المؤثرات في انتقاء الأخبار ونشرها لدى القائم بالاتصال في الصحف السعودية

إعداد
د٠ مبارك بن واصل الحازمي

مُقَدِّمَة :

تقوم وسائل الإعلام بدور مهم وحيوى فى التأثير على المتلقى وعلى مفاهيمه وقيمه وعاداته وتقاليده ، وأصبحت كما يرى البعض احد المحددات الرئيسية التى تشارك فى تحديد ملامح سلوك الجمهور وحياته اليومية (١) ، خاصة بعدالتطور الهائل فى تكنولوجيا الإتصال ؛ التى بدأت غالبية المؤسسات الصحفية فى الإستفادة منها ، لضمان المنافسة واجتذاب الجماهير اليها ، ونظرا لأهمية العنصر البشرى فى جمع وانتقاء ونشر الأخبار فى تلك الؤسسات ، فقد اتجهت الدراسات الإعلامية الى الإهتمام بدراسة بيئة العمل الإعلامى والوقوف على اساليب العمل بالمؤسسات الإعلامية ، وظروف انتاج المواد الإعلامية وطرق تشكيلها داخل هذه المؤسسات والظروف التى تؤثر فى نشرها وطريقة تفسيرها (٢) .

لذلك تعد دراسة العمليات الإجتماعية التى يتم من خلالها انتاج المضامين الصحفية فى المؤسسات الصحفية ، احد المحددات الرئيسية التى تساهم فى معرفة العلاقات المتبادلة بين مستوى البناء السياسى والإقتصادى والإجتماعى وبين ظروف انتاج وتقديم المضامين الصحفية واسلوب تقديمها ونوعية الجمهور الذى تستهدفه ومدى قدرة المؤسسة الصحفية ذاتها على نقل وتقديم تلك المضامين (٣) .

وتتباين الضغوط المؤثرة فى صياغة وتشكيل المضمون لدى القائمين بالاتصال بتباين المجتمعات ، وبطبيعة الإطار التنظيمى الذى تعمل فى اطاره الصحافة ايضا ، وتتعدد مستوياتها مابين ضغوط تتأثر بالعوامل والإتجاهات والقيم الشخصية للصحفيين والضغوط الروتينية والتنظيمية داخل المؤسسة والضغوط المجتمعية والأيديولوجية والثقافية (٤) ، لذلك يسعى البحث للتعرف على الضغوط والعوامل المؤثرة فى انتقاء ونشر الأخبار لدى عينة

من القائم بالإتصال فى الصحف السعودية ، ومن خلال المقابلات الميدانية لرصد طبيعة تلك العوامل والضغوط التى تتحكم فى المعالجات الصحفية للأحداث المختلفة من قبل القائم بالإتصال فى النهاية لاستخلاص الدلالات الواقعية التى تكشف واقع الأداء المهنى للقائم بالإتصال فى الصحف السعودية ٠

وتعد الصحافة السعودية واحدة من اعرق الصحافات في العالم فهي ذات تراث تاريخي عريض ملئ بالأحداث والمواجهات والحديث عن واقع الصحافة السعودية بهدف التعرف على ملامح، يستند إلى التراث التاريخي لصحافتنا السعودية في محاولة لربط هذا الواقع بجذوره التاريخية (٥) ٠

والصحف كإحدى وسائل الإعلام المهمة تقدم المعلومات والآراء والأفكار التي تساعد أفراد المجتمع على تكوين رأى صحيح في المشكلات التي تخص حياتهم السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وبذلك تساعد الصحف في إرشاد الناس وتثقيفهم وتكوين الآراء لديهم ، عن طريق شرح هذه المعلومات والآراء وتحليلها وتفسيرها والتعليق عليها ،حيث تختلف كل صحيفة عن الأخرى في طريقة تقديم التعليق والشرح والتفسير حسب السياسة العامة والشخصية الخاصة بكل صحيفة (٦) ٠

ويعد القائم بالاتصال عنصرا فعالا في العملية الاتصالية ، حيث لا تقل أهميته عن العناصر الأخرى في العملية الاتصالية كالرسالة أو الوسيلة لتحقيق التأثير المطلوب ، وخاصة في الصحافة حيث يظهر تأثير القائم بالاتصال في قوة الرسالة الإعلامية ومدى تأثيرها في المتلقي ، كما تؤثر كفاءة المحرر على توصيل أفكاره للقارئ وإقناعه بها ، وتتأثر هذه الكفاءة بالعديد من العوامل الذاتية والموضوعية (٧) ٠

- **الدراسات السابقة :**

يمكن تقسيم الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة إلي المحورين

التاليين :

أولاً: دراسات تناولت القائم بالاتصال في الصحافة ومشكلاته :

أ- الدراسات العربية :

١- دراسةعثمان محمد العربى ،وعبداللطيف محمدالعربى ٢٠٠٣م بعنوان "القائم بالإتصال فى الصحافةالسعودية (٨) :

- إستهدفت الدراسة تقديم صورة تفصيلية شاملة لواقع القائم بالإتصال فى الصحافة السعوديةاليومية ،ومقارنة هذاالنوع بما عليه الحال فى الدول العربية والغربية .

- إستخدمت الدراسة المنهج الوصفى المسحى للوصول الى معالم صورة القائم بالإتصال فى الصحافة السعودية اليومية

- وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج ،من أهمها أن القائم بالإتصال السعودى ذكورى بطبعه وفى سن الشباب وجامعى فى الغالب ويتجه نحو التخصص الإعلامى دراسيا ويجيد اللغة الإنجليزية ولديه خبرة جيدة فى العمل الصحفى وذو دخل متواضع ومحب للعمل ونادرا ماتتاح له فرصة السفر للتغطية فى الخارج ويجيد التعامل مع الجمهور وأن أهم أدواره التفسير والتحليل للقضاياالمعقده للجماهيرمع شرح سياسات الحكومة ، وأن رضاه الوظيفى مازال متدنيا .

٢- دراسة محمد قيراط (١٩٩٩) ، القائم بالإتصال فى الصحافة الجزائرية (٩) :

- تناولت القائم بالإتصال فى الجزائر وقد شملت الدراسة كل الصحفيين فى وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية وبلغ عددهم ٨٠٠صحفى ، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها :

- أن نسبة لابأس بها من الصحفيين متخصصون فى الدراسة الإعلامية ،كما أكدت الدراسة على ضرورة الدراسة الأكاديمية للقائم

بالإتصال .

- تفاوتت النسب المئوية مابين ٣٨%الى ٦٤%، غير راضين عن عملهم وأنهم يواجهون مشكلات خاصة عديدة .

- توصلت الدراسة أن الأدوار المهنية الصحفية هامة جدا،وإن مثلت إرسال المعلومات للجمهور بأسرع وقت ممكن نسبة ٧٥%وجاءت بعد ذلك العديد من الأدواربنسب مئوية قليلة .

٣-دراسة عاطف عبد الرشيد مبروك (١٩٩٧) [١٠] بعنوان:" مشكلات القائم بالاتصال في الإنتاج الإعلامي الموجه للأطفال" وسعت الدراسة إلى التعرف على مشكلات القائمين بالاتصال في الإنتاج الإعلامي الموجه للأطفال وتصنيفها بما يوفر البيانات والمعلومات التي تساعد المسئولين عن الإنتاج الإعلامي الموجه للأطفال في التغلب على هذه المشكلات وإزالة أسبابها . لتحسين أحوال القائمين بالاتصال في الإنتاج الإعلامي الموجه للأطفال وتوفير مناخ مناسب لتقديم ثقافة الطفل من خلال الوسائل الإعلامية المختلفة يمكن من خلالها تحسين الإنتاج الإعلامي الموجه للأطفال كما وكيفا.

٤- دراسة احمد صلاح الدين نفادى (١٩٩٥) [١١] بعنوان: " أخبار الصفحة الأولى دراسة مقارنة في المضمون و القائمين بالاتصال في صحف الاتحاد والخليج والبيان بدولة الإمارات العربية " هدفت الدراسة إلى الكشف عن خصائص صحافة دولة الإمارات العربية المتحدة و تحديد السمات التي تختص بها والعوامل التي تتحكم في طبيعة العملية الصحفية داخل الصحف ، ووصف وتحليل واقع القائمين بالاتصال في الصحف محل البحث ومحاولة الكشف عن طبيعة تكوينهم الثقافي والاجتماعي و معرفة جنسياتهم وظروف عملهم ومشكلاتهم ومدى تأثير هذه العوامل في أسلوب تناولهم للأخبار ومعالجتهم للمادة الإخبارية المنشورة بالصفحة الأولى في صحف الدراسة.

وأظهرت النتائج تركيز صحف الدراسة الثلاثة على أخبار السياسية والحرب والأمن أكثر من الموضوعات الأخرى التي تتناولها الصفحات الأولى. واتفق المبحوثين على أن أهم الصفات الواجب توافرها في المسئول عن اختيار وإعداد وصياغة أخبار الصفحة الأولى تتمثل في الإلمام بسياسة الدولة والتمتع بالحس الصحفي والإلمام بسياسة الصحيفة والمعرفة بسياسة الدولة. كما يواجه الصحفيون العاملون في الأقسام الأخبارية بصحف الدراسة ضغوطا في العمل وتشمل على الترتيب السياسة التحريرية التي تطبقها الصحيفة ومصادر الأخبار وعدم تقدير الرؤساء للجهود المبذول وزيادة ساعات العمل وسيطرة الإعلانات ونفوذ المعلنين وموقف الدولة اتجاه بعض القضايا وافتقار التنسيق بين الأقسام وعدم تعاون الأقسام الفنية لنشر الأخبار التي تصل متأخرة وتعليمات الرئيس المباشر.

٥- دراسة سعيد إسماعيل الصيني (١٩٨٨) (١٢) بعنوان " شروط القائم بالإتصال عند المسيحيين والمسلمين ، دراسة مقارنة •

- وقد توصلت الدراسة الى عدد من نقاط التشابه والتمايز بين تصورات الجماهير المسلمة والمسيحية عن الشروط الواجب توافرها فى مصدر الرسائل الإعلامى ، وأكدت الدراسة على أن المسلمين يفضلون التوجه المصدرى ، بينما يفضل المسيحيون التوجه الرسالى •

٦- دراسة عبد القادر طاش(١٩٨٣) (١٣) ، بعنوان صورة وصفية للصحفيين الممارسين فى الصحافة السعودية اليومية •

- إستهدفت الدراسة التوصل الى الخصائص الإجتماعية والمهنية ومستوى الرضا الوظيفى للصحفيين السعوديين ، وتوصلت الى العديد من النتائج فيما يتعلق بالخصائص الديموجرافية والخصائص المهنية والرضا الوظيفى للصحفيين ، وجاءت النتائج بنسب متفاوته فى إطار دراسة الخصائص أو الرضا الوظيفى بالإضافة الى تناول الخصائص المهنية •

ب-الدراسات الأجنبية :

١-دراسة للباحث الأمريكي وارين بريد Breed (١٩٨٠) [١٤] بعنوان: "الضبط الاجتماعي داخل غرفة الأخبار" ، وهدفت هذه الدراسة إلي تقديم تحليلاً للضبط الاجتماعي داخل غرفة الأخبار. ودرس بريد مدى تأثر المحررين بسياسة الجريدة التي يعملون بها، حيث أجرى مقابلات مع ١٢٠ محرراً واكتشف أن المحررين الجدد لم يبلغوا رسمياً بسياسة الجريدة، ولكنهم عملوا بها من خلال عملية التنشئة الاجتماعية التي تتم داخل غرفة الأخبار. ولاحظ الباحث أنه لا توجد جريدة، ممن طبق عليها دراسته، قامت بإعداد برنامج تدريبي للصحفيين الجدد بها، وحينما كان الصحفيون يسألون كيف يعرفون السياسة التحريرية، كانوا يجيبون بأنهم يعرفونها بالاستيعاب التدريجي بدون تعليم مباشر.

٢-دراسة رادي فاسيليف (١٩٨٢) [١٥] بعنوان: الحال الاجتماعية للصحفيين، وهدفت هذه الدراسة إلي التعرف على الحالة الاجتماعية للصحفيين من خلال دراسة ميدانية قامت بها اللجنة الاجتماعية بمنظمة الصحفيين العالمية عام ١٩٧٠، حيث تم إعداد استمارة استقصاء حول الوضع الاجتماعي للصحفيين في عدد من الدول الاشتراكية والرأسمالية والنامية. وتم إرسال استمارات الاستقصاء إلي الصحفيين بهذه الدول مترجماً إلي اللغات الروسية والإنجليزية والفرنسية والأسبانية. وقد ركزت هذه الدراسة الميدانية على عدد من القضايا كنظام الدفاع عن الصحفيين، وساعات عملهم وأجازاتهم، ونظام امتيازاتهم، والضمان الاجتماعي، والعناية بظروف العمل، والحماية القانونية للصحفيين، ووضعية المنظمات الصحفية المحلية، وغيرها من القضايا التي شملتها هذه الدراسة .

٣- دراسة "دينز هال" (١٩٨٠) [١٦] بعنوان : "اتجاهات المساهمين نحو ملكية صحفهم المحلية" هدفت هذه الدراسة إلي معرفة اتجاهات عينة من المساهمين أو المشتركين فيما يتعلق بملكية صحفهم المحلية

وأجريت الدراسة على الأشخاص المساهمين نصحيفة (تكساس هيرالد تريبيون) وتوزع صباحاً ومساءً ٤٧٠٠٠ نسخة وهي مملوكة لشركة Cox Enterprises ومقرها أتلانتا وتقوم هذه الدراسة على فرضية أساسية وهي معرفة الطريقة التي يؤثر بها نمط الملكية على القارئ سواء كانت الصحيفة مملوكة جماعاً أو مستقلة. وأجريت الدراسة على عينة مكونة من ٢١٠ شخص، وقد عرف ٤٩% من قراء الهيرالد تريبيون بأنها كانت جزءاً من مجموعة صحفية كما فضل غالية القراء الصحف المحلية والمستقلة عن غيرها وفضل أيضاً غالبية المبحوثين عدم تدخل الحكومة في ملكية الصحف عن طريق السلاسل القومية.

٤- دراسة " دوج أندرود وكيث ستام" (١٩٩٢) [١٧] بعنوان " توازن الأعمال و الصحافة : سياسات غرف الأخبار في اثنتا عشرة من صحف الساحل الغربي " وهدفت إلى معرفة تأثير التغيرات الكبيرة في صناعة الصحف اليومية والتي أدت إلى إعادة إلى تشكيل صناعة الصحف بشكل عام، ومنها زيادة سيطرة الشركات المساهمة على ملكية الصحف والضغوط المتزايدة لرفع الأرباح وانحصار مبيعات الصحف أو ظهور منافس قوى في عصر المعلومات والتقدم السريع في تكنولوجيا الكمبيوتر والإنترنت .

وتوصلت هذه الدراسة إلى أن الصحفيين اضطروا لكي يتعاملوا مع هذه الضغوط إلى تبنى عقلية ربحية وتجارية اكثر ، وتبنى مبادئ تسويقية جديدة بهدف جذب القراء و الحفاظ على المقدرة التنافسية للصحف ، ومن هذه المبادئ الجديدة كان التركيز على اهتمامات القارئ ، و الاستخدام الأمثل لدراسات الجمهور وارتبط ذلك بشكل خاص على الصحف المملوكة للشركات المساهمة والتي أظهرت توجها أقوى نحو آليات السوق . كما أوصت الدراسة في إطار ذلك بأنه يجب أن يتم أيجاد توازن بين المبادئ و القيم الصحفية والتوجيهات نحو آليات السوق وزيادة الأرباح.

٥- دراسة كيث ستام و دوج أندرود (١٩٩٣) [١٨] بعنوان : "العلاقة

بين الرضا الوظيفي وبين أنماط السياسات التحريرية في صالة تحرير الأخبار بالصحف". استهدفت هذه الدراسة البحث في العلاقة بين شكل الملكية وبين أنماط السياسات التحريرية في مجموعة من الصحف الصادرة في الساحل الغربي بالولايات المتحدة وتأثير ذلك على مدى تحقيق الرضا الوظيفي بين الأفراد العاملين في صالة تحرير الأخبار بهذه الصحف، وتوصلت نتائج هذه الدراسة إلي أن معظم التغيرات في أنماط السياسات التحريرية والناتجة عن تغيير نمط الملكية كان لها تأثيرها على الرضا الوظيفي، وبالتالي تؤثر على جودة ونوعية الصحيفة فقد كان الرضا الوظيفي للصحفيين العاملين في صحف مملوكة لأفراد أعلى منه لدى العاملين في صحف مملوكة لشركات مساهمة، كما أن هناك بعض التغيرات التحريرية كانت لها تأثيرات إيجابية في رفع درجة الرضا الوظيفي، وجاء في مقدمة الأسباب التي ساهمت في خفض مستوى الرضا العاملين في تلك الصحف خفض عدد العاملين والتركيز على الأرباح على حساب المادة والمضمون الصحفي، وبالعكس من ذلك كلما كان هناك توازن في الاهتمام بتحقيق أكبر عائد مادي مع الاهتمام أيضاً بتحقيق جودة صحفية ومهنية والالتزام التام بالمعايير والقيم الصحفية في أداء العمل وعدم السعي وراء الأرباح كان لذلك أثراً إيجابياً في زيادة الرضا الوظيفي للصحفيين بالصحف.

