتي للتنوع والتعددية في

الرأي والرأي الآخر في الصحافة المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت؟

بينت نتائج محور التنوع والتعددية في التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة مقارنة بصحافة الإنترنت أن صحافة الإنترنت حازت على المرتبة الأولى بوسط حسابي متوسط بلغ (3.34) وبانحراف معياري بلغ (1.13). في حين جاءت الصحافة المطبوعة في المرتبة الثانية بوسط حسابي متوسط أيضاً بلغ (3.14).

وهذه النتائج تدل على تقارب ملحوظ في تقييم أفراد العينة لمحور التنوع والتعددية في التغطيات الإخبارية بين الصحافة المطبوعة وصحافة الإنترنت من وجهة نظر أفراد العينة. ويرى الباحث أن هذا التقارب في النتائج عائد إلى مجموعة عوامل أهمها أن الصحافة الكويتية تتمتع بقدر لا بأس به من الحرية منذ زمن طويل مما يعني أنها حققت قدراً كبيراً من التنوع والتعددية سواء كان في الصحيفة الواحدة أم خلال وجود عدة صحف ومجلات توفر التعددية والتنوع الذي ينشده الإعلامي وينشده المواطن أيضاً. لذلك فإن الصحف المطبوعة لا تعاني من هذه الخاصية رغم أنه كان من المتوقع أن تتغلب صحافة الإنترنت على الصحافة المطبوعة بسبب ما تمتاز به من تنوع وتعددية وخصائص أخرى (مثل السعة الكبيرة والنصوص التشعبية) التي تعطي صحافة الإنترنت حوافز تشجع على التنوع والتعددية، وتحقيق أكبر قدر من التعددية والتنوع سيؤدي - كما أشارت نظريتي الإشباع

والحاجات والاعتماد المتبادل - إلى المزيد من الارتباط والاعتماد بين الجمهور ووسائل إعلامه.

6- مناقشة نتائج السؤال السادس: ما تقييم الجمهور الكويتي لدقة التغطيات

الإخبارية في الصحافة المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت؟

بينت نتائج محور دقة التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة مقارنة بصحافة الإنترنت أن الصحافة المطبوعة حازت على المرتبة الأولى بوسط حسابي متوسط بلغ (3.39)، في حين جاءت صحافة الإنترنت في المرتبة الثانية بوسط حسابي متوسط أيضاً بلغ (3.02). وهذه النتائج تدل على تفوق الصحافة المطبوعة على صحافة الإنترنت في محور دقة التغطيات الإخبارية من وجهة نظر أفراد العينة.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة الدبيسي (2011) ومع دراسة (Al-shehri & Gunter, 2002) التي بينت أن ذلك السبب عائد لعدم وجود صحفيين مؤهلين تأهيلاً مناسباً لتحرير الصحف الإلكترونية.

ويرى الباحث أن هذه نتيجة منطقية من حيث السياسات التحريرية التي تنتهجها الصحف المطبوعة، فالخبر فيها يمر عبر عدة مراحل إلى أن يصل إلى الجمهور، بينما قد لا يمر بغير المحرر في بعض الحالات في صحافة الإنترنت، لكن الملاحظ أن صحافة الإنترنت تشهد تحسناً مما يجعلها منافسة للصحافة المطبوعة في هذا الصعيد، وهذا تعكسه الفوارق البسيطة بين متوسطات النوعين من الصحافة. وربما يمكن تفسير ذلك بأن الكثير من المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت بدأت بتوظيف كوادر صحفية مؤهلة، كذلك، فإن مرور عدة سنوات على ظهور صحافة الإنترنت حسن من خبرة هؤلاء العاملين في صحافة الإنترنت،

كذلك فإن الكثير من المواقع على الإنترنت هي في الحقيقة مواقع لبعض الصحف ووسائل الإعلام الأخرى، مما يعني استخدام خبرات إعلامية في تحرير هذه المواقع.

7- مناقشة نتائج السؤال السابع: ما تقييم الجمهور الكويتي للتفاعلية مع

الجمهور في الصحافة المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت؟

بينت نتائج محور التفاعلية في التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة مقارنة بصحافة الإنترنت، أن صحافة الإنترنت حازت على المرتبة الأولى بوسط حسابي مرتفع بلغ (3.92)، في حين جاءت الصحافة المطبوعة في المرتبة الثانية وبوسط حسابي ضعيف بلغ (1.16).

وهذه النتائج تدل على أفضلية صحافة الإنترنت على الصحافة المطبوعة بفارق كبير في محور أو خاصية التفاعلية من وجهة نظر أفراد العينة.