٦- دراسة " كمبرلى فرادجلى وولتر نيبامر" (١٩٩٥)[١٩] بعنوان : " جودة ملكية الصحف اللندنية و تغطيتها للأنماط الخبرية " هدفت هذه الدراسة إلي بحث العلاقة بين نوع ملكية الصحيفة وأنماط التقارير الإخبارية لأكبر الصحف الأرستقراطية اللندنية ، وذلك بسبب المناهج التجريبية، وتدل نتائج هذه الدراسة على أنه قد تبين من دراسة موضوعات الصفحة الأولى لأسابيع مختلفة على مدى ثلاث سنوات أن الصحف اليومية المملوكة على نحو مستقل قد غطت موضوعات إخبارية تحتاج لجهد تحريري أكبر من الصحف المملوكة لشركات مختلطة كما احتوت الصحف الخاصة على موضوعات

يظهر عليها اسم كاتبها في السطر الأول و استخدمت مصادر للأخبار اكثر حبا للمغامرة وغطت قصصا تتضمن صراعا و إثارة.

٧- دراسة "رويا أكفان و تيموثى بودريكس " (١٩٩٥) [٢٠] بعنوان:" نمط الملكية وحجم المؤسسة وإدراك الدور التحريري " وهدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين ملكية السلاسل الصحفية وإدراك دور رئيس التحرير، وذلك بهدف إلقاء الضوء على تأثير ملكية السلاسل الصحفية على المضمون الصحفي المقدم في هذه السلاسل ، وتؤكد نتائج الدراسة على أن ملكية السلاسل الصحفية ذات تأثير دال على مدى إدراك الدور المتعلق برئيس التحرير حيث يؤثر حجم المؤسسة الكبير بقوة على كيفية إدراك رؤساء التحرير لمهمتهم التحريرية وذلك على مستوى المؤسسات الخاصة والصحف المختلفة الأحجام داخل النمط الواحد ، لذلك يجب أن ينضم حجم المؤسسة الصحفية إلى العوامل و المتغيرات التي تؤثر على المضمون الصحفي عند عقد المقارنات بينها. -

٨-دراسة "مارثا ماثوز " (١٩٩٦) [٢١] بعنوان :" تأثير نمط الملكية العامة في استقلالية الناشر" وهدفت الدراسة إلى معرفة العلاقة بين أنماط الملكية العامة والخاصة للمؤسسات الصحفية وبين استقلال الصحفيين ومديري التحرير بها، ووجدت الدراسة أن الناشرين الذين يعملون في سلاسل صحفية ذات ملكية خاصة لديهم قدر اكبر من الاستقلالية عن هؤلاء الذين يعملون لدى الصحيفة العامة .

مشكلة الدراسة :

باستعراض الدراسات السابقة تتضح اهمية دراسة المؤثرات فى انتقاء الأخبار ونشرها لدى القائم بالإتصال فى الصحف السعودية عينة الدراسة ممثلة فى (الجزيرة – الرياض – عكاظ – المدينة) ، خاصة فى ظل تعدد مجموعة المؤثرات التى تؤثر فى عمل القائم بالإتصال ، بالإضافة الى القيم

والمثل والتوجهات المهنية والأيدلوجية التى يعتنقها وبعض العوامل الأخرى التى تؤثرعلى اختياره وانتقائه للأخبارونشرها وفى الوقت نفسه فإن أهمية القائم بالإتصال ومجموعة الضغوط التىتواجهه لاتقل اهمية عن المضمون الذى يقدمه ٠

ونظرا لاغفال العديد من الدراسات الاعلامية دراسة المؤثرات فى اختيار الاخبار ونشرها لدى القائم بالاتصال فى الصحف السعودية باعتباره مصدر انتاج المضامين المثاره على صفحات صحفهم من خلال التعرف على المحددات التى تواجه اداءه المهنى وأهدافه التى يسعى الى تحقيقها ،ومدى توافر الإمكانيات اللازمة للعمل الصحفى لديه ودرجة الرضا الوظيفى وعلاقته بمصادر معلوماته وتصوراته للمعلجة الإيجابية مما يساهم فى معرفة وفهم آليات العمل الصحفي والعوامل المشكلة لبيئة هذا العمل لدى القائم بالاتصال فى الصحف السعودية عينة الدراسة ٠

وبالتالى تتحدد مشكلة الدراسة فى مالمؤثرات فى انتقاء الأخبار ونشرها لدى القائم بالإتصال فى الصحف السعودية ٠

اهداف الدراسة :

يهدف البحث بشكل اساسى للتعرف على العوامل التى تؤثر فى طبيعة الأداء المهنى وانتاج المضامين الصحفية للقائم بالإتصال فى الصحف السعودية عينة الدراسة ، سواء أكانت هذه العوامل والضغوط داخلية خاصة بهم او خارجية ترتبط ببيئة العمل الصحفى داخل مؤسساتهم وفى هذا الإطاريسعى البحث لتحقيق الأهداف التالية :

١- معاييرانتقاء ونشرالموضوعات لدى القائم بالإتصال فى الصحف السعودية ٠

٢- نوعيات الضغوط التى تؤثرعلى اسلوب عمل القائم بالإتصال فى مجال انتقاء ونشر الموضوعات ٠

٣- اثر ثقافة القائم بالإتصال وشخصيته على انتقاء ونشر الأخبار فى الصحف السعودية

٤- التعرف على انماط العلاقات بين القائمين بالإتصال وبين زملائهم داخل بيئة العمل الصحفى فى مؤسساتهم ٠

٥- علاقة القائم بالإتصال بوسائل الإعلام الأخرى ومصادره فى الحصول على معلومات موضوعاته ٠

٦- تصورات القائم بالإتصال لعلاقته بالجمهور الذى يستهدفه ٠

تساؤلات الدراسة :

١- مامصادر الحصول على المعلومات لدى القائم بالإتصال فى الصحف السعودية ؟

٢- مانوعية القيم الإخبارية التى تحدد نشر وانتقاء الموضوعات لدى لقائم بالإتصال فى الصحف السعودية ؟

٣- مانوعية الضغوط التى تواجه القائم بالإتصال فى انتاج المضامين الصحفية فى الصحف السعودية ؟

٤- مااثر العوامل الخاصة بثقافة القائم بالإتصال على انتقاء ونشر الأخبار فى الصحف السعودية ؟

٥- مااهداف القائم بالإتصال من نشرا لموضوعات فى الصحف السعودية ؟

٦- ماادوار القائم بالإتصال اثناء نقل وتقديم الموضوعات على صفحات الصحف السعودية ؟

٧- مامدى مشاركة القائم بالإتصال فى رسم السياسة التحريرية فى الصحف السعودية ؟

٨- مانوعية مشاركة القائم بالإتصال فى تحديد ورسم السياسة

التحريرية فى الصحف السعودية ؟

٩- ماتصور القائم بالإتصال لثقة الجمهور فى الموضوعات التى يقدمها فى الصحف السعودية ؟

١٠-مامدى تعبير الموضوعات المنشورة عن رغبات الجمهور لدى القائم بالإتصال فى الصحف السعودية ؟

١١-مادرجة رضاء القائم بالإتصال عن طبيعة عمله فى الصحف السعودية ؟

• نوع الدراسة :

لما كانت الدراسة تهدف الى معرفة الضغوط والمؤثرات فى اختيار الأخبار ونشرها لدى القائم بالإتصال فى الصحف السعودية ، فان هذه الدراسة تنتمى إلى البحوث الوصفية ، حيث أنها تركز على وصف طبيعة وسمات وخصائص القائم بالإتصال والمؤثرات التى تواجهه فى الصحف السعودية ، وهذه البحوث لا تقف عند حد جمع البيانات وإنما يمتد مجالها إلى تصنيف البيانات والحقائق التي يتم تجميعها وتسجيلها وتفسير هذه البيانات وتحليلها تحليلاً شاملاً ، واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها، وبناء أساس للحقائق التي يمكن أن تتبني عليها فروض إيضاحية أو تفسيريه للموقف أو الظاهرة بما يسهم في تقديم المعرفة [٢٢].

• منهج الدراسة :

منهج المسح الإعلامي : يعتبر منهج المسح جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة موضوع البحث من العدد الحدي من المفردات المكونة من مجتمع البحث ، ولفترة زمنية كافية للدراسة ، وذلك إما بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات المطلوبة في مجال تخصص معين ، أو تحديد كفاءة الأوضاع القائمة عن

طريق مقارنة المعلومات التي تم الحصول عليها بمستويات أو معايير قياسية سبق اختبارها وإعدادها أو التعرف على الطرق والأساليب والممارسات التي اتبعت لمواجهة مشكلات معينة ، أو استخدام هذه البيانات الشاملة، في رسم سياسات ووضع الخطط على أساس من الاستبصار الكامل بجوانب الموقف(٢٣).

وتم الاعتماد على منهج المسح بالعينة للقائم بالاتصال في الصحف السعودية محل الدراسة .

• مجتمع الدراسة :

يتحدد مجتمع الدراسة فى الصحف اليومية السعودية (الجزيرة- الرياض- عكاظ - المدينة) كمجال لدراسة القائم بالإتصال ويرجع اختيار الباحث للصحف عينة الدراسة للأسباب التالية :

١- إن هذه الصحف اكثر انتشارا وتوزيعا داخل المملكة العربية السعودية .

٢- إن هذه الصحف تمثل منطقتين مختلفتين داخل المملكة العربية السعودية ، فصحيفتى الجزيرة والرياض تمثلان المنطقة الوسطى للمملكة ، وصحيفتى عكاظ والمدينة تمثلان المنطقة الغربية للمملكة .

٣- إن اتساع مساحة المملكة العربية السعودية يعطى تباين في طبيعة العمل الصحفى واداء القائم بالإتصال سواء اكانت هذه الإصدارات فى غرب المملكة او وسطها ، ونظرا لتعدد المصادر وتنوعها واختلاف البيئة داخل المملكة ، الأمر الذى يستدعى دراسة تلك العينة من الصحف .

• عينة البحث :

تم اجراء المقابلة الميدانية مع القائم بالإتصال فى الصحف السعودية وتم تحديد اقسام الأخبار، التحقيقات ، وقسم التقارير الداخلية لارتباط عمل هذه الأقسام بمجريات الحياة اليومية اكثر من غيرها ، بلغ اجمالى مفردات

العينة (٨٠) مفردة توزعت على صحف الجزيرة،الرياض ، عكاظ ، المدينة بواقع ٢٠مفردة لكل صحيفة ٠

• **الصدق والثبات :**

تعنى الدراسة المسحية تقصى الثبات والمصداقية لدورهما الأساسى فى نجاح الدراسة وتحقيقا لأهدافها والإعتماد عليها من عدمه ، حيث تم عرض استمارة الإستبيان على مجموعة من الأساتذة والخبراء فى مجال الدراسات الإعلامية وأجريت التعديلات اللازمة ليصبح الإستبيان صالحا فى صورته النهائية وقد تم تجريبها بشكل عشوائى وثبت قدرته على تحقيق عاملى الصدق والثبات ٠

المداخل النظرية للدر اسة :

اعتمدت الدراسة بشكل اساسى على المداخل العلمية التالية :

١- نظرية الحرية : تؤكد النظرية على حرية قيام المؤسسات الصحفية الحكومية والحزبية بانتقاء كافة الأخبار والموضوعات ، كما تؤكد على ان يحظ الصحفيون بدرجة عالية من الحرية والإستقلال المهنى داخل مؤسساتهم ايضا (٢٤) ٠

٢- نظرية حارس البوابة : وتؤكد على سلطة القائم بالإتصال فى اتخاذ القرارات لأنه المسئول الأول عن البحث عن المعلومات والتأكد من صدقها وتحديد ماينشره ومالاينشره،وبالرغم من ذلك فهناك عدة ضغوط تؤثر على موضوعية عمل القائم بالإتصال منها المعايير والقيم والتقاليد المجتمعية السائدة ومعايير ذاتية خاصة بشخصية القائم بالإتصال ذاته وضغوط مهنية تتعلق بالمؤسسة التى يعمل فى اطارها ونوعيات مصادر الأخبار المتاحة لديه وانماط علاقاته بزملائه (٢٥) ٠

٣- نظرية المسئولية : ترى النظرية ان الصحفى يجب ان يشارك فى بناء مجتمعه وينتقد الأوضاع المجتمعية والإقتصادية فى ضوء مصالح

الجمهور واهتماماته وعلى الصحفى الإلتزام بسرية مصادره والإبتعاد عن أمور الحياة الشخصية للأفرا د (٢٦) ٠

٤- نظرية الآداء الوظيفى : تؤكد النظرية على ان محددات التناول الصحفى يرتبط لدى القائم بالإتصال بطبيعة القيم والمعايير الإجتماعية ،متطلبات المجتمع حسب مرحلة التطور الحضارى ، وكذلك حسب القدرات والمؤهلات الشخصية للقائمين بالإتصال ، الأمر الذى ينعكس على مدى رضائهم عن طبيعة أعمالهم الوظيفية التى يقومون بها من عدمه (٢٧) ٠

٥- النظرية الإبداعية : التى ترى ان القائم بالإتصال لديه رؤيه ابداعية فنية ومن ثم تنعكس هذه الرؤية على أنماط معالجته للموضوعات المختلفة (٢٨) ، وبصفة عامة يستفيد البحث الحالى من المداخل النظرية السابقة ، فى اطار توظيفها اثناء المقابلات الميدانية مع عينة القائم بالإتصال فى الصحف السعودية اليومية محل الدراسة ، الأمر الذى يعطى بعدا موضوعيا فى الربط بين واقع النظرية وتطبيقاتها فى بيئة العمل الإعلامى الصحفى ٠

وفى اطار رصد المداخل النظرية تتشابك العوامل التى تؤثر على الممارسة المهنية مثل التنظيم الإدارى فى المؤسسة الإعلامية وقنوات الإتصال فى هذا التنظيم والتأهيل العلمى والمهنى ثم اتجاه العلاقات الوظيفية والإجتماعية بين المستويات المختلفة وبين الزملاء علاوة على اتجاهات الممارسة المهنية فى المؤسسات الصحفية (٢٩) ٠

- القائم بالاتصال والسياسة التحريرية للصحيفة :

إن تدخل السلطات في صنع السياسة التحريرية للصحف ووسائل الإعلام يشكل اخطر أشكال التدخل مما يؤثر على هذه السياسات التحريرية في معالجتها للأحداث وعلى نقلها للحقائق ، وقد أدى هذا التدخل إلى تناقص مصداقية وسائل الإعلام العربية ، وزيادة الفجوة بين وسائل الإعلام العربية

والجمهور [٣٠].

– تقاليد المؤسسة التي يعمل بها الصحفي ، وتتمثل ضغوط تقاليد المؤسسة الصحفية فيما درجت عليه المؤسسة الصحفية في تغطية الأخبار والأحداث فبعض الصحف تميل إلى الأخبار الرسمية وتلتزم بالمحافظة والاتزان في عرض الأخبار والبعض الأخر قد يميل إلى الموضوعات الشعبية خفيفة الظل ويفضل الإبراز والإثارة في العرض . و قد تميل صحف أخرى إلى المضامين الخدمية والتي تستهدف مساعدة القارئ في تدبير شئون حياته اليومية . وعلى ضوء هذه التقاليد أو المألوف في أسلوب الصحيفة في المعالجة الخبرية تجرى باستمرار عملية تطبيع المحررين الجدد عليها وبالتالي فان أسلوب المعالجة و التقييم الإخبارى للمحرر والجهاز التحريري في الصحيفة يتأثر بهذه التقاليد المعروفة [٣١] .

والأصل هو أن يكون الصحفيون الذين يعملون في الصحيفة أو الوسيلة الإعلامية مقتنعين بالسياسة التحريرية لهذه الصحيفة أو الوسيلة الإعلامية لكي يستطيعوا تنفيذها ، ومن المؤكد أن الصحفيين لن يكونوا مقتنعين بهذه السياسة إذا لم يستطيعوا المشاركة في صنعها ، أو كان قد تم فرضها عليهم بواسطة طرف خارجي مثل السلطة أو مالك الصحيفة [٣٢] .

الأمر الذي قد يؤدى إلى الإحساس بالاغتراب لدى من يشتغلون بمهنه الصحافة عندما لا ينشر إنتاجهم الصحفى فى الغالب إلا بشروط الآخر(محددات ومعايير النشر الصحفى وعلى رأسها سياسة التحرير وتوجيهات الرؤساء المباشرين وغير المباشرين الذين لا يستفيدون أحياناً أو غالبا ، من مساحة الحرية المسموح بها سواء من المناخ العام أو من النظام السياسي أو من رئيس التحرير نفسه [٣٣] .

<u>ولذلك يجب على الصحفيين الالتزام بالمبادئ التالية :</u>

- عدم التستر على متورط أو منحرف في القضية التي يثيرها مقابل

حصوله على معلومات معينة من خلاله ، كذلك عدم إكراه المصدر أو تهديده إذا لم يزوده بما يريد من معلومات [٣٤].

•أن يحرص على عدم الاعتماد على الشهود الذي يستعدون للشهادة من أجل المال حتى لو كانت شهادتهم صحيحة ، فإن صحافة دفتر الشيكات غير مضمونة العواقب لأن الشاهد قد يغير أقواله من أجل مزيد من النقود[٣٥].

•ان يحرص الصحفى على ألا يكون هناك تناقض فى مصادر معلوماته فى إطارإحاطته بالحقائق والمعلومات المختلفة عن مجريات الأمور.

•ضرورة وجود قنوات اتصال بين الصحفي ومصدره يلعب دورا في التحقق من أية معلومات والتأكد منها [٣٦] ، وقد طرحت الدراسات التي اهتمت بالعلاقة بين الصحفي والمصدر عدة نماذج تفسر طبيعة هذه العلاقة أهمها : نموذج التناقض ، نموذج الاعتماد والتكيف ، نموذج التبادل الاجتماعي ونموذج العداء كما يلي [٣٧] :

• **أولا: نموذج التناقض :**

ويشير هذا النموذج إلى أن العلاقة بين الصحفي والمصدر هي علاقة التناقض فالمصدر هو صاحب المعلومة والقرار يريد الاحتفاظ بسرية المعلومات أو توصيلها إلى الجمهور بطريقة معينة والطرف الثاني وهو الصحفي يريد الوصول إلى المعلومات و نشر الحقيقة بشكل كامل وأن ينشرها كما هي و إزاء هذا التناقض يجد الصحفي نفسه في وضع محير .

ثانيا: نموذج الاعتماد والتكيف :

ويفترض هذا النموذج في علاقة الصحفي بمصادر أخباره أن طبيعة العلاقة تقوم على التعاون المتبادل بين الطرفين حيث يسعى الطرفان إلى تحقيق أرضية مشتركة وتكييف في إطار خدمة أهداف كل منهما بالرغم من تباين هذه الأهداف وتشعبها .

ثالثا: نموذج التبادل الاجتماعي :

ويصور هذا النموذج العلاقة بين الصحفيين و المصادر كنوع من التبادل الاجتماعي و يفسرها بشكل واقعي و يرى أن هذا التبادل يدعم هذه العلاقة على الرغم من أن الظروف تحتم في بعض الأحيان وجود تقلبات و توترات في العلاقة التي تستمر بينهما لخدمة الأهداف الخاصة أو المشتركة بينهما فلدى الطرفين من الأسباب والمبررات للتعامل المشترك والاعتماد المتبادل تتم بعد حساب دقيق للاحتياجات والإمكانيات وكذلك حساب المزايا والعيوب .

رابعا: نموذج العداء :

ويفترض هذا النموذج وجود نوع من الخصومة و العداء المستمر بين الصحفيين و المصادر وان السمة المميزة للعلاقة بينهما هي علاقة الصراع في المصالح و الاهتمامات فالصحفيون يرون أنهم لا يستطيعون العمل تحت سيطرة المصادر وان دورهم هو حماية مصالح الجماهير وهو ما يتعارض مع موقف السلطة ومن ثم فإنهم يتصرفون إزاء المصادر بحذر و توجس دائمين . ومن جهة أخرى فان المصادر في إطار هذا النموذج ترى أن الصحفيين يقفون عقبة في طريق اتصالهم بالجماهير وأنهم غير مخلصين لمهنتهم وأنهم يعمدون إلى النيل منهم ومراقبتهم ويتولد عند الطرفين قناعه بتصور وجود العداء والخصومة بينهما .

ولاشك أن من أهم أسس إقامة الصناعة العربية للإعلام والمعلومات هو كفالة حق الجماهير العربية في المعرفة ، والحصول على كل المعلومات عن الأحداث الداخلية والخارجية ، وكفالة حق الصحفيين والإعلاميين العرب في الحصول على المعلومات وتغطية الأحداث ، وفتح مصادر المعلومات أمام الصحفيين والإعلاميين العرب والعمل على التوصل إلى وسائل جديدة تكفل هذا الحق، وأن يرتفع هذا الحق إلى مرتبة الحقوق الدستورية ، مع إلغاء كل القيود القانونية التي تعوق التمتع بهذا الحق ، ولكن لن تكون هناك

قيمة لهذه الكفالة إذا ما تعرضت المصادر التي تعطى البيانات والمعلومات للصحفيين لأي نوع من العقاب، ومن هنا فإنه لكفالة هذا الحق لابد أن يحظر بشكل تام توقيع أية عقوبات قانونية أو إدارية على أي موظف أو مسئول على إعطائه المعلومات للصحفيين (٣٨).

وبناء على ذلك فإن على الصحفي من خلال تعامله مع المصدر أن يضع نصب عينه اهتمامين أساسين:

الاهتمام الأول : أن يكون على وعي بمصداقية مصدر المعلومات ، فالصحفي عليه أن يفهم معرفة وموثوقية المتحدث إليه (٣٩) ، حيث أنه يتعامل في الغالب مع مصادر تتسم بالمركزية والمحدودية وغالبيتهم من ذوى النفوذ والمناصب الإدارية العليا في الدولة ، ويتجهون في العادة حفاظاً على مراكزهم ومصالحهم الخاصة وتبرير شرعية وجودهم للإدلاء ببيانات ومعلومات غير واقعية ، وإعطاء صورة براقة ومواتية دائماً في لغة عامة غير محددة المعنى (٤٠).

الاهتمام الثاني : أن يكون على وعي بمصداقية المعلومات للجماهير . فالصحفي يجب أن يفحص بدقة كل الحقائق وأن يمتنع عند الضرورة عن نشر أي أنباء مشكوك في صدقها أو صحتها ، خاصة إذا كانت تعني حقائق شخصية يمكن أن تمس سمعة الشخص المعنى إذا نشرت (٤١) ، فقد يكون الموضوع الذي يسعى الصحفي لاستقصاء جوانبه مجرد إشاعات أو أحقاد من أناس ضد آخرين ، أي أنه يكتشف أن المعلومات التي جمعها غير صحيحة وأن أفعال المستهدف لا هي غير أخلاقية ولا غير قانونية (٤٢).

- الرضا الوظيفى لدى القائم بالاتصال فى الصحف السعودية :

إن محصلة كل المؤثرات او الضغوط التى تواجه القائم بالاتصال فى الصحافة السعودية تنعكس على ما يطلق عليه الباحثون مصطلح الرضا الوظيفى أو المهنى للقائم بالاتصال .

والرضا الوظيفي يمثل اتجاه الفرد نحو وظيفته بصفة عامة. فالوظائف تتطلب التفاعل مع الزملاء والرؤساء في العمل وإتباع قواعد المؤسسة وسياساتها، والالتزام بمعايير الأداء والتكيف مع ظروف العمل [٤٣]. ويوضح الرضا الوظيفي التوجه الفعلي للأفراد تجاه عملهم ويمثل نوع من المكافأة لتقييم مدى ملاءمة العمل لهم ويكشف عن دور العمل في توقير الذات وصورة المرء عن ذاته ويعد الرضا الوظيفي مقوماً مهماً في فهم عمل الصحيفة كما يمثل أهمية خاصة لدى الصحفيين.

ويحدد دفلير Defleur خمسة أبعاد للرضا الوظيفي هي المكانة والإبداعية والاستقلالية والنفوذ والدخل [٤٤] ويشير رأي آخر إلي قائمة العوامل المؤثرة في رضا الأفراد عن العمل. تتمثل في الأجر ، الفرص المتاحة، الانسجام مع الزملاء في العمل ، المزايا المتحققة خلاف الأجر ، المركز الاجتماعي [٤٥].

وقد اهتمت دراسات عديدة ببحث العوامل المؤثرة في تحقيق الاقتناع أو الميل لدى الصحفي نحو الوظيفة التي يشغلها (الرضا الوظيفي) ، ومدى إشباعها لحاجاته وطموحاته والتعرف في ذلك على كيفية التوصل على زيادة رضا القائمين بالاتصال [٤٦].

ويرى بعض الباحثين أن دراسة أبعاد الرضا الوظيفي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بأخلاقيات القائم بالاتصال فإذا توافر الرضا والقناعة بدوره ومكانته كان أكثر التزاماً بالمعايير والقيم الأخلاقية [٤٧].

كما يشير الباحثون إلى تعبير بعض الصحفيين عن عدم رضاهم نحو ما يطرأ على موضوعاتهم من تعديل أو من عدم إبرازها فى المكان المناسب وبالصورة اللائقة مما يصيبهم بمشاعر سلبية قد تصل إلى فقدان الانتماء وشيوع روح (عدم الاهتمام) ، وبالتالى تدنى مستوى العطاء أو الأداء المهني [٤٨].

وفى الوسط الصحفى تظهر بوضوح حالات عدم الرضا والإحباط والصراع النفسى والانفصال عن العمل لدى صغار الصحفيين وخاصة الذين يعملون تحت التمرين أو التدريب ، باعتبارهم فى أدنى السلم المهني أو لم يصعدوا بعد أول درجة منه ، حيث يواجهون نوعا من الاغتراب أكثر حدة من زملائهم المشتغلين والمقيدين بالنقابة (٤٩).

نتائج الدراسة الميدانية :

جدول رقم (١)

يوضح مصادر حصول القائم بالإتصال على معلومات موضوعاتهم المنشورة خلال الدراسة

الصحيفة / المصادر	الجزيرة		الرياض		عكاظ		المدينة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الانترنت	٨	١٠.٥	٩	١٢.٩	٩	١٢	٩	١٢.٧	٣٥	١١.٩
المسئولون الرسميون	١٥	١٩.٧	١٥	٢١.٤	١٧	٢٢.٧	١٥	٢٠.٥	٦٢	٢١.٣
المختصون والخبراء	١٣	١٧.١	١٢	١٧.١	١٤	١٨.٧	١٤	١٩.٢	٥٣	١٨.١
التقارير الرسمية	٥	٦.٦	٥	٧.٢	٥	٦.٦	٥	٦.٨	٢٠	٦.٨
المعاينة والإطلاع	٦	٧.٨	٤	٥.٧	٥	٦.٦	٦	٨.٢	٢١	٧.٢
الأرشيف والمكتبات	٤	٥.٣	٢	٢.٦	٣	٤	٢	٢.٧	١١	٣.٨
وكالات الأنباء	٨	١٠.٥	٧	١٠.٢	٨	١٠.٧	١٠	١٣.٧	٣٣	١١.٧
الراديو والتلفزيون	٢	٢.٧	١	١.٤	١	١.٣	١	١.٣	٥	١.٧
وسائل الإعلام السعودى الأخرى	٧	٩.٢	٦	٨.٦	٥	٦.٧	٤	٥.٥	٢٢	٧.٦
الإعلام الأجنبى	١	١.٣	-	-	١	١.٣	١	١.٣	٢	٠.٧
الحفلات والمهرجانات	٣	٣.٩	٣	٤.٣	٢	٢.٧	١	١.٣	٩	٣
الدوريات العلمية المتخصصة	٤	٥.٣	٦	٨.٦	٥	٦.٧	٥	٦.٨	٢٠	٦.٩
المجموع	٧٦		٧٠		٧٥		٧٣		٢٩٣	

توضح بيانات الجدول رقم (١) ان مصادر الحصول على المعلومات لدى القائم بالإتصال فى الصحف السعودية تمثلت فى المسئولين الرسميين بنسبة ٢١,٣% ويليها فى الترتيب الثانى المتخصصون والخبراء بنسبة ١٨,١% ثم جاء فى الترتيب الثالث الإنترنت بنسبة ١١,٩% ، بينما جاء فى الترتيب الرابع وكالات الأنباء بنسبة ١١,٧% ، بينما جاءت وسائل الإعلام السعودية الأخرى فى الترتيب الخامس بنسبة ٧,٦% ثم تلاها فى الترتيب السادس المعايشة والإطلاع بنسبة ٧,٢% ، بينما احتلت الدوريات العلمية المتخصصة الترتيب السابع بنسبة ٦,٩% ، يليها فى الترتيب الثامن التقارير الرسمية بنسبة ٦,٨% ، ثم الأرشيف والمكتبات بنسبة ٣,٨% ، بينما جاءت الحفلات والمهرجانات فى الترتيب التاسع بنسبة ٣% ، واخيرا الراديو والتليفزيون بنسبة ١,٧% ثم الإعلام الأجنبى بنسبة ٠,٧% وذلك على مستوى الصحف السعودية .

وتكشف نتائج الجدول تفصيليا عن التالى :

- فى صحيفة الجزيرة جاء المسئولون الرسميون فى الترتيب الأول على مستوى المصادر الصحفية وذلك بنسبة ١٩,٦% ، ثم المتخصصون والخبراء بنسبة ١٧,١% ، فالإنترنت بنسبة ١٠,٥% وتساوى معه فى نفس النسبة وكالات الأنباء ، ثم جاءت وسائل الإعلام السعودى الأخرى بنسبة ٩,٢% ، يليها فى الترتيب المعايشة والإطلاع بنسبة ٧,٨% ، والتقارير الرسمية بنسبة ٦,٦% ثم الدوريات العلمية والأرشيف والمكتبات بنسبة ٥,٣% ، واخيرا الحفلات والمهرجانات فى الترتيب قبل الأخير بنسبة ٣,٩%، فالإعلام الأجنبى بنسبة ١,٣% - وعلى مستوى صحيفة الرياض كشفت نتائج الجدول رقم (١) تفصيليا ان المسئولين والخبراء جاءوا فى مقدمه مصادرالمعلومات بالنسبة للقائم بالإتصال حيث احتل الترتيب الأول على مستوى الصحيفة باعتباره من المصادر الأساسية للقائم بالإتصال وذلك بنسبة ٢١,٤% يليه فى الترتيب الثانى المتخصصون والخبراء بنسبة

١٧,١% ثم جاء الإنترنت فى الترتيب الثالث بنسبة ١٢,٩% ثم جاءت وكالات الأنباء فى الترتيب الرابع بنسبة ١٠,٢% وتساوت الدوريات العلمية المتخصصة مع وسائل الإعلام السعودى الأخرى فى احتلالهما الترتيب الخامس وذلك بنسبة ٨,٦% بينما جاءت التقارير الرسمية فى الترتيب السادس بنسبة ٧,٢% ثم جاءت المعايشة والإطلاع فى الترتيب السابع بنسبة ٥,٧% يليها فى الترتيب الثامن الحفلات والمهرجانات بنسبة ٤,٣% ثم فى الترتيب التاسع الأرشيف والمكتبات بنسبة ٢,٦% يليها فى الترتيب العاشر الراديو والتليفزيون بنسبة ١,٤% بينما اختفى من اجندة مصادر معلومات القائم بالإتصال فى تلك الصحيفة الإعلام الأجنبى ٠

وعلى مستوى صحيفة عكاظ فقد جاء المسئولون الرسميون فى مقدمة مصادر القائم بالإتصال بنسبة ٢٢,٧% يليها المتخصصون والخبراء بنسبة ١٨,٧% ثم الإنترنت بنسبة ١٢% ثم وكالات الأنباء بنسبة ١٠,٧% بينما جاءت التقارير الرسمية والمعايشة والإطلاع ووسائل الإعلام السعودى الأخرى والدوريات العلمية المتخصصة بنسبة واحدة وجميعهم فى الترتيب الرابع فى اعتماد القائم بالإتصال فى صحيفة عكاظ على تلك المصادر وذلك بنسبة ٦,٧% يليهم فى الترتيب الأرشيف والمكتبات بنسبة ٤% ثم الحفلات والمهرجانات والراديو والتلفزيون كل منهما بنسبة ١,٣% ٠

وعلى مستوى صحيفة المدينة جاء المسئولون الرسميون فى مقدمة مصادر القائم بالإتصال وذلك بنسبة ٢٠,٥% يليها المتخصصون والخبراء بنسبة ١٩,٢% ثم وكالات الأنباء بنسبة ١٣,٧% ثم المعايشة والإطلاع بنسبة ٨,٢%يليها التقارير الرسمية بنسبة ٦,٨% يشاركها فى نفس النسبة والترتيب الدوريات العلمية المتخصصة ثم وسائل الإعلام السعودى الأخرى بنسبة ٥,٥% بينما تساوى الراديو والتلفزيون ، والإعلام الأجنبى والحفلات والمهرجانات فى حصول كل مصدر على نسبة ١,٣% بالنسبة للقائم بالإتصال فى صحيفة المدينة ٠

يلاحظ من البيانات السابقة من خلال النتائج التى قدمها الجدول رقم (١) مايلى :

- يحرص القائم بالإتصال فى الصحف اليومية السعودية على الإعتماد على المسئولين الرسميين وذلك على مستوى الصحف عينة الدراسة وكذلك ايضا على مستوى كل صحيفة وان هذا يتفق مع طبيعة الإصدارات الصحفية اليومية التى تسعى جاهدة الى متابعة كافة الأحداث باسرع مايمكن وذلك من خلال الإعتماد على المسئولين الرسميين حيث تتوافر لديهم المعلومات باعتبارهم المصادر الرسمية التى يتعامل معها القائم بالإتصال فى الصحف الرسمية اليومية .