ويرى الباحث أن خاصية التفاعلية أصبحت حاجة ضرورية للتغطيات الإعلامية بحيث ترتقي إلى مستوى المعايير المهنية رغم أنها عبارة عن مجموعة من الخصائص التي تتداخل فيها التقنيات الاتصالية بسياسات الوسيلة الإعلامية وبقدرة الإعلاميين على استغلال تلك الخاصية، وهذه القاعدة أكثر ما تنطبق على صحافة الإنترنت رغم أنها لا تتنافى مع الصحافة المطبوعة، والتفاعلية تحقق للجمهور إشباع حاجات كثيرة لديه منها حاجته للتعبير عن نفسه وعن قضاياها، وهذا ما أشارت إليه نظرية الإشباع بالحاجات الوجدانية والمعرفية معاً، وتدرج هذه الحاجة أيضاً ضمن الحاجات الاجتماعية لأنها تتضمن الرغبة في التفاعل مع الآخرين، وقد أشارت دراسة المطيري (2011) إلى أن أحد تحديات الصحافة المطبوعة منافسة الصحافة الإلكترونية من حيث الخصائص التي تتمتع بها بما في

ذلك وسائل جذب القراء، والتفاعلية هي أهم هذه الخصائص، وهذا ما أكدت عليه أيضاً دراسة (فهيم، 2001)، وكذلك دراسة الحمود والعسكر (2002).

8- مناقشة نتائج السؤال الثامن: ما تقييم الجمهور الكويتي للالتزام بالنزاهة في

الصحافة المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت؟

بينت نتائج محور النزاهة في التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة مقارنة بـصحافة الإنترنت، أن الصحافة المطبوعة حازت على المرتبة الأولى بوسط حسابي متوسط بلغ (3.28)، في حين جاءت صحافة الإنترنت في المرتبة الثانية وبوسط حسابي ضعيف بلغ (2.01).

وهذه النتائج تدل على أفضلية الصحافة المطبوعة على صحافة الإنترنت بفارق واضح في

محور النزاهة في التغطيات الإخبارية من وجهة نظر أفراد العينة.

ويرى الباحث أن النزاهة تعني الصدق في التغطيات والأخبار والتحليل حتى لو كان ذلك مغايراً لآمال وتوقعات الوسيلة الإعلامية. وتؤكد دراسة (A-Ishehri & Gunter, 2002) على هذه النتيجة بطريقة غير مباشرة، إذ أشارت إلى أن الصحف الإلكترونية السعودية تعاني من عدم وجود صحفيين مؤهلين تأهيلاً مناسباً لتحرير الصحف الإلكترونية، وهذا من شأنه التقليل من مستوى النزاهة في تغطيات تلك الصحف على أساس أن الإعلامي ينفذ سياسة تحريرية تتماشى مع أهواء مالكي الصحف، وهذا ما أشارت إليه عدة دراسات منها دراسة أبو العلا (1996).

مناقشة نتائج الفرضيات:

1- مناقشة نتائج الفرضية الأولى:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الجمهور الكويتي لمصادقية مصادر المعلومات والأخبار في الصحافة الكويتية تبعاً للفئة الاجتماعية للمبحوثين.

اتضح من النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الجمهور الكويتي لمصادقية مصادر المعلومات والأخبار في الصحافة الكويتية تبعاً للفئة الاجتماعية للمبحوثين.

وهذه النتائج تعني أن اتجاهات كل من الطلبة الجامعيين والإعلاميين الكويتيين هي اتجاهات متقاربة أو متماثلة، وهي تتراوح بين المستويين المتوسط والضعيف مثلما اتضح في نتائج السؤال الأول. ويمكن تفسير ذلك بأن تقييم الفئات الاجتماعية لمصادقية الصحافة يتأثر ببعضه بعضاً، أو أن قادة الرأي ومنهم الإعلاميون أثروا في باقي الفئات من ناحية هذا التقييم.

2- مناقشة نتائج الفرضية الثانية:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الجمهور الكويتي لموضوعية التغطيات الإخبارية في الصحافة الكويتية تعزى لجنس المبحوثين.

اتضح من النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الجمهور الكويتي لموضوعية التغطيات الإخبارية في الصحافة الكويتية تعزى لمتغير الجنس.

وهذه النتائج تعني أن اتجاهات كل من الطلبة الذكور والإناث هي اتجاهات متقاربة أو متماثلة فيما يخص موضوعية الصحافة الكويتية، وهي تتراوح بين المستويين المتوسط للصحافة المطبوعة والضعيف لصحافة الإنترنت مثلما اتضح في نتائج السؤال الثالث.

ويرى الباحث أن هذا التقييم يشكل ثقافة عامة أو انطباعات عامة عن الصحافة، وهذا الأمر يحتاج إلى المزيد من التدقيق والدراسات المعمقة والموسعة.

3- مناقشة نتائج الفرضية الثالثة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الجمهور الكويتي لنزاهة التغطيات الإخبارية في الصحافة الكويتية تعزى للمستوى التعليمي للمبحوثين.