-حرص القائم بالإتصال فى الصحف اليومية السعودية فى الإعتماد على المتخصصين والخبراء باعتبارهم المصادر التفسيرية او التوضيحية فى شرح المعلومات وتقديم رؤيتهم العلمية المتخصصة فى اطار مايقدمه القائم بالإتصال سواء كان الحدث اجتماعيا او اقتصاديا او سياسيا وفى كل الأحوال يسعى القائم بالإتصال الى الخبراء والمتخصصين كل فى مجال تخصصه وهذا يوضح الوعى والفهم الصحيح لمصادر المعلومات التى يتعامل معها القائم بالإتصال .

-يتضح من الجدول التنوع بشكل عام لمصادر المعلومات التى يتعامل معها القائم بالإتصال خاصة الإنترنت ووكالات الأنباء باعتبارهما من المصادر العالمية التى تقدم للقائم بالإتصال كافة المعلومات التى تتسم بالتنوع دون جهد او عناء للقائم بالإتصال

-ان سمة التنوع فى مصادر المعلومات للقائم بالإتصال تتضح من خلال الرصد الكمى لبقية المصادر دون اهمال لمصدر وان توظيف كافة المصادر يأتى طبقا لما يقدمه من معلومات سواء كان ذلك يتعلق بالمعايشة والإطلاع ، وسائل الإعلام السعودى ، الإعلام الأجنبى ، الحفلات والمهرجانات ، الأرشيف والمكتبات .

جدول رقم (٢)

يوضح معايير انتقاء الأخبار لدى القائم بالإتصال فى الصحف السعودية

الصحيفة / معايير انتقاء الأخبار	الجزيرة		الرياض		عكاظ		المدينة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
ارتباطه بسياسة الدولة	٢٠	١٢,٩	١٨	١١,٦	٢٠	١٢,٥	٢٠	١٢,١	٧٨	١٢,٣
ارتباطه بسياسة التحرير	٢٠	١٢,٩	٢٠	١٢,٩	٢٠	١٢,٥	٢٠	١٢,١	٨٠	١٢,٦
مراعاة الصالح العام	١٩	١٢,٤	١٩	١٢,٣	٢٠	١٢,٥	١٨	١٠,٩	٧٦	١١,٩
الإثارة والطرافة	١٤	٩	١٥	٩,٧	١٣	٨,١	١٨	١٠,٩	٦٠	٩,٥
التركيز على الإنجازات	١٩	١٢,٤	١٩	١٢,٣	١٩	١١,٨	٢٠	١٢,١	٧٧	١٢,١
النقد ومحاربة السلبيات	١٥	٩,٨	١٠	٦,٤	١٤	٨,٧	١٣	٧,٨	٥٢	٨,٢
مجاملة المصادر	١٠	٦,٥	١٥	٩,٦	١٧	١٠,٦	١٦	٩,٧	٥٨	٩,٢
لصيقة الموضوع	١٩	١٢,٤	٢٠	١٢,٩	٢٠	١٢,٥	٢٠	١٢,١	٧٩	١٢,٥
نجومية اصحاب الحدث	١٨	١١,٧	١٩	١٢,٣	١٧	١٠,٦	٢٠	١٢,١	٧٤	١١,٧
المجموع	١٥٤		١٥٥		١٦٠		١٦٥		٦٣٤	

• تكشف بيانات الجدول رقم (٢) ان معايير انتقاء الأخبار ونشرها فى الصحف اليومية السعودية تمثلت فى مدى ملاءمة الموضوعات للسياسة التحريرية والتى جاءت فى الترتيب الأول بنسبة ١٢,٦% ثم جاءت اهمية الموضوع فى الترتيب الثانى بنسبة ١٢,٥% ، بينما مثل اتفاق الموضوعات مع سياسة الدولة الترتيب الثالث بنسبة ١٢,٣% ثم التركيز على الإنجازات فى الترتيب الرابع بنسبة ١٢,١% ويأتى بعد ذلك مراعاة الصالح العام فى الترتيب الخامس بنسبة ١١,٩% ، ونجومية اصحاب الحدث فى الترتيب السادس بنسبة ١١,٧% ثم الإثارة والطرافة فى الترتيب السابع بنسبة ٩,٥% يليها فى الترتيب الثامن مجاملة المصادر بنسبة ٩,٢% واخيرا النقد ومحاربة

السلبيات فى الترتيب التاسع بنسبة ٨,٢% وذلك على مستوى الصحف عينة الدراسة .

-اما على مستوى كل صحيفة فقد أوضحت الدراسة ان من اهم المعايير التى مثلت المقدمة فى صحيفة الجزيرة ارتباطه بسياسة الدولة وارتباطه بسياسة التحرير وجاءت تلك الفئتين بنسبة ١٢,٩% بينما مراعاة الصالح العام والتركيز على الإنجازات واهمية الموضوع فى الترتيب الثانى وكل منهم بنسبة ١٢,٤% ، بينما جاءت نجومية أصحاب الحدث فى الترتيب الثالث بنسبة ١١,٧% ثم مثلت فئة النقد ومحاربة السلبيات الترتيب الرابع بنسبة ٩,٨% بينما جاءت مجاملة المصادر فى الترتيب الخامس والأخير طبقا لتصنيف تلك المعايير فى صحيفة الجزيرة .

-اما فى صحيفة الرياض فقد جاءت اهمية الموضوع وارتباطه بسياسة التحرير من اهم المعايير التى يحرص القائم بالإتصال على مراعاتها عند انتقاء الأخبار ونشر ها ، ومثلت تلك الفئتين الترتيب الأول بنسبة ١٢,٩% ، يلى ذلك فى الترتيب الثانى مراعاة الصالح العام والتركيز على الإنجازات ، ونجومية اصحاب الحدث وكل منهم جاء بنسبة ١٢,٣% ثم فى الترتيب الثالث الإثارة والطرافة بنسبة ٩,٧% وفى الترتيب الرابع مجاملة المصادر بنسبة ٩,٦% واخيرا النقد ومحاربة السلبيات فى الترتيب الأخير بنسبة ٦,٤% .

-اما فى صحيفة عكاظ فقد جاءت معايير الإرتباط بسياسة الدولة ، والإرتباط بسياسة التحرير ، ومراعاة الصالح العام واهمية الموضوع فى المقدمة وذلك بنسبة ١٢,٥% .

-بينما جاءت فئة التركيز على الإنجازات فى الترتيب الثانى بنسبة ١١,٨% ، ثم جاءت فئتى مجاملة المصادر ونجومية اصحاب الحدث فى الترتيب الثالث بنسبة ١٠,٦% .

-ثم مثل معيار النقد ومحاربة السلبيات الترتيب الرابع وذلك بنسبة ٨,٧% ، واخيرا جاءت الإثارة والطرافة فى الترتيب الأخير بنسبة ٨,١% .

-اما فى صحيفة المدينة فقد مثلت اجابات القائم بالإتصال فى معايير انتقاء الأخبار لديه ضرورة اهمية الموضوع ، ونجومية اصحاب الحدث وارتباطه بسياسة الدولة ، وارتباطه بسياسة التحرير ، والتركيز على الإنجازات فى الترتيب الأول وجميعها بنسبة ١٢,١% ، يلى تلك الفئات فى الترتيب مراعاة الصالح العام ، والإثارة والطرافة بنسبة ١٠,٩% ، ثم جاءت فئة مجاملة المصادر فى الترتيب الثالث بنسبة ٩,٧% بينما جاء فى الترتيب الأخير النقد ومحاربة السلبيات وذلك بنسبة ٧,٨% .

-وفى اطار استعراض تلك النتائج التى كشفت عنها دراسة القائم بالإتصال فى الصحف اليومية السعودية عينة الدراسة يتضح مايلى :

-ان معايير انتقاء الأخبار ونشرها واحده لدى القائم بالإتصال فى تلك الصحف وان جاءت الإختلافات فى تقديم معيار على اخر مع الأخذ فى الإعتبار ضرورة مراعاة كافة المعايير .

-ان ارتباط الموضوعات بسياسة التحرير من اهم المعايير لدى القائم بالإتصال فى جميع الصحف عينة الدراسة وذلك يؤكد على وعى القائم بالإتصال بطبيعة صحيفته التى يعمل فيها وكذلك ايضا فهمه الدقيق لسياسات تحرير صحيفته والممثلة فى مجموعة القواعد والضوابط التى ينبغى ان يراعيها القائم بالإتصال فى تقديم موضوعاته ، كما ان ذلك يكشف عن ان هذا المعيار لاينبغى لأى قائم بالإتصال ان يتجاهله على اعتبار انه مؤشر حقيقى لما ينبغى ان ينشر او يقدم فى الصحيفة التى يعمل فيها القائم بالإتصال وهو ماكشفت عنه الدراسة .

-اوضحت نتائج الجدول رقم (٢) ارتباط الموضوعات بسياسة الدولة، وأيضا اهمية الموضوع من المعايير الضرورية التى ينبغى ان يضعها فى

الإعتبار القائم بالإتصال وهو ماكشفت عنه نتائج الدراسة فى التقارب النسبى لهذه المعايير من خلال الأرقام والإحصاءات لإجابات القائم بالإتصال وان الإرتباط بسياسة الدولة يأتى فى اطار دعم الدولة والحكومة لتلك الصحف وبالتالى يكون من الضرورى على الصحف مراعاة تلك السياسة من خلال مايقدم فيها فيظهر التأييد المطلق لكل التوجهات وان اختلفت اللغة والطريقة من صحيفة الى اخرى ٠

-أكدت الدراسة على ضرورة مراعاة القائم بالإتصال الصالح العام وكذلك ايضا التركيز على على الإنجازات وان كلا من المعيارين ضرورى بالنسبة للقائم بالإتصال فى تلك الصحف عينة الدراسة حيث ان ذلك يمثل شكلا من اشكال التأييد والمساندة والحرص الشديد من القائم بالإتصال على كل مايهم الوطن والدولة ٠

-بينما راى القائم بالإتصال فى تلك الصحف عدم تجاهل النجوم صانعة الأخبار الانه لم يضعها فى مقدمة اهتماماته وان جاءت من بين المعايير التى ينبغى الايتجاهلها ٠

-اوضحت النتائج ا تدنى فئات الإثارة والطرافة والنقد ومحاربة السلبيات ومجاملة المصادر فى الترتيب مقارنة بالمعايير الأخرى الا ان ذلك يكشف جدية تلك الصحف فى تقديمها للموضوعات ، وكذلك يكشف عن الحرص الشديد فى مجاملة المصادر ، والحذر والحيطة فى تقديم النقد ومحاربة السلبيات ٠

-وبشكل عام فان نتائج الجدول رقم (٢) تؤكد عدم وجود خلاف فى مراعاة معايير انتقاء الأخبار ونشرها وان اختلفت النسب والأرقام ٠

جدول رقم (٣)

يوضح الضغوط والمؤثرات فى اختيار الأخبارلدى القائم بالإتصال فى الصحف السعودية

الصحيفة / الضغوط والمؤثرات	الجزيرة		الرياض		عكاظ		المدينة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
التقاليد الصحفية المتبعة	١٥	١٦,٦	١٤	١٢,٤	١٥	١٣,١	١٥	١٢,٩	٥٩	١٢,٧
سياسة التحرير الصحفية	١٥	١٦,٦	١٥	١٣,٣	١٥	١٣,١	١٧	١٣,٦	٦٢	١٣,٣
رؤساء العمل	١٨	٢٠	٢٠	١٧,٧	١٧	١٤,٩	١٩	١٥,٢	٧٤	١٥,٩
ضعف الموارد والامكانيات	١٠	١١,١	١٢	١٠,٦	١٠	٨,٨	١٠	٨,٦	٤٢	٩
زملاء المهنة	١٠	١١,١	١٢	١٠,٦	١٠	٨,٨	١٥	١٢,٩	٤٧	١٠,١
مركزية المعلومات	٥	٥,٦	٧	٦,٢	٩	٧,٩	١٠	٨,٦	٣١	٦,٦
خوف بعض المسئولين من الإدلاء	٧	٧,٨	١٠	٨,٨	١٣	١١,٥	١٤	١١,٣	٤٤	٩,٥
المعلنون	١٠	١١,١	١٣	١١,٥	١٥	١٣,١	١٩	١٥,٣	٥٧	١٢,٢
اخلاقيات المهنة	١٠	١١,١	١٠	٨,٨	١٠	٨,٨	١٠	٨,٦	٤٠	٨,٦
المجموع	٩٠		١١٣		١١٤		١٢٤		٤٦٥	

-تكشف الدراسة للجدول رقم (٣) ان من اهم الضغوط والمؤثرات فى اختيار الأخبارونشرها لدى القائم بالإتصال فى الصحف السعودية عينة الدراسة تمثلت فى رؤساء العمل وذلك بنسبة ١٥,٩% يليها فى الترتيب الثانى سياسة التحرير الصحفية وذلك بنسبة ١٣,٣% ، بينما جاءت التقاليد الصحفية المتبعة فى الترتيب الثالث بنسبة ١٢,٧% يليها فى الضغوط المعلنة فى الترتيب الرابع بنسبة ١٢,٢% ثم فى الترتيب الخامس زملاء المهنة بنسبة ١٠,١% ، بينما يمثل خوف بعض المسئولين من الإدلاء الترتيب السادس بنسبة ٩,٥% ثم ياتى ضعف الموارد والإمكانيات فى الترتيب السابع بنسبة ٩% يليها فى الترتيب الثامن اخلاقيات المهنة بنسبة ٨,٦% ثم فى الترتيب التاسع والأخير مركزية المعلومات بنسبة ٦,٦% .

-اما على مستوى كل صحيفة من صحف الدراسة ، فقد جاءت الضغوط والمؤثرات فى اختيار الأخبار ونشرها لدى القائم بالإتصال كما يلى:

-في صحيفة الجزيرة جاء في مقدمة الضغوط والمؤثرات رؤساء العمل بنسبة ٢٠% وفى الترتيب الثانى التقاليد الصحفية المتبعة وسياسة التحرير الصحفية وذلك بنسبة ١٦,٦% وفى الترتيب الثالث جاء ضعف الإمكانيات والموارد وزملاء المهنة والمعلنون ، اخلاقيات المهنة وكل هذه الضغوط بنسبة واحدة هى ١١,١% ، بينما جاء خوف بعض المسئولين من الإدلاء فى الترتيب الرابع وذلك بنسبة ٧,٨% وفى الترتيب الأخير مركزية المعلومات فى يد فئات قليلة بنسبة ٥,٦% .

-اما فى صحيفة الرياض فقد جاء فى مقدمة الضغوط رؤساء العمل وذلك بنسبة ١٧,٧% يليها سياسة التحرير الصحفية بنسبة ١٣,٣% ثم التقاليد الصحفية المتبعة بنسبة ١٢,٤% بينما مثل المعلنون الترتيب الخامس بنسبة ١١,٥% ثم ضعف الموارد والإمكانيات وزملاء المهنة فى الترتيب السادس بنسبة ١٠,٦% واخيرا خوف بعض المسئولين من الإدلاء ، واخلاقيات المهنة فى الترتيب السابع والأخير بنسبة ٨,٨%

-بينما فى صحيفة عكاظ مثل رؤساء العمل مقدمة الضغوط بنسبة ١٤,٩% يليها فى الترتيب الثانى التقاليد الصحفية المتبعة وسياسة التحرير الصحفية والمعلنون وجميعهم بنسبة ١٣,١% ثم فى الترتيب الثالث خوف بعض المسئولين من الإدلاء بنسبة ١١,٥% وفى الترتيب الرابع مثلت الضغوط وضعف الموارد والإمكانيات وزملاء المهنة واخلاقيات المهنة وجميعهم بنسبة ٨,٨% وفى الترتيب الخامس والأخيرمركزية المعلومات فى يد فئات قليلة بنسبة ٧,٩% .