اتضح من النتائج وجود فروقات في تقييم الجمهور الكويتي لنزاهة التغطيات الإخبارية في الصحافة الكويتية تعزى لمتغير المستوى التعليمي، واتضح أن الفروقات جاءت لصالح الفئات التعليمية "المؤهل الجامعي" و"الدبلوم" و"الدراسات العليا"، فيما يتعلق بتقييم الجمهور الكويتي لنزاهة التغطيات الإخبارية في الصحافة الكويتية. أي أنه كان لكل فئة من هذه الفئات تقييم مغاير أنتج هذه الفروقات في اتجاهات أفراد العينة، ومن الطبيعي أن يظهر أثر المستوى التعليمي في كثير من القضايا والاتجاهات نظراً للأثر المعروف للتعليم على اتجاهات الأفراد ونظرتهم لشؤون الحياة المختلفة.

4- مناقشة نتائج الفرضية الرابعة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الجمهور الكويتي شمولية التغطيات الإخبارية في الصحافة الكويتية تبعاً للمستوى التعليمي للمبحوثين.

اتضح من النتائج عدم وجود فروقات في تقييم الجمهور الكويتي لمدى التزام الصحافة الكويتية لمدى شمولية التغطيات الإخبارية تبعاً للمستوى التعليمي.

وتدل هذه النتيجة على تقارب في تقييمات واتجاهات كافة المستويات فيما يخص هذا المحور المتعلق بمدى شمولية التغطيات الإخبارية، وربما تعود هذه النتيجة إلى أن خاصية الشمولية مثل

خاصية التفاعلية، باتت أمراً معروفاً في صحافة الإنترنت بما لا يشكل محلاً للتباين والاختلاف في تقييمات كثير من فئات المجتمع الكويتي.

5- مناقشة نتائج الفرضية الخامسة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الجمهور الكويتي لمدى التنوع والتعددية في تغطيات الصحافة الكويتية تبعاً للفئة العمرية.

اتضح من النتائج وجود فروقات في تقييم الجمهور الكويتي لمدى التزام الصحافة الكويتية بالتنوع والتعددية تبعاً للفئة العمرية. واتضح أن الفروقات جاءت لصالح جميع الفئات العمرية فيما يتعلق بتقييم الجمهور الكويتي لمدى التزام الصحافة الكويتية بالتنوع والتعددية.

وهذه النتائج تدل على أن تقييمات أو اتجاهات كافة الفئات العمرية لمدى التزام الصحافة الكويتية بالتنوع والتعددية كانت متباينة، أي أن لكل فئة عمرية اتجاهاتها الخاصة المغايرة لاتجاهات الفئات الأخرى. وهذه النتيجة منطقية لأن التباين في وجهات النظر كثيراً ما يظهر بين الأجيال، خصوصاً ما يتعلق منها بمستجدات الحياة والمسائل المتعلقة بالاتصال.

6- مناقشة نتائج الفرضية السادسة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الجمهور الكويتي لمدى التزام الصحافة الكويتية بالتنوع والتعددية تبعاً للفئة الاجتماعية للمبحوثين.

اتضح من النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الجمهور الكويتي لمدى التزام الصحافة الكويتية بالتنوع والتعددية تبعاً لمتغير الفئة الاجتماعية. واتضح أن الفروقات كانت لصالح فئة الإعلاميين.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن الإعلاميين أكثر اطلاعاً على الأنواع والأنماط الصحفية الكويتية من غيرهم أو مقارنة بفئة الطلبة، إذ إن الإعلامي يحرص على الإطلاع على بعض الصحف المخالفة لوجهات نظره بهدف المعرفة والإطلاع، فيما يميل الطلبة إلى تضيق دائرة الاطلاع على بعض الصحف التي تناسب توجهاتهم وتتبع حاجاتهم الإعلامية.

توصيات الدراسة:

ارتأى الباحث تقسيم التوصيات والمقترحات كما يلي:

أولاً: توصيات ومقترحات للصحافة المطبوعة:

1- التوصية بأهمية اهتمام الصحافة المطبوعة بالمزيد من التوسع وتحقيق الشمولية في تغطياتها الإخبارية، ويبدو أن صفحات الدعاية والإعلان كانت سبباً في انحسار مساحات كبيرة كان يمكن أن تحقق المزيد من الشمولية في التغطيات الإخبارية.

2- يقترح الباحث على الصحف الورقية التغلب على هذه المشكلة بعدة طرق منها إصدار الملاحق في بعض الحالات واعتماد نسبة من المساحات الورقية لصالح الإعلان والدعاية بحيث لا يجري التوسع فيها على حساب شمولية التغطيات الإخبارية،

ثانياً: توصيات ومقترحات لصحافة الإنترنت:

1- المزيد من الاهتمام بموثوقية ودقة مصادر المعلومات لتغطياتها الإخبارية، إذ تبين أن الجمهور الكويتي ما يزال لا يعطي ثقة كافية لمصادر التغطيات الإعلامية في صحافة الإنترنت.

2- يوصي الباحث بضرورة اهتمام صحافة الإنترنت أكثر بمعايير الموضوعية من خلال تجنب "شخصنة" التغطيات الإخبارية وتجنب المزج بين "الخبر - الموضوع" وبين "الرأي"، هذا إضافة

إلى المعايير الأخرى التي من شأنها تعزيز معيار الموضوعية في هذه الصحافة.

3- يوصي الباحث لصحافة الإنترنت الكويتية الاهتمام أكثر بمعيار "توازن التغطيات الإخبارية"،

ويمكن اتخاذ عدة تدابير لتحقيق هذا الهدف منها: عمل توازن في المساحات المخصصة لكل حدث أو خبر، وتجنب التعقيم على الرأي الآخر وإفساح المجال أمام مختلف الآراء وغير ذلك من الاحتياطات المهنية.

4- يوصي الباحث صحافة الإنترنت بضرورة الاهتمام بدقة التغطيات الإخبارية من حيث كافة العناصر التي تؤدي إلى الدقة، سواء من حيث المصادر والإفصاح عنها، أم من حيث اللغة، أم من حيث التقديرات والتنبؤات والصور والتواريخ المعتمدة وغير ذلك من عناصر تؤدي إلى المزيد من دقة التغطية.

5- يوصي الباحث صحافة الإنترنت بالاهتمام بمحور النزاهة في تغطياتها الإخبارية، وتشير النزاهة إلى الصدق في التغطيات والأخبار والتحليل حتى لو كان ذلك مغايراً لآمال وتوقعات الوسيلة الإعلامية.

ثالثاً: توصيات ومقترحات للباحثين الإعلاميين:

1- أهمية إعداد بحث عن تفضيلات الجمهور الكويتي والمرشحين السياسيين أو الإعلاميين ما بين الفيسبوك وتويتر.

2- توصية للباحثين لإعداد دراسات أخرى عن تحليل مضمون الدعايات الانتخابية عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي.

3- يوصي الباحثين الآخرين بأهمية إجراء دراسة عن الدعاية الانتخابية حول تفضيلات المرشحين والسياسيين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الجماهيرية في الدعاية الانتخابية.

المراجع

أولاً: الكتب العربية:

- أبو أصعب، صالح خليل (2005) قضايا إعلامية، الطبعة الثانية، عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- أدهم، محمود، (1979)، فن التحرير الصحفي، القاهرة، دار الشعب.
- إسماعيل، محمود حسن (2003) مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، طبعة 2، القاهرة، الدار العلمية للنشر والتوزيع.
- الأمانة العامة لمجلس التعاون الخليجي (2004) دليل المؤسسات الإعلامية والصحفية بدول مجلس التعاون الخليجي، الرياض، دار طارق للنشر.
- أمين، رضا عبد الواحد (2007) الصحافة الإلكترونية، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- الباز، محمد (2009) صحافة الإثارة: السياسة والدين والجنس في الصحف المصرية، القاهرة، مكتبة جزيرة الورد.
- تريان، ماجد سالم (2008) الإنترنت والصحافة الإلكترونية "رؤية مستقبلية"، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
- الجابري، محمد عابد، (2001)، العقل الأخلاقي العربي، منشورات مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت.
- جوهر، صلاح، (1979)، علم الاتصال ومفاهيمه ونظرياته ومجالاته، القاهرة، مكتبة عين شمس.
- حجاب، محمد منير (2004)، المعجم الإعلامي، دار الفجر الجديد، القاهرة، مصر.

- حجاب، محمد منير (2010)، الإعلام والموضوعية، القاهرة، دار الفجر.
- حسام الدين، محمد (2003) المسؤولية الاجتماعية للصحافة، القاهرة، الدار المصرية للنشر.
- حمادة، عبد المحسن عبد العزيز (1995) مدخل إلى أصول التربية، ط4، كويت تايمز للنشر، الكويت.
- حمزة، عبد اللطيف (د.س)، الإعلام له تاريخه ومذاهبه، دار الفكر العربي. القاهرة.
- الحمود عبد الله، والعسكر، فهد (2002) "إصدارات الصحف السعودية المطبوعة على الإنترنت في ضوء السمات الاتصالية للصحافة الإلكترونية - دراسة تقويمية" القاهرة: المؤتمر العلمي السنوي الأول لأكاديمية أخبار اليوم: "الصحافة وآفاق التكنولوجيا" القاهرة 2002.
- خليل، لؤي، (2010)، الإعلام الصحفي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- الداود، وليد (2011) التلفزيون الكويتي، الكويت، وزارة الإعلام الكويتية.
- الدبيسي، عبد الكريم(2011) "المعايير المهنية في الصحافة الإلكترونية الأردنية: دراسة مسحية لأساليب الممارسة المهنية في الصحافة الإلكترونية الأردنية"، في: مجلة دراسات الاتصال والتنمية، بيروت، العدد (5) السنة 2012.
- الدستور الكويتي، قانون رقم 61 لسنة 2007 بشأن الإعلام المرئي والمسموع.
- الدليمي، عبد الرزاق، (2011). الصحافة العالمية. ط1، 147، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- الدناني، عبد الملك ردمان (2001) الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، بيروت، دار الراتب الجامعية.