-اما فى صحيفة المدينة فقد جاء فى مقدمة الضغوط والمؤتمرات رؤساء العمل ، والمعلنون بنسبة ١٥,٣% ثم سياسة التحرير الصحفية فى الترتيب الثانى نسبة ١٣,٦% والتقاليد الصحفية المتبعة وزملاء المهنة فى الترتيب الثالث بنسبة ١٢,٩% بينما جاء خوف بعض المسئولين من الإدلاء فى الترتيب الرابع بنسبة ١١,٣% ثم ضعف الموارد والإمكانيات ومركزية

المعلومات فى يد فئات قليلة واخلاقيات المهنة فى الترتيب الخامس والأخير بنسبة ٨,٦% ٠

-وفى اطار ماتقدم يتضح من دراسة الجدول رقم (٣) مجموعة من الحقائق اهمها :

• ان رؤساء العمل داخل الصحيفة يمثلون احد المؤثرات والضغوط الرئيسية على القائم بالإتصال باعتبارهم رئيس القسم فى الصحيفة هو العامود الأساسى الذى يستند اليه رئيس التحرير فى اطار ماينبغى ان ينشر من الموضوعات ، وبالتالى يقف عائقا امام المحرر(القائم بالإتصال) فى كل مايقدمه ، تارة باستكمال بعض الجوانب وتارة اخرى برفض بعض الموضوعات او بتأجيل نشرها ، وهو فى ذلك يسعى جاهدا الى ان كل مايقدم من القسم الإخبارى ينبغى ان يتفق اولا مع سياسة التحرير وثانيا مع سياسة الدولة وثالثا الا يخرج عن التقاليد وفى كل خطوة يتحرى الدقة بحثا عن الموضوعات التى ينبغى ان تنشر ٠

• ان سياسة التحرير الصحفية والتقاليد الصحفية المتبعة تمثل عائقا ومؤثرا على القائم بالإتصال خاصة فى ظل نمط ملكية الصحيفة فاذا كانت الصحيفة حكومية او بمعنى الرسمية فالقائم بالإتصال يبحث عما يتفق مع هذا التوجه ، اما اذا كانت عكس ذلك فالأمر يستدعيه البحث عن وجهة النظر الأخرى وان كانت الأخبار لاتحتمل وجهات النظر ، اما التحقيقات الصحفية فتستدعى القائم بالإتصال البحث عن وجهات النظر وكذلك التقاليد الصحفية فإن اجابات المبحوثين توضح انها لاتقل اهمية عن سياسة التحرير ، فالقائم بالإتصال مطالب بألايخرج عن تقاليد صحيفته او مانسميه بعادات الصحيفة فى نشرها للموضوعات وتناولها للقضايا ٠

• اما المعلنون والتى جاءت فى الترتيب الرابع على مستوى الصحف فى المؤثرات والضغوط حيث يستدعى الأمر فى كثير من الأحيان سحب

بعض الموضوعات التحريرية الصحفية من على المساحات الصحفية لينشر مكانها اعلانا ، وذلك على اعتبار ان الإعلان موردا اساسيا من موارد الصحيفة ، فهو المادة الوحيدة كما يقول القائمون بالإتصال فى تلك الصحف ، التى تحول دون نشر موضوعاتهم وتأجيلها او اختصارها وهذا يعد من اخطر المؤثرات على اداء القائم بالإتصال فى تقديم رسالته ، او فى تعامله مع مصادره مما يفقده فى بعض الأحيان المصداقية ، لذلك يرى الباحث الا يعطى القائم بالإتصال لمصادره وقتا محددا لنشر موضوعاتهم او آرائهم واضعا فى الإعتبار بعض الظروف الطارئة داخل الصحيفة التى تحول بينه وبين النشر او بعض المؤثرات الأخرى التى تحول دون النشر ٠

• اما زملاء المهنة فمن اهم المؤثرات ايضا وان جاءت فى الترتيب الخامس حيث ان توقيت النشر للقضية او الحدث خاصة اذا كانت المصدر رسمى فان الإتفاق البينى او السعى الى تحقيق السبق الصحفى بين زملاء المهنة يعد مؤثرا للقائم بالإتصال ، ولذلك فالباحث يرى الا تكون العلاقات البينية بين القائمين بالإتصال مؤثرا فى النشر او مؤثرا فى التعامل مع المصادر ، بل ينبغى على القائم بالإتصال فى الصحف الحفاظ على العلاقات المهنية بين زملائه بشرط الايحدث ازمة لدى الصحيفة التى يعمل فيها القائم بالإتصال ٠

• أوضحت دراسة الجدول رقم (٣) ،ان خوف بعض المسئولين من الإدلاء ببعض التصريحات او المعلومات او مايسمى بالمصادر السلبية وهى التى تخشى التعامل مع الصحف او بقية وسائل الإعلام فان ذلك يؤثر على القائم بالإتصال فيضطر البحث عن مصادر اخرى يطلق عليه المصادر الثانوية التى قد لاتتوافر لديها كافة المعلومات او الغير مخولة بالإدلاء بالمعلومات وفى هذه الحالة من الواجب على القائم بالإتصال تحرى الدقة فى جمعه للمعلومات قبل نشرها حتى لايقع فى اطار المسائلة من قبل صحيفته ٠

• اما بقية الضغوط والمؤثرات والتى كشفت عنها نتائج الدراسة

للجدول رقم (٣) ، ان ضعف الموارد والإمكانيات يعوق المؤثرات الخاصة بالصحيفة التى يعمل فيها القائم بالإتصال وان هذا الضعف ينعكس على اداء القائم بالإتصال فى جمعه للمعلومات وتقديمه إياها لصحيفته ، بينما اخلاقيات المهنة والتى جاءت فى مرتبة متدنية بين الضغوط والمؤثرات طبقا لإجابات القائم بالإتصال يرى الباحث انها لاتقل اهمية عما جاء من المؤثرات فى الإجابات المتقدمة لأنه اذا لم تتوافر الأخلاقيات المهنية للقائم بالإتصال فان ذلك يدفعه الى التضليل فى رسالته والكذب وعدم مراعاة الدقة والتحيز الى آخره من الأخلاقيات البعيدة كل البعد عن اخلاقيات المهنة لذلك فان هذا الجانب كما يرى الباحث من اهم المؤثرات التى ينبغى ان يضعها القائم بالإتصال امام عينيه عند تعامله مع مصادره وقرائه .

• اما مركزية المعلومات فى يد فئة قليلة والتى جاءت فى الترتيب الأخير من المؤثرات ، فهذا امر طبيعى نظرا لأن من يتسم بالمركزية فى تقديم المعلومات له مصادره التى يتعامل معها وان طبيعة القضايا تفرض عليه تقديمها الى القائمين بالإتصال تمهيدا لتقديمها الى الجمهور وبالتالى جاءت فى الترتيب الأخير .

• وبشكل عام فان المؤثرات التى جاءت فى اجابات القائم بالإتصال فى الصحف عينة الدراسة تكشف عن ضرورة البحث عن حلول حتى يستطيع القائم بالإتصال ان يقدم رسالة اعلامية نقية خالصة بعيدة تماما عن كافة المؤثرات والضغوط التى تعوق القائم بالإتصال فى اداء دوره ورسالته .

جدول رقم (٤)

يوضح اهداف نشر الموضوعات لدى القائم بالإتصال فى الصحف السعودية

الصحيفة / اهداف نشر المعلومات	الجزيرة		الرياض		عكاظ		المدينة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
توطيد العلاقة مع المصادر الصحفية	١٩	١٥,٦	١٨	١٤,٤	١٩	١٤,٨	١٩	١٣,٧	٧٥	١٤,٧
تنفيذ توجهات الصحيفة وسياستها	٢٠	١٦,٤	١٧	١٣,٦	١٨	١٤	١٩	١٣,٧	٧٤	١٤,٤
زيادة انتاجك الصحفي	١٠	٨,٢	١٣	١٠,٤	١٥	١١,٧	١٣	٩,٤	٥١	٩,٩
تلبية رغبات الجمهور وحل مشاكله	١٩	١٥,٦	١٦	١٢,٨	١٨	١٤	١٩	١٣,٧	٧٢	١٤
محاربة الفساد	١٧	١٣,٩	١٧	١٣,٦	١٣	١٠,١	١٩	١٣,٧	٦٦	١٢,٨
تحقيق النجومية والشهرة	١٥	١٢,٣	١٤	١١,٢	١٦	١٢,٥	١٨	١٣	٦٣	١٢,٣
الترقى الوظيفى	١٠	٨,٢	١٦	١٢,٨	١٤	١٠,٩	١٥	١٠,٨	٥٥	١٠,٨
النقد البناء	١٢	٩,٨	١٤	١١,٢	١٥	١١,٧	١٦	١١,٦	٥٧	١١,١
المجموع	١٢٢		١٢٥		١٢٨		١٣٨		٥١٣	

•تكشف بيانات الجدول رقم (٤) ان اهداف نشر الموضوعات لدى القائم بالإتصال بالصحف اليومية السعودية عينة الدراسة يأتى فى مقدمة الأهداف على مستوى الصحف توطيد العلاقة مع المصادر الصحفية وذلك بنسبة ١٤,٧% ثم جاء فى الترتيب الثانى تنفيذ توجهات الصحيفة وسياستها وذلك بنسبة ١٤,٤% وفى الترتيب الثالث تلبية رغبات الجمهور وحل مشاكله وذلك بنسبة ١٤% بينما مثلت فئة محاربة الفساد الترتيب الرابع بنسبة ١٢,٨% وجاءت فئة تحقيق النجومية والشهرة فى الترتيب الخامس وذلك بنسبة ١٢,٣% ثم جاءت فئة النقد البناء فى الترتيب السادس بنسبة ١١،١% بينما جاء الترقى الوظيفى فى الترتيب السابع بنسبة ١٠,٨% ، بينما جاء

زيادة الإنتاج الصحفى فى الترتيب الثامن والأخير بنسبة ٩,٩% .

•اما على مستوى كل صحيفة فقد جاءت تلك الفئات المعبره عن اهداف نشر الموضوعات لدى القائم بالإتصال فى صحيفة الجزيرة على النحو التالى :

•جاءت فئة تنفيذ توجهات الصحيفة وسياستها فى مقدمة الأهداف وذلك بنسبة ١٦,٤% ، بينما جاءت فئتى توطيد العلاقة مع المصادر الصحفية وتلبية رغبات الجمهور وحل مشاكله فى الترتيب الثانى وذلك بنسبة ١٥,٦% ، اما محاربة الفساد فقد جاءت فى الترتيب الثالث ١٣,٩% ثم تحقيق النجومية والشهرة فى الترتيب الرابع بنسبة

١٢,٣ % يليها فى الترتيب الخامس النقد البناء بنسبة ٩,٨% وفى مؤخرة تلك الأهداف زيادة الإنتاج الصحفى والترقى الوظيفى او المهنى بنسبة ٨,٢% ، وعلى مستوى صحيفة الرياض فقد جاءت فئة توطيدا لعلاقة مع المصادر الصحفية فى الترتيب الأول بنسبة ١٤,٤% يليها فى الترتيب الثانى فئتى تنفيذ توجهات الصحيفة وسياستها ، ومحاربة الفساد بنسبة ١٣,٦% ثم تاتى فئتي تلبية رغبات الجمهور وحل مشاكله والترقى الوظيفى فى الترتيب الثالث بنسبة ١٢,٨% بينما جاءت فئتى تحقيق النجومية والشهرة والنقد البناء فى الترتيب الرابع بنسبة ١١,٢% .

•وعلى مستوى صحيفة عكاظ جاءت فئة توطيد العلاقة مع المصادر الصحفية فى مقدمة الأهداف وذلك بنسبة ١٤,٨% يليها فى الترتيب الثاني تنفيذ توجهات الصحيفة وسياستها بنسبة ١٤% يشارك تلك الفئة فى نفس الترتيب فئة تلبية رغبات الجمهور وحل مشاكله ، بينما ياتى فى الترتيب الثالث من اهداف نشر الموضوعات لدى القائم بالاتصال فى الصحف اليومية السعودية فئة تحقيق النجومية والشهرة بنسبة ١٢,٥% يليها فى الترتيب الرابع فئتى زيادة الإنتاج الصحفى والنقد البناء بنسبة ١١,٧% ثم تاتى فئة

الترقي الوظيفي فى الترتيب الخامس بنسبة ١٠,٩% بينما ياتى محاربة الفساد فى الترتيب السادس والأخير بنسبة ١٠,١% .

•وعلى مستوى صحيفة المدينة جاءت فئات توطيد العلاقة مع المصادر الصحفية وتنفيذ توجهات الصحيفة وسياستها وتلبية رغبات الجمهور وحل مشاكله ومحاربة الفساد فى مقدمة اهداف نشر الموضوعات لدى القائم بالاتصال وذلك بنسبة ١٣,٧% ، بينما ياتى تحقيق النجومية والشهرة فى الترتيب الثانى بنسبة ١٣% يليها فى الترتيب الثالث النقد البناء بنسبة ١١،٦% ، ثم جاء فى الترتيب الرابع فئة الترقى الوظيفى بنسبة ١٠,٨% وجاء فى الترتيب الأخير زيادة الإنتاج الصحفي بنسبة ٩,٤% .

•يتضح من بيانات الجدول رقم (٤) ان اهداف نشر الموضوعات لدى القائم بالإتصال فى الصحف اليومية السعودية عينة الدراسة اتسمت بالتنوع او التداخل بين الأهداف المجتمعية والأهداف الشخصية .

•اكدت اجابات القائم بالإتصال فى تلك الصحف حرصهم الشديد على تحقيق الأهداف المجتمعية الممثلة فى توطيد العلاقة مع المصادر والتى جاءت بنسبة تكاد تقترب من بعضها البعض ، ففي صحيفة الجزيرة جاءت نسبتها ١٥,٦% على مستوى الصحيفة ، وفى صحيفة الرياض جاء نسبتها ١٤,٤% على مستوى الصحيفة ، وفى صحيفة عكاظ جاءت نسبتها ١٤,٨% على مستوى الصحيفة وفى صحيفة المدينة جاءت نسبتها ١٣,٧% على مستوى الصحيفة ، وكذلك الأمر بالنسبة لبقية فئات الأهداف المجتمعية التى يسعى القائم بالإتصال الى تحقيقها من خلال نشره للموضوعات والمتمثلة فى تنفيذ توجهات الصحيفة وسياستها وتلبية رغبات الجمهور ومحاربة الفساد .

•بينما أوضحت نتائج التحليل لبيانات الجدول عدم حرص القائم على الأهداف الشخصية والتى جاءت فى ترتيب متدني مقارنة بالأهداف المجتمعية، الا ان ابرز تلك الأهداف هو تحقيق النجومية والشهرة وهو ابرز

الأهداف الشخصية التى حرص القائم بالإتصال فى تلك الصحف على تحقيقه، وتكاد تكون قريبه من بعضها البعض فى صحف الدراسة فقد جاء هذا الهدف بنسبة ١٢,٣% فى صحيفة الجزيرة وفى صحيفة الرياض جاء بنسبة ١١,٢% ، وفى صحيفة عكاظ بنسبة ١٢,٥% ، وفى صحيفة المدينة جاء بنسبة ١٣% ، بينما اختلفت النسب الى حد كبير بين كافة الصحف فيما يتعلق بالترقي الوظيفي وان كان القائم بالإتصال فى صحف الرياض وعكاظ والمدينة كانوا اكثر حرصا فى تحقيق هذا الهدف من القائم بالإتصال فى صحيفة الجزيرة ٠

• اوضحت الدراسة انه رغم التوجه الرسمى لتلك الصحف وهمها الدائم بمتابعة الحياة الرسمية للدولة ، الاانه لم يشغلها عن متابعة مشكلات المجتمع والسعى الى حلها ٠

• اكدت الدراسة على العلاقة السليمه والصحيحة بين الصحف والمجتمع وذلك من خلال حرص القائم بالإتصال فى تلك الصحف على تحقيق الأهداف المجتمعية ٠

جدول رقم (٥)

يوضح طبيعة دور القائم بالإتصال اثناء نشر الموضوعات فى الصحف السعودية

الصحيفة / دور القائم بالإتصال	الجزيرة		الرياض		عكاظ		المدينة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نشر الخبر مصحوبا بالرأى	-	-	-	-	-	-	٣	٣,٩	٣	١
تقديم المعلومات وشرحها والتعليق	١٨	٢٤	١٥	٢٠,٢	١٤	١٩,٤	٥٠	١٩,٦	٦٢	٢٠,٨
عرض مشكلات المجتمع	١٨	٢٤	١٩	٢٥,٦	١٨	٢٥	١٩	٢٤,٧	٧٤	٢٤,٩
تقديم المعلومات فقط	١٩	٢٥,٤	٢٠	٢٧,١	٢٠	٢٧,٨	٢٠	٢٥,٩	٧٩	٢٦,٥
توفير المعلومات للصحيفة	٢٠	٢٦,٦	٢٠	٢٧,١	٢٠	٢٧,٨	٢٠	٢٥,٩	٨٠	٢٦,٨
المجموع	٧٥		٧٤		٧٢		٧٧		٢٩٨	

•يوضح الجدول رقم (٥) ان ادوار القائم بالاتصال فى العملية الإخبارية فى الصحف اليومية السعودية تتحدد فى توفير المعلومات للصحيفة وذلك بنسبة ٢٦,٨% يلى ذلك فى الترتيب تقديم المعلومات فقط للقارئ بنسبة ٢٦,٥% ، ثم عرض مشكلات المجتمع بنسبة ٢٤,٩% ، ثم تقديم المعلومات وشرحها والتعليق عليها وذلك بنسبة ٢٠,٨% ، واخيرا نشر الخبر مصحوبا بالرأى جاء فى الترتيب الأخير بنسبة ١% وذلك على مستوى الصحف .