- راشد، هادي (1992) **حل مجلس الأمة والحركة الدستورية في الكويت**. الكويت (د.ن).
- الرميحي، محمد (2004) "النخبة الثقافية الكويتية وعصر الاستقلال (حياة وعصر الشيخ صباح السالم نموذجاً)"، **سلسلة المحاضرات والندوات**، العدد (6) مارس 2004، مركز الدراسات الإستراتيجية والمستقبلية، الكويت.
- أبو زيد، فاروق، (1992)، **فن الخبر الصحفي**، ط2، القاهرة، عالم الكتاب.
- سحر مصطفى عبد الغني سلامة (2004) "تطور الفنون الصحفية في الصحافة المصرية في الفترة من عام 1924 - 1954". رسالة ماجستير. (القاهرة: قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2004)
- شاكر، عطا الله (2011) **إدارة المؤسسات الإعلامية**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- الشايجي، عبد الله خليفة (1994) "انتخابات مجلس الأمة الكويتي السابع أكتوبر 1992: تحليل نتائج" في **مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية**، الكويت، العدد 72، يناير 1994.
- الشهري، فايز بن عبد الله، (2003) "واقع ومستقبل الصحف اليومية على شبكة الانترنت دراسة مسحية شاملة على رؤساء تحرير الصحف السعودية ذات الطبعات الإلكترونية"، بحث مقدم لندوة "الإعلام السعودي سمات الواقع واتجاهات المستقبل"، المنتدى الإعلامي الأول - الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض/ جامعة الملك سعود - مارس/2003م.
- صادق، عباس مصطفى (2003) **صحافة الإنترنت وقواعد النشر الإلكتروني**، أبو ظبي، الظفرة للطباعة.
- صالح، سليمان، (2005) **أخلاقيات الإعلام وقوانينه**، الكويت، دار الفلاح للنشر والتوزيع.

- الصبيحي، محمد بن سليمان (2008) العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال والجمهور - دراسة وصفية في ضوء متغيرات البيئة الاتصالية الحديثة في المملكة" (أطروحة دكتوراه غير منشورة، مقدمة لقسم الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود ، الإسلامية، الرياض، المملكة العربية السعودية).
- الصلال، بدر (2011) دور الفضائيات الكويتية الرسمية والخاصة في تعزيز المواطنة لدى الشباب الكويتي (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط).
- الطويسي، باسم (2008) "ما هي المهنة الإعلامية (1)"، جريدة العرب اليوم، 2008/7/20.
- عبد الحميد، محمد، (1992) بحوث الصحافة، القاهرة، عالم الكتاب.
- عبد الحميد، محمد، (1997) نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط1، عالم الكتب، مصر.
- عبد اللطيف، صلاح، (2004) الصحافة المتخصصة، ط1، القاهرة، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية.
- العبد الله، مي (2005) الاتصال والديمقراطية، ط1، ، بيروت- دار النهضة العربية.
- عبد النبي، عبد الفتاح، (1989) سوسيولوجيا الخبر الصحفي، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع.
- عبد الواحد، أمين رضا، (2007) الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
- أبو عرجة، تيسير (2006) قضايا ودراسات إعلامية، عمان، دار جرير.
- أبو عرقوب، إبراهيم أحمد (1993) الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، عمان، دار مجدلاوي.
- عزت، محمد (2010) الأخبار الصحفية أصول جمعها وكتابتها، ط1، عمان، الدار العالمية للنشر والتوزيع.

- العقاد، أحمد خليل (1967) **تاريخ الصحافة العربية في فلسطين**، دمشق، دار العروبة للطباعة والنشر.
- أبو العلا، محمد حسام الدين محمود إسماعيل (1996) **المسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية: دراسة مقارنة للمضمون والقائم بالاتصال في الصحف القومية والحزبية من 1991-1994**. (رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1996).
- علم الدين، محمود وعبد المجيد، ليلي (1996) **فن التحرير الصحفي: المفاهيم والأدوات**، القاهرة، دار السحاب للنشر والتوزيع.
- علي، أسامة عبد الرحيم، (2003) **فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية لدى القراء**، القاهرة، جامعة المنصورة، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع.
- علم الدين، محمود (2000) **الصحافة في عصر المعلومات: الأساسيات والمستحدثات**، القاهرة، دن.
- علم الدين، محمود (1994) **"التحرير الصحفي المفهوم والجوانب العلمية"**، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 77.
- غالي، محرز حسين (2003) **"العوامل الإدارية المؤثرة على السياسة التحريرية في الصحف المصرية"**. رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة).
- الفار، محمد جمال (2006) **المعجم الإعلامي**، عمان، دار المشرق الثقافي.
- الفريخ، سهام (1999) **هنا الكويت**، الكويت، دار قرطاس للنشر.
- فهمي، أماني السيد (1996) **"أثر الممارسة الإعلامية للعاملين في أخبار التلفزيون على اتجاهاتهم نحو العمل"**، مجلة البحوث الإعلامية، كلية اللغة العربية بالقاهرة - جامعة الأزهر، العدد الخامس، يوليو 196.

- قريعي، أحمد موسى، (2008) **ضمير الصحافة**، مكتبة مدبولي، القاهرة، مصر.
- قطب، عبد الحميد، (1994) **دراسة مقارنة لفني القصة الخبرية والتقارير الصحفي (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة).**
- مكاوي، حسن (2003) **أخلاقيات العمل الإعلامي (دراسة ومقارنة)**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
- ماكفيل، توماس (2005) **الإعلام الدولي، النظريات والاتجاهات والملكية**، ترجمة حسني محمد نصر، وعبد الله الكندي. العين، دار الكتاب الجامعي.
- المتولي، أمال، (2003)، **مدخل في الصحافة**، ط1، دار ومكتبة الإسراء، مصر.
- المديرس، فلاح (1994) **التجمعات السياسية الكويتية: مرحلة ما بعد التحرير**، الكويت، دار قرطاس للنشر والتوزيع.
- مراد، كامل خورشيد (2011) **الاتصال الجماهيري والإعلام**، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- مركز إدارة البحوث والدراسات بمجلس الأمة الكويتي، (2006) **مجلس الأمة ودوره في الدبلوماسية البرلمانية**، الكويت، منشورات مجلس الأمة.
- المسلمي، إبراهيم، (2003) **التشريعات الإعلامية**، دار الفكر العربي.
- مكاوي، عماد، والسيد، ليلي (1998) **نظريات الاتصال المعاصرة**، طبعة 1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
- مشاقبة، بسام، (2010)، **أخلاقيات العمل الإعلامي**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

- المشيخي، محمد بن عوض (2004) **الإعلام في الخليج العربي: واقعه ومستقبله**، الكويت، دار الفلاح للنشر والتوزيع.
- المصري، محمد عبد الغني (2002) **أخلاقيات المهنة**، عمان: مكتبة الرسالة الحديثة.
- المطيري، حماد غريب (2011) **اتجاهات الشباب الجامعي الكويتي نحو مطالعة الصحف الورقية والإلكترونية في الكويت** (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط)
- مكي، حسن إبراهيم، عبد العزيز، بركات، (1995) **المدخل إلى علم الاتصال**، الكويت، منشورات ذات السلاسل.
- المؤتمر العلمي الأول (2005) **أخلاقيات الإعلام والفضائيات العربية**، الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، الدار اللبنانية- المصرية.
- موسى، عصام (1995) **المدخل في الاتصال الجماهيري**، اربد (الأردن)، دار مكتبة الكتابي.
- الناغي، السيد أحمد، (1986)، **الأسس العلمية لفن الحديث الصحفي**، دراسة تطبيقية للحديث الصحفي في الجرائد اليومية المصرية (الأخبار، الأهرام، الجمهورية) (رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة، جامعة الأزهر).
- نصر، حسني محمد (2010) **قوانين وأخلاقيات العمل الإعلامي**، دار الكتاب الجامعي، العين، الإمارات العربية المتحدة.
- النعيمي، محمد والبياتي، عبد الجبار توفيق، وخليفة غازي (2009) **طرق ومناهج البحث العلمي**. عمان، دار الوراق.

- هاتلنج، جون (1993) **أخلاقيات الصحافة** ، ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع.
- هوهنبرغ، جون، (1990) **الصحفي المحترف**، ترجمة محمد كمال عبد الرؤوف، القاهرة، مصر.
- الهيئة الأردنية للثقافة الديمقراطية (الأردن) (2010) "تغطية وسائل الإعلام لانتخابات مجلس النواب الأردني، نوفمبر 2010، عمان، الهيئة الأردنية للثقافة الديمقراطية، مركز عدالة لدراسات حقوق الإنسان، المجموعة الدولية لدعم الإعلام، الدنمارك.
- الوقيان، فرحان (1994) **الصحافة الكويتية تاريخ وعطاء**، الكويت، دار عرب.
- وزارة العدل (2006) **قانون رقم 3 لسنة 2006 في شأن المطبوعات والنشر**، الكويت.

المراجع الإنجليزية:

- Al-Shehri, Fayes and Barrie Gunter.(2002)." The Market for Electronic Newspapers In **Arab World'**. Aslib proceedings: News Information Perspective, Vol.45.No.1,pp 56-70. Available at:
<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=863944>
- Chris, Forst, (2008), **journalism Ethics and Regulation**, 2nd edition, Pearson Longman, London.
- DeFleur, Melvin L. & Rokeach, Sandra Bale(1992) **Theories of Mass Communication** (5th Edition Publisher : Allyn & Bacon).
- Klapper, J. T(2001) " The Effects of mass communication " , 2ed (Glencoe : Free Press, P: 20-32 -Singer, J.).