•اما على مستوى كل صحيفة فقد جاءت النتائج كالتالى :

•ففى صحيفة الجزيرة كشفت الدراسة ان توفير المعلومات للصحيفة جاء بنسبة ٢٦,٦% ، يليها فى الترتيب الثانى تقديم المعلومات فقط بنسبة ٢٥,٤% وفى الترتيب الثالث جاء تقديم المعلومات وشرحها والتعليق وعرض مشكلات المجتمع وذلك بنسبة ٢٤%، بينما اختفى دور نشر الخبر مصحوبا بالرأى من تلك الصحيفة .

•وفى صحيفة الرياض مثل تقديم المعلومات فقط وتوفير المعلومات للصحيفة فى مقدمة الأدوار وذلك بنسبة ٢٧,١% يليها فى الترتيب الثانى عرض مشكلات المجتمع بنسبة ٢٥,٦% ، بينما جاء دور تقديم المعلومات وشرحها والتعليق فى الترتيب الثالث بنسبة ٢٠,٢% بينما اختفى دور نشر الخبر مصحوبا بالراى ٠

•وفى صحيفة عكاظ جاء دور تقديم المعلومات للقارئ فقط وتوفير المعلومات للصحيفة فى مقدمة الأدوار لدى القائم بالإتصال فى العملية الإخبارية وذلك بنسبة ٢٧,٨% ، بينما عرض مشكلات المجتمع فى الترتيب الثانى بنسبة ٢٥% يليها فى الترتيب الثالث تقديم المعلومات وشرحها والتعليق بنسبة ١٩,٤% ٠

•وفى صحيفة المدينة لم تختلف ادوار القائم بالإتصال فى العملية الإخبارية فى تلك الصحيفة عن غيرها من الصحف عينة الدراسة ، فقد جاء تقديم المعلومات فقط للقارئ ، وترفير المعلومات للصحيفة فى مقدمة الأدوار وذلك بنسبة ٢٥,٩% ، بينما عرض مشكلات المجتمع فى الترتيب الثانى بنسبة ٢٤,٧% ، اما تقديم المعلومات وشرحها والتعليق فى الترتيب الثالث بنسبة ١٩,٦% ، بينما ظهر دور نشر الخبر مصحوبا بالراى فى الترتيب الأخير بنسبة ٣,٩% وهى نسبة ضئيلة اذا قورنت ببقية الأدوارالتى يحرص عليها القائم بالإتصال فى العملية الإخبارية ٠

•من الملاحظ فى اطار دور القائم بالإتصال فى العملية الإخبارية فى الصحف السعودية بعض الأمور تمثلت فيما يلى :

•تقديم المعلومات فقط للقارئ وهذا الدور ياتى متفقا مع طبيعة العملية الإخبارية اذ انه يرى كيفية تقديم المعلومات بشكل حيادى بعيدا عن اى توجهات وذلك فى اطار التوجه الرسمى لتلك الصحف ٠

•توفير المعلومات للصحيفة ويرى القائم بالإتصال فى تلك الصحف

فيما يتعلق بانتقاء الأخبار ونشرها دوره يتوقف الى حد توفير المعلومات من مصادرها وتقديمها للصحيفة وهذا من وجهة نظر القائمين بالإتصال يعد دورا جيدا فى اطار التغطية الإخبارية وجاء هذا الدور فى الترتيب الثانى على مستوى الصحف عينة الدراسة ٠

• اما دور عرض مشكلات المجتمع والذى جاء فى الترتيب الثالث على مستوى الصحف ، ياتى متفقا مع طبيعة الكتابة للتحقيقات الصحفية التى تتطلب عرض المشكلات سعيا لحلها وتتناول كافة وجهات النظر المرتبطة بالقضية او الموضوع وان هذا الدور للقائم بالإتصال يرتبط بدور تقديم المعلومات وشرحها والتعليق عليها ٠

• اما دور نشر الخبر مصوبا بالراى والذي اختفى تماما من ادوار القائم بالإتصال فى النشر الإخبارى يكشف عن فهم القائم بالإتصال لطبيعة الكتابة الخبرية فى تلك الصحف ، اذ ان الخبر لايتطلب رأيا بل يتطلب العرض بموضوعية دون حذف او اضافة ٠

• اما ظهور هذا الدور للقائم بالإتصال فى صحيفة المدينة فهى نسبة ضئيلة جدا لاتؤثر كما يرى الباحث فى المعالجات الخبرية بصحيفة المدينة ٠

• وبصفة عامة تباينت الأدوار للقائم بالإتصال فى انتقاء الأخبار ونشرها فى الصحف السعودية عينة الدراسة ٠

جدول رقم (٦)

يوضح مدى مشاركة القائم بالإتصال فى صياغة السياسة التحريرية فى الصحف السعودية

الصحيفة / مدى المشاركة الصحفية	الجزيرة		الرياض		عكاظ		المدينة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
شارك دائما	٢	١٠	٤	٢٠	٢	١٠	٣	١٥	١١	١٢,٢
شارك احيانا	٦	٣٠	٤	٢٠	٣	١٥	٢	١٠	١/٥	٢٧,٨
لاتوجد مشاركة على الإطلاق	١٢	٦٠	١٢	٦٠	١٥	٧٥	١٥	٧٥	٥٤	٦٠
المجموع	٢٠		٢٠		٢٠		٢٠		٨٠	

•توضح بيانات الجدول رقم (٦) ان القائم بالإتصال فى الصحف السعودية لاتوجد لديه مشاركة على الإطلاق فى رسم السياسة التحريرية للصحيفة التى يعمل فيها وذلك بنسبة ٦٠% من اجمالى المشاركات على مستوى الصحف ، بينما ياتى ٢٧,٨% ليؤكدوا ان مشاركتهم احيانا فى رسم الساسة التحريرية ، فى حين من يشاركون دائما جاءوا بنسبة ضئيلة جدا وهى ١٢,٢% وذلك على مستوى الصحف .

•وفى اطار القراءة التفصيلية لبيانات الجدول رقم (٦) يتضح ان هناك اتفاق بين كافة القائمين بالإتصال بانهم لايشاركون فى السياسة التحريرية ، وذلك يعنى ان رسم السياسة وصياغتها يرتبط برئيس التحرير ورؤساء الأقسام باعتبارهم اعضاء فى مجالس التحرير للصحف ، وان المحررين تملى عليهم السياسات وعليهم تطبيقها .

•اما الفئة الثانية والتى جاءت بنسبة ٢٧,٨% فهى نسبة محدودة اذا ماقورنت بمن لم يشاركون ، وذكر هؤلاء فى اجاباتهم ان مشاركتهم استشارية وليست الزامية ، الا انه يحسب لهؤلاء جرأة المشاركة .

•اما الفئة الثالثة والتىجاءت بنسبة ١٢,٢% على مستوى الصحف فقد ذكروا انهم اعضاء فى مجالس التحرير وهم لديهم الفرصة للمشاركة الفعلية

فى رسم السياسة التحريرية ٠

• اتضح إيضا من الجدول ان الصحف الأربع عينة الدراسة بينهم جميعا تقارب فى عدم المشاركة للقائم بالإتصال فى رسم السياسة التحريرية، ففى صحيفة الرياض والجزيرة جاءت النسبة ٦٠% وفى صحيفة عكاظ والمدينة جاءت النسبة ٧٥% ٠

• بينما اوضحت الدراسة ان القائم بالإتصال فى صحيفة الجزيرة اكثر الفئات مشاركة عن غيره من القائم بالإتصال فى بقية الصحف عينة الدراسة

جدول رقم (٧)

يوضح نوعية مشاركة القائم بالإتصال فى رسم السياسة التحريرية فى الصحف السعودية

الصحف / نوعية المشاركة	الجزيرة		الرياض		عكاظ		المدينة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
حضور الإجتماعات اليومية	١٠	٥٠	١٢	٦٠	١٥	٧٥	١٥	٧٥	٥٢	٦٥
طرح الأراء فقط	٨	٤٠	٤	٢٠	٣	١٥	٢	١٠	١٧	٢١,٢
تحديد توجهات المعالجة	٢	١٠	٤	٢٠	٢	١٠	٣	١٥	١١	١٣,٨
اتخاذ القرار	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
المجموع	٢٠		٢٠		٢٠		٢٠		٨٠	

• تكشف نتائج الجدول رقم (٧) ان نوعية مشاركة القائم بالإتصال فى رسم السياسة التحريرية فى الصحف اليومية السعودية ، تمثلت فى حضور الإجتماعات اليومية بنسبة ٦٥% يليها طرح الآراء فقط بنسبة ٢١,٢% ثم جاء تحديد توجهات المعالجة بنسبة ١٣,٨% وذلك على مستوى الصحف عينة الدراسة ٠

• اما على مستوى صحيفة الجزيرة فقد جاء فى الترتيب الأول من فئات نوعية المشاركة ، حضور الإجتماعات اليومية وذلك بنسبة ٥٠% يليها فى الترتيب الثانى طرح الآراء فقط بنسبة ٤٠% بينما مثلت فئة تحديد

توجهات المعالجة ١٠% .

•وفى صحيفة الرياض مثلت فئة حضور الإجتماعات اليومية الترتيب الأول بنسبة ٦٠% وطرح الآراء فقط بنسبة ٢٠% وتحديد توجهات المعالجة بنسبة ٢٠% .

•وفى صحيفة عكاظ لم يختلف الأمر عن صحيفتى الجزيرة والرياض حيث جاءت فئة حضور الإجتماعات اليومية فى الترتيب الأول بنسبة ٧٥% يليها فئة طرح الأراء فقط بنسبة ١٥% واخيرا تحديد المعالجة بنسبة ١٠%

•وتكاد تكون النسب قريبة مع صحيفة المدينة حيث مثلت فئة حضور الإجتماعات الترتيب الأول بنسبة ٧٥% يليها طرح الأراء فقط بنسبة ١٠% يليها تحديد وتوجهات المعالجة بنسبة ١٥% .

•فى ضوء بيانات الجدول رقم (٧) يتضح من المعالجة ان نوعية مشاركة القائم بالإتصال فى رسم السياسة التحريرية فى الصحف اليومية السعودية تمثلت فى النقاط التالية :

•ان القائم بالإتصال فى الصحف السعودية جاء دوره البارز فى المشاركة متمثل فى حضور الإجتماعات اليومية للقسم الذى ينتمى اليه وذلك على مستوى جميع الصحف ، فقد جاءت تلك الفئة فى صحيفة الجزيرة بنسبة ٥٠% وفى صحيفة الرياض بنسبة ٦٠% وفى صحيفة عكاظ ٧٥% وفى صحيفة المدينة بنسبة ٧٥% ، ويعنى ذلك ان الحضور هو الحد الأدنى من المشاركة ، وكأن السياسة التحريرية تملى على القائم بالإتصال من خلال رئيس التحرير وبالتبعية الى رئيس القسم وماعلى القائم بالإتصال الا ان ينفذ توجهات رئيس القسم من خلال حضوره فى الإجتماعات وبالتالى تبتعد السياسة التحريرية عن تلبية كافة الرغبات الجماهيرية بالإضافة الى عدم قدرتها على عرض القضايا والبحث عن حلول لها وهو ماتضح من بيانات الجدول فى عدم قدرة القائم بالإتصال فى كافة الصحف عينة الدراسة عن

اتخاذ القرار ٠

•ان فئة طرح الأراء فقط ظهرت بشكل واضح فى صحيفة الجزيرة عن غيرها من بقية صحف الدراسة ، وان كانت كلمة فقط تشير الى انه ليس بالضرورة ان كل مايطرح من راى يكون محل تنفيذ ، بل يحسب للقائم بالإتصال بهذه الصحيفة اعطائه مساحة لابداء رايه فى رسم السياسة التحريرية ٠

•وفى اطار توعية المشاركة للقائم بالإتصال يتضح انه كلما كانت المعالجات الصحفية التى يقوم بها القائم بالإتصال تتفق مع توجهات رئيس التحرير ورئيس القسم وتتفق ايضا مع اهتماماتهم فانه تزداد درجة المشاركة والعكس صحيح ، فكلما جاءت المعالجة لاتتفق مع توجهات القيادات الصحفية قلت او انخفضت درجة ونوعية المشاركة فى رسم السياسة التحريرية ، وهكذا يتضح ان رسم السياسة التحريرية للصحف لايكون للقائم بالإتصال دور اكبر فى رسمها او تحديدها وانما هى تملى او تفهم من خلال الممارسة الصحفية للقائم بالإتصال فى الصحف عينة الدراسة ٠

جدول رقم (٨)

يوضح تصور القائم بالإتصال للعوامل التى تتحكم فى نشر الموضوعات فى الصحف السعودية

الصحيفة / العوامل المؤثرة	الجزيرة		الرياض		عكاظ		المدينة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
طبيعة الأحداث	١٨	٣٠,١	١٨	٢٦,٥	١٩	٢٨,٨	١٩	٢٨,٨	٧٤	٢٨,٥
رئيس التحرير/سياسة التحرير	٨	١٣,٣	١٠	١٤,٧	٧	١٠,٦	٧	١٠,٦	٣٢	١٢,٣
رئيس القسم	٢٠	٣٣,٣	٢٠	٢٩,٤	٢٠	٣٠,٣	٢٠	٣٠,٣	٨٠	٣٠,٧
المساحة المخصصة أو المتاحة	١٤	٢٣,٣	٢٠	٢٩,٤	٢٠	٣٠,٣	٢٠	٣٠,٣	٧٤	٢٨,٥
المجموع	٦٠		٦٨		٦٦		٦٦		٢٦٠	

•تكشف بيانات الجدول رقم (٨) ان تصورات القائم بالإتصال عن

العوامل التى تتحكم فى نشر الموضوعات فى الصحف اليومية السعودية تمثلت فى رئيس القسم بنسبة ٣٠,٧% يليه طبيعة الأحداث والمساحة المخصصة او المتاحة وكلاهما جاء بنسبة ٢٨,٥% واخيرا رئيس التحرير وسياسة التحرير بنسبة ١٢,٣% وذلك على مستوى الصحف عينة الدراسة .

• اما على مستوى كل صحيفة فقد اتضح ان هناك اتفاق بين الصحف الأربع عينة الدراسة (الجزيرة والرياض وعكاظ والمدينة) على ان رئيس القسم من اهم العوامل التى تتحكم فى نشر الموضوعات وذلك بنسبة ٣٣,٣% فى صحيفة الجزيرة وبنسبة ٢٩,٤% فى صحيفة الرياض وبنسبة ٣٠,٣% فى صحيفتي عكاظ والمدينة ، وذلك باعتبار رئيس القسم القناة الأولى التى ياخذ الموضوع تاشيرة نشر او عدم نشر باعتباره القيادة التى تنفذ كافة التوجهات او اقرب مايكون بحارس البوابة فى قسمه الذى يعمل فيه .

• واتفقت تصورات القائم بالإتصال فى الصحف كذلك على ان عاملى طبيعة الأحداث والمساحة المخصصة من اهم العوامل ، فقد مثلت طبيعة الأحداث فى صحيفة الجزيرة نسبة ٣٠% وفى صحيفة الرياض بنسبة ٢٦,٥% وفى صحيفة عكاظ جاءت بنسبة ٢٨,٨% وفى صحيفة المدينة بنسبة ٢٨,٨% وتلك النتائج على مستوى كل صحيفة على حده .

• بينما جاءت المساحة المخصصة فى صحيفة الجزيرة بنسبة ٢٣,٣%، وفى صحيفة الرياض بنسبة ٢٦,٥% وفى صحيفة عكاظ ٢٨,٨% وفى صحيفة المدينة ٢٨,٨% .

• ان هذه النتائج تشير الى التكامل فى عوامل النشر ، فبينما يتقدم عامل رئيس القسم ليأتى بعد ذلك طبيعة الأحداث ، المساحة المخصصة وهو مايعنى ان رئيس القسم يعطى توجها للإهتمام بمعالجة موضوع ما وان هذا الإهتمام اما ان يكون خاضعا لتوجهات الصحيفة واهتماماتها ، او ان هذا الحدث يفرض نفسه على اهتمامات الصحف وبالتالى يعطى رئيس القسم فى

كل الأحوال اشارة بالإهتمام به وبالتبعية تبدأ الصحيفة فى تخصيص مساحة او اتاحة مساحة للموضوع ، ثم بعد ذلك تاتى توجهات رئيس التحرير فى الترتيب الأخير وذلك على اعتبار ان هناك توجهات فوقية منه الى رئيس القسم لإخضاع المعالجات او الإهتمامات بالموضوعات طبقا لتوجهات سياسة التحرير ، وغالبا يتدخل رئيس التحرير ليصبح عاملا واضحا مالم تكن لدى رئيس القسم تعليمات منه او وصلت اليه تعليمات او توجهات باهمال الموضوع او بابراز موضوع ما ٠

•وهكذا يصبح رئيس التحرير فى وقت ما هو العامل المسيطر على كل العوامل التى يرى القائم بالإتصال انها تتحكم فى نشر الموضوعات ٠

جدول رقم (٩)

يوضح تصور القائم بالإتصال لثقة الجمهورفى الموضوعات المقدمة فى الصحف السعودية

الصحيفة / تصور القائم بالاتصال	الجزيرة		الرياض		عكاظ		المدينة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
يثق بدرجة عالية	١٠	٥٠	٦	٣٠	٨	٤٠	١٠	٥٠	٣٤	٤٢,٥
يثق بدرجة متوسطة	١٠	٥٠	١٠	٥٠	١٠	٥٠	٨	٤٠	٣٨	٤٧,٥
لايثق على الإطلاق	-	-	٤	٢٠	٢	١٠	٢	١٠	٨	١٠
المجموع	٢٠		٢٠		٢٠		٢٠		٨٠	

•كشفت الدراسة التحليلية للجدول رقم (٩) من اجابات القائم بالإتصال فى الصحف اليومية السعودية ان ثقة الجمهور فى الموضوعات المثارة ثقة متوسطة وجاءت بنسبة ٤٧,٥% مقابل ٤٢,٥% للثقة العالية و١٠% لعدم الثقة على الإطلاق ٠

•واوضحت بيانات الجدول لعينة صحيفة الجزيرة ان الجمهور يثق بدرجة عالية وبدرجة متوسطة فى الموضوعات المنشورة وذلك بنسبة ٥٠% لكل منهما ، فى حين راى القائم بالإتصال فى صحيفة الرياض ان الجمهور

يثق فى موضوعاته بدرجة متوسطة بنسبة ٥٠% وبدرجة عالية بنسبة ٣٠% والذين لايثقون على الإطلاق بنسبة ٢٠% ، بينما فى صحيفة عكاظ اوضحت اجابات العينة ان الجمهور يثق فى موضوعاته بدرجة متوسطة بنسبة ٥٠% ويثق بدرجة عالية بنسبة ٤٠% ومن لايثق على الإطلاق بنسبة ١٠% ، ولم يختلف الأمر كثيرا فى صحيفة المدينة حيث اوضحت اجابات العينة ان الجمهور يثق فى موضوعاته بدرجة عالية بنسبة ٥٠% مقابل ٤٠% ثقة متوسطة واخيرا ١٠% لمن لم يثقوا على الإطلاق ٠

•يكشف الجدول رقم (٩) والذى يتناول ثقة الجمهور فى القائم بالإتصال والموضوعات المنشورة خاصة الإخبارية او التحقيقية عن وعى فى تقديم الإجابات وتفسيرها ، اذ ان الأصل عدم وجود ثقة كاملة وبالتالى جاءت الإجابات مابين عالية ومتوسطة رغير موجودة ، وان قياس درجة الثقة للجمهور غير واضحة لديه نظرا لعدم قدرته على معرفته بالجمهور المقدم اليه الموضوعات ، حيث يتصف الجمهور بالتنوع مابين الطبيب- المهندس – المهنى – الطالب – الصيدلى ٠٠٠الخ من الجمهور ، الى الرجل البسيط فى الشارع وبالتالى لم يستطع القائم بالإتصال ان يحدد درجة معينة للثقة الموجودة فى الموضوعات لدى الجمهوريطلق عليها بالفعل ان تلك هى درجة الثقة التى يتوقف عندها ويحددها ٠

•يكشف الجدول التقارب الشديد فى اجابات القائم بالإتصال فى صحف الدراسة وكأنه اتفاق ضمنى بين القائمين بالإتصال فى تلك الصحف ، لكن الإجابات فى كل الأحوال تعبر عن طبيعة التنوع فى الثقة وهو امر طبيعى لكل الوسائل وكذلك ايضا للجمهور فى ظل تنوعه وتعدده ٠

•كما اوضحت بيانات الجدول ان القائم بالإتصال فى صحيفة الجزيرة نفى عدم وجود الثقة على الإطلاق وجاءت اجابات القائمين بالإتصال فى بعض الصحف لتؤكد ان نسبة تلك الفئة (لايثق على الإطلاق) محدودة فيما عدا صحيفة الرياض التى زادت الى حد ما لتصل الى ٢٠% وجاءت اجابات

العينة لتؤكد ان الثقة فى الموضوعات لدى الجمهور تتوافر عندما تتوافر المصداقية لدى القائم بالإتصال وهذا هو الأصل فى طبيعة كل الموضوعات التى تنشر على صفحات صحفنا ٠

• اوضحت اجابات القائم بالإتصال عينة الدراسة ان فاعلية العملية الإخبارية تكون جيدة عندما يكون هناك فهم كامل لكل اطراف الإتصال ، فاذا غاب احد الأطراف او العناصرفشلت الرسالة وفاعليتها ٠

جدول رقم (١٠)

يوضح مدى تعبير الموضوعات المنشورة عن رغبات الجمهور لدى القائم بالإتصال فى الصحف السعودية

الصحيفة / مدى تعبير الموضوعات	الجزيرة		الرياض		عكاظ		المدينة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
تعبر بدرجة كبيرة	٨	٤٠	٩	٤٥	١٢	٦٠	٩	٤٥	٣٨	٤٧,٥
تعبر بدرجة متوسطه	٧	٣٥	٨	٤٠	٨	٤٠	١٠	٥٠	٣٣	٤١,٢
لاتعبر على الإطلاق	٥	٢٥	٣	١٥	-	-	١	٥	٩	١١,٣
المجموع	٢٠		٢٠		٢٠		٢٠		٨٠	

• تكشف بيانات الجدول رقم (١٠) ان القائم بالإتصال فى الصحف اليومية السعودية يرون انهم يعبرون عن اهتمامات الجمهور ورغباته بدرجة كبيرة بنسبة ٤٧,٥% ، بينما يعبرون عن الإهتمامات الجماهيرية بدرجة متوسطة بنسبة ٤١,٢% ، بينما لاتعبر الموضوعات عن الإهتمامات على الإطلاق بنسبة ١١,٣% وذلك على مستوى القائم بالإتصال فى الصحف ٠

• اما على مستوى كل صحيفة فقد جاءت اجابات القائم بالإتصال فى صحيفة الجزيرة توضح ان التعبير عن اهتمامات الجمهور ورغباته بدرجة كبيرة جاءت بنسبة ٤٠% ، بينما تعبير الموضوعات عن الإهتمامات بدرجة متوسطة جاءت بنسبة ٣٥% واخيرا فئة لاتعبر الموضوعات عن الإهتمامات

على الإطلاق بنسبة ٢٥% .

•وفى صحيفة الرياض جاءت اجابات المبحوثين توضح انهم يعبرون عن اهتمامات الجمهور ورغباته بدرجة كبيرة بنسبة ٤٥% ، بينما تعبير الموضوعات بدرجة متوسطة جاء بنسبة ٤٠% ، ولاتعبر الموضوعات عن الإهتمامات على الإطلاق جاءت بنسبة ١٥% .

•وفى صحيفة عكاظ جاء تعبير الموضوعات عن اهتمام الجمهور ورغباته بدرجة كبيرة بنسبة ٦٠% ، يليها تعبير الموضوعات عن الإهتمامات بدرجة متوسطة بنسبة ٤٠% .

•اما فى صحيفة المدينة فقد جاء التعبير عن اهتمامات الجمهور ورغباته بدرجة كبيرة بنسبة ٤٥% يليها تعبير الموضوعات عن الإهتمامات بدرجة متوسطة بنسبة ٥٠% ، واخيرا لاتعبر الموضوعات عن الإهتمامات على الإطلاق بنسبة ٥% .

•كما كشفت الدراسة الميدانية ان القائم بالإتصال يعبر عن اهتمامات الجمهور ورغباته كلما توافر لديه كم من الحقائق والمعلومات تكشف النقاب عن كثير من القضايا والمشكلات التى تمثل حاجه ملحة للجمهور وتثير التعبير عن وجهة نظره والدفاع عن مصالحه وهمومه ، بينما يقل هذا الإهتمام بالجمهور وبدرجة متوسطة عندما تتوجه الصحف لتركز على الجوانب الرسمية الشكلية للمسئولين الحكوميين بعيدا عن الجوانب التى تمس حياة الجماهير ، وعندما تتوجه الصحف لتعبر عن سياسات الدولة وتوجهاتها قلت درجة الإهتمام فهى لاتعبر فى هذه الحالة .

جدول رقم (١١)

وضح درجة الرضا الوظيفى عن طبيعة العمل لدى القائم بالإتصال فى الصحف السعودية

الصحيفة / درجة الرضا	الجزيرة		الرياض		عكاظ		المدينة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
-٢٠	١	٥	٣	١٥	-	-	-	-	٤	٥
-٤٠	٤	٢٠	٥	٢٥	٥	٢٥	٢	١٠	١٦	٢٠
-٦٠	٣	١٥	٢	١٠	٦	٣٠	٦	٣٠	١٧	٢١,٢
-٨٠	٨	٤٠	٧	٣٥	٨	٤٠	٩	٤٥	٣٢	٤٠
-١٠٠	٤	٢٠	٣	١٥	١	٥	٣	١٥	١١	١٣,٨
درجات أخرى	-	-	-٠	-	-	-	-	-	-	-
المجموع	٢٠		٢٠		٢٠		٢٠		٨٠	

•توضح بيانات الجدول رقم (١١) ان درجة رضا القائم بالإتصال عن طبيعة عمله تمثل فى الرضا المتدني او الضعيف ، وعن درجات الرضا جاءت درجة ٨٠ فى الترتيب الأول بنسبة ٤٠% يليها فى الترتيب الرضا فوق المتوسط بنسبة ٢١,٢% ، ثم الرضا الأقل من المتوسط بنسبة ٢٠% ، ثم الرضا الكامل بنسبة ١٣,٨% واخيرا ادنى درجات الرضا بنسبة ٥% وذلك على مستوى اجابات القائم بالإتصال فى الصحف .

•وعلى مستوى كل صحيفة جاءت الإجابات للمبحوثين فى صحيفة الجزيرة توضح ان الفئة التى درجاتها ٨٠% والتى تمثل الرضا الأقل من الكامل ، احتلت المقدمة يليها الفئة التى مثلت درجات ٤٠% ، الأقل من المتوسط بنسبة ٢٠% يشاركها فى ذلك الفئة التى درجاتها ١٠٠% ، يليهم فى الترتيب الفئة التى درجاتها تمثل ٦٠% اى فوق المتوسط بنسبة ١٥% واخيرا درجات الرضا المتدنية بنسبة ٥% .

•بينما فى صحيفة الرياض جاءت الفئة التى درجاتها ٨٠ فى المقدمة بنسبة ٣٥% يليها فى الترتيب الفئة التى درجاتها ٤٠ بنسبة ٢٥% ثم الفئة المتدنية والتى درجاتها٢٠ و١٠٠ بنسبة ١٥% ٠

•اما فى صحيفة عكاظ مثلت الفئة التى درجاتها ٨٠ بنسبة ٤٠% ، بينما الفئة التى درجاتها ٦٠ بنسبة ٣٠% ، يليها فى الترتيب الفئة التى درجاتها ٤٠ بنسبة ٢٥% واخيرا الفئة التى درجاتها ١٠٠بنسبة ٥% ٠

•وفى صحيفة المدينة مثلت الفئة التى درجاتها ٨٠ بنسبة ٤٥% يليها الفئة التى درجاتها ٦٠بنسبة ٣٠% ثم الفئة التى درجاتها ١٠٠بنسبة ١٥% واخيرا الفئة التى درجاتها ٢٠بنسبة ١٠% ٠

•توضح البيانات فى جدول (١١) مايلى :

•ان القائم بالإتصال فى الصحف اليومية السعودية توافر لديه الرضا بمتوسط جيد جدا نظرا لما يمثله من مكانة اجتماعية متميزة بين افراد المجتمع وان كان يعانى من الكثير من المشكلات ، الاانه يشعر بالرضا والسعادة فى العمل ومازال يسعى الى المزيد فيما يتعلق بزيادة المرتب وفرص التدريب واعطائه بعض الدورات ٠٠٠الخ ٠

•ان التنوع فى درجات الرضا ياتى طبيعيا ومتفق مع حياة الإنسان (القائم بالإتصال) فالرضا المطلق غير متوافر وان وجد فهو بنسب محدودة وهو ماتضح فى درجات الرضا لدى القائم بالإتصال فى الصحف اليومية السعودية محل الدراسة ٠

•هناك تقارب شديد بين فئتى درجة الرضا (٤٠، ٦٠) اذ ان اجمالى تكرارات العينة للدرجة (٤٠) ١٦ ، وللدرجة (٦٠) ١٧، وان اجمالى تلك الفئتين يزيد عن الفئة التى تمثل الدرجة (٨٠) ، حيث أن اجمالى تكراراتها يساوى ٣٢ وذلك على مستوى الصحف ٠

•اما تدنى الفئة التى درجاتها (٢٠) فذلك يعنى ان الغالبية يتوافر لديهم الرضا الوظيفى بنسب اعلى من تلك الفئة بكثير ٠

• النتائج العامة للدراسة :

١- اكدت الدراسة ان مصادر الحصول على المعلومات لدى القائم بالإتصال فى الصحف السعودية تمثلت فى المسئولين الرسميين بنسبة ٢١,٣% تلاها المتخصصون والخبراء بنسبة ١٨,١% فالإنترنت بنسبة ١١،٩% ، ثم وكالات الأنباء بنسبة ١١,٧% يليها وسائل الإعلام السعودية الأخرى بنسبة ٧,٦% فالمعايشة والإطلاع بنسبة ٧,٢% فالدوريات العلمية بنسبة ٦,٩% ، ثم التقارير الرسمية بنسبة ٦,٨% والأرشيف والمكتبات بنسبة ٣,٨% ثم الحفلات والمهرجانات بنسبة ٣% فالراديو والتليفزيون بنسبة ١,٧% واخيرا الإعلام الأجنبى بنسبة ٠,٧% .

٢- اوضحت الدراسة اعتماد القائم بالإتصال على المسئولين الرسميين والمتخصصون والخبراء باجمالى ٣٩,٤% للفئتين وهذه هى المصادر الحية بالنسبة للقائم بالإتصال والتى يمثل فيها العنصر البشرى قيمه خاصة فى الحصول على المعلومات ، امابقية المصادر فهى تجمع بين جهات متعددة (وكالات الأنباء - الإنترنت - المعايشة - التقارير - الأرشيف) وهذه المصادر فى مجملها تصل الى ٦٠% وهو مايزيد فى قيمة العنصر البشرى او الشخصى فى المعلومات .

٣- كما اوضحت الدراسة التنوع فى المصادر كلها لدى القائم بالإتصال وذلك يؤكد على تكاملية المصادر لديه ، وان ظل الأشخاص فى مقدمة المصادر بالنسبة له .

٤- توصلت الدراسة ايضا الى ان معايير انتقاء الأخبار ونشرها لدى القائم بالإتصال فى الصحف السعودية واحدة وان جاءت الإختلافات فى تلك الصحف فى تقديم معيار على آخر .

٥- اوضحت الدراسة ان من اهم المعايير ارتباط الموضوعات بسياسة التحرير لدى القائم بالإتصال وكذلك ايضا ارتباط الموضوعات

بسياسة الدولة ، بالإضافة الى اهمية الموضوع مع الأخذ فى الإعتبار بقية العوامل الأخرى وان تقدم معيار على اخر فالأمر كله لايتجاوز سوى حد التقديم او التأخير وذلك يؤكد ان كل المعايير الواردة فى الدراسة تمثل ضرورة لدى القائم بالإتصال ، فى الوقت نفسه فان هناك ثقافة القائم بالإتصال ، ودرجات اهتمامه بالموضوع وانتماءاته وتوجهاته ، الا ان كافة اجابات القائم بالإتصال تؤكد على ان المعايير الشخصية لاتنحيها جانبا واضعين كافة المعايير المهنية .

٦- توصلت الدراسة الى ان اهم المؤثرات والضغوط الرئيسية على القائم بالإتصال ، رؤساء العمل ، ثم سياسة التحرير الصحفية والتقاليد الصحفية المتبعة وان هذا المثلث الأول فى الضغوط والمؤثرات يستدعى ضرورة قيام القائم بالإتصال بانتقاء الأخبار قبل نشرها فى ظل هذه الضغوط.

٧- كما اوضحت الدراسة ان بقية المؤثرات ومنها المعلنون تضع القائم بالإتصال فى ازمة مع مصادره ، فكثيرا تحذف الموضوعات اوتؤجل نتيجة لوجود مادة اعلانية وبالتالى يفقد القائم بالإتصال مصداقيته لدى مصادره .

٨- كشفت الدراسة عن المصادر السلبية والتى يطلق عليها طبقا لتصنيفها فى المؤثرات

(خوف بعض المسئولين من الإدلاء) فكثيرا من المصادر تخشى التعامل مع القائم بالإتصال وبالتالى تصيبه بالقلق والتوتر نظرا لخوفه الشديد من الإعلام بكافة انواعه

٩- توصلت الدراسة الى ضرورة البحث عن حلول للتخلص من كافة الضغوط والمؤثرات التى تواجه القائم بالإتصال حتى يستطيع ان يقدم رسالته بدون أى مشكلات .

١٠-كشفت الدراسة عن تدنى عامل الأخلاقيات المهنية ، الا ان هذا

الجانب لايقل اهمية عن بقية الضغوط والعوامل الأخرى ، بل يعد من اهم العوامل ، فلو لم تتوافر الأخلاقيات لدى القائم بالإتصال ، فان ذلك يدفعه الى التضليل والتحيز وعدم الدقة فى نشره الأخبار والمعلومات ٠

١١-كشفت الدراسة عن التنوع فى اهداف نشر الموضوعات لدى القائم بالإتصال فى تقديمه للموضوعات ونشرها وهذا يتفق مع تعددية اهداف الرسالة الإعلامية ، فقد يكون للنشر هدف واحد يسعى اليه القائم بالإتصال او قد يكون مجموعة من الأهداف وهو ماتوصلت اليه الدراسة ٠

١٢-اكدت الدراسة على حرص القائم بالإتصال فى الصحف اليومية السعودية على تحقيق الأهداف المجتمعية لنشر الموضوعات الإخبارية الممثلة فى توطيد العلاقة مع المصادر والتى جاءت فى صحيفة الجزيرة بنسبة ١٥,٦% ، وفى صحيفة الرياض بنسبة ١٤,٤% ، وفى صحيفة عكاظ بنسبة ١٤,٨% وفى صحيفة المدينة بنسبة ١٣,٧% ، وكذلك الأمرلبقية الأهداف المجتمعية ٠

١٣-اوضحت الدراسة عدم حرص القائم بالإتصال على سعيه لتحقيق الأهداف الشخصية والتى جاءت فى ترتيب متدنى مقارنة بالأهداف المجتمعية، ومن بين تلك الأهداف (تحقيق النجومية والشهرة ، الترقى الوظيفى) ٠

١٤-كشفت الدراسة عن حرص القائم بالإتصال فى متابعة مشكلات المجتمع والسعى الى حلها رغم التوجه الرسمى لتلك الصحف وهمها الدائم بمتابعة الحياة الرسمية للدولة ٠

١٥-اكدت الدراسة ان دور القائم بالإتصال فى العملية الإخبارية يقتصر على تقديم المعلومات فقط للقارئ ، وهذا الدور ياتى متفقا مع طبيعة العملية الإخبارية ، بالإضافة الى توفير المعلومات للصحيفة وهذا هو الدور المنوط فى العملية الإخبارية ٠

١٦-اكدت الدراسة على موضوعية العملية الإخبارية حيث اختفى تماما من ادوار القائم بالإتصال نشر الخبر مصحوبا بالرأى ٠

١٧-اوضحت الدراسة ان القائم بالإتصال فى الصحف السعودية لايشارك فى رسم السياسة التحريرية وان مشاركتهم تمثلت فى حضور الإجتماعات اليومية للقسم الذى ينتمى اليه القائم بالإتصال وان مسئولية رسم السياسات تقع على رئيس التحرير ورؤساء الأقسام ٠

١٨-اكدت الدراسة على ان اهم العوامل التى تتحكم فى نشر الموضوعات فى الصحف السعودية من وجهة نظر القائم بالإتصال ، رئيس القسم بنسبة ٣٠,٧%، ثم طبيعة الأحداث والمساحة المخصصة او المتاحة وكلاهما بنسبة ٢٨,٥% ، واخيرا رئيس التحرير والسياسة التحريرية بنسبة ١٢,٥% ، وتفسير ذلك يعود الى ان رئيس القسم هو القناة الأولى للموافقة على النشر من عدمه باعتباره الواجهة المنفذة للسياسات التحريرية وتوجهات رئيس التحرير وعند موافقة رئيس القسم تتوافر المساحات الصحفية ٠

١٩-كشفت الدراسة عن ان ثقة الجمهور فى الموضوعات المثارة ثقة متوسطة بنسبة ٤٧,٥% مقابل ٤٢,٥% للثقة العالية و١٠% لعدم الثقة على الإطلاق ٠

٢٠-اوضحت الدراسة ان القائمين بالإتصال فى الصحف السعودية عينة الدراسة يرون انهم يعبرون عن اهتمامات الجمهور ورغباته بدرجة كبيرة بنسبة ٤٧,٥% ، بينما يعبرون عن الإهتمامات الجماهيرية بدرجة متوسطة بنسبة ٤١,٢% ، واخيرا الموضوعات لاتعبر عن الإهتمامات على الإطلاق بنسبة ١١ز٣% ٠

٢١-كشفت الدراسة عن الرضا المتوسط للقائم بالإتصال فى الصحف السعودية ، وكذلك ايضا التنوع فى درجات الرضا ، حيث لايتوافر الرضا المطلق فى العمل المهنى ٠

قائمة المراجع :

1- Tohm. B. Bitte " Ntass Communication : An Introduction " (N.T. : Printice 11att. Inc. 4th ed . 1986) p. 399 .

٢- عبد الفتاح عبد النبى " الأداء المهنى للقائمين بالإتصال فى الصحف المصرية " مجلة اليقظة العربية ، ١٩٩٠ ، ص٠ص٠ ١٠٨، ١٢٢ ٠

٣- الفت اغا " القائمون بالإتصال وقضايا التنمية ، دراسة ميدانية لعينة من القائمين بالإتصال فى المجتمع المصرى " دكتوراه غير منشورة ، كلية الأداب ، قسم الإجتماع ، جامعة القاهرة ، ١٩٩١ ، ص ٥٠ ٠

٤- سيد بخيت " العمل الصحفى فى مصر ، دراسة سوسيولوجية للصحفيين المصريين " القاهرة ، العربى للنشر ، ١٩٩٨ ، ص ٠ ٣٢، ٣٣

٥-عثمان محمد العربى وعبد اللطيف محمد العوفى – القائم بالإتصال فى الصحافة السعودية ، دراسة وصفية ، مركز بحوث كلية الآداب ، جامعة الملك سعود ، ٢٠٠٣ ، ص ٩ ٠

٦- محمد نصر مهنا : مدخل إلى الإعلام و تكنولوجيا الاتصال – في عالم متغير (الإسكندرية ،ركز الإسكندرية للكتاب ، د ت) ص١٢٤،ص١٢٥.

٧- محمد احمد محمد يونس : العوامل المؤثرة على أداء القائم بالاتصال في الصحف الإماراتية الحكومية ، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر، كلية الإعلام ،جامعة القاهرة ،٣-٥ مايو ٢٠٠٥ م،ص١٤٣١.

٨- عثمان محمد العربى ،رجع سابق ٠

٩- محمد قيراط ، القائم بالإتصال فى الصحافة الجزائرية ، دراسة وصفية ،مركز بحوث كلية الأداب ، جامعة وهران الجزائر ، ١٩٩٩

١٠-عاطف عبد الرشيد مبروك : " مشكلات القائم بالاتصال في الإنتاج

الاعلامى الموجه للاطفال" ،رسالة ماجستير غير منشورة ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس ، ١٩٩٧.

١١-أحمد صلاح الدين أحمد. أخبار الصفحة الأولى دراسة مقارنة في المضمون والقائمين بالاتصال في صحف الاتحاد والخليج والبيان بدولة الإمارات العربية المتحدة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، ١٩٩٥م.

١٢-سعيد اسماعيل الصينى ، شروط القائم بالإتصال عند المسيحين والمسلمين ، دراسة مقارنة ، جامعة الملك عبد العزيز ، ١٩٨٨

١٣- عبد القادر طاش ، صورة وصفية للصحفيين الممارسين فى الصحافة السعودية اليومية ، كلية الأداب ، جامعة الملك سعود ، ١٩٨٣

14- Breed, W., "Social Control in the Newsroom", Social Forces, 1955, p. 185,

١٥-رادي فاسيليف: "الحالة الاجتماعية للصحفيين"، ترجمة جورج يوسف الشماس، مؤسسة بترا للطباعة والنشر، بيروت ١٩٨٢، ص ٢٠ وما بعدها.

16- Dennis Hale: "What Subscribes think of group ownership of newspaper", Journalism Quarterly, vol. 57, No. 2, Summer 1980.

17- Doug under wood and Keith Stamm : Balancing Business with Journalism: News Room policies At12 west coast Newspaper: Journalism quarterly, Vol..169 Summer, 1992, pp. 301 - 317.

18- Kith Stamm and Doug Underwood : "The Relationship of Job Satisfaction to news room policy changes" Journalism quarterly vol. 70, No. 3, Autumn 1993, PP. 528-541.

19- Kimberly E- FRADGLEY & Walter - E- Niebamer .Landon Quality Newspaper Ownership and Reporting Patterns Journalism and Mass Communication Quarterly,vol 72,no 4, winter 1995, p 902 - 912.

20- Roya Akhavan Ajid & timothy Boudreaux: chain ownership, organizational size and editorial role perceptions journalism and mass communication quarterly, vol 72, no9, winter 1995, p 863-873.

21- Martha N. Mathews: How public ownership, affects publisher Autonomy: journalism and mass communication quarterly, vol 73, no9, summer 1996, p 301-317.

٢٢-عبد الفتاح عبد النبي .تكنولوجيا الاتصال و الثقافة بين النظرية و التطبيق ، القاهرة :العربى للنشر و التوزيع ١٩٩٠م.

٢٣- فاطمة القليني وآخرون . علم الاجتماع الإعلامي ، ط ١ ، القاهرة ، دار القاهرة ، ٢٠٠١.

٢٤- وليم دوجلاس " حقوق الشعب " ترجمة مكرم عطية ، بيروت ، منشورات المكتبة الأهلية ،١٩٨٦ ، ص٠ ٢٠- ٢١ ٠

٢٥- حسن عماد مكاوى وليلى السيد " الإتصال ونظرياته المعاصرة " القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ١٩٩٨ ، ص٠ ١٧٦- ١٧٧ ٠

٢٦- محمد بن سعود البشر " المسئولية الإجتماعية فى الإعلام " النظرية وواقع التطبيق ، ط ١ ، الرياض ، دار عالم الكتب ١٩٩٦ ، ص٠ ٢٠- ٢١

27- Soloman . Sharon . Barmteh " Predictors of jop Satistaction Among Blak Journalist " Journalism Quaarierly . vol. 62 no .3 Autumn 1992 pp. 703- 712 .

٢٨- نهلة عساف " العوامل المؤثرة على اداء القائم بالإتصال فى الفيلم التسجيلى ، دراسة مقارنة بين مصر وسوريا " ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٦ ، ص ٠ص ٣٢- ٣٦ ٠

٢٩-محمد احمد محمد يونس : العوامل المؤثرة على أداء القائم بالاتصال في الصحف الإماراتية الحكومية ، المؤتمر العلمي السنوي إلحادي عشر، كلية الإعلام ،جامعة القاهرة ،٣-٥ مايو ٢٠٠٥ م،ص١٤٣١.

٣٠-نوال عبدالعزيزالصفتى ،إعداد القائم بالاتصال في الصحف المصرية في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة دراسة تقويمية نقدية" ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، ٢٠٠١ .

٣١-سليمان صالح . أخلاقيات الإعلام ط١،الكويت مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ٢٠٠٢ ، ص ٢٧٩ .

٣٢- محمود منصور هيبة . أخلاقيات الممارسة الصحفية في الصحف المسائية ــ دراسة ميدانية مقارنة للقائمين بالاتصال في صحيفتي (المساء والأهرام المسائي) ، ، ص١٠٠١.

٣٣- عبد الله محمد زلطة . القائم بالاتصال في الصحافة، مرجع سابق، ص٢٣٨.

٣٤- عواطف عبد الرحمن . "هموم الصحافة والصحفيين فى مصر" ، (القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٩٥)، ص٣٩.

٣٥- محمد حسام الدين . " المسئولية الاجتماعية للصحافة " ،(القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠٠٣) ، ص ١٧١.

٣٦- عواطف عبد الرحمن . "دراسات في الصحافة العربية المعاصرة "، بيروت : دار الفارابى ، ١٩٩١) ، ص٨٣ .

٣٧- صلاح الدين حافظ . "أحزان حرية الصحافة" ، (القاهرة : مركز الأهرام للنشر والترجمة ، ١٩٩٣) ، ص٢٢٠.

٣٨-خليل صابات . حقوق الصحفيين وواجباتهم ، مجلة قضايا برلمانية ، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بمؤسسة الأهرام ، السنة الأولى ، العدد الثامن ، نوفمبر ١٩٩٧،.

٣٩- محرز حسين غالى . العوامل الإدارية المؤثرة على السياسة التحريرية في الصحف المصرية ،مرجع سابق ، ص ٨٤ .

٤٠- صابر حارص محمد . الاغتراب المهنى للصحفيين المصريين وانعكاساته على الأداء الصحفي: اللافعاليه ــ اللارضا، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد السادس ، ١٩٩٨م ، ص٧٣ .

٤١-جمال عبد العظيم ، الحملات الصحفية في الصحافة المصرية –

الأسبوعية ، في الفترة من ١٩٧٨ – ١٩٨٤ ، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٤م .

٤٢-فاروق أبو زيد . فن الكتابة الصحفية ، (القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٩٦) ، ص

٤٣-محرز حسين غالى العوامل الإدارية المؤثرة على السياسة التحريرية في الصحف المصرية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٣م

٤٤-السيد بخيت ، قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية دراسة تطبيقية في الصحافة القومية والحزبية خلال الفترة (١٩٧٨ – ١٩٩٠) ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٦ .

٤٥-- بسيوني إبراهيم حمادة . دور وسائل الاتصال المصرية في صناعة القرارات – دراسة تطبيقية على صانعي القرارات في مصر ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ١٩٩١) ص ص ١٠٤-١٠٧.

٤٦-محمود علم الدين ، "مدخل إلى الفن الصحفى" ، (القاهرة : دار كلام للنشر والتوزيع ، ٢٠٠١) ، ص ٤٨ .

٤٧-عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي . سوسيولوجية الخبر الصحفي . مرجع سابق ، ص

٤٨-جمال عبد العظيم . الحملات الصحفية في الصحف المصرية الأسبوعية في الفترة من ٧٨- ١٩٨٤ ، مرجع سابق. ص ١

٤٩- أسما حسين حافظ . القائم بالاتصال في الصحافة الإقليمية دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام – كلية الإعلام – جامعة القاهرة، العدد العاشر يناير – مارس ٢٠٠١، ص