مراجع الإنترنت:

- موقع مجلس الأمة الإلكتروني (2011)
<http://www.kna.kw/clt/run.asp?id=334>
- العربية نت، متاح بتاريخ 2012/8/5
<http://www.alarabiya.net/articles/2011/05/04/147801.html>
- منتدى (تاريخ الكويت) متاح 2011/6/22
<http://www.kuwait-history.net/vb/showthread.php?t=3505>
- عبدالعزيز الدوسري ،العربية نت، متاح بتاريخ 2012/8/5
<http://www.alarabiya.net/articles/2011/05/04/147801.html>

ملاحق الدراسة

ملحق رقم (1) أسماء محكمي الاستبانة

الاسم	العنوان / الوظيفة	
1	أ.د. تيسر أبو عرجة	قسم الصحافة والإعلام - جامعة البترا
2	د. كامل خورشيد	كلية الإعلام - الشرق الأوسط
3	د. رائد البياتي	كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط
4	د. محمود السعدي	كلية الإعلام - الشرق الأوسط
5	د. عبد الكريم الدبيسي	قسم الصحافة والإعلام - جامعة البترا
6	د. هبة المسلم	قسم الإعلام - كلية الآداب / جامعة الكويت
7	د. عبد العزيز الديحاني	قسم الإعلام - كلية الآداب / جامعة الكويت
8	د. حسن إبراهيم مكي	قسم الإعلام - كلية الآداب / جامعة الكويت
9	د. خالد القحص	قسم الإعلام - كلية الآداب / جامعة الكويت



المعايير المهنية في الصحافة المطبوعة وصحافة الإنترنت من وجهة نظر

الجمهور الكويتي (دراسة مقارنة)

الأخوات والأخوة المشاركين

هذه الاستمارة عبارة عن أداة من أدوات دراسة ماجستير في الإعلام تتناول المعايير

المهنية في الصحافة المطبوعة وصحافة الإنترنت من وجهة نظر الجمهور الكويتي

(دراسة مقارنة).

ويرجو الباحث مساعدتكم في تعبئة هذه الاستمارة بدقة وموضوعية ما أمكن ذلك

ودون ذكر أية معلومات شخصية، إذ إن الدراسة تهتم بالنتائج العامة وهي لن

تستعمل لغير أغراض الدراسة الجامعية.

أشكر لكم حسن تعاونكم

الباحث

هاتف (الكويت 99633733)

القسم الأول:

بيانات المستجيبين:

1- النوع الاجتماعي: - أنثى. - ذكر.

2- العمر: - من 18 - 25 سنة. - من 26 - 40 سنة. - من 41 سنة فأكثر.

3- المهنة/ العمل:

- طالب جامعي - إعلامي في وسيلة إعلامية.

4- المستوى التعليمي:

- الثانوية العامة فما دون.

- الدبلوم.

- البكالوريوس.

- دراسات عليا (ماجستير ودكتوراه).

القسم الثاني:

أولاً: مستوى متابعة الوسائل الإعلامية الكويتية:

الرقم	الفقرة	دائماً	أحياناً	لا أتابعها
5	صحافة مطبوعة			
6	إذاعات مسموعة			
7	محطات تلفزيونية			
8	صحافة إنترنت			

ثانياً: ما تقييمك الشخصي لمصداقية مصادر المعلومات والأخبار في الصحافة المطبوعة

مقابل صحافة الإنترنت؟ (المقصود هل تعتمد الصحافة على مصادر موثوقة ودقيقة)

الرقم	الفقرة	عالية جداً	عالية	(محايد) لا أدري	ضعيفة	ضعيفة جداً
9	مصداقية مصادر الصحافة المطبوعة					
10	مصداقية مصادر صحافة الإنترنت					

ثالثاً: ما تقييمك الشخصي لشمولية التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة مقابل

صحافة الإنترنت؟ (يقصد بالشمولية أنها تغطي جميع مناحي الحدث ولا تتجاهل الأحداث المهمة)

الرقم	الفقرة	عالية جداً	عالية	(محايد) لا أدري	ضعيفة	ضعيفة جداً
11	شمولية التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة					
12	شمولية التغطيات الإخبارية في صحافة الإنترنت					

رابعاً: ما تقييمك الشخصي لموضوعية التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة مقابل

صحافة الإنترنت؟ (يقصد بالموضوعية الالتزام بحدود الموضوع وعدم الشخصنة في تناول الأحداث)

الرقم	الفقرة	عالية جداً	عالية	(محايد) لا أدري	ضعيفة	ضعيفة جداً
13	إن موضوعية التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة					
14	إن موضوعية التغطيات الإخبارية في صحافة الإنترنت					

خامساً: ما تقييمك الشخصي لتوازن التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة مقابل

صحافة الإنترنت؟ (يقصد بالتوازن أنها تعطي الخصوم أو المتنافسين أو الأطراف - كالحكومة

والمعارضة- الفرص نفسها في التغطيات)

الرقم	الفقرة	عالية جداً	عالية	(محايد) لا أدري	ضعيفة	ضعيفة جداً
15	إن توازن التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة					
16	إن توازن التغطيات الإخبارية في صحافة الإنترنت					

سادساً: ما تقييمك الشخصي للتنوع والتعددية في الرأي والرأي الآخر في الصحافة

المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت؟ (يقصد بالتنوع والتعددية أن الوسائل الإعلامية تحرص على تقديم

الأفكار ووجهات النظر والشخصيات المتنوعة ولا تقصي أي منها)

الرقم	الفقرة	عالية جداً	عالية	(محايد) لا أدري	ضعيفة	ضعيفة جداً
17	إن التنوع والتعددية في الرأي والرأي الآخر للتغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة					
18	إن التنوع والتعددية في الرأي والرأي الآخر للتغطيات الإخبارية في صحافة الإنترنت					

سابعاً: ما تقييمك الشخصي لدقة التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة مقابل صحافة

الإنترنت؟

الرقم	الفقرة	عالية جداً	عالية	(محايد) لا أدري	ضعيفة	ضعيفة جداً
19	إن دقة التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة					
20	إن دقة التغطيات الإخبارية في صحافة الإنترنت					

ثامناً: ما تقييمك الشخصي للتفاعلية مع الجمهور في الصحافة المطبوعة مقابل صحافة

الإنترنت؟ (يقصد بالتفاعلية أن الفرص متاحة أمام القراء للرد والتعليق والمداخلات على التغطيات

الإخبارية)

الرقم	الفقرة	عالية جداً	عالية	(محايد) لا أدري	ضعيفة	ضعيفة جداً
21	إن التفاعلية في التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة					
22	إن التفاعلية في التغطيات الإخبارية في صحافة الإنترنت					

تاسعاً: ما تقييمك الشخصي للالتزام بالنزاهة في الصحافة المطبوعة مقابل صحافة

الإنترنت؟

(يقصد بالنزاهة الصدق في التغطيات والأخبار والتحليل حتى لو كان ذلك مغايراً لآمال وتوقعات الوسيلة

الإعلامية)

الرقم	الفقرة	عالية جداً	عالية	(محايد) لا أدري	ضعيفة	ضعيفة جداً
23	إن النزاهة في التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة					
24	إن النزاهة في التغطيات الإخبارية لصحافة الإنترنت					

انتهت مع الشكر

ملحق (3)

جدول رقم (5) نتائج اختبار الاتساق لفقرات الاستبانة (كرونباخ ألفا)

0.75	مستوى متابعة الوسائل الإعلامية الكويتية.
0.74	مصادقية مصادر المعلومات والأخبار في الصحافة المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت.
0.94	شمولية التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت.
0.77	موضوعية التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت.
0.79	توازن التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت.
0.73	التنوع والتعددية في الرأي والرأي الآخر في الصحافة المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت.
0.88	دقة التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت.
0.84	حياد التغطيات الإخبارية في الصحافة المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت.
0.78	التفاعلية مع الجمهور في الصحافة المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت.
0.83	الالتزام بالنزاهة في الصحافة المطبوعة مقابل صحافة الإنترنت.
0.87	التزام الصحافة المطبوعة بالمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية تجاه الجمهور والمجتمع مقابل صحافة الإنترنت.
%0.87	الأداة ككل

ملحق رقم (4)

جدول اختبار شيفيه للمقارنات البعدية للتعرف على الفروقات ما بين فئات المستوى التعليمي

Sig.	Mean Difference (I- J)		
		(J) Q4	(I) Q4
.611	-.1861	الدبلوم	ثانوية
.139	.2614	جامعي	عامة
.320	-.4470	دراسات عليا	
.611	.1861	عامة ثانوية	الدبلوم
*.000	.4475	جامعي	
.737	-.2609	دراسات عليا	
.139	-.2614	عامة ثانوية	جامعي
*.000	-.4475	الدبلوم	
*.014	-.7083	دراسات عليا	
.320	.4470	عامة ثانوية	دراسات عليا
.737	.2609	الدبلوم	
*.014	.7083	جامعي	

* دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)

الملحق رقم (5)

جدول اختبار شيفيه للمقارنات البعدية للتعرف على الفروقات ما بين الفئات العمرية

Sig.	Mean Differen ce (I-J)	(J) Q2	(I) Q2
.000	-.6364	26-40	18- 25
.000	-.9538	41فأكثر	
.000	.6364	18- 25	26-40
.006	-.3174	41فأكثر	
.000	.9538	18- 25	41فأكثر
.006	.3174	26-40	

* دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